Image not found or type unknown

Régulation audiovisuelle et la fusion M6-TF1

Actualité législative publié le **18/01/2023**, vu **2676 fois**, Auteur : Droit public des affaires by Florent Cedziollo

Article co-écrit avec Chloé Gimenez, Coralie Barberon et Victoire Le Calvez

L'altercation du 10 novembre dernier entre le de?pute? Louis Boyard et Cyril Hanouna sur le plateau de “Touche Pas a? mon Poste” sur C8 a servi de rampe de lancement au de?pute? LFI pour introduire dans le de?bat public la question de la concentration des me?dias en France. Si ses critiques e?taient en l’espe?ce tourne?es vers le groupe Bollore?, ce coup d’e?clat a la vertu de rappeler que de re?els enjeux de?mocratiques transcendent ces questions. C’est a? ce titre que la re?gulation audiovisuelle repre?sente un enjeu inte?ressant. En effet, la re?gulation e?tant, entendue comme une fonction de l'E?tat post-moderne (J.Chevallier) consistant, “dans une e?conomie libe?rale de marche?, a? maintenir en e?quilibre un e?tat de concurrence que le marche? ne parvient pas a? produire seul, sans pre?judice d’autres inte?re?ts public et prive? qu’il faut concilier” (de?finition de B.Plessix) ; la re?gulation audiovisuelle s’inscrit parfaitement dans cette de?finition et les enjeux souleve?s par le projet de fusion TF1/M6 en constituent une illustration topique.

Le 17 mai 2021 TF1, M6, Bouygues et RTL Group ont annonce? leur projet de fusion des activite?s de TF1 et M6, ou plus pre?cise?ment l’acquisition par Bouygues du contro?le exclusif du groupe Me?tropole Te?le?vision. Tre?s commente?e, cette ope?ration aurait donne? naissance a? un ve?ritable ge?ant me?diatique national dont le chiffre d’affaires aurait atteint les 3,4 milliards d’euros.

Tre?s to?t apre?s son annonce, le projet de fusion a souleve? de nombreuses craintes, en particulier de la part des acteurs du secteur me?diatique, au regard notamment du risque de captation d’une part importante du marche? publicitaire par la nouvelle entite?.

Il est symptomatique de voir, qu’a? un stade encore tre?s pre?coce de la proce?dure, alors que les parties n’e?taient qu’en pre?-ne?gociation avec le service des concentrations de l’Autorite? de la concurrence, les socie?te?s Free et Iliad ont, par la voie de deux recours devant le Conseil d’Etat, essaye? de dessaisir l’Autorite? de la Concurrence du dossier. Si ces tentatives ont e?te? infructueuses, le Conseil d’Etat ayant estime? que la de?cision d’ouverture d’une phase de pre?notification attaque?e, e?tait un acte pre?paratoire insusceptible de recours, elles illustrent les vives inquie?tudes que sollicite le projet. (CE 1er mars 2022, n° 458272 et 459347, Ste? Free, Ste? Iliad - CE, 7 avril 2022, aff. jtes n° 458272 et 459347, Ste? Free, Ste? Iliad).

En re?alite?, l’exemple de la fusion TF1/M6 illustre les difficulte?s lie?es a? la mutation d’un secteur audiovisuel soumis a? l’e?volution des me?dias et au de?veloppement du nume?rique.Dans quelle mesure la fusion TF1/M6 est-elle un exemple topique de la ne?cessaire e?volution de la re?gulation audiovisuelle ? De?s lors, il est pertinent d’examiner les re?flexions des autorite?s de re?gulation (I) autour de l’adaptation des cadres juridiques en matie?re de re?gulation audiovisuelle (II).

I) Une re?gulation sectorielle singulie?re

Pompidou disait : « la te?le?vision c’est la voix de la France ». Cette citation met en exergue le ro?le fondamental que jouent les me?dias au sein d’une socie?te? de?mocratique, tant d'un point de vue politique (national et international), qu’e?conomique. Un autre exemple historique peut souligner ce propos : l’attribution de la cinq a? Berlusconi en 1986 peut apparai?tre comme choquante au regard des enjeux de?mocratiques ! Encore plus re?cemment le Trib. UE a valide? la censure des chai?nes de te?le?visions pro-Russie en France (Tr. UE, 27 juillet 2022, RT France).

A) Les enjeux de?mocratiques lie?s au pluralisme des me?dias dans la re?gulation du secteur audiovisuel

Le secteur de l’audiovisuel, prote?ge? par plusieurs droits et liberte?s fondamentaux, est traverse? par des tensions de?mocratiques. Ce secteur est e?videmment prote?ge? par la liberte? d’expression, dont la garantie concourt au respect de l’objectif de valeur constitutionnel de pluralisme des courants d’expression (DC, 1984, Loi sur la transparence financie?re et le pluralisme des entreprises de presse) et de transparence, la presse jouant le « ro?le indispensable de “chien de garde” de la de?mocratie (CEDH, GC, 1996, Goodwin c Royaume-Uni). C’est ce que rappelle une re?cente affaire devant la CEDH : la socie?te? reque?rante posse?dait une chai?ne de te?le?vision prive?e (NIT) en Moldavie. A? partir de 2009, elle fut la principale voix de l'unique parti de l'opposition. De 2009 a? 2011, la chai?ne fut sanctionne?e a? maintes reprises pour infraction a? la le?gislation relative a? la protection du pluralisme, notamment aux obligations de neutralite? et d'impartialite?, dans le cadre de ses bulletins d'information. La CEDH accepte la possibilite? pour le droit interne d’imposer une obligation de neutralite? et d'impartialite? dans les journaux d'information de chai?nes de te?le?vision qui diffusaient leurs e?missions sur des re?seaux publics nationaux (CEDH, avril 2022, Nit SRL c/ Re?publique de Moldavie). Cette liberte? fait ainsi l’objet d’un droit conventionnel (art. 10 de la CEDH et CEDH, 2020, Kharitonov c. Russie), d’un droit garanti par la Constitution (art. 11 de la DDHC et DC, 1982, Communication audiovisuelle), et d’un droit le?gal (art. 1er de la loi du 29 juillet 1982), qui concourt a? la re?alisation des objectifs de pluralisme et de tole?rance et qui est prote?ge? sous deux angles :

- ? Sous l’angle de la liberte? du destinataire de la communication : la liberte? de choix de l’information et droit d’acce?s au support
-

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés

? Sous l’angle de la liberte? de l’e?metteur de la communication : la liberte? de s’exprimer par le biais de techniques audiovisuelles (radio, te?le?vision, internet), mais qui n’est pas une liberte? absolue, de sorte que son exercice peut e?tre soumis a? des conditions proportionne?es a? un but le?gitime. Ces limites tiennent a? la mise en place d’un re?gime d’autorisation pre?alable : la possibilite? et donc l’autorisation d’e?mettre est contingente?e a? l’attribution d’une fre?quence, la de?cision y e?tant relative devant e?tre motive?e et susceptible de recours (CEDH, 2007, Glas Nadeja Eood c. Bulgarie).

- ? Ces limites tiennent e?galement au contro?le de l’ARCOM (ex : CSA) et de l’Autorite? de la concurrence (ADL, ci-apre?s).

  En sus de ces enjeux de?mocratiques, des enjeux e?conomiques ont e?merge?, interrogeant par ailleurs leur articulation voire leur hie?rarchie. Ces enjeux e?conomiques se mate?rialisent par des ope?rations e?conomiques pouvant e?tre qualifie?es d’anti-concurrentielles. Comme le met en avant le rapport du Se?nat, les strate?gies de groupes, notamment de concentrations, entrai?nent un risque syste?mique pour la liberte? de la presse.

La Cour de justice par exemple rappelle qu'« un message te?le?vise? doit e?tre conside?re?, en raison de sa nature, comme une prestation de service » : il be?ne?ficie donc en principe de la libre circulation des services. Elle ajoute que « les e?changes concernant tout mate?riel, support de son, films, appareils et autres produits utilise?s pour la diffusion de messages te?le?vise?s sont soumis aux re?gles relatives a? la libre circulation des marchandises » (CJCE, 30 avr. 1974, aff. 155/73). Elle valide d’ailleurs la re?gularite? des monopoles nationaux d'e?mission (tel que celui qui existait en France jusqu'en 1982), pourvu que ces monopoles re?pondent aux exigences du traite?. Elle a confirme? cette position, mais en l'assortissant d'une condition nouvelle : ils doivent de?sormais e?tre appre?cie?s eu e?gard a? l'article 10 de la Convention europe?enne des droits de l'homme (CJCE, 18 juin 1991, Elleniki Radiophonia Tileorassi Eitaria).

Le rapport de la Commission du Se?nat rappelle souligne l’existence de concentrations horizontales (entre concurrents), verticales (le long de la chai?ne de valeur), mais e?galement et surtout diagonales. Ce n’est toutefois pas totalement novateur des synergies ayant de?ja? e?te? re?alise?es par le passe? comme en attestent les tentatives des groupes Hersant, Lagarde?re ou Vivendi-Universal » comme le rappelle le rapport. L’objectif de rentabilite? a conduit a? la naissance de nouveaux « ge?ants » comme le rappelle l’e?mergence du re?seau BFM dans le secteur de la te?le?vision locale.

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés

L’abandon de la fusion M6/TF1 peut e?tre regarde? comme la victoire des false negative par rapport au false positives, c’est-a?-dire un courant doctrinal soutenant une approche plus ferme des concentrations par peur de ne pas appre?hender des atteintes a? la concurrence, dans de ce que Tim Wu qualifie d’« e?re d’oligopoles ». Des auteurs comme Philippon ont mis en avant que dans le secteur audiovisuel ame?ricain, les studios Disney ont rachete? en une dizaine d'anne?es la plupart de ses concurrents, sans que cela ne pose de difficulte?s du point de vue des autorite?s. Des e?conomistes pointent les risques concurrentiels et plus largement les risques pour l'e?conomie ame?ricaine d'une telle situation. En outre, comme l'a mis en exergue Jean Tirole, les marche?s bifaces comme ceux du secteur audiovisuel, comportent un risque de voir la concentration renforce? inde?finiment la concentration (plus l'entite? dispose de public, plus elle vend ses publicite?s che?res, plus elle fait de l’argent, plus elle propose des programmes de qualite?, plus elle a de public, plus le prix de ses publicite?s augmentent...).

Or le secteur est inte?ressant car la re?gulation des concentrations, qui au de?part ne prenait en compte qu’a? la marge le droit commun (Cons. conc., 15 nov. 1994, Fun Radio : 31 aou?t 1998, Compagnie ge?ne?rale des eaux), a largement investi le droit commun des concentrations notamment a? la suite de l'adoption de l’ordonnance du 12 mai 2021. Comme le souligne le Professeur Frison-Roche : "de?sormais le secteur de l'audiovisuel est donc largement ouvert au contro?le des concentrations, et plus ge?ne?ralement a? la concurrence, sous l'effet de ces e?volutions, mais aussi du fait de l'e?volution du marche?. L'ave?nement des plateformes de VOD, sur lesquelles l'Autorite? s'est exprime?e en 2019 dans un avis sur le secteur (ADLC, Avis du 21 fe?vr. 2019 relatif a? une demande d'avis de la commission des Affaires culturelles et de l'E?ducation de l'Assemble?e nationale dans le secteur de l’audiovisuel), a conduit deux ope?rateurs historiques ge?ants a? cre?er la plateforme Salto.

L'Autorite? a autorise? la cre?ation de cette entreprise commune, exerc?ant classiquement son contro?le des concentrations (ADLC, De?cis. du 12 aou?t 2019, Salto) ».

En de?finitive, l’approche retenue est inte?ressante car, en matie?re de VOD, l’ADLC a eu une approche dynamique, non fonde?e uniquement sur les parts de marche? conforme?ment aux pre?cautions des e?conomistes.

Reste toutefois a? savoir si le marche? pertinent du contro?le des concentrations est le bon en matie?re d’audiovisuel, notamment avec la re?volution des plateformes de VOD. Dans son avis sur le secteur audiovisuel, l'Autorite? de la concurrence reproduit un extrait d'interview de Jeff Bezos, tre?s re?ve?lateur a? cet e?gard : « Nous parvenons a? mone?tiser (Prime Video) de manie?re tre?s inhabituelle. Quand nous remportons un Golden Globe, cela nous aide a? vendre des chaussures. » (ADLC, Avis 19-A-04, pre?c., pt 269).

B) Le contro?le des concentrations re?alise? par l’ARCOM : un gage du pluralisme dans les me?dias

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés

Les ope?rations de concentrations dans le secteur des me?dias sont soumises au contro?le de deux entite?s principales : celui de l'autorite? de la concurrence d'une part et celui de l'Arcom d'autre part. Comme nous le verrons par la suite, l'autorite? de la concurrence se concentre davantage sur les questions lie?es au bon fonctionnement du marche?. L'ARCOM quant a? elle se charge de mettre en œuvre le dispositif sectoriel de contro?le des concentrations. Ce contro?le des concentrations a notamment e?te? mis en place afin de re?pondre a? l'objectif de valeur constitutionnelle de pluralisme. La motivation de ce contro?le trouve sa gene?se avec la contestation et la re?organisation du monopole de radiodiffusion.

Il convient donc de ne pas omettre le ro?le de l'ARCOM (Autorite? de re?gulation de la communication audiovisuelle et nume?rique) dans l'hypothe?se des concentrations dans le secteur de l'audiovisuel, la question du pluralisme des me?dias e?tant une question pre?dominante.

L'ARCOM est une autorite? publique inde?pendante, cre?e?e par la loi du 25 octobre 2021 relative a? la re?gulation et a? la protection de l'acce?s aux œuvres culturelles a? l'e?re nume?rique. Il s'agit en re?alite? de la fusion entre le Conseil supe?rieur de l'audiovisuel (CSA) et de la Haute autorite? pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet (Hadopi). Cette autorite? de re?gulation sectorielle est charge?e des communications audiovisuelles et des communications nume?riques.

L'ARCOM est garante des liberte?s de communication et d'expression dans les espaces audiovisuels et nume?riques. Ses missions sont nombreuses, elle doit "veiller aux responsabilite?s de?mocratiques et socie?tales des me?dias audiovisuels et des plateformes en ligne, veiller au respect de l'expression pluraliste des courants de pense?e et d'opinion et de l'inde?pendance de l'audiovisuel public, assurer les e?quilibres e?conomiques du secteur et de soutenir la cre?ation". 1

1 Site de l'Arcom : ARCOM.fr

La re?gulation sectorielle de l'audiovisuel et plus particulie?rement la le?gislation en matie?re de contro?le sectoriel des concentrations, ont fait l'objet d'une e?volution le?gislative. En France, les re?gles sont fixe?es par la loi du 30 septembre 1986 sur la communication audiovisuelle, aussi dite loi Le?otard. L'article 1er de cette loi affirme le principe de la liberte? de communication.

L'ARCOM est notamment charge?e de la proce?dure d'agre?ment ne?cessaire a? tout e?diteur de services de te?le?vision ou de radio de?tenteur d'une autorisation de diffusion en cas de modification du contro?le de la socie?te? titulaire de l'autorisation. Pour e?viter le formatage de l'opinion publique, les articles 39 a? 41 al.4 de la loi de 1986 imposent qu'une me?me personne (physique ou morale) ne peut de?tenir (directement ou indirectement) plus de 7 autorisations relatives a? un service ou programme national de te?le?vision ou plus de 49% du capital (ou droit de vote) d'une chai?ne nationale de te?le?vision dont l'audience moyenne annuelle de?passe 8% de l'audience totale. Par ailleurs, en cas de non respect de ces dispositions, des sanctions sont pre?vues aux articles 74 a? 79-6.

Toutefois, il se pose finalement la question de l'inte?re?t d'une telle re?gulation alors me?me qu'une solide re?gulation est mise en place par l'autorite? de la concurrence. En mars 2022, un rapport rendu par l'Inspection ge?ne?rale des finances et l'Inspection ge?ne?rale des affaires culturelles2 mettait en avant l'avis de certains acteurs tendant a? conside?rer que l'autorite? de la concurrence e?tait a? me?me d'assurer a? la fois le bon fonctionnement des marche?s et le pluralisme. Toutefois, la mission e?met des re?serves sur ce postulat, conside?rant qu'une

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés

ope?ration de concentration autorise?e du point de vue concurrentiel peut en revanche s'ave?rer ne?faste au ne?cessaire pluralisme des me?dias. Un exemple est notamment celui du refus des autorite?s britannique pour des raisons de pluralisme de l'acquisition de Twenty-First CenturyFox par Skyplc alors me?me que la Commission europe?enne avait valide? l'ope?ration. La mission avance e?galement deux contre-arguments a? ce postulat, conside?rant d'une part que l'analyse de l'autorite? de la concurrence ne permet pas d'appre?cier la concentration de la production d'information et d'autre part, que la constitutionnalite? du principe de pluralisme e?tablit en 1986 fait e?chec a? une analyse qui conduirait a? faire une mise en balance entre ce principe et des donne?es e?conomiques telles que des gains d'efficience. Enfin, la mission met e?galement l'accent sur le ro?le de l'ARCOM afin d'assurer le pluralisme d'exposition, l'inde?pendance et l'honne?tete? de l'information.

Dans le cadre de la fusion TF1/ M6, l'autorite? de re?gulation sectorielle e?tait charge?e d'une instruction relative au changement de contro?le des services hertziens du groupe M6. (En lien avec la cession des chai?nes TFX et 6ter, qui aurait e?te? rendue ne?cessaire afin de respecter les obligations sectorielles existantes). Instruction qu'elle a annonce? mettre a? l'arre?t dans un communique? de presse en date du 16 septembre 20223 en raison de l'annonce faite par le groupe Bouygues de retirer son projet d'acquisition du contro?le exclusif du groupe Me?tropole Te?le?vision. Par ailleurs, a? la suite du communique? de presse du 16 septembre 2022

2 La concentration dans le secteur des me?dias a? l'e?re nume?rique : de la re?glementation a? la re?gulation", Rapport IGF-IGAC (mars 2022)

3 Communique? de presse de l'ARCOM, 16 sept. 2022 « Abandon du projet de fusion TF1 – M6 : l'ARCOM prend acte de la de?cision du groupe Bouygues »

sur l'abandon du projet de fusion TF1/M6, le 28 septembre 2022, les se?nateurs de la commission de la culture ont interpelle? Roch-Olivier Maistre, le pre?sident de l'ARCOM. Lors de cette audition, le pre?sident de l'ARCOM a pre?cise? que cette ope?ration pre?sentait effectivement des risques en termes de pluralisme et notamment de pluralisme externe, c'est-a?-dire sur les autres acteurs de la TNT.

Par ailleurs, le pre?sident de l'ARCOM est revenu dans un second temps sur l'analyse du paysage audiovisuel. Il a notamment souligne? les nouvelles tendances de fonds et donc a fortiori les grandes e?volutions dans ce domaine qu'il convient selon lui "de ne pas sous-estimer" rappelant ainsi la ne?cessite? d'une restructuration de l'audiovisuel.

II) Un secteur concurrentiel en pleine mutation

A) De nouveaux enjeux face a? la mutation nume?rique

Comme le relevait de?ja? L.Idot en 2005, l'e?re multime?dia s'est largement impose?e dans le secteur audiovisuel mondial, et la France est loin d'e?tre une exception. La re?gulation du secteur audiovisuel est singulie?re par les enjeux qu'elle implique, ceux-ci ne?cessitant une articulation entre re?gulation sectorielle (mene? par l'ARCOM) et l'application du droit commun de la concurrence (mene?e par l'Autorite? de la concurrence).

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés

Il existe 2 types d’enjeux majeurs pour re?guler le secteur audiovisuel. D’une part, malgre? une augmentation du nombre d’acteurs dans le secteur audiovisuel avec l’ouverture a? la TNT, le degre? de concentration reste en moyenne e?leve? (selon un rapport mene? conjointement par l’IGF et l’IGAC en mars 20224). Ainsi, le ro?le de l’Autorite? de la concurrence en tant qu’entite? charge?e de contro?ler les pratiques anticoncurrentielles est d’examiner les prises de contro?le et fusions tel que l’e?tait le projet TF1/M6 en se fondant sur le droit commun de la concurrence.

Cependant, ce contro?le de l’Autorite? de la concurrence se heurte e?galement au deuxie?me enjeu majeur du secteur audiovisuel, particulie?rement affecte? par la mutation du nume?rique du secteur. En effet, l’essor des plateformes nume?riques de vide?os a? la demande par abonnement (Netflix, Amazon et Disney+ e?tant les 3 entreprises ayant le plus pe?ne?tre? le marche? franc?ais5) a entrai?ne? la mutation des comportements de consommation. Si le secteur audiovisuel se caracte?risait par une forte line?arite? de la consommation, la Va?D, Va?Da6 et la te?le?vision de rattrapage ont induit une forte de?line?arisation de la consommation, forc?ant les ope?rateurs a? adapter leur offre, entrai?nant ainsi des concentrations verticales et horizontales.

4La concentration dans le secteur des me?dias a? l’e?re nume?rique : de la re?glementation a? la re?gulation”, Rapport IGF-IGAC (mars 2022) 5 “Barome?tre de la vide?o a? la demande”, Centre national du cine?ma et de l’image anime?e, de?cembre 2021
6 Vide?o a? la demande et vide?o a? la demande par abonnement

Ces plateformes regroupe?es sous l’appellation SMAD7 et plus pre?cise?ment de SVOD8 font largement concurrence aux me?dias traditionnels, ce qui complexifie l’identification d’un marche? pertinent. D’une part, les plateformes de streaming commencent a? proposer des contenus “en direct” (notamment la diffusion d'e?ve?nements sportifs). A titre d’exemple, Amazon Prime Vide?o a achete? les droits de diffusion du court S.Mathieu et toutes les “night sessions” de Roland Garros (dont le diffuseur historique est Francetv), conduisant a? un e?clatement de l’offre de diffusion, ce qui questionne, par ailleurs, le bienfait de la manoeuvre pour le te?le?spectateur. Amazon a e?galement achete? les droits de diffusion de la Ligue 1 de football, la frontie?re entre chai?ne traditionnelle et plateforme de streaming est donc largement brouille?e. D’autre part, afin de diversifier leur source de revenus et prendre acte du changement de comportement des consommateurs, les chai?nes traditionnelles cherchent a? imiter les me?caniques de la Va?Da. A ce titre, TF1, M6 et Francetv ont lance? leur plateforme de SVOD. Salto, officiellement commercialise?e en octobre 2020 a constitue? un re?el e?chec puisque le 18 novembre dernier TF1 et M6 e?voquaient la possibilite? de se retirer de la plateforme. Cet e?chec des 3 ope?rateurs les plus importants du secteur audiovisuel franc?ais soule?ve un autre aspect des enjeux lie?s a? la re?gulation de l’audiovisuel : l’investissement et la re?glementation applicable.

Concernant l’investissement. L’argument principal des groupes TF1/M6 pour justifier leur fusion repose sur la ne?cessite? de cre?er un ge?ant de l’audiovisuel en France pour faire concurrence a? ces plateformes ame?ricaines. En effet, si Netflix peut a? elle seule engager pre?s de 20 milliards de dollars d’investissement par an9, cela n’est pas le cas de TF1 ou M6, ni me?me de leur potentielle entite? fusionne?e. Cette capacite? d’investissement a des re?percussions directes sur la production audiovisuelle et la sante? e?conomique des acteurs du secteur. En effet, un investissement plus important conduit a? une diversification importante des programmes produits, attirant donc plus de te?le?spectateurs et donc d'annonceurs publicitaires, source importante de revenus pour les ope?rateurs.

Concernant la le?gislation applicable. Les obligations de diffusion pose?es par le de?cret n° 2021-793 du 22 juin 2021 (a? savoir que les SMAD doivent diffuser 60 % d’œuvres europe?ennes dont 40 % d’œuvres d’EOF) ne s’appliquent qu’aux SMAD dont le sie?ge social se trouve en France. Ainsi, les acteurs tels que Netflix (base? aux Pays-Bas) ne sont pas soumis a? ces obligations, ce

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés

qui constitue une forme de concurrence vis-a?-vis des chai?nes traditionnelles.

Enfin, cette fusion en cre?ant un ge?ant de l'audiovisuel franc?ais aurait permis a? l'entite? fusionne?e de disposer d'un re?el pouvoir face aux professionnels du cine?ma dans le cadre des ne?gociations lie?es a? la chronologie des me?dias. En effet, selon la "nouvelle" chronologie des me?dias, Netflix peut diffuser n'importe quel film 15 mois apre?s sa sortie en salle tandis que les chai?nes TF1 et M6 doivent attendre 22 mois pour ce faire. Netflix a pu disposer d'un tel privile?ge (17 mois pour Disney+ et Amazon) car elle a conclu un accord de financement avec les professionnels du secteur pour la production de films.

7 Service de me?dias audiovisuels a? la demande (art 2 loi du 30 septembre 1986)
8 Subscription video on demand (e?quivalent a? Va?Da en franc?ais)
9 Rapport du Se?nat « A l'heure du nume?rique, la concentration des me?dias en question ? » (31 mars 2022)

Tel que le rappelle le rapport du Se?nat pre?cite?, les modes de consommation ont drastiquement e?volue? depuis 2010, et l'identification du marche? pertinent devient de plus en plus complexe. Si certains conside?rent que le marche? peut e?tre segmente? entre les plateformes de streaming (avec un visionnage plus individualise?) et la te?le?vision (avec un visionnage plus familial), d'autres estiment qu'ils sont substituables car le temps passe? devant une plateforme est du temps non-passe? devant la te?le?vision. Cette captation par les plateformes fragilise les me?dias traditionnels en s'accaparant les recettes publicitaires qui constituent une ressource essentielle pour les me?dias. Ce risque est d'autant plus re?el que les plateformes ont la possibilite? d'utiliser leur algorithme pour cibler les publicite?s. Ainsi, entre 2007 et 2017, les recettes publicitaires de la te?le?vision ont baisse? de 13% et internet est devenu le premier support de recettes publicitaires (50% des recettes publicitaires totales en 2020)10.

Ainsi, pour toutes ces raisons, la re?gulation de l'audiovisuel est singulie?re. Elle implique des enjeux e?conomiques importants qui ne?cessitent une fine articulation entre le droit commun de la concurrence et le droit sectoriel de l'audiovisuel. La re?gulation de l'audiovisuel doit donc prendre en compte cette mutation nume?rique sans pour autant de?laisser les enjeux classiques du secteur : la tension entre le pluralisme des me?dias et les enjeux de?mocratiques lie?s a? la formation de l'opinion publique par les me?dias. De?s lors, il convient de s'inte?resser aux raisons de l'e?chec de la fusion.

B) Une fusion mise en e?chec par un cadre classique d'analyse de l'Autorite? de la concurrence

A titre liminaire il convient de rappeler que le projet de rachat par Bouygues, par l'interme?diaire de sa filiale TF1, de 30% des titres du groupe M6, constituait une ope?ration de concentration au sens de l'article L. 430-1 Code de commerce. En vertu de l'article L.430-2 du Code pre?cite?, l'ope?ration devait e?tre notifie?e a? l'Autorite? de la concurrence, de?s lors que l'ope?ration de?passait les seuils de chiffres d'affaires pre?vus par cet article11 mais pas ceux entrai?nant la compe?tence d'examen de la Commission europe?enne12. Enfin, la re?alisation effective de l'ope?ration de concentration ne pouvait intervenir qu'apre?s accord de l'Autorite? de la concurrence en vertu de l'article L.430-4 du Code de commerce. Ainsi, le 17 fe?vrier 2022, Bouygues a notifie? a? l'Autorite? de la concurrence son projet d'acquisition du contro?le exclusif de Me?tropole Te?le?vision. Et, a? l'issu d'un mois d'examen, par l'interme?diaire d'un communique? de presse du 18 fe?vrier 202213, l'Autorite? de la concurrence a de?cide? d'ouvrir

10 Rapport IGF-IGAC pre?cite?
11 Une ope?ration de concentration est soumise a? une obligation de notication de l'Autorite? de la concurrence de?s lors que " le chiffre d'affaires total mondial hors taxes de l'ensemble des entreprises ou groupes de personnes physiques ou morales parties a? la concentration est supe?rieur a? 150 millions d'euros ; le chiffre d'affaires total hors taxes re?alise? en France par deux au moins des entreprises ou groupes de personnes physiques ou morales concerne?s est

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés

supe?rieur a? 50 millions d'euros ”
12 En vertu du re?glement (CE) n° 139/2004 du Conseil, du 20 janvier 2004, la Commission europe?enne est notamment compe?tente pour examiner une ope?ration de concentration si le chiffre d'affaires mondial cumule? des entreprises concerne?es de?passe 5 milliards d'euros et que le chiffre d'affaires re?alise? dans l'UE par au moins deux des entreprises concerne?es de?passe 250 millions d'euros. La notification doit avoir lieu devant elle.
13 A.C., Communique? de presse du 18 mars 2022 a? propos de l’ouverture d’une phase d’examen approfondi dans le cadre de la concentration TF1/M6

une phase d’examen approfondi, pre?vue a? l’article L.430-6 du Code de commerce, des doutes subsistant sur les risques que pre?sentaient cette ope?ration sur la concurrence.

En effet, il apparaissait de?ja? e?vident que la nouvelle entite? obtiendrait des parts de marche? tre?s importantes dans certains secteurs, ce qui pourrait avoir pour effet de re?duire la concurrence. Elle risquait de se retrouver en position ultra-dominante sur certains marche?s. Premie?rement, dans le marche? de la distribution de services de te?le?vision, car la fusion aurait conduit a? la re?union dans un me?me groupe de sept chai?nes (TF1, M6, W9, TMC, LCI, TF1 Se?ries Films et Gulli) (sur 30 chai?nes de la TNT). A ce titre, Benoi?t Cœure?, le pre?sident de l’Autorite? de la concurrence a estime? qu’en « raison du caracte?re incontournable ensemble des chai?nes des groupes TF1 et M6, la nouvelle entite? disposerait d’un pouvoir de ne?gociation accru vis-a?-vis de ses distributeurs, tels que les fournisseurs d’acce?s a? Internet, ce qui aurait entrai?ne? un risque de hausse de sa re?mune?ration »14. Deuxie?mement, il semble que l’entite? aurait eu un pouvoir de marche? de?mesure? sur le marche? de la publicite?. Il ressort du rapport du Se?nat Rapport du Se?nat de 2022 sur la concentration des me?dias en France15 que la fusion TF1/ M6 aurait cre?e? une acteur concentrant autour de 75% des parts du marche? publicitaire te?le?vise?, et 45% des parts d’audimat. Il y avait donc un risque d'une hausse des tarifs de la publicite? au de?triment des consommateurs et des annonceurs.

Cependant, derrie?re ces chiffres alarmants se pose la question centrale de la de?finition du marche? pertinent. En effet, les impacts sur la concurrence ne sont appre?cie?s qu’au regard de celui-ci. Dans cette affaire, les parties plaidaient pour que le marche? de re?fe?rence ne se re?duise pas uniquement a? la publicite? te?le?visuelle mais inte?gre aussi la publicite? digitale, voire a? ce qu’on retienne un marche? ge?ant confondant tous les me?dias. L’enjeu pour eux e?tait de re?duire mathe?matiquement leur part de marche? car, en inte?grant la publicite? digitale, elle passerait de 75 a? 23 %. Dans ces conditions, la nouvelle entite? ne serait pas conside?re?e comme dominante sur le marche? de la publicite? et l’ope?ration serait susceptible d’e?tre autorise?e par l’Autorite? de la concurrence. Elles mettaient en avant la mutation des pratiques de consommation des individus, le de?clin de la te?le?vision face au de?veloppement du digital, des plateformes telles que Netflix, Amazon prime video ou encore Disney +.

D’a?pres discussions ont alors e?te? engage?es devant le colle?ge de l’Autorite? de la concurrence, lequel a auditionne? les parties au projet le 5 et 6 septembre 2022. L'objectif e?tait de discuter des proble?mes de concurrence identifie?s (avec une discussion centrale sur la de?termination du marche? pertinent) et de se pencher sur les e?ventuels reme?des. Les communique?s de l’Autorite? de la concurrence16 et de Bouygues du 16 septembre 202217 , nous donnent un aperc?u du contenu de ces discussions.

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés

14 A.C., Communique? de presse du 16 septembre 2022, TF1/M6 : l'Autorite? de la concurrence prend acte de la de?cision de Bouygues de retirer son projet d'acquisition https://www.autoritedelaconcurrence.fr/fr/communiques-de-presse/tf1m6-lautorite-de-la-concurrence-prend-acte-de-la-decision-de-bouygues-de

15 Se?nat,l'essentielsurlacommissiond'enque?te«laconcentrationdesme?diasenFrance»,page9.

http://www.senat.fr/rap/r21-593-1/r21-593-1-syn.pdf

16 Communique? du 16 septembre 2022 susmentionne?
17 Bouygues, RTL Group, TF1 et du groupe M6, communique? du 16 septembre 2022, Abandon du projet de fusion des groupes TF1 et M6 https://www.bouygues.com/wp-content/uploads/2022/09/abandon-du-projet-de-fusion-des-groupes-tf1-et-m6-vf.pdf

Le premier constat est que, si, dans son communique? de presse du 18 novembre 2022, l'Autorite? de la concurrence avait indique? vouloir appre?cier l'effet de l'ope?ration sur la concurrence en prenant en compte le de?veloppement du digital, elle refuse toute "actualisation" ou e?largissement des marche?s pertinents. Elle refuse de reconnai?tre un marche? unique de la publicite? digitale et te?le?visuelle, choisissant ainsi de conserver la distinction faite entre ces deux marche?s dans sa de?cision Salto du 12 aou?t 201918. Pour l'Autorite?, du point de vue des annonceurs, la publicite? digitale et te?le?visuelle ne sont pas assez substituables, ils pre?sentent des diffe?rences qui justifient cette dualite? de marche?s. En effet, la publicite? sur les services de Va?D est tre?s majoritairement cible?e contrairement a? la publicite? a? la te?le?vision et les services de Va?D sont payants contrairement aux services propose?s par les parties (les chai?nes de la TNT sont gratuites) qui n'est pas ade?quat a? une diffusion de publicite?s de manie?re simultane?e aupre?s de l'ensemble des utilisateurs. Enfin, selon l'Autorite? la te?le?vision reste un me?dia tre?s puissant chez les personnes a?ge?es et les personnes de 25 a? 49 ans. Or, cette tranche d'a?ge constituerait la principale cible commerciale des annonceurs.

Le deuxie?me constat est que les engagements propose?s par Bouygues, cense?s reme?dier aux risques d'atteinte a? la concurrence, ont e?te? juge?s insuffisants par l'Autorite? de la concurrence. Bouygues proposait notamment une se?paration des re?gies publicitaires des chai?nes TF1 et M6. Cependant, l'Autorite? estime qu'il n'y aurait pas eu de vraie concurrence entre les deux re?gies de?s lors qu'elles auraient e?te? toutes les deux sous le contro?le de Bouygues. Cette mesure ne permet pas de corriger le risque d'un abus de position dominante par la nouvelle entite?, et donc le risque de la hausse de prix des espaces de publicite?. En re?alite?, seuls des reme?des structurels (et non comportementaux) auraient satisfait l'Autorite? de la concurrence, celle-ci n'aurait autorise? la fusion que sous re?serve de la cession soit de la chai?ne TF1 soit de la chai?ne M6.

Face ces conditions de fusion impose?es par l'Autorite? de la concurrence qui font perdre presque tout inte?re?t a? l'ope?ration envisage?e, c'est assez logiquement que les parties au projet ont de?cide? d'y renoncer, en disant regretter que « l'Autorite? de la Concurrence n'ait pas pris en compte l'ampleur et la vitesse des mutations du secteur de l'audiovisuel franc?ais »19
. Pour finir, on peut e?galement s'e?tonner du fait que l'Autorite? de la concurrence n'ait pas davantage pris en compte, comme lui commande l'article L.430-6 du Code du commerce, le progre?s e?conomique qu'aurait apporte? la fusion TF1/M6. Il y avait la? l'opportunite? de cre?er un ge?ant national du nume?rique suffisamment solide pour concurrencer les plateformes ame?ricaines.

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés

18A.C. de?cision n° 19-DCC-157 du 12 aou?t 2019 relative a? la cre?ation d’une entreprise commune par les socie?te?s France Te?le?visions, TF1 et Me?tropole Te?le?vision
19 Communique? du 16 septembre 2022 pre?cite?

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés