



COMMISSION EUROPÉENNE

Bruxelles, le 29/12/2003  
C(2003) 5192 final

DÉCISION DE LA COMMISSION

du 29/12/2003

relative à une procédure d'application de l'article 81 du traité CE et de l'article 53 de  
l'accord EEE

(COMP/C.2-38.287 - Telenor / Canal+ / Canal Digital)

(Le texte en langue anglaise est le seul faisant foi)

(Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)

## TABLE DES MATIÈRES

|          |   |    |
|----------|---|----|
| 1.       | INTRODUCTION .....  | 6  |
| 2.       | LES PARTIES .....   | 7  |
| 3.       | LES ACCORDS NOTIFIÉS .....  | 8  |
| 3.1.     | Résumé des accords notifiés.....  | 8  |
| 3.2.     | Dispositions concernées dans les accords tels qu'ils ont été initialement notifiés .....  | 10 |
| 3.2.1.   | Exploitation exclusive de chaînes de télévision à péage.....  | 10 |
| 3.2.2.   | Obligations de non-concurrence sur les chaînes de télévision à péage .....  | 10 |
| 3.2.3.   | Information, coopération et acquisition conjointe de contenu .....  | 11 |
| 3.2.4.   | Exploitation exclusive des chaînes PPV/NVOD.....  | 11 |
| 3.2.5.   | Obligations de non-concurrence sur les chaînes PPV/NVOD .....   | 11 |
| 3.2.6.   | Obligation de non-concurrence sur les services de transpondeur satellite.....   | 12 |
| 3.3.     | Les engagements pris par les parties en vue de modifier les accords tels qu'ils ont été initialement notifiés .....                 | 12 |
| 4.       | LE MARCHÉ EN CAUSE.....   | 13 |
| 4.1.     | Marchés de produits .....   | 13 |
| 4.1.1.   | Aperçu des marchés concernés.....   | 13 |
| 4.1.2.   | Les marchés de la distribution au détail de services de télévision à péage DTH par satellite, réseau terrestre et réseau câblé..... | 14 |
| 4.1.2.1. | Observations préliminaires.....   | 14 |
| 4.1.2.2. | Le point de vue des parties en ce qui concerne la définition du marché selon le mode de transmission de la télévision à péage.....  | 17 |
| 4.1.2.3. | Les décisions antérieures de la Commission.....   | 18 |
| 4.1.2.4. | Appréciation .....  | 21 |
| 4.1.3.   | Marché de la distribution au détail de services de diffusion de films en PPV/NVOD .....   | 26 |
| 4.1.4.   | Marché de l'offre de gros de chaînes de télévision à péage "premium" et de chaînes de films PPV/NVOD.....                           | 29 |
| 4.1.4.1. | Décisions antérieures de la Commission et nouveau cadre réglementaire .....   | 29 |
| 4.1.4.2. | Appréciation .....  | 31 |

|          |  |    |
|----------|--|----|
| 4.1.5.   | Marchés de la fourniture de droits de films et d'événements sportifs d'appel ainsi que d'autres droits de contenus audiovisuels destinés à la programmation télévisuelle.....                        | 33 |
| 4.1.6.   | Les marchés de la distribution en gros et au détail de contenus via les plates-formes de nouveaux médias .....   | 35 |
| 4.1.7.   | Marché de la fourniture de capacité-transpondeur sur satellite pour la radiodiffusion télévisuelle .....   | 36 |
| 4.2.     | Marchés géographiques .....  | 37 |
| 4.2.1.   | Les marchés de la distribution au détail de services de télévision à péage DTH par satellite, réseau terrestre et réseau câblé, et des services de films en PPV/NVOD.....                            | 37 |
| 4.2.2.   | Marché de l'offre de gros de chaînes de télévision à péage "premium" et de chaînes de films PPV/NVOD.....  | 38 |
| 4.2.3.   | Marchés de la fourniture de droits de films et d'événements sportifs d'appel ainsi que d'autres droits de contenus audiovisuels destinés à la programmation télévisuelle.....                        | 38 |
| 4.2.4.   | Les marchés de la distribution en gros et au détail de contenus via les plates-formes de nouveaux médias .....   | 39 |
| 4.2.5.   | Marché de la fourniture de capacité transpondeur sur satellite pour la radiodiffusion télévisuelle .....   | 39 |
| 5.       | STRUCTURE DU MARCHÉ.....   | 40 |
| 5.1.     | Distribution au détail de services de télévision à péage.....  | 40 |
| 5.1.1.   | Positions sur le marché de Canal Digital et de Viasat en ce qui concerne le segment de la distribution au détail de télévision à péage par satellite en DTH, y compris les chaînes de PPV/NVOD ..... | 40 |
| 5.1.2.   | Position sur le marché de Telenor et de ses concurrents immédiats sur le segment de la distribution au détail de télévision à péage par réseau câblé.....  | 42 |
| 5.2.     | Fourniture en gros de chaînes de télévision à péage "premium" et de chaînes PPV/NVOD .....   | 43 |
| 5.2.1.   | Offre et puissance de vente.....   | 43 |
| 5.2.1.1. | Fournisseurs.....  | 43 |
| 5.2.1.2. | Positions sur le marché de Canal+/Canal+ Nordic et de MTG/Viasat .....   | 44 |
| 5.2.2.   | Achat et puissance d'achat .....   | 45 |
| 5.2.3.   | Positions sur le marché dans le segment PPV/NVOD .....   | 48 |
| 5.3.     | Acquisition de droits de films et d'événements sportifs d'appel destinés à la programmation télévisuelle.....  | 48 |
| 5.4.     | Fourniture de capacité transpondeur sur satellite aux fins de la radiodiffusion télévisuelle .....   | 50 |

|          |   |    |
|----------|---|----|
| 6.       | OBSERVATIONS DE TIERS .....   | 51 |
| 7.       | ARTICLE 81 DU TRAITÉ ET ARTICLE 53 DE L'ACCORD EEE .....  | 52 |
| 7.1.     | Compétence .....  | 52 |
| 7.2.     | Applicabilité de l'article 81, paragraphe 1, du traité et de l'article 53, paragraphe 1, de l'accord EEE.....                               | 53 |
| 7.3.     | Arguments des parties en faveur de la délivrance d'une attestation négative pour les accords tels qu'ils ont été initialement notifiés..... | 54 |
| 7.4.     | Restriction sensible de concurrence .....   | 56 |
| 7.4.1.   | Distribution exclusive de chaînes de télévision à péage premium et obligations de non-concurrence connexes .....                            | 57 |
| 7.4.1.1. | Distribution exclusive: verrouillage du marché .....  | 57 |
| 7.4.1.2. | Obligation de non-concurrence: verrouillage du marché et effets restrictifs horizontaux .....   | 61 |
| 7.4.2.   | Distribution exclusive de chaînes cinéma de PPV/NVOD et obligation de non-concurrence .....   | 66 |
| 7.4.2.1. | Distribution exclusive: absence de verrouillage du marché .....   | 66 |
| 7.4.2.2. | Obligation de non-concurrence: verrouillage du marché et effets restrictifs horizontaux .....   | 68 |
| 7.4.2.3. | Conclusion générale sur la distribution PPV/NVOD.....   | 71 |
| 7.4.3.   | Obligation de non-concurrence sur les services de transpondeur satellite.....   | 71 |
| 7.5.     | Effet sur le commerce entre Etats-membres.....  | 72 |
| 8.       | ARTICLE 81, PARAGRAPHE 3, DU TRAITÉ ET ARTICLE 53, PARAGRAPHE 3, DE L'ACCORD EEE .....  | 73 |
| 8.1.     | Nécessité d'une exemption individuelle .....  | 73 |
| 8.2.     | Amélioration de la production ou de la distribution des produits et/ou promotion du progrès technique ou économique .....                   | 74 |
| 8.2.2    | Exclusivité concernant la télévision à péage.....   | 74 |
| 8.2.1.   | Obligations de non-concurrence sur les chaînes de télévision à péage et les chaînes de PPV.....   | 77 |
| 8.2.1.1. | Obligations de non-concurrence.....   | 78 |
| 8.2.1.2. | Interdiction pour Telenor d'acquérir les droits de films d'appel en concurrence avec Canal+ .....   | 79 |
| 8.2.1.3. | Échange d'informations, coopération et soumission conjointe .....   | 80 |
| 8.2.1.4. | Droits bilatéraux de premier refus sur la vente des droits relatifs à des événements sportifs d'appel .....                                 | 80 |
| 8.2.1.5. | Conclusion.....   | 81 |

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 8.2.2. | Obligation de non-concurrence sur les services de transpondeur satellite.....                        | 81 |
| 8.2.3. | Conclusion.....  | 82 |
| 8.3.   | Attribution d'une part équitable du profit aux consommateurs.....                                    | 82 |
| 8.4.   | Restrictions indispensables.....   | 84 |
| 8.4.1. | Exploitation exclusive des chaînes de télévision à péage.....  | 84 |
| 8.4.2. | Obligations de non-concurrence sur les chaînes de télévision à péage et les chaînes de PPV/NVOD..... | 85 |
| 8.4.3. | Obligation de non-concurrence sur les services de transpondeur satellite.....                        | 89 |
| 8.5.   | Maintien de la concurrence.....  | 90 |
| 8.6.   | Conclusion.....  | 91 |
| 9.     | DURÉE DE L'EXEMPTION.....  | 91 |
| 10.    | CONCLUSION.....  | 91 |

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté européenne,

vu l'accord sur l'Espace économique européen,

vu le règlement n° 17 du Conseil, du 6 février 1962, premier règlement d'application des articles 85 et 86 du traité<sup>1</sup>, tel qu'il a été modifié en dernier lieu par le règlement (CE) n° 1216/1999<sup>2</sup>, et notamment ses articles 2, 6 et 8, paragraphe 1,

vu la demande d'attestation négative présentée conformément à l'article 2 du règlement n° 17 et la notification effectuée en vue d'obtenir une exemption conformément à l'article 4 dudit règlement, par Telenor Broadband Services AS, le 16 novembre 2001,

vu la décision de la Commission du 19 juin 2003 d'ouvrir la procédure dans la présente affaire,

vu le résumé de la demande et de la notification, ainsi que les observations de la partie notificante, publiées conformément à l'article 19, paragraphe 3, du règlement n°17<sup>3</sup>,

après consultation du comité consultatif en matière d'ententes et de positions dominantes,

considérant ce qui suit:

## **1. INTRODUCTION**

1. La présente décision porte sur divers accords contractuels conclus en 2001 par Telenor ASA (ci-après "Telenor") et plusieurs de ses filiales, dont Telenor Broadband Services AS (ci-après "TBS") et Canal Digital AS (ci-après "Canal Digital") ainsi que Groupe Canal+ SA (ci-après "Canal+") et Canal+ Television AB (ci-après "Canal+ Nordic"). Ces accords prévoient la cession par Canal+ de sa participation de 50 % dans Canal Digital, qu'elle dirigeait auparavant avec TBS, et l'acquisition de cette participation par TBS. Les accords énoncent en outre les conditions selon lesquelles les parties entendent exercer leurs activités de télévision à péage dans la région nordique à l'issue de l'opération, en particulier la distribution aux consommateurs finals de chaînes de télévision «premium» à péage via la plate-forme satellite de radiodiffusion directe (direct-to-home, ci-après "DTH") de Canal Digital. Ces conditions prévoient notamment une série d'accords d'exclusivité et de non-concurrence conclus entre, d'une part, Canal+/Canal+ Nordic en tant que fournisseur de contenus de télévision à péage et, d'autre part, TBS/Canal Digital en tant que télédiffuseur et distributeur de DTH par satellite desdits contenus; ces accords restreignent la concurrence. Les accords

---

<sup>1</sup> JO 13 du 21.2.1962, p. 204.

<sup>2</sup> JO L 148 du 15.6.1999, p. 5.

<sup>3</sup> JO L 149 du 26.6.2003, p. 16.

notifiés prévoient en outre certains mécanismes de coopération entre les parties en ce qui concerne l'acquisition de contenus en vue de leur exploitation sur des chaînes à péage; ces mécanismes restreignent également la concurrence. La Commission considère cependant que ces accords, sous réserve qu'ils soient modifiés conformément à plusieurs engagements pris par les parties, soit n'ont plus pour objet ou pour effet une restriction de la concurrence au sens de l'article 81, paragraphe 1, du traité et de l'article 53, paragraphe 1, de l'accord EEE, soit remplissent les conditions fixées à l'article 81, paragraphe 3, du traité et à l'article 53, paragraphe 3, de l'accord EEE pour bénéficier d'une exemption.

## 2. LES PARTIES

2. La partie notifiante TBS était une filiale à 100 % de l'opérateur historique de télécommunications norvégien Telenor, sur lequel l'État norvégien exerce un contrôle exclusif. À la suite d'une réorganisation au sein du groupe Telenor en 2002, tous les droits et obligations contractuels sur lesquels portent les accords notifiés ont été transférés de TBS à une filiale nouvellement créée, Telenor Broadcast Holding AS (ci-après "Telenor Broadcast"). Telenor Broadcast fournit des services de télévision et des services à large bande aux consommateurs finals de toute la région nordique par radiodiffusion satellitaire directe (DTH), par réseaux satellitaires utilisant des antennes communes (satellite master antenna television system networks, ci-après "SMATV")<sup>4</sup> et par réseaux câblés. Depuis qu'elle a acquis le contrôle exclusif de Canal Digital, Telenor Broadcast est distributeur indépendant de chaînes de télévision par satellite DTH dans tous les pays nordiques. Telenor Broadcast gère également le réseau norvégien de radiodiffusion terrestre analogique par l'intermédiaire de sa société apparentée Norkring AS. Elle est en outre propriétaire d'importants réseaux câblés (CATV)<sup>5</sup> en Norvège (Telenor Avidi) et en Suède (Sweden On Line). De plus, Telenor Broadcast, par l'intermédiaire de sa filiale Telenor Vision, exerce des activités d'intermédiaire commercial dans la distribution en gros et au détail de chaînes de télévision, gratuites ou à péage, notamment de chaînes "mini-pay" et de chaînes financées par la publicité, aux foyers reliés à des réseaux câblés et SMATV. Enfin, par l'intermédiaire de sa filiale Telenor Satellite Broadcasting, Telenor gère les satellites nordiques Thor II et III, et offre de la capacité louée sur le satellite Intelsat 707, tous positionnés à 1° Ouest et ayant une "empreinte nordique", avec une capacité transpondeur pour la diffusion de signaux de télévision analogiques et numériques dans toute la région nordique.

---

<sup>4</sup> Les SMATV sont des réseaux satellitaires distribuant des signaux de radiodiffusion télévisuelle, reçus par des antennes paraboliques communes, aux foyers d'un immeuble ou de plusieurs immeubles contigus, et desservent essentiellement des unités de logement à occupation multiple dans les zones urbaines et suburbaines. Aux fins de la présente décision et conformément à la définition qu'en donnent les parties, les réseaux SMATV relèvent de la retransmission satellitaire directe (DTH).

<sup>5</sup> Aux fins de la présente décision, on entend par "réseaux câblés" des plates-formes de radiodiffusion télévisuelle gérant un réseau câblé d'au moins 20 000 foyers connectés, ayant un lien contractuel direct avec leurs abonnés et gérant ce lien au moyen de leurs propres dispositifs et services techniques.

3. Canal+ est la division films et télévision du groupe Vivendi Universal. Elle produit, achète et distribue des films de long métrage et des réalisations audiovisuelles, elle achète et exploite des licences de films et des droits de diffusion d'événements sportifs en vue de leur distribution en télévision à péage. Elle produit également des chaînes de télévision à péage et commercialise, par réseaux câblés et plates-formes satellitaires, des bouquets de chaînes de télévision à péage. À la suite de la cession de sa participation dans Canal Digital, Canal+ n'est plus présente dans la distribution de DTH par satellite pour la télévision à péage dans la région nordique. Toutefois, par l'intermédiaire de sa filiale Canal+ Nordic, elle continue de commercialiser en gros les chaînes de télévision à péage de Canal+ aux plates-formes de distribution de télévision multicanaux, comme Canal Digital, et aux grands réseaux câblés (CATV) de la région nordique. Canal+ Nordic produit et vend également comme grossiste des services de paiement à la séance (pay-per-view, ci-après "PPV") et de quasi vidéo à la demande (near-video-on-demand, ci-après "NVOD"), qui sont redistribués par Canal Digital et certains câblo-opérateurs nordiques. Vivendi Universal a récemment conclu avec les sociétés d'investissement en capitaux Baker Capital et Nordic Capital un accord en vertu duquel Canal+ Nordic serait cédée à ces dernières au moyen d'une vente d'actions. Cette opération, bien qu'elle vise à une modification de l'actionnariat et du contrôle de Canal+ Nordic, n'a pas d'incidence significative, dans la présente décision, sur l'analyse concurrentielle des accords notifiés.
4. Canal Digital a été créée en 1997 par la fusion de Telenor CTV, distributeur de chaînes de télévision par satellite, et NetHold, une entreprise ultérieurement reprise par Canal+. Les activités de Canal Digital portent en particulier sur la composition de bouquets, la commercialisation et la vente de chaînes de télévision (y compris à péage), ainsi que de services de PPV et de NVOD. Canal Digital est présente par l'intermédiaire de plusieurs filiales<sup>6</sup>, dans la distribution en gros et au détail de chaînes de télévision aux clients DTH (foyers de particuliers équipés d'antennes paraboliques), aux clients SMATV (hôtels, collectivités et petits câblo-opérateurs indépendants), aux petits réseaux câblés et aux opérateurs de grands réseaux câblés dans tous les pays nordiques.
5. Il convient de noter que Canal+/Canal+ Nordic ne sont pas des parties notifiantes au sens de l'article 4 du règlement n° 17, mais se sont engagées par contrat vis-à-vis de Telenor/Telenor Broadcast à participer pleinement à la procédure engagée devant la Commission. Les termes "les parties" désigneront néanmoins, ci-après, tant Telenor/Telenor Broadcast que Canal+/Canal+ Nordic.

### **3. LES ACCORDS NOTIFIES**

#### **3.1. Résumé des accords notifiés**

6. Telenor/TBS et Canal+ ont exploité Canal Digital en tant qu'entreprise commune, sur laquelle elles ont exercé un contrôle conjoint à parité, depuis 1997. Le

---

<sup>6</sup> Canal Digital est la société mère de Canal Digital Norge AS, Canal Digital Sverige AB, Canal Digital Danmark AS et Canal Digital Finland OY.

10 juillet 2001, les parties se sont mises d'accord sur l'acquisition par TBS (aujourd'hui Telenor Broadcast) de la participation de 50 % de Canal+. Parallèlement, les parties ont conclu deux accords relatifs à la distribution par Canal Digital, par DTH, SMATV et petits réseaux câblés, des chaînes de télévision à péage "premium" et des chaînes de PPV et NVOD de Canal+ Nordic dans la région nordique. Par conséquent, outre l'acquisition totale de Canal Digital par Telenor/TBS, lesdits accords visent à garantir la continuité de l'approvisionnement en contenus de télévision à péage et de leur distribution, auparavant assurée au sein d'une structure d'entreprise à intégration verticale. Le nouveau cadre contractuel établit donc un lien vertical entre, en amont, un fournisseur indépendant de contenus pour chaînes de télévision à péage "premium", à savoir Canal+ Nordic, et, en aval, une plate-forme DTH indépendante pour la distribution de services de télévision à péage aux consommateurs finals, à savoir Canal Digital; ce lien tombe essentiellement dans le champ d'application de l'article 81, paragraphe 1, du traité.

7. Les trois accords notifiés sont les suivants.
  - Un accord de vente et d'achat entre Canal+ et TBS concernant la cession à TBS de la participation de 50 % détenue par Canal+ dans Canal Digital (ci-après "l'accord de vente").
  - Un accord de distribution entre Canal+/Canal+ Nordic et Canal Digital/TBS concernant la distribution par radiodiffusion directe, via Canal Digital, des chaînes de télévision à péage "premium" de Canal+ Nordic (ci-après "l'accord de distribution").
  - Un accord prévoyant la fourniture, par Canal+ Nordic à Canal Digital, de chaînes de paiement à la séance et de NVOD (ci-après "l'accord PPV/NVOD").
8. La vente d'action entre Canal+ et Telenor sur laquelle porte l'accord de vente avait également été notifiée aux autorités de concurrence finlandaise, norvégienne et suédoise, en vue d'obtenir une autorisation au regard des diverses législations nationales en matière de concentrations. Les autorités nationales ont autorisé l'opération sans conditions et sans examiner d'éventuelles restrictions de concurrence au sens de l'article 81, paragraphe 1, du traité<sup>7</sup>. TBS a donc également demandé à la Commission de lui délivrer une attestation négative ou, à titre subsidiaire, une exemption des accords notifiés pour les éléments de ceux-ci qui sont susceptibles de relever de l'article 81 du traité. Par conséquent, la présente décision porte sur les accords notifiés, y compris l'accord de vente, dans la mesure où ils couvrent les aspects de distribution et la coopération entre Telenor/TBS/Canal Digital d'une part et Canal+/Canal+ Nordic d'autre part sur les marchés de télévision à péage en cause.

---

<sup>7</sup> Voir la décision de l'autorité finlandaise de concurrence du 17 août 2001, la lettre de classement administratif de l'autorité suédoise de concurrence du 3 septembre 2001 et la décision de l'autorité norvégienne de concurrence du 14 décembre 2001.

9. Le 21 juin 2002, toutes les parties ont notifié à la Commission un accord de règlement conclu entre Canal+ et Telenor le 13 juin 2002 concernant l'interprétation de certaines modalités et conditions des accords notifiés. Elles ont en outre informé la Commission que la conclusion des accords notifiés avait eu lieu le 17 juin 2002, sous réserve de toute modification que la Commission serait susceptible de demander dans le cadre de la présente procédure.

### **3.2. Dispositions concernées dans les accords tels qu'ils ont été initialement notifiés**

10. Les accords tels qu'ils ont été initialement notifiés contenaient les dispositions suivantes susceptibles d'affecter la concurrence.

#### *3.2.1. Exploitation exclusive de chaînes de télévision à péage*

11. Conformément à l'accord de distribution, Canal Digital avait obtenu le droit exclusif de distribuer, commercialiser et vendre des abonnements DTH et SMATV aux chaînes de télévision à péage "premium" de Canal+ Nordic dans la région nordique pendant une période d'au moins dix ans. Cette exclusivité comportait le droit d'accorder des droits de rediffusion aux petits réseaux câblés et aux opérateurs de SMATV couverts par l'expression "DTH" telle qu'elle était définie dans l'accord de distribution<sup>8</sup>. À cette fin, l'exclusivité couvrait la distribution en gros et au détail des chaînes de télévision à péage "premium" de Canal+ Nordic par DTH/SMATV.
12. Les accords de vente et de distribution protégeaient en outre l'exclusivité concédée à Canal Digital en interdisant à Canal+ et à ses sociétés apparentées de détenir ou d'exploiter une plate-forme DTH ou SMATV, ou un réseau câblé de moins de [confidentiel] foyers connectés dans la région nordique pendant la durée de l'exclusivité relative aux chaînes à péage.

#### *3.2.2. Obligations de non-concurrence sur les chaînes de télévision à péage*

13. Les accords de vente et de distribution interdisaient à Telenor/TBS de détenir, exploiter ou vendre au détail dans la région nordique par l'intermédiaire de plates-formes DTH ou SMATV pendant au moins dix ans toutes autres chaînes de télévision à péage "premium" que celles de Canal+ Nordic. Cette interdiction ne couvrait cependant pas la distribution par Telenor/TBS ou Canal Digital de chaînes de télévision à péage "premium" de tiers via les réseaux CATV détenus ou contrôlés par Telenor. Par ailleurs, Telenor/TBS ne pouvait pas non plus, pendant trois ans, proposer au détail via de tels réseaux câblés les chaînes de télévision à péage "premium" qu'elle détenait, exploitait ou contrôlait, ou dans le capital desquelles elle détenait une participation.
14. Parallèlement, l'accord de vente interdisait à Telenor d'acquérir en concurrence avec Canal+ les droits de films d'appel, à l'exception des films nordiques, en vue de composer le contenu d'une chaîne à péage "premium" destinée à être distribuée soit

---

<sup>8</sup> Les petits câblo-opérateurs sont ceux comptant moins de [confidentiel] foyers reliés. Au delà de ce chiffre, il s'agit de grands câblo-opérateurs (CATV). [confidentiel].

par DTH/SMATV, soit par réseau câblé pendant la durée des obligations de non-concurrence applicables, c'est-à-dire, respectivement, dix et trois ans.

### 3.2.3. *Information, coopération et acquisition conjointe de contenu*

15. L'accord de vente prévoyait que Telenor et Canal+ se tenaient mutuellement informées de leurs projets d'acquisition de droits de retransmission d'événements sportifs et de licences de films en vue de la distribution par DTH/SMATV, réseau câblé et TNT<sup>9</sup> dans la région nordique. Il établissait en outre un mécanisme d'acquisition conjointe de contenus audiovisuels d'une durée de dix ans pour la distribution par DTH/SMATV et de trois ans dans le cas de la distribution par réseaux câblés et par TNT. L'accord de vente comprenait en outre plusieurs droits bilatéraux de premier refus sans limitation de temps applicables à l'acquisition et à la commercialisation de droits de retransmission d'événements sportifs et de nouveaux services ou chaînes destinés à la distribution en télévision (à péage) et à la distribution via de nouvelles technologies et plates-formes média tels que le xDSL<sup>10</sup> et l'internet à large bande.

### 3.2.4. *Exploitation exclusive des chaînes PPV/NVOD*

16. En vertu de l'accord PPV/NVOD, Canal Digital était titulaire du droit exclusif et de l'obligation de distribuer toutes les chaînes cinéma de PPV/NVOD diffusées par Canal+ Nordic dans le cadre d'un service multicanaux par DTH/SMATV, petits réseaux câblés et réseaux CATV de Telenor dans la région nordique pendant une période minimale de cinq ans. Canal Digital pouvait également distribuer en exclusivité (elle avait le droit et l'obligation d'octroyer des sous-licences) les chaînes cinéma PPV/NVOD de Canal+ Nordic à d'autres câblo-opérateurs que Telenor pendant au moins deux ans. À cette fin, l'exclusivité couvre la distribution en gros et au détail des chaînes cinéma PPV/NVOD de Canal+ Nordic, selon que Canal Digital conclut ou non des contrats d'abonnement directement avec les consommateurs finals.

### 3.2.5. *Obligations de non-concurrence sur les chaînes PPV/NVOD*

17. L'accord PPV/NVOD interdisait principalement à Canal Digital de distribuer des chaînes cinéma (premium) PPV/NVOD autres que celles proposées par Canal+ Nordic, pendant une période minimale de cinq ans. Canal Digital pouvait toutefois, après avoir engagé une procédure de négociation avec Canal+ Nordic, être exceptionnellement autorisée à fournir d'autres chaînes cinéma PPV/NVOD ou d'autres services PPV/NVOD proposés par des tiers, à condition de réserver à Canal+ Nordic une capacité transpondeur minimale sur satellite.

---

<sup>9</sup> TNT est l'acronyme de "transmission" ou "télévision numérique terrestre" ("digital terrestrial transmission" ou "television", ou DTT).

<sup>10</sup> DSL est l'acronyme de Digital Subscriber Line, technologie et infrastructure numériques à large bande recourant à un câble téléphonique en cuivre.

3.2.6. *Obligation de non-concurrence sur les services de transpondeur satellite*

18. L'accord de vente faisait obligation à Canal+ de ne diffuser ses chaînes payantes et les services connexes que via des satellites appartenant à Telenor ou exploités par elle, et/ou situés à 1°Ouest pour la réception DTH dans la région nordique, pendant une période équivalente à la durée de l'obligation de non-concurrence sur les chaînes de télévision à péage, soit au moins dix ans.

**3.3. Les engagements pris par les parties en vue de modifier les accords tels qu'ils ont été initialement notifiés**

19. Après un examen préliminaire, la Commission avait communiqué aux parties ses préoccupations en matière de concurrence, en ce qui concerne la longue durée des clauses d'exclusivité et de non-concurrence, ainsi que les diverses dispositions relatives à la coordination horizontale et à l'acquisition conjointe. À cet égard, elle avait informé les parties que ces dispositions aboutiraient à exclure des marchés en cause en amont et en aval (distribution en gros et au détail de chaînes de télévision à péage), pendant une période prolongée, les nouveaux entrants potentiels, et que la création, par Telenor/Canal Digital, de leur propre chaîne de télévision à péage serait impossible avant un délai extrêmement long. En vue d'apaiser ces préoccupations, les parties ont proposé de réduire significativement la durée et la portée des clauses concernées dans les accords notifiés, voire de supprimer complètement certaines d'entre elles.
20. Plus précisément, en vue d'atténuer, sur le segment en aval de la télévision à péage DTH, l'effet d'exclusion d'entrants potentiels qui résulte des dispositions relatives à l'exclusivité, les parties ont proposé:
- de ramener à un maximum de quatre ans la durée de l'exclusivité sur la télévision à péage de Canal Digital et l'interdiction pour Canal+ de détenir ou d'exploiter une plate-forme de DTH/SMATV concurrente;
  - de réduire le champ d'application de l'exclusivité sur la télévision à péage en restreignant la définition de la distribution par DTH/SMATV aux réseaux câblés de moins de [**confidentiel**] foyers connectés;
21. En vue d'atténuer l'effet d'exclusion des entrants potentiels du côté de l'offre sur le marché en amont de la fourniture en gros de télévision à péage et les effets restrictifs résultant de la coopération horizontale, les parties ont proposé:
- de ramener à un maximum de trois ans la durée des obligations de non-concurrence de Telenor/Canal Digital sur la télévision à péage et des dispositions en matière d'acquisition conjointe, notamment des droits bilatéraux de premier refus relatifs aux droits de retransmission d'événements sportifs;
  - de restreindre le champ d'application de la clause d'acquisition conjointe au contenu audiovisuel d'appel destiné à l'exploitation sur des chaînes de télévision à péage;

- de ramener à une durée de trois ans maximum l'obligation de non-concurrence de Canal Digital sur les chaînes cinéma PPV/NVOD.
- 22. En vue d'atténuer l'effet d'exclusion des entrants potentiels du côté de l'offre sur le marché en amont de la fourniture de capacité transpondeur pour la radiodiffusion télévisuelle, les parties ont proposé:
  - de ramener à une durée de cinq ans maximum l'obligation de non-concurrence de Canal+ sur les services de transpondeur satellite.
- 23. Enfin, en vue d'éviter le cloisonnement de plusieurs segments de marché voisins, comme la TNT et les nouveaux médias, du fait des clauses qui permettaient aux parties de tirer profit de leur puissance de marché dans ces segments et d'étendre leur coopération (verticale et horizontale) à la distribution et à l'exploitation de tout type de contenu à large bande, les parties ont proposé:
  - d'éliminer les droits bilatéraux de premier refus concernant l'acquisition et la commercialisation de contenus, de nouveaux services et de nouvelles chaînes via la TNT et les plates-formes de nouveaux médias.
- 24. Après avoir pris connaissance de cette proposition, la Commission a informé les parties qu'elle avait l'intention d'autoriser les accords notifiés sous réserve de leur modification, et de donner aux tiers la possibilité de présenter leurs observations sur la proposition après la publication d'une communication conformément à l'article 19, paragraphe 3, du règlement n° 17. Ladite communication a été publiée au Journal officiel de l'Union européenne du 26 juin 2003 et a suscité des réactions de la part de plusieurs tiers intéressés. Les observations des tiers, qui sont résumées à la section 6 ci-après, n'ont pas incité la Commission à revenir sur son appréciation préliminaire favorable en ce qui concerne les modifications envisagées aux accords notifiés. Après avoir reçu, par lettres du 30 septembre 2003, la confirmation des parties qu'elles allaient modifier et mettre en œuvre les accords notifiés conformément aux engagements ci-dessus, la Commission a adopté la présente décision.

#### **4. LE MARCHE EN CAUSE**

##### **4.1. Marchés de produits**

###### *4.1.1. Aperçu des marchés concernés*

- 25. La Commission considère que les effets des accords notifiés doivent faire l'objet d'une appréciation sur les marchés suivants.
  - (a) Les marchés de la distribution au détail de services de télévision à péage et de PPV/NVOD via des plates-formes de DTH par satellite, par câble ou par transmission terrestre aux foyers équipés d'une antenne de DTH satellite ou terrestre et à ceux reliés à une plate-forme SMATV, à de petits ou à de grands réseaux câblés, marchés sur lesquels Canal Digital est présente en tant que plus important distributeur nordique de télévision DTH par satellite.

- (b) Les marchés de la fourniture en gros de chaînes de télévision à péage "premium" et de chaînes cinéma PPV/NVOD à des plates-formes de distribution de télévision multicanaux, telles que distributeurs de télévision DTH par satellite, réseaux de télévision numérique terrestre (ci-après "TNT") et réseaux câblés, marchés sur lesquels Canal+ Nordic est présente en tant que plus important fournisseur nordique de chaînes de télévision à péage.
- (c) Les marchés de la fourniture de droits de diffusion de films, de retransmission d'événements sportifs et d'autres droits de contenus audiovisuels d'appel destinés à des programmes de télévision à péage sur lesquels Canal+ Nordic est présente en tant que l'un des acheteurs les plus importants de la région nordique.
- (d) Les marchés émergents de la distribution en gros et au détail de contenus via les plates-formes de nouveaux médias.
- (e) Le marché de la fourniture de capacité transpondeur sur satellite pour la radiodiffusion télévisuelle, sur lequel Telenor est le plus gros fournisseur nordique.

4.1.2. *Les marchés de la distribution au détail de services de télévision à péage DTH par satellite, réseau terrestre et réseau câblé*

4.1.2.1. Observations préliminaires

*Notion de "services de télévision à péage"*

26. L'expression "services de télévision à péage" sera utilisée ci-après pour désigner la distribution en gros et au détail de services et de chaînes de télévision à péage "premium" et PPV/NVOD sur lesquels portent les accords notifiés. Les chaînes de télévision à péage de ce type proposent un contenu de haute qualité qui séduit particulièrement les téléspectateurs, d'où la désignation "premium", notamment des films récents, tels que les films hollywoodiens en "première fenêtre", et des événements sportifs de premier plan, tels que les compétitions de football européennes et nationales, et en particulier la diffusion en direct de ces événements<sup>11</sup>. Dans le modèle économique en vigueur en Europe, et notamment dans la région nordique, ce type de contenu attrayant est utilisé comme principal produit d'appel pour la vente d'abonnements payants très appréciés à des chaînes "premium" comme celles des fournisseurs nordiques de télévision à péage Canal+ Nordic et Viasat (par exemple, TV1000), la filiale du groupe Modern Times (Modern Times Group, ci-après "MTG"). Tandis que les autres chaînes de télévision sont généralement composées de contenus d'intérêt "secondaire" pour les téléspectateurs et distribuées par des plates-formes de télévision multicanaux par

---

<sup>11</sup> Voir décisions de la Commission du 13 octobre 2000 dans l'affaire COMP/M.2050 – Vivendi/Canal+/Seagram, considérants 18 à 21; du 2 avril 2003 dans l'affaire COMP/M.2876 – Newscorp/Telepiù, considérants 55 et suivants; du 23 juillet 2003 dans l'affaire COMP/C.2-37.398 – Vente centralisée des droits commerciaux sur la Ligue des champions de l'UEFA, considérants 71 et suivants.

l'intermédiaire de bouquets de base à prix réduit (généralement appelés "basic-tier" ou service de base), les chaînes de télévision à péage "premium" sont commercialisées séparément ou en supplément de bouquets de base et ont pour effet de fixer le prix de l'abonnement à un niveau relativement élevé. Par conséquent, du point de vue du consommateur final désireux de s'abonner à des services de télévision à péage "premium", les services de télévision de base ne constituent pas un produit de substitution, mais plutôt une offre complémentaire qui peut ou non être incluse dans l'offre d'abonnement "premium"<sup>12</sup>. Du point de vue des diffuseurs de télévision à péage, les contenus d'appel très attrayants nécessaires pour composer et commercialiser avec succès ces chaînes à péage sont une denrée rare ne présentant que peu de possibilités de substitution, ce qui les incite fortement à acquérir un droit d'exclusivité, qui entraîne un prix d'achat particulièrement élevé fixé par les titulaires des droits<sup>13</sup>.

27. Eu égard à ces caractéristiques, la fourniture de chaînes de télévision financées par la publicité et de chaînes de télévision "mini-pay", comme les chaînes thématiques et d'intérêt général, par des plates-formes de télévision multicanaux n'est pas considérée, aux fins de la présente décision, comme un service de télévision à péage au sens restreint défini ci-dessus<sup>14</sup>. En outre, la question de savoir si la commercialisation de chaînes "mini-pay" relève de la télévision à péage dans un sens plus large ou d'un marché distinct de ceux des services de télévision à péage "premium", d'une part, et de télévision à accès libre, d'autre part, peut être laissée en suspens en l'espèce<sup>15</sup>.

#### *Distinction entre télévision à péage et télévision à accès libre*

28. Il convient également de rappeler, dans ce contexte, que selon l'approche constamment retenue par la Commission, la télévision à péage est considérée comme un marché de produit distinct de celui de la télévision à accès libre. Si, dans le cas de la télévision à accès libre, il n'existe de relation commerciale qu'entre le fournisseur de programmes et le secteur de la publicité, dans celui de la télévision

---

<sup>12</sup> La composition exacte des "bouquets" de chaînes de télévision proposés par les plates-formes multicanaux nordiques varie considérablement. Cependant, la vaste majorité des câblo-opérateurs nordiques proposent les chaînes à péage "premium" de Canal+ Nordic et/ou de MTG/Viasat dans des "bouquets" séparés que les consommateurs peuvent choisir individuellement. De plus, l'opérateur DTH Canal Digital propose les chaînes "premium" de Canal+ Nordic également en combinaison avec un bouquet plus large de chaînes dans chacun des pays nordiques, tandis que son concurrent Viasat ne propose les chaînes "premium" de TV1000 que dans le cadre d'un bouquet large ("gold package" d'au moins 30 chaînes).

<sup>13</sup> Voir, par exemple, décision de la Commission du 23 juillet 2003 dans l'affaire COMP/C.2-37.398 – Vente centralisée des droits commerciaux sur la Ligue des champions de l'UEFA, considérant 70, concernant l'acquisition de droits de retransmission d'événements sportifs.

<sup>14</sup> Voir également décision 2001/98/CE de la Commission dans l'affaire IV/M.1439 – Telia/Telenor, JO L 40 du 9.2.2001, p. 1, considérant 277, et décision de la Commission du 2 avril 2003 dans l'affaire COMP/M.2876 – Newscorp/Telepiù, considérant 74.

<sup>15</sup> Voir également décision 1999/242/CE de la Commission dans l'affaire IV/36.237 – TPS, JO L 90 du 2.4.1999, p. 6, considérants 37 à 39; décision 1999/781/CE de la Commission dans l'affaire IV/36.539 – British Interactive Broadcasting/Open, JO L 312 du 6.12.1999, p. 1, considérant 28.

payante, il existe aussi une relation commerciale entre le fournisseur de programmes et le téléspectateur en tant qu'abonné. Les conditions de concurrence sont donc différentes pour ces deux types de radiodiffusion télévisuelle. Alors que les parts d'audience et les taux de publicité sont des paramètres essentiels dans le cas de la télévision à accès libre financée par la redevance et par la publicité, les facteurs-clés dans le cas de la télévision à péage sont la composition des programmes, qui doivent correspondre aux centres d'intérêt des groupes cibles, et le nombre d'abonnements. Dans la présente affaire, et conformément à ses conclusions dans la récente décision *Newscorp/Telepiù*<sup>16</sup>, la Commission ne discerne aucune raison de s'écarter de sa pratique décisionnelle antérieure à cet égard.

#### *Distinction entre télévision à péage analogique et télévision à péage numérique*

29. Dans le cadre de la définition du marché, la Commission n'a pas non plus fait de distinction entre la radiodiffusion télévisuelle analogique et numérique, cette dernière étant sans doute appelée à remplacer la première dans un avenir prévisible<sup>17</sup>. Ce point de vue est confirmé en l'espèce par l'évolution du secteur de la télévision dans les pays nordiques, où le passage de la télévision analogique à la télévision numérique est très rapide, notamment pour la retransmission DTH par satellite<sup>18</sup>.

#### *Distinction entre les divers modes de transmission pour la télévision à péage*

30. Les services de télévision à péage "premium" peuvent être fournis d'une manière plus ou moins uniforme par satellite, par réseaux câblés ou par voie terrestre, en particulier dans le cas de la radiodiffusion numérique. Dans la région nordique, les chaînes de télévision à péage "premium" sont essentiellement distribuées par satellite en DTH à des foyers équipés d'antennes paraboliques, aux foyers équipés en SMATV et aux foyers reliés à des réseaux câblés petits ou grands (CATV). La question a été soulevée, pendant la procédure administrative, de savoir si la fourniture de services de télévision à péage "premium" via ces diverses infrastructures de transmission constituait un marché de produit unique ou s'il fallait considérer qu'elle se divisait en au moins deux marchés distincts, à savoir l'un pour la DTH et l'autre pour la distribution de télévision à péage par câble dans les pays nordiques.

31. Cet aspect est examiné de manière plus détaillée ci-après.

---

<sup>16</sup> Voir décision de la Commission du 2 avril 2003 dans l'affaire COMP/M.2876 – *Newscorp/Telepiù*, considérants 34 à 39.

<sup>17</sup> Voir également décision 1999/242/CE de la Commission dans l'affaire IV/36.237 – TPS, JO L 90 du 2.4.1999, p. 6, considérant 26; décision 1999/781/CE de la Commission dans l'affaire IV/36.539 – British Interactive Broadcasting/Open, JO L 312 du 6.12.1999, p. 1, considérants 24 et 25; décision de la Commission du 2 avril 2003 dans l'affaire COMP/M.2876 – *Newscorp/Telepiù*, considérants 18 et suivants, en particulier considérants 40 à 42.

<sup>18</sup> Voir IDATE, *Le marché mondial de la télévision*, tome 1: Les marchés, 2003, p. 124, 125, 140, 141, 205 et 206.

4.1.2.2. Le point de vue des parties en ce qui concerne la définition du marché selon le mode de transmission de la télévision à péage

32. Les parties considèrent que les divers modes de transmission pour la distribution au détail de services de télévision à péage constituent des marchés de produit distincts et précisément définis dans la région nordique. Le marché de la distribution au détail de télévision à péage par satellite en DTH, ainsi que celle par petits réseaux câblés et SMATV, se distingue, selon les parties, des marchés de détail recourant à d'autres modes de transmission de la télévision à péage, notamment les grands réseaux câblés et la transmission terrestre. À l'appui de ce point de vue, elles invoquent notamment des décisions parmi les premières que la Commission a adoptées dans ce domaine, *MSG Media Service* et *Nordic Satellite Distribution*<sup>19</sup>.
33. Dans cette dernière affaire, la Commission a considéré que la distribution de la télévision à péage par satellite en DTH dans la région nordique constituait un marché distinct de la télévision à péage distribuée par réseaux câblés, pour des raisons d'ordre essentiellement technique et financier, à savoir:
- une structure différente des dépenses, tant pour les consommateurs que pour les fournisseurs de programmes, entre télévision par câble et télévision DTH par satellite;
  - une limite à l'installation de réseaux câblés dans la région nordique, due à des conditions géographiques ou régionales: obstacles topographiques et dispersion de la population sur une aire géographique étendue, qui empêchent la distribution par câble d'être un produit de substitution rentable de la télévision DTH par satellite ou terrestre;
  - des obstacles matériels et juridiques à l'extension de la DTH en raison d'interdictions locales d'installer des antennes paraboliques, par exemple pour des motifs esthétiques, et l'attitude restrictive des propriétaires et des copropriétés dans le cas des logements à occupation multiple;
  - un "effet d'ancrage", en ce sens que les foyers déjà câblés ou équipés d'un récepteur satellite ne sont généralement pas disposés à réaliser un investissement supplémentaire dans un autre mode de transmission de services de télévision.
34. Invoquant ces conclusions, Telenor soutient pour l'essentiel que les réseaux câblés et les plates-formes DTH ne sauraient, que ce soit du point de vue de la chaîne de télévision ou de celui du client, être considérés comme substituables l'un à l'autre pour la distribution au détail de services de télévision à péage. Les radiodiffuseurs, qui recherchent le taux de pénétration le plus élevé parmi les clients et la maximisation des revenus tant de la publicité que des abonnements, considèrent les réseaux câblés et les plates-formes DTH comme des modes de distribution

---

<sup>19</sup> Décision 94/922/CE de la Commission dans l'affaire IV/M.469 – *MSG Media Service*, JO L 364 du 31.12.1994, p. 1; décision 96/177/CE de la Commission dans l'affaire IV/M.490 – *Nordic Satellite Distribution*, JO L 53 du 2.3.1996, p. 20.

davantage complémentaires que substituables l'un à l'autre. Du point de vue des clients, estiment-ils, les réseaux câblés ne constituent pas des produits de remplacement, car la vaste majorité des foyers équipés en DTH, en particulier hors des zones urbaines, n'y sont pas reliés. De plus, les foyers câblés, notamment ceux de logements à occupation multiple, reçoivent les services de télévision ainsi distribués par l'intermédiaire du propriétaire et leur prix est compris dans le loyer. Ils seraient empêchés de passer aux services de télévision à péage proposés par des opérateurs de DTH par satellite en raison d'interdictions locales, édictées notamment par les propriétaires, d'installer des antennes paraboliques, et de difficultés, pour les propriétaires de logements, à recevoir les services de satellites positionnés à 1° Ouest ou à 5° Est. En outre, les services de DTH ne seraient pas en mesure de concurrencer les services des câblo-opérateurs, en particulier dans l'environnement numérique, et notamment les services d'internet bidirectionnel, qui permettent de proposer à bas prix un nombre croissant de chaînes. La disponibilité de ces services de télévision à péage par câble créerait un "effet d'ancrage", c'est-à-dire que les clients ne seraient pas susceptibles d'encourir des frais et de consentir des efforts supplémentaires pour recevoir des services de télévision à péage en DTH. Enfin, Telenor affirme que la cible essentielle des opérateurs de DTH sont les foyers individuels non reliés au câble, qui représentent, aux yeux des fournisseurs de chaînes de télévision, un potentiel de croissance considérable. À l'inverse, pour les câblo-opérateurs, qui sont confrontés à un certain ralentissement de la croissance de leurs réseaux en raison des obstacles topographiques et de la grande dispersion de la population des pays nordiques, ces foyers ne constitueraient pas une cible de premier plan.

#### 4.1.2.3. Les décisions antérieures de la Commission

35. À la suite de ses premières décisions dans les affaires *MSG* et *Nordic Satellite Distribution*, précitées, la Commission a adopté la position suivante en ce qui concerne la fourniture de services de télévision à péage via divers modes de transmission dans divers pays de l'Union européenne.
36. Dans l'affaire *BIB/Open*, la Commission a considéré qu'il existait un marché unique de la télévision à péage au Royaume-Uni, sans distinction entre les divers modes de transmission: numérique, terrestre, satellitaire (analogique ou numérique) et par câble<sup>20</sup>. Ces services de télévision à péage ont été traités comme substituables l'un à l'autre du point de vue du consommateur, leur composition et leur prix étant analogues. De plus, la Commission n'a pas estimé que le fait que les clients par satellite aient acquis l'équipement adéquat créait un effet d'ancrage à ce point important qu'il rendrait improbable le passage aux services de câblo-opérateurs. L'existence d'un lien concurrentiel entre la télévision payante par câble et par satellite a été démontrée par le fait que le taux de pénétration de BSkyB pour la télévision payante par satellite était nettement inférieur dans les zones où elle était confrontée à la concurrence de câblo-opérateurs que dans les zones sans réseau câblé. En outre, le "taux de rotation" de BSkyB, c'est-à-dire le nombre de clients résiliant leur abonnement, était nettement plus élevé dans les zones câblées que

---

<sup>20</sup> Décision 1999/781/CE de la Commission dans l'affaire IV/36.539 – British Interactive Broadcasting/Open, JO L 312 du 6.12.1999, p. 1.

dans les zones non câblées, preuve que des clients de BSkyB choisissaient la télévision payante par câble<sup>21</sup>.

37. La Commission a appliqué le même raisonnement au marché français de la télévision à péage dans l'affaire *TPS*<sup>22</sup>. Elle a, d'une part, considéré qu'en France, les câblo-opérateurs, les plates-formes satellite et les plates-formes terrestres offraient le même choix de chaînes de télévision aux consommateurs. De plus, les plates-formes satellite appliquent une politique de prix uniforme dans toute la France, sans différence selon que la zone est câblée ou non<sup>23</sup>. D'autre part, dans les zones câblées où les consommateurs ont le choix entre satellite et câble, le fait que la télévision par satellite soit généralement soumise à plusieurs contraintes (par exemple, les règles administratives relatives aux immeubles à appartements) concernant l'installation d'antennes paraboliques n'est pas une raison suffisante pour traiter le câble et le satellite comme deux marchés de télévision à péage distincts. Au contraire, une pénétration faible, voire très faible du satellite dans les zones câblées tendrait à prouver que la télévision payante par câble constitue, dans les endroits où elle est effectivement proposée, un produit de substitution de la télévision payante par satellite, car les consommateurs préfèrent la commodité de la connexion par câble aux formalités généralement liées à l'installation d'une antenne parabolique. La Commission en a conclu que le marché français de la télévision à péage comprenait les trois modes de transmission: terrestre, satellite et câble<sup>24</sup>.
38. Dans l'affaire de concentration plus récente *Telia/Telenor*, la Commission a effectué une enquête et une analyse approfondies concernant, précisément, la substituabilité entre la distribution de la télévision à péage par DTH et par câble dans la région nordique<sup>25</sup>. Elle a constaté que s'il existe effectivement certaines différences techniques et commerciales entre ces deux modes de distribution, celles-ci ne sont pas nécessairement plus importantes qu'entre, par exemple, deux câblo-opérateurs concurrents. De plus, la distinction supposée existant entre le câble et la DTH serait susceptible, à terme, d'être moins pertinente étant donné le nouvel environnement numérique et le contexte de convergence des divers types de services numériques, comme la télévision à péage et les services interactifs, proposés via diverses infrastructures de transmission. Cette tendance entraînerait la conclusion d'un plus grand nombre de liens contractuels individuels des fournisseurs de services directement avec les foyers plutôt qu'avec les propriétaires ou les copropriétés en tant que représentants desdits foyers. De même, tous les distributeurs de télévision à péage au détail, qu'ils proposent leurs chaînes sur le

---

<sup>21</sup> Ibidem, considérant 26.

<sup>22</sup> Décision 1999/242/CE de la Commission dans l'affaire IV/36.237 – TPS, JO L 90 du 2.4.1999, p. 6.

<sup>23</sup> Ibidem, considérant 29. Il convient également de relever que le niveau global de pénétration du câble (nombre d'abonnés au câble par rapport au nombre de foyers possédant un téléviseur) en France était, à l'époque, de 10 % (ibidem, considérant 30).

<sup>24</sup> Ibidem, considérant 30.

<sup>25</sup> Voir décision 2001/98/CE de la Commission dans l'affaire IV/M.1439 – Telia/Telenor, JO L 40 du 9.2.2001, p. 1, considérants 267 et suivants, en particulier les considérants 270 à 276.

câble ou par DTH, s'engageraient dans un nombre croissant de contrats d'abonnement individuels avec les foyers sans passer par les propriétaires en tant qu'intermédiaires, qui joueraient par conséquent un rôle moins important dans le circuit de distribution. Enfin, les consommateurs évalueront la nouvelle offre numérique en fonction de sa capacité d'offrir un éventail de services large et attrayant. Il est peu probable que la majorité des clients ait une forte prédilection pour un moyen technique particulier de transmission des nouveaux services numériques, que ce soit la DTH, le câble à large bande ou le câble-satellite allié à un réseau de télécommunications en cuivre traditionnel comme voie de retour pour les services interactifs<sup>26</sup>. Cependant, la délimitation exacte du marché a finalement été laissée en suspens dans cette affaire.

39. Dans l'affaire *YLE/TDF/Digita/JV*, la Commission a considéré que "la transmission terrestre de programmes de radio et de télévision à haute/basse fréquence en Finlande constitue un marché de produits distinct de la transmission par câble et par satellite"<sup>27</sup>. Cette constatation portait cependant essentiellement sur la radiodiffusion sonore et télévisuelle à accès libre en Finlande, où la délivrance des licences de radiodiffusion est sujette à la fourniture, par les radiodiffuseurs, d'une couverture universelle de la population finlandaise, très dispersée sur le territoire. Par conséquent, les réseaux câblés finlandais dont le taux de couverture n'atteignait que 45 % des foyers équipés d'un téléviseur n'auraient pas constitué une solution de remplacement viable par rapport à la transmission terrestre<sup>28</sup>.
40. Enfin, il convient de noter que ni le nouveau cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques, ni la recommandation, qui l'accompagne, concernant les marchés pertinents de produits et de services, ne sont applicables pour définir le marché en l'espèce<sup>29</sup>. L'exposé des motifs de la recommandation exclut explicitement de son champ d'application la définition des marchés de détail liés à la radiodiffusion<sup>30</sup>. Par conséquent, et

---

<sup>26</sup> Ibidem, considérants 269 à 276.

<sup>27</sup> Décision de la Commission du 26 juin 2001 dans l'affaire COMP/M.2300 – *YLE/TDF/Digita/JV*, considérant 16.

<sup>28</sup> Ibidem, considérant 17.

<sup>29</sup> Voir lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques (2002/C 165/03), JO C 165 du 11.7.2002, p. 6, points 38 et suivants, en particulier points 45 à 50; recommandation de la Commission du 11 février 2003 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante conformément à la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques (2003/311/CE), JO L 114 du 8.5.2003, p. 45, et son exposé des motifs publié à l'adresse suivante: [http://europa.eu.int/information\\_society/topics/telecoms/regulatory/maindocs/documents/explanmemo\\_fr.pdf](http://europa.eu.int/information_society/topics/telecoms/regulatory/maindocs/documents/explanmemo_fr.pdf).

<sup>30</sup> Ibidem, exposé des motifs, p. 40, point 4.4, deuxième paragraphe.

conformément à l'article 15, paragraphe 1, de la directive-cadre<sup>31</sup>, la recommandation et l'exposé des motifs sont sans préjudice, en l'espèce, de la délimitation du marché en ce qui concerne la fourniture au détail de services de télévision à péage par différentes infrastructures de transmission.

#### 4.1.2.4. Appréciation

41. Comme dans sa décision *Telia/Telenor*, la Commission a relevé des indices selon lesquels la délimitation du marché concernant, notamment, la retransmission par câble et par satellite de services de télévision à péage "premium" dans la région nordique était, pour plusieurs raisons, plus complexe que ce qu'affirment les parties. Il est exact que les services de télévision à péage par câble sont pratiquement indisponibles dans les zones éloignées et à faible densité de population de la région nordique, caractéristique que les pays nordiques partagent toutefois avec d'autres États membres de l'Union européenne, comme la France. De plus, il semble que les grands réseaux câblés nordiques aient atteint un certain degré de maturité et que la plupart des câblo-opérateurs, essentiellement pour les raisons topographiques et démographiques qu'ils avancent, considèrent en réalité qu'une nouvelle extension du réseau est pratiquement impossible, du point de vue tant technique qu'économique. La radiodiffusion par satellite et/ou terrestre continuera par conséquent d'être la principale, sinon la seule, infrastructure disponible pour la transmission de signaux de télévision à péage dans les zones rurales à faible densité de population des pays nordiques où, au mieux, la réception par SMATV ou par petits réseaux câblés équipés d'antennes satellite pourra se développer à l'avenir. Ces obstacles à la substitution pour une partie des foyers nordiques équipés d'un téléviseur n'ont cependant pas nécessairement pour effet que les services de télévision à péage par câble et par DTH appartiennent à des marchés de produits distincts dans la région nordique.
42. Il convient, premièrement, de prendre en considération le fait qu'en moyenne, plus de 50 % des foyers dans la région nordique possédant un téléviseur sont reliés à des réseaux câblés<sup>32</sup>. Un plus grand nombre de foyers encore se trouvent à proximité du câble<sup>33</sup>. Il en découle que la moitié au moins des téléspectateurs dans les pays nordiques ont la possibilité d'accéder aux services de télévision à péage "premium" principalement via soit le câble, soit la DTH<sup>34</sup>.

---

<sup>31</sup> Directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques, JO L 108 du 24.4.2002, p. 33.

<sup>32</sup> Voir Screen Digest, Europe's Cable Power Players, juin 2001, p. 183; Screen Digest, European Cable Yearbook, 2002, p. 55, 67, 121 et 157; IDATE, Le marché mondial de la télévision, tome 1: Les marchés, 2003, p. 123, 139 et 203, qui présente la proportion de foyers câblés sur le total des foyers possédant un téléviseur en 2002 au Danemark (60,7 %), en Finlande (40 %) et en Suède (62,5 %).

<sup>33</sup> Voir Screen Digest, European Cable Yearbook, 2002, p. 16, qui donne une fourchette comprise entre 63 % et 68 %, le taux le plus élevé étant relevé en Suède et le moins élevé, en Finlande.

<sup>34</sup> En 2001, les câblo-opérateurs nordiques comptaient au total environ 5 310 000 abonnés, pour le service de base, le service étendu et les services de télévision à péage "premium" dans la région nordique, tandis que le nombre total de détenteurs de cartes à puces des opérateurs de DTH s'élevait à

43. Deuxièmement, MTG/Viasat et Canal+ Nordic, les seuls fournisseurs de chaînes de télévision à péage "premium" actuellement présents dans la région nordique, proposent respectivement leurs chaînes à la fois par l'intermédiaire de plateformes DTH/SMATV (Canal+ Nordic exclusivement par l'intermédiaire de Canal Digital et MTG exclusivement par l'intermédiaire de Viasat), et sur la majorité des réseaux câblés de la région. La composition de ces offres est approximativement la même et les prix sont identiques sur toutes les plateformes dans chaque pays<sup>35</sup>, l'équipement technique de réception mis à la disposition tant par les opérateurs de DTH que par les câblo-opérateurs étant généralement compatible avec la télévision à péage<sup>36</sup>. Par conséquent, les clients situés dans des zones câblées ont en principe la possibilité d'accéder à des contenus de télévision à péage "premium" similaires, voire identiques, par l'un ou l'autre des modes de transmission disponibles, à un prix d'abonnement égal. En outre, conformément aux constatations de la Commission dans la décision *Telia/Telenor*, le passage au numérique, actuellement en cours, provoquera une convergence encore plus accentuée des services de télévision à péage fournis par câble et par DTH, notamment du nombre et de la qualité des chaînes, et estompera donc de manière croissante la distinction entre les diverses offres de télévision proposées par l'intermédiaire des différents modes de transmission, tant du point de vue des fournisseurs de ces services que de celui des consommateurs finals<sup>37</sup>.
44. Troisièmement, il semble que l'"effet d'ancrage" invoqué devienne moins important du point de vue des consommateurs finals dans les pays nordiques en raison de la numérisation en cours, de la plus grande multifonctionnalité et de la réduction des coûts pour la fourniture de l'équipement technique nécessaire, en particulier les antennes paraboliques et les décodeurs. Il est vrai que les décodeurs qu'utilisent les

---

environ 1 850 000 clients (dont approximativement 50 % d'abonnements à la télévision à péage "premium"); voir également Screen Digest, *Europe's Cable Power Players*, juin 2001, p. 183.

- <sup>35</sup> Ainsi, Telenor Avidi et UPC pour la Norvège, Telia Stofa et TDC Kabel TV pour le Danemark, Tampereen Tietoverkko Oy et Helsinki Televisio Oy pour la Finlande, ainsi que ComHem, UPC et Kabelvision pour la Suède distribuent les chaînes de télévision à péage "premium" fournies par Canal+ Nordic et Viasat. Le fait que les prix des abonnements soient identiques dans chacun des pays est dû à la politique respective de prix unique de Canal+ Nordic et de Viasat dans chaque pays nordique; voir, par exemple, <http://www.viasat.se/htmlpages/tv1000/index.html>; <http://www.canalplus.no/>.
- <sup>36</sup> Traditionnellement, un grand nombre de foyers des pays nordiques captant les services de télévision à péage par DTH sont équipés d'antennes paraboliques à double tête ("Nordenparabol") qui peuvent recevoir des signaux de télévision provenant de 1° Ouest et de 5° Est, ainsi que de décodeurs à deux fentes leur permettant d'utiliser à la fois les cartes à puce de Canal Digital et de Viasat. Les câblo-opérateurs proposent également à leurs abonnés les décodeurs (analogiques ou numériques) nécessaires pour recevoir les chaînes de télévision à péage "premium" de Canal+ Nordic et de MTG/Viasat.
- <sup>37</sup> Voir décision 2001/98/CE de la Commission dans l'affaire IV/M.1439 – *Telia/Telenor*, JO L 40 du 9.2.2001, p. 1, considérants 274 à 276. L'état actuel de l'introduction des services de télévision numérique dans la région nordique via tous les modes de transmission fait l'objet du document de l'IDATE "Le marché mondial de la télévision, tome 1: Les marchés", 2003, p. 123, 139 et 203; Concernant la numérisation en cours des offres de télévision sur les réseaux câblés dans la région nordique, voir en particulier Screen Digest, *European Cable Yearbook*, 2002, p. 55, 67, 121 et 157.

câblo-opérateurs et les opérateurs de plates-formes DTH nordiques ne sont actuellement pas équipés d'un syntoniseur à la fois pour le câble et la réception DTH satellitaire<sup>38</sup>. Le montage de plusieurs syntoniseurs dans un même dispositif de réception devient cependant commercialement faisable aujourd'hui que les coûts des récepteurs numériques ont chuté grâce à des économies d'échelle. De plus, les radiodiffuseurs nordiques de télévision à accès libre et de télévision à péage sont tous convenus d'utiliser l'intergiciel ouvert ou interface du programme d'application (Application Programme Interface, ci-après "API") Multimedia-Home-Platform (ci-après "MHP"). Le recours à des syntoniseurs multiples et l'introduction progressive de l'intergiciel MHP permettraient donc aux consommateurs finals d'accéder à divers contenus et services de télévision via diverses infrastructures de transmission et en provenance de plusieurs opérateurs de télévision<sup>39</sup>. De plus, des décodeurs analogiques et numériques sont nécessaires pour la réception et le décodage de signaux de télévision à péage cryptés, indépendamment de leur mode de transmission, et les opérateurs tant de plates-formes DTH que de réseaux câblés ont commencé à les fournir à leurs abonnés à un prix modique, en association avec un abonnement "premium" (location à tarif préférentiel ou gratuite)<sup>40</sup>. Les distributeurs nordiques de DTH par satellite, notamment, proposent aux foyers individuels l'équipement technique, y compris l'antenne parabolique, pratiquement sans frais s'ils souscrivent un abonnement à leurs chaînes "premium" pour une période comprise entre 12 et 24 mois<sup>41</sup>. On peut en déduire que les coûts auxquels s'expose, par exemple, un consommateur de télévision payante par câble pour passer à des services de télévision à péage "premium" par DTH ne sont pas nécessairement prohibitifs.

45. Les facteurs de substituabilité du côté de la demande exposés ci-dessus semblent suggérer que, conformément à la notion d'élasticité croisée de la demande au niveau des prix<sup>42</sup>, les consommateurs finals dans les pays nordiques seraient

---

<sup>38</sup> Les décodeurs actuellement utilisés par les plates-formes de télévision nordiques ont des entrées différentes pour la réception du signal de télévision soit par câble, soit par DTH. Tandis que les décodeurs compatibles avec la DTH reçoivent le signal directement du satellite ("QPSK"), les entrées des décodeurs pour câble sont conçues pour recevoir un signal spécifique au câble ("QAM") qui est le résultat de la transformation effectuée par les transmodulateurs (qui transforment le signal satellite reçu par la tête de câble en signal câble).

<sup>39</sup> La majorité des opérateurs du secteur nordique de la télévision sont convenus, dans le cadre de la coopération "NorDig", d'introduire la norme d'interface ouverte MHP en vue de faciliter la migration et l'accès des consommateurs aux services de télévision numérique dans la région nordique via toutes les infrastructures de transmission, voir <http://www.nordig.org/>.

<sup>40</sup> En avril 2001, MTG/Viasat a ainsi converti au numérique ses 350 000 abonnés à la télévision payante analogique en distribuant des décodeurs gratuits, voir <http://www.mtg.se>. Canal Digital avait adopté une stratégie similaire en 2000, voir IDATE, Le marché mondial de la télévision, tome 1: Les marchés, 2003, p. 143. Au sujet de la politique de tarifs préférentiels et de location pratiquée par UPC Norge dans le cadre de l'abonnement aux services numériques ou analogiques de télévision payante "premium" de Canal+ Nordic ou Viasat, voir <http://www.upc.no/>.

<sup>41</sup> Voir, par exemple, Viasat Broadcasting, Annual Report, 2000, p. 21; <http://www.canaldigital.se/>.

<sup>42</sup> Voir communication (97/C 372/03) de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence, JO C 372 du 9.12.1997, p. 5, notamment point 17.

disposés, de manière croissante, à passer d'un mode de transmission de la télévision à péage à l'autre et/ou d'un opérateur de télévision à péage à l'autre en cas d'augmentation faible mais significative et permanente des prix au détail relatifs des services de télévision à péage proposés par les câblo-opérateurs et les opérateurs de plates-formes DTH, et/ou les fournisseurs de chaînes "premium". Cependant, bien que de la concurrence soit actuellement très marquée entre les fournisseurs de chaînes de télévision à péage "premium" Canal+ Nordic et MTG/Viasat via les diverses plates-formes, en particulier dans le segment de la DTH, l'enquête de la Commission a montré que le passage d'un mode de transmission à l'autre n'avait pas, jusqu'à présent, été considérable dans la région nordique<sup>43</sup>. Cela peut s'expliquer par la présence des mêmes services de télévision à péage sur toutes les infrastructures et par la stratégie commerciale appliquée jusqu'à présent par tous les fournisseurs de chaînes de télévision à péage de distribuer leurs services respectifs à des prix identiques quel que soit le mode de transmission<sup>44</sup>. Il semble en outre que [confidentiel]. Aujourd'hui déjà, des comparaisons des prix sur le plan national montrent que les opérateurs de DTH ne pratiquent pas des prix plus élevés pour leurs services de télévision à péage dans les zones non câblées, bien qu'ils ne doivent pas y faire face à une concurrence actuelle ou potentielle de la part des câblo-opérateurs. Cela pourrait s'expliquer par le fait que la télévision à péage par câble constitue effectivement une contrainte concurrentielle pour la télévision à péage DTH dans les zones câblées ayant une incidence au moins indirecte sur la politique générale des prix des opérateurs de DTH au niveau national.

46. Quatrièmement, il apparaît que les parties aux accords notifiés reconnaissent elles-mêmes, de leur point de vue de fournisseurs de services de télévision à péage, qu'il existe dans la région nordique un lien concurrentiel entre la distribution au détail de télévision à péage par DTH et par câble. Par conséquent, les obligations de non-concurrence imposées à Telenor/Canal Digital couvrent également, en partie, la distribution de chaînes de télévision à péage via les réseaux câblés. De plus, en incluant, aux fins des accords notifiés, les petits réseaux câblés et la SMATV dans la notion de DTH, les parties n'opèrent pas de distinction nette entre la distribution de télévision à péage par DTH satellitaire "pure" d'une part et la distribution de télévision à péage par câble d'autre part. Notamment, le seuil indicatif prévu de [confidentiel] foyers connectés, finalement ramené à [confidentiel], montre que la distinction alléguée est assez artificielle et n'est pas nécessairement justifiée, ni sur le plan technique, ni sur le plan économique.
47. En outre, du point de vue des fournisseurs de télévision à péage, il ne semble pas y avoir d'obstacles techniques ou économiques réels, dans la région nordique, à la distribution par DTH satellitaire de chaînes de télévision à péage aux foyers et/ou

---

<sup>43</sup> Ainsi, le nombre d'abonnements aux chaînes de Canal+ Nordic vendus en Norvège tant par Telenor Avidi que par Canal Digital a augmenté entre 1997 et 2002 sans qu'un taux important de migration ait pu être observé.

<sup>44</sup> Ainsi, tandis que de la concurrence sur les prix entre Canal+ Nordic et MTG/Viasat a toujours été serrée, les augmentations de prix respectives des services de télévision à péage de ces deux opérateurs ces dernières années ont été introduites plus ou moins en parallèle pour la DTH et pour la retransmission par câble.

aux copropriétés reliées à des réseaux câblés. En fait, les accords tels qu'ils avaient été notifiés initialement couvraient explicitement la distribution par DTH satellitaire aux antennes tête de câble de réseaux câblés de moyenne importance ayant jusqu'à [confidentiel] foyers connectés. Il en découle que Canal Digital possède effectivement les moyens techniques et commerciaux de distribuer au détail les services de télévision à péage de Canal+ Nordic également via des réseaux câblés ayant une portée plus large. La seule différence pertinente semble être que les petits réseaux câblés et les réseaux SMATV ne fournissent pas, généralement, les services techniques nécessaires à la réception de la télévision à péage, tels que les systèmes d'accès conditionnel (conditional access systems, ci-après "CAS") et les systèmes de gestion des abonnés (subscriber management systems, ci-après "SMS"), contrairement aux câblo-opérateurs de grands réseaux<sup>45</sup>. Il ressort en outre de l'enquête de la Commission que Canal Digital, Telenor Vision et Telenor Avidi d'une part, et des câblo-opérateurs tiers, tels qu'UPC, d'autre part, se livrent à une concurrence de fait dans la distribution au détail de services de télévision (à péage) aux réseaux nordiques de SMATV et aux petits réseaux câblés, notamment ceux détenus par des copropriétés. Il apparaît donc que, du point de vue de ces clients, les services de télévision à péage distribués par câble et ceux distribués par DTH sont substituables l'un à l'autre.

48. Cinquièmement, il est probable que les règles nationales et/ou régionales régissant les interdictions locales d'installer des équipements de réception pour satellite, par exemple pour des raisons esthétiques, perdront tôt ou tard leur pertinence ou seront adaptées, car elles constituent des obstacles inadmissibles à la prestation de services transfrontaliers au sens de l'article 49 du traité, obstacles que les institutions communautaires ont le devoir d'éliminer<sup>46</sup>. Il n'en reste pas moins vrai que les propriétaires immobiliers et les associations de copropriété privées dans la région nordique qui ont conclu des accords de fourniture de télévision à péage avec des câblo-opérateurs maintiennent des interdictions de cette nature et que les contrats de bail en vigueur autorisent rarement les foyers individuels à passer, par exemple, de la télévision à péage par câble aux services de télévision à péage par DTH. Il est donc possible qu'une grande partie des foyers câblés dans la région nordique ne soient pas en mesure, à l'heure actuelle, de réagir si les services de télévision à péage "premium" fournis par réseau câblé enregistraient des

---

<sup>45</sup> Canal Digital/Canal+ Nordic et leur principal concurrent dans la fourniture de services de télévision à péage DTH dans la région nordique, MTG/Viasat, concluent généralement des contrats directement avec les foyers individuels reliés à de petits réseaux câblés et à la SMATV pour la fourniture de chaînes de télévision à péage, y compris la fourniture des services techniques, tels que CAS et SMS, et de l'équipement technique nécessaire, c'est-à-dire les antennes paraboliques, les décodeurs (numériques) et les cartes à puce. Les câblo-opérateurs fournissant des services de télévision à péage aux foyers individuels dans la région nordique, tels que Telenor Avidi, UPC, ComHem ou Kabelvision, opèrent généralement d'une autre manière, en utilisant leurs propres CAS et SMS et leur propre équipement technique.

<sup>46</sup> Voir l'arrêt de la Cour de justice des Communautés européennes dans l'affaire C-17/00, De Coster/Collège des bourgmestre et échevins de Watermael-Boitsfort, Recueil 2001, p. I-9445, ainsi que la communication de la Commission du 27 juin 2001 concernant l'application des principes généraux de la libre circulation des marchandises et des services – Articles 28 et 49 CE – en matière d'utilisation des antennes paraboliques [COM(2001)351 final], notamment p. 15 et suivantes, "règles en matière architecturale et urbanistique".

augmentations de prix légères et permanentes, tandis qu'à l'inverse, un foyer équipé en DTH et situé dans une zone câblée peut en principe passer au câble.

49. Enfin, il convient de relever que la distribution au détail de services de télévision à péage via la télévision numérique terrestre en est toujours à un stade très embryonnaire dans la région nordique. La Finlande et la Suède sont les seuls pays où des services de TNT ont été lancés, sans qu'aient été atteints la variété, la qualité et le potentiel nécessaires pour qu'ils représentent une concurrence sérieuse pour les autres modes de transmission télévisée, notamment la DTH, à court et à moyen terme<sup>47</sup>. C'est particulièrement vrai en ce qui concerne la radiodiffusion numérique de la télévision à péage. En fait, tandis que MTG/Viasat a retiré ses chaînes de télévision à péage de la distribution TNT en Suède en 2001, Canal+ a abandonné ses licences de radiodiffusion numérique terrestre pour la Finlande en 2002. Canal+ Nordic continue cependant de commercialiser ses chaînes de télévision à péage "premium" par l'intermédiaire du réseau TNT suédois Boxer. Néanmoins, dans le prolongement du raisonnement ci-dessus concernant la télévision à péage distribuée par câble et par DTH, il existe des indices selon lesquels la télévision à péage par TNT se développera à long terme de façon telle qu'elle deviendra de plus en plus un produit de remplacement pour des services de télévision à péage numérique similaires, voire identiques, fournis par l'intermédiaire d'autres infrastructures, notamment la retransmission par DTH satellitaire, tant du point de vue de la demande que de celui de l'offre. Ce raisonnement ne s'applique cependant pas à la transmission terrestre analogique, qui n'a jamais joué un rôle notable dans la distribution des services de télévision à péage "premium" dans la région nordique.
50. Il découle des considérations qui précèdent que divers éléments tendent à montrer que dans les pays nordiques, un marché unique de la distribution au détail de services de télévision à péage, quel que soit le mode de transmission, est en cours de constitution, notamment en raison de la possibilité pour les clients situés dans des zones câblées de recevoir ces services par l'intermédiaire soit de réseaux câblés, soit d'opérateurs de plates-formes DTH satellitaires. Il est cependant superflu, en l'espèce, de déterminer avec certitude si c'est le cas. Même sur les marchés les plus étroits, respectivement ceux de la distribution de la télévision à péage par DTH, par réseau câblé et par TNT, le résultat de l'analyse concurrentielle serait, en définitive, identique.

#### 4.1.3. *Marché de la distribution au détail de services de diffusion de films en PPV/NVOD*

51. Comme la Commission l'a constaté dans sa décision *Universal Studio Networks/De Facto 829 (NTL)/Studio Channel Limited*<sup>48</sup>, certains indices montrent que la fourniture de

---

<sup>47</sup> Voir IDATE, *Le marché mondial de la télévision*, tome 1: Les marchés, 2003, p. 140 et 204.

<sup>48</sup> Décision de la Commission du 20 décembre 2000 dans l'affaire COMP/M.2211 – *Universal Studio Networks/De Facto 829 (NTL)/Studio Channel Limited*, considérant 17. Voir également décision de la Commission du 14 août 2002 dans l'affaire COMP/M.2845 – *Sogecable/Canalsatellite Digital/Via Digital*, considérant 25.

services de PPV, tant en gros qu'au détail, évolue vers des marchés distincts des marchés parallèles de la fourniture de chaînes de télévision à péage.

52. La Commission avait relevé les différences suivantes dans ladite décision, tant du point de vue de l'offre que de celui de la demande.
- Les films diffusés en PPV sont disponibles beaucoup plus tôt après leur sortie au cinéma que les films diffusés sur les chaînes de télévision à péage "premium" et font l'objet de licences individuelles et non de licences groupées pour un choix de films commercialisés ensemble.
  - Cette caractéristique des services de PPV donne lieu à une majoration de prix, de sorte que le prix de gros par abonné des films diffusés en PPV est généralement plus élevé que celui du service de base ou des films diffusés sur les chaînes "premium".

La Commission a cependant établi également que les services de PPV ne sont pas encore très développés et qu'il est difficile d'évaluer la mesure dans laquelle des contraintes concurrentielles de la part de services de location de vidéo ou de NVOD sont susceptibles de s'exercer sur la commercialisation du paiement la séance<sup>49</sup>.

53. Dans le modèle économique prédominant à ce jour en Europe, les services de diffusion de films en PPV/NVOD sont généralement accessoires et complémentaires à la fourniture de chaînes de télévision à péage "premium"<sup>50</sup>. Dans la région nordique, Canal+ Nordic et Canal Digital ne proposent la chaîne de paiement à la séance "Kiosk" qu'aux consommateurs qui se sont déjà abonnés à un bouquet étendu ou aux chaînes de télévision à péage "premium" de Canal+ Nordic. Il a été affirmé pendant la procédure administrative que, vu la faible demande de services de PPV/NVOD, leur succès commercial jusqu'à présent limité<sup>51</sup> et le coût relativement élevé qu'entraîne la fourniture des services techniques nécessaires à leur réception, la seule stratégie économiquement saine consiste à fournir le paiement à la séance/la quasi-vidéo à la demande en tant que services à valeur ajoutée en association avec un abonnement à un bouquet plus large comprenant des chaînes de télévision à péage "premium".
54. Cependant, contrairement à Canal+ Nordic/Canal Digital, MTG/Viasat propose sa chaîne concurrente de films et de sport en PPV "Ticket" également aux abonnés du service de base. Il en découle que les raisons à la fois techniques et économiques

---

<sup>49</sup> Décision de la Commission du 20 décembre 2000 dans l'affaire COMP/M.2211 – Universal Studio Networks/De Facto 829 (NTL)/Studio Channel Limited, considérant 17.

<sup>50</sup> En ce qui concerne le secteur italien de la télévision à péage, voir décision de la Commission du 2 avril 2003 dans l'affaire COMP/M.2876 – Newscorp/Telepiù, considérant 43. En ce qui concerne le Royaume-Uni, voir décision de la Commission du 20 décembre 2000 dans l'affaire COMP/M.2211 – Universal Studio Networks/De Facto 829 (NTL)/Studio Channel Limited, considérant 16.

<sup>51</sup> Les recettes de Canal+ Nordic provenant du PPV en 2001 n'ont ainsi représenté qu'environ [confidentiel] % du total de ses recettes provenant de la télévision à péage.

habituellement avancées pour maintenir des offres groupées d'abonnement à la télévision à péage et au PPV pourraient ne plus être valables. En fait, du point de vue technique, les services de diffusion de films en PPV/NVOD sont accessibles pour les consommateurs finals qui possèdent l'équipement nécessaire, notamment le décodeur et la carte à puce pour le décodage des signaux de télévision à péage. Bien que dans l'environnement analogique, les consommateurs finals étaient effectivement peu susceptibles d'investir des sommes considérables dans un équipement technique en vue de capter uniquement des services de diffusion de films en PPV/NVOD, ce n'est peut-être plus le cas dans l'environnement numérique. En effet, les abonnés à la DTH numérique, comme les clients de MTG/Viasat, possèdent automatiquement l'équipement technique nécessaire quel que soit le bouquet de services de télévision auquel ils s'abonnent, de sorte que de tels obstacles au passage d'un système à l'autre n'existent plus. D'un point de vue économique non plus, le succès commercial jusqu'à présent limité des services de PPV/NVOD ne semble pas justifier de lier les services de PPV et de télévision à péage. Il apparaît en fait que la décision de MTG/Viasat de proposer des services de PPV indépendamment de la télévision à péage soit fondée sur la stratégie commerciale inverse, à savoir d'inciter et d'habituer les abonnés du service de base à recourir de manière croissante à des services de télévision à péage spécifiques plutôt que de les contraindre à s'abonner directement au service de télévision à péage "premium" dans son ensemble.

55. En outre, les abonnements aux chaînes de télévision à péage d'une part et aux services de diffusion de films en PPV d'autre part présentent une série de caractéristiques propres en ce qui concerne le contenu proposé, le mode de consommation et la politique de prix, caractéristiques qui tendent à limiter leurs substituabilité pour le consommateur final. Tandis que les chaînes de PPV proposent des films récents immédiatement après la fin de la "fenêtre" de distribution sur support vidéo (habituellement une période allant jusqu'à six mois), les chaînes de télévision à péage "premium" ne diffusent généralement ces films qu'après la fin de la "fenêtre" PPV (habituellement une période de trois mois)<sup>52</sup>. Par conséquent, ne fût-ce qu'en raison de la durée pendant laquelle ces services sont proposés, les abonnés ne choisiront peut-être pas entre PPV et télévision à péage pour voir un film récent qui les intéresse en particulier. En outre, les services de PPV/NVOD qui recourent à une technologie de multiplexage numérique offrent aux abonnés une liberté relativement étendue de choix entre divers films dans leur filmothèque, ainsi que le choix du moment pour les regarder sans être tributaire des contraintes de programmation et d'horaire imposées par les fournisseurs de chaînes de télévision à péage, ou du moins pas dans une mesure comparable, ce qui rapproche le mode de consommation des services de PPV/NVOD beaucoup plus de celui des services de location de vidéos que de celui des chaînes de télévision à péage<sup>53</sup>. Ce sera encore davantage le cas dans l'hypothèse de l'introduction d'un

---

<sup>52</sup> Voir décision de la Commission du 13 octobre 2000 dans l'affaire COMP/M.2050 – Vivendi/Canal+/Seagram, considérant 18; décision de la Commission du 2 avril 2003 dans l'affaire COMP/M.2876 – Newscorp/Telepiù, considérants 56 à 59.

<sup>53</sup> Même les chaînes de télévision à péage "premium" offrent cependant de plus en plus, grâce aux techniques numériques et de multiplexage, un choix et une flexibilité accrues à leurs abonnés.

service complet, numérique et multiplexé, de vidéo à la demande via la télévision qui laisse l'entière liberté au consommateur final de regarder un film donné au moment de son choix. Enfin, les modalités de prix intrinsèquement différentes pour l'abonnement à des chaînes de télévision à péage (paiement d'un montant forfaitaire mensuel) et pour les services de PPV, qui sont facturés par film ou par séance, rendent très improbable que les consommateurs finals passent d'un service à l'autre dans le cas d'une hypothétique augmentation légère mais significative et permanente des prix relatifs.

56. Compte tenu des considérations qui précèdent, la Commission estime que la fourniture au détail de services de diffusion de films en PPV/NVOD dans la région nordique devient un marché distinct de celui de la distribution au détail de services de diffusion de chaînes de télévision à péage. Cependant, aux fins de la présente décision, la délimitation exacte du marché en cause à cet égard peut être laissée en suspens, car elle n'est pas susceptible de modifier le résultat de l'analyse concurrentielle. De plus, comme dans le cadre de la distribution de chaînes de télévision à péage "premium", il est inutile de déterminer si la fourniture au détail de services de PPV/NVOD par l'intermédiaire de différents modes de transmission constitue un marché de produits unique ou si les services de PPV/NVOD fournis par DTH et par câble constituent des marchés distincts<sup>54</sup>.

4.1.4. *Marché de l'offre de gros de chaînes de télévision à péage "premium" et de chaînes de films PPV/NVOD*

57. Les accords notifiés affectent essentiellement le marché en amont de l'offre de gros de chaînes de télévision à péage "premium" et de chaînes de films PPV/NVOD

4.1.4.1. *Décisions antérieures de la Commission et nouveau cadre réglementaire*

58. Dans ses décisions antérieures, la Commission a considéré que la fourniture en gros de chaînes de télévision à péage (films et événements sportifs) constituait un marché distinct de celui de l'offre de gros d'autres programmes de télévision.
59. Dans la décision *BIB/Open*, la Commission a considéré que le marché de la fourniture en gros de chaînes de films et d'événements sportifs constituait un marché distinct de celui de la fourniture en gros d'autres programmes de télévision, notamment les chaînes à péage thématiques ou d'intérêt général. Pour un opérateur de télévision à péage, il est capital de proposer, dans son offre, des chaînes composées de films récents et d'événements sportifs attrayants couverts en direct et en exclusivité. À cet égard, la demande de ces opérateurs pour ces contenus reflète celle de leurs abonnés. Les contenus d'appel de cette nature sont à l'origine des chiffres d'audience les plus élevés et constituent par conséquent le moteur essentiel

---

<sup>54</sup> À l'heure actuelle dans la région nordique, les services de PPV/NVOD sont essentiellement distribués par des opérateurs de plates-formes DTH. Ainsi, à part ComHem et TDC Kabel TV, la grande majorité des câblo-opérateurs ne proposent pas à leurs abonnés la chaîne de paiement à la séance "Kiosk" de Canal+ Nordic. La situation pourrait cependant changer rapidement, les accords notifiés prévoyant l'obligation pour Canal Digital de distribuer en gros la chaîne "Kiosk" également aux câblo-opérateurs nordiques.

des ventes d'abonnement aux chaînes "premium". Par voie de conséquence, ces abonnements sont les plus onéreux et chaque chaîne est facturée séparément. Comme les téléspectateurs sont disposés à payer davantage pour des chaînes d'événements sportifs et de films et comme ces programmes atteignent des taux d'audience très élevés, leur prix de gros est également nettement plus élevé que celui des autres chaînes et programmes de télévision<sup>55</sup>.

60. Dans sa décision *Telia/Telenor*, la Commission a considéré, en ce qui concerne la région nordique, qu'il pouvait être indiqué de distinguer l'achat de droits de transmission de chaînes de télévision de l'achat de contenus individuels, tels que films, événements sportifs et autres. Une distinction potentielle pouvait également être opérée entre les contenus sous la forme de chaînes de télévision financées par la publicité et les chaînes de télévision financées par des abonnements à prix modique (chaînes "mini-pay"), pour lesquelles le câblo-opérateur ou le distributeur de DTH exercent une activité de grossiste et rassemble généralement plusieurs chaînes en un bouquet d'une part, et des chaînes de télévision à péage "premium" d'autre part. Tandis que la plupart des diffuseurs de chaînes financées par la publicité et de chaînes "mini-pay" souhaitent être repris dans l'offre de base de tout opérateur de DTH, de réseaux câblés ou de SMATV, les diffuseurs de chaînes de télévision à péage "premium" (qui présentent essentiellement des films et des événements sportifs) tirent leurs revenus de frais d'abonnement relativement élevés payés par le téléspectateur qui souhaite capter la chaîne en question, et ne sont jamais compris dans l'offre de base. Le distributeur par câble ou par DTH exerce souvent une activité d'agent pour le fournisseur de chaîne "premium", et c'est généralement ce dernier qui fixe les prix. De plus, pendant la procédure dans l'affaire *Telia/Telenor*, plusieurs radiodiffuseurs ont indiqué qu'il considéraient que le câble, la DTH et la SMATV étaient des canaux de distribution concurrents, bien qu'il souhaitaient également s'assurer que leurs chaînes étaient distribuées aussi largement que possible. La Commission a par conséquent estimé que plusieurs éléments établissaient l'existence potentielle d'un certain degré de substituabilité entre les activités de Telia, Telenor et Canal Digital dans le câble, la DTH et la SMATV, tant en ce qui concerne la distribution de télévision au détail en aval que l'achat de contenus en amont. Cependant, la délimitation exacte du marché a finalement été laissée en suspens dans cette décision<sup>56</sup>.
61. Dans la décision *Newscorp/Telepiù*, la Commission n'a pas déterminé, en définitive, s'il existait divers marchés de gros pour un même type de chaîne. Elle a cependant confirmé que la fourniture de chaînes de télévision devait être distinguée d'autres marchés d'acquisition de contenus télévisuels, tels que les marchés de l'achat d'événements ou de contenus isolés destinés à composer des bouquets<sup>57</sup>.

---

<sup>55</sup> Décision 1999/781/CE de la Commission dans l'affaire IV/36.539 – British Interactive Broadcasting/Open, JO L 312 du 6.12.1999, considérants 28 et 29.

<sup>56</sup> Voir décision 2001/98/CE de la Commission dans l'affaire IV/M.1439 – Telia/Telenor, JO L 40 du 9.2.2001, p. 1, considérants 277 à 279.

<sup>57</sup> Voir décision de la Commission du 2 avril 2003 dans l'affaire COMP/M.2876 – Newscorp/Telepiù, considérants 74 à 76.

62. L'exposé des motifs de la recommandation concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques<sup>58</sup> relève l'existence potentielle, le changement de plate-forme n'étant soumis à aucune restriction, d'un marché de gros des "services de transmission de programmes et des réseaux de distribution dans la mesure où ils offrent les moyens de livrer un contenu radiodiffusé aux utilisateurs finals". En définitive, la recommandation/l'exposé des motifs laisse cependant le soin aux autorités nationales de régulation de délimiter le marché sur la base des éléments qui peuvent varier d'un État membre à l'autre, notamment en ce qui concerne les obstacles effectifs au changement de plate-forme<sup>59</sup>. Ne fût-ce que pour cette raison, et conformément à l'article 15, paragraphe 1, de la directive-cadre<sup>60</sup>, ces textes sont sans préjudice de la définition du marché en ce qui concerne la fourniture en gros de chaînes de télévision à péage à des plate-forme de distribution de services de télévision en l'espèce. De plus, contrairement à la fourniture en gros de services de transmission ou d'accès comme indiqué au point 18 de la recommandation, le marché de gros en cause en l'espèce est celui de la fourniture d'éléments de contenu spécifiques en vue de leur redistribution aux consommateurs finals (voir ci-après).

#### 4.1.4.2. Appréciation

63. Aux fins de la présente décision, la question de savoir s'il existe des marchés distincts pour la fourniture de diverses catégories de chaînes de télévision à péage "premium" diffusant des films ou des événements sportifs peut, en définitive, être laissée en suspens. Les offres de télévision à péage de Canal+ Nordic et de MTG/Viasat constituent un bouquet de chaînes présentant des films et des événements sportifs d'appel qui sont comparables sur le plan de la qualité et du prix, et l'analyse concurrentielle ne serait pas différente si ce marché était encore subdivisé.
64. Dans la région nordique, la fourniture en gros de chaînes de télévision à péage "premium" s'effectue sur la base de liens commerciaux de nature variable. Comme indiqué précédemment dans la décision *Telia/Telenor*, les plates-formes de télévision multicanaux nordiques jouent souvent le rôle formel d'agent pour la redistribution des chaînes des diffuseurs de télévision à péage aux consommateurs finals. Aussi, la grande majorité des liens contractuels entre, d'une part, Canal+ Nordic ou MTG/Viasat et, d'autre part, les câblo-opérateurs nordiques sont fondés sur des contrats d'intermédiation commerciale ("commission agency agreements"). En vertu de ces contrats, les câblo-opérateurs, bien que contrôlant directement le lien commercial avec le consommateur final et fournissant aux abonnés leurs propres services techniques (notamment SMS, CAS et technologie de décodage),

---

<sup>58</sup> Voir [http://europa.eu.int/information\\_society/topics/telecoms/regulatory/maindocs/documents/explanmemo\\_fr.pdf](http://europa.eu.int/information_society/topics/telecoms/regulatory/maindocs/documents/explanmemo_fr.pdf).

<sup>59</sup> Ibidem, Exposé des motifs, p. 42.

<sup>60</sup> Directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques, JO L 108 du 24.4.2002, p. 33.

agissent juridiquement pour le compte du fournisseur de télévision à péage et perçoivent une commission forfaitaire (habituellement un pourcentage donné du montant des abonnements) pour rémunérer leurs services. D'autres conventions conclues avec des plates-formes de télévision multicanaux, telles que l'accord de distribution notifié conclu entre Canal+ Nordic et Canal Digital et entre Canal+ Nordic et certains câblo-opérateurs, sont établies sur un modèle commercial et contractuel différent. Sur la base de ces conventions, le distributeur de télévision acquiert une licence de distribution, en général exclusive, contre paiement d'une redevance de licence. De plus, dans ce mécanisme contractuel, le distributeur de télévision agit juridiquement en son propre nom vis-à-vis des abonnés et partage, avec le fournisseur de télévision à péage, à la fois les recettes générées par les abonnements et une partie plus importante du risque économique, notamment en s'engageant à fournir un nombre minimum d'abonnés.

65. La Commission considère que ces différences entre les modèles économiques en vigueur n'ont pas d'incidence aux fins de la définition du marché de produits en cause en l'espèce. Les distributeurs nordiques de télévision multicanaux, qu'ils soient des plates-formes de DTH ou des câblo-opérateurs, se considèrent généralement eux-mêmes comme des diffuseurs plutôt que comme de simples prestataires de services de transmission, car ils réalisent généralement d'importants investissements (à fonds perdus) spécifiques au marché dans leur plate-forme de télévision, notamment en créant leur propre marque. Cela suppose des investissements lourds dans la fourniture d'une infrastructure technique et des services connexes, tels que système de gestion d'abonnés et système d'accès conditionnel, qui permettent aux câblo-opérateurs de contrôler le lien avec le consommateur final en ce qui concerne les abonnements à la télévision à péage. De plus, les câblo-opérateurs assument également une partie du risque économique avec le fournisseur de télévision à péage, leur commission étant déterminée en pourcentage du prix des abonnements effectivement payé par les abonnés. Il en découle que les câblo-opérateurs, au moins dans le cas de la télévision à péage, n'agissent pas simplement en tant que prestataires de services de transmission, mais en tant que diffuseurs à proprement parler, qui cherchent à récupérer un investissement spécifique au marché en proposant une offre de télévision à péage attrayante destinée à inciter les abonnés à choisir leur plate-forme.
66. Du point de vue des distributeurs de DTH et des câblo-opérateurs, et pour les raisons déjà évoquées (notamment le fait que le contenu fourni soit très apprécié et attrayant), les bouquets de chaînes de télévision à péage "premium" ne peuvent être remplacés par d'autres chaînes de télévision, ni, a fortiori, par des droits relatifs à des contenus spécifiques destinés à la production de chaînes de télévision (coûteuses en moyens et en ressources)<sup>61</sup>, tels que des films ou des événements sportifs isolés. Dans la région nordique, les fournisseurs de télévision à péage comme Canal+ Nordic et MTG offrent des chaînes de télévision à péage "premium" sous des formats de composition et de marque donnés, ainsi que dans des bouquets. Quel que soit le modèle économique sous-jacent, il apparaît que les distributeurs nordiques de télévision multicanaux considèrent que ces chaînes de

---

<sup>61</sup> Voir également décision 96/346/CE de la Commission dans l'affaire IV/M.553 – RTL/Veronica/Endemol, JO L 134 du 5.6.1996, p. 32, considérant 89.

télévision à péage "premium" doivent absolument figurer dans leur offre aux abonnés. De leur point de vue également, ces chaînes sont les plus appréciées et constituent un élément essentiel pour attirer les clients et fidéliser les abonnés à leur plate-forme. À cet égard, la demande précise des plates-formes de distribution pour les chaînes de télévision à péage "premium" reflète, en fait, les préférences de leurs abonnés<sup>62</sup>.

67. La Commission considère par conséquent que le marché de la fourniture en gros de chaînes de télévision à péage "premium" s'inscrit dans la distinction traditionnelle entre offre et demande dans la chaîne de distribution, le fournisseur de chaînes de télévision à péage étant le vendeur et le distributeur de télévision multicanaux étant l'acheteur. De plus, la Commission estime qu'il est inutile, au stade du commerce de gros, d'opérer une distinction entre les divers modes de transmission pour la redistribution des chaînes, (plates-formes de DTH, réseaux SMATV, réseaux câblés). Cependant, aux fins de la présente décision, la question de savoir s'il existe un marché global de la fourniture en gros de chaînes de télévision à péage ou s'il existe des marchés de gros distincts pour la redistribution par DTH ou par câble de ces chaînes peut être laissée en suspens, car l'analyse concurrentielle ne s'en trouverait pas modifiée.
68. Par conséquent, le marché de produits en cause aux fins de la présente affaire est celui de la fourniture en gros de chaînes de télévision à péage "premium" et de chaînes PPV/NVOD.

*4.1.5. Marchés de la fourniture de droits de films et d'événements sportifs d'appel ainsi que d'autres droits de contenus audiovisuels destinés à la programmation télévisuelle*

69. La fourniture de droits de films et d'événements sportifs d'appel ainsi que d'autres droits de contenus audiovisuels destinés à la programmation télévisuelle est l'objet de marchés en amont de la fourniture en gros de chaînes de télévision à péage "premium" et de chaînes PPV/NVOD. Dans ses décisions antérieures, la Commission a opéré les distinctions suivantes en ce qui concerne les droits de contenus d'appel destinés à être exploités en télévision à péage.

*Droits de films d'appel*

70. La Commission a établi dans la décision *Vivendi/Canal+/Seagram* que du côté de la demande, c'est-à-dire du point de vue de l'opérateur de télévision à péage, les droits de diffusion des longs métrages et ceux des téléfilms n'étaient pas interchangeables, car ces deux types de contenus n'ont pas le même pouvoir

---

<sup>62</sup> Voir décision 1999/781/CE de la Commission dans l'affaire IV/36.539 – British Interactive Broadcasting/Open, JO L 312 du 6.12.1999, considérant 28. Généralement, le fournisseur de télévision à péage et la plate-forme de distribution tentent tous deux d'attirer le plus grand nombre possible d'abonnés, dans leur intérêt commercial commun. Ils sont, à cet égard, dépendants l'un de l'autre. En dernière analyse, c'est de leur puissance commerciale respective que dépend leur capacité de s'imposer mutuellement certaines modalités et conditions pour la redistribution du service de télévision à péage; voir également décision 2001/98/CE de la Commission dans l'affaire IV/M.1439 – Telia/Telenor, JO L 40 du 9.2.2001, p. 1, considérants 277 et suivants.

d'attraction sur les consommateurs. Du point de vue de l'offre, ces droits sont négociés sur la base de structures tarifaires différentes et n'ont pas la même valeur économique. Dans ses décisions *Sogecable/Canalsatellite Digital/Via Digital* et *Newscorp/Telepiù*, la Commission a en outre indiqué que le marché en cause pour les films était essentiellement composé des "films d'appel" ou des "films à grand succès", sur la base du nombre d'entrées pendant leur exploitation dans les cinémas, qui sont généralement les films produits par les grands studios américains (les "Majors" d'Hollywood)<sup>63</sup>.

#### *Droits de diffusion d'événements sportifs*

71. Dans ses décisions *Règles de radiodiffusion de l'UEFA*<sup>64</sup>, *Canal+/RTL/GJCD/JV*<sup>65</sup> et *Vente centralisée des droits commerciaux sur la Ligue des champions de l'UEFA*<sup>66</sup>, la Commission a considéré, d'une manière plus générale, que les droits de diffusion d'événements sportifs étaient un domaine distinct des autres programmes de télévision. Elle a en outre opéré une distinction, plus spécifiquement, entre les droits de diffusion des matches de football qui ont lieu régulièrement chaque année (par exemple, la Ligue des champions de l'UEFA et la Coupe de l'UEFA) et ceux des matches organisés de manière intermittente (par exemple, la Coupe du monde); elle a considéré qu'il s'agissait de deux marchés de produits distincts. La Commission a également établi qu'au moins dans l'EEE, les droits de diffusion de matches de football ne peuvent pas être considérés comme des produits de substitution d'autres droits de diffusion d'événements sportifs. Ces derniers ne constituent pas une contrainte pour la politique de prix appliquée par les titulaires des droits de diffusion des matches de football, car ceux-ci génèrent régulièrement des prix qui sont nettement supérieurs à ceux des autres droits<sup>67</sup>.
72. Dans l'affaire *Vente centralisée des droits commerciaux sur la Ligue des champions de l'UEFA*, la Commission a en outre considéré que les droits de diffusion télévisuelle de matches de football conférait à une chaîne de télévision une image de marque particulière et permettait au diffuseur d'atteindre un public particulier au niveau de la distribution de détail, que d'autres programmes sont incapables d'atteindre. Par conséquent, les matches de football retransmis sur une

---

<sup>63</sup> Décision de la Commission du 14 août 2002 dans l'affaire COMP/M.2845 – *Sogecable/Canalsatellite Digital/Via Digital*, considérants 25 et 26. Voir également décision de la Commission du 2 avril 2003 dans l'affaire COMP/M.2876 – *Newscorp/Telepiù*, considérant 58.

<sup>64</sup> Décision 2001/478/CE de la Commission – *Droits de diffusion de l'UEFA*, JO L 171 du 26.6.2001, p. 12, considérants 24 à 42.

<sup>65</sup> Décision de la Commission du 13 novembre 2001 dans l'affaire COMP/M.2483 – *Canal+/RTL/GJCD/JV*, considérants 19 à 21 (IP 01/1579).

<sup>66</sup> Décision de la Commission du 23 juillet 2003 dans l'affaire COMP/C.2-37.398 – *Vente centralisée des droits commerciaux sur la Ligue des champions de l'UEFA*, considérants 59 et suivants.

<sup>67</sup> Décision de la Commission du 13 novembre 2001 dans l'affaire COMP/M.2483 – *Canal+/RTL/GJCD/JV*, considérants 18 et 19 (IP 01/1579); décision de la Commission du 23 juillet 2003 dans l'affaire COMP/C.2-37.398 – *Vente centralisée des droits commerciaux sur la Ligue des champions de l'UEFA*, considérant 70.

télévision à péage constituent un moteur essentiel pour la vente d'abonnements et créent une image de marque crédible pour la chaîne, de même qu'ils assurent la fidélité du téléspectateur à cette marque en raison des retransmissions régulières des matches en question. La Commission a enfin considéré que les droits de diffusion télévisuelle d'autres événements sportifs ou d'autres catégories de programmes, telles que les films longs métrages, ne constituaient pas des contraintes concurrentielles pour les titulaires des droits sur les matches de football, et qu'il n'existait pas de substituabilité entre ces derniers droits et ceux relatifs à d'autres catégories de programmes<sup>68</sup>.

73. La Commission considère qu'en raison des caractéristiques décrites ci-dessus, dont l'existence a été confirmée par l'enquête en l'espèce, et aux fins de l'exploitation de la télévision à péage dans la région nordique, il existe au moins deux marchés distincts: pour l'acquisition de droits de films d'appel, d'une part, et pour l'acquisition de droits de diffusion d'événements sportifs, d'autre part, indépendamment d'une éventuelle subdivision supplémentaire de ces marchés. La question de savoir si, dans ces marchés, selon la nature, la qualité et la valeur économique du contenu fourni, protégé par le droit d'auteur, il existe des sous-marchés pour l'acquisition de droits de films d'appel et/ou de droits de diffusion d'événements sportifs peut être laissée en suspens dans la présente affaire. Le résultat de l'analyse concurrentielle ne s'en trouverait pas modifié, car les opérateurs de télévision à péage concernés, en tant que fournisseurs de services de télévision à péage "premium" composés de divers contenus très appréciés, généralement un mélange de films d'appel et d'événements sportifs de haut niveau, jouissent de positions comparables sur les marchés nordiques en cause.
74. Par conséquent, les marchés en cause aux fins de la présente affaire sont le marché de l'acquisition de licences de films d'appel et le marché de l'acquisition de droits de diffusion d'événements sportifs d'appel destinés à être exploités en télévision à péage.

4.1.6. *Les marchés de la distribution en gros et au détail de contenus via les plates-formes de nouveaux médias*

75. Les accords tels qu'ils avaient été notifiés initialement affectaient également les marchés relatifs à la fourniture de nouveaux services et de nouveaux contenus par l'intermédiaire de plates-formes de nouveaux médias, notamment l'internet à large bande et la technologie xDSL. Ainsi que la Commission l'a récemment indiqué dans sa décision *Vente centralisée des droits commerciaux sur la Ligue des champions de l'UEFA*<sup>69</sup>, ces technologies et ces infrastructures se trouvent toujours dans un stade de développement précoce. De même, il apparaît qu'il n'existe pas, dans la région nordique, d'éléments empiriques fiables sur lesquels fonder une définition correcte du marché. Il n'en demeure pas moins évident que, pour que ces

---

<sup>68</sup> Décision de la Commission du 23 juillet 2003 dans l'affaire COMP/C.2-37.398 – Vente centralisée des droits commerciaux sur la Ligue des champions de l'UEFA, considérants 59 et suivants.

<sup>69</sup> Décision de la Commission du 23 juillet 2003 dans l'affaire COMP/C.2-37.398 – Vente centralisée des droits commerciaux sur la Ligue des champions de l'UEFA, considérant 82.

techniques et les services connexes puissent connaître une commercialisation efficace et réussie, quelle que soit la forme spécifique qu'ils prendront, l'accès aux droits qui protègent les contenus, notamment les contenus d'appel tels que les événements sportifs majeurs, est indispensable, tout comme ces droits doivent nécessairement être acquis pour assurer le succès économique des services de radiodiffusion télévisuelle<sup>70</sup>. La Commission considère par conséquent qu'il est probable que des marchés des nouveaux médias se créeront dans la région nordique tant en amont qu'en aval, et que cette évolution sera parallèle à celle des marchés de la radiodiffusion en télévision à péage. Cependant, les accords révisés n'affectant plus ces marchés, il est superflu d'analyser cet aspect de manière plus approfondie en l'espèce.

4.1.7. *Marché de la fourniture de capacité transpondeur sur satellite pour la radiodiffusion télévisuelle*

76. Les signaux de télévision émis par tout radiodiffuseur sont transmis au satellite au départ d'une station terrestre; ce processus est appelé "liaison montante". Les transpondeurs sur satellite reçoivent les signaux, les amplifient et les retransmettent à des antennes satellites au sol ("liaison descendante"), et les signaux sont ensuite transmis aux téléviseurs des consommateurs finals. Il existe trois groupes distincts de récepteurs potentiels de signaux satellite, à savoir:
- les câblo-opérateurs;
  - les plates-formes SMATV (opérateurs de radiodiffusion télévisuelle satellitaire par antenne commune - généralement utilisées par les associations de copropriété pour les immeubles à appartements);
  - les plates-formes DTH (radiodiffusion directe chez les consommateurs particuliers).

L'opérateur du satellite ne sait pas, en dernière analyse, lequel de ces trois groupes de récepteurs potentiels capte finalement les signaux qu'il émet.

77. Aux fins de la présente décision, il n'apparaît pas nécessaire d'examiner si la fourniture de capacité transpondeur sur satellite pour la retransmission de signaux de télévision par les câblo-opérateurs, la SMATV et la DTH constituent ou non des marchés de produits distincts. [Confidentiel]. Il apparaît que les seuls critères économiquement pertinents pour opérer une distinction sont le nombre de chaînes transmises ainsi que la question de savoir si la transmission a lieu en mode analogique ou numérique. Ces critères sont déterminants pour le volume de capacité transpondeur nécessaire, et, partant, pour les coûts qui en résultent pour la retransmission par satellite de signaux de télévision<sup>71</sup>.

---

<sup>70</sup> Ibidem, considérants 83 et 84.

<sup>71</sup> La technologie numérique permet ainsi de transmettre six à huit chaînes sur le même transpondeur, voir, par exemple, <http://www.canaldigital.com/tech.asp>.

78. La Commission considère par conséquent qu'il existe probablement un marché de la fourniture de capacité transpondeur sur satellite pour la radiodiffusion télévisuelle indépendamment du mode de transmission au détail. La définition exacte du marché peut cependant être laissée en suspens dans la présente affaire, car le résultat de l'analyse concurrentielle ne s'en trouverait pas modifié, même pour les marchés définis de la manière la plus étroite, c'est-à-dire les marchés des services par satellite de câblo-opérateurs, de plates-formes SMATV et de plates-formes DTH.
79. Le marché de produits en cause aux fins de la présente décision est par conséquent celui de la fourniture de capacité transpondeur sur satellite pour la radiodiffusion télévisuelle.

## 4.2. Marchés géographiques

### 4.2.1. *Les marchés de la distribution au détail de services de télévision à péage DTH par satellite, réseau terrestre et réseau câblé, et des services de films en PPV/NVOD*

80. Canal Digital distribue les chaînes "premium" de télévision à péage de Canal+ Nordic – et Viasat celles de MTG – essentiellement à des foyers équipés pour la DTH au Danemark, en Finlande, en Norvège et en Suède par l'intermédiaire de filiales distinctes pour chaque pays nordique: Canal Digital Danmark A/S, Canal Digital Finland Oy, Canal Digital Norge AS et Canal Digital Sverige AB. Ces chaînes à péage sont également distribuées, mais dans une moindre mesure, à tous les foyers câblés des pays nordiques par les grands câblo-opérateurs, qui agissent généralement, à cet égard, en qualité d'intermédiaires commerciaux pour le compte de Canal+ Nordic et/ou de MTG/Viasat. Viasat exerce également ses activités de distribution au détail sur une base nationale, par pays nordique<sup>72</sup>. De plus, bien que tant MTG/Viasat que Canal Digital/Canal+ Nordic proposent leurs services de télévision à péage dans la région nordique sous une seule marque et sous un "format de chaîne nordique" spécifique, les diverses chaînes sont progressivement adaptées au goût national (par exemple dans le domaines du sport) et à la langue nationale dans chaque pays. Ainsi, bien que leur composition soit similaire dans tous les pays nordiques, les chaînes de télévision à péage "premium" de Canal+ Nordic dans chaque pays ont des horaires propres et proposent des films et des contenus sportifs légèrement différents. De plus, les abonnés n'ont accès qu'à l'offre de télévision à péage de leur pays de résidence, indépendamment du mode de transmission.
81. Par conséquent, conformément aux décisions antérieures dans lesquelles la Commission a considéré que la portée géographique du marché de détail des services de télévision à péage était nationale, notamment en raison de spécificités culturelles, d'obstacles linguistiques et de différences dans les régimes réglementaires, chaque pays nordique, à savoir le Danemark, la Finlande, la Norvège et la Suède, constitue un marché géographique distinct.

---

<sup>72</sup> Voir <http://www.viasat.no/>; <http://www.viasat.dk/>; <http://www.viasat.fi/>; <http://www.viasat.se/>.

4.2.2. *Marché de l'offre de gros de chaînes de télévision à péage "premium" et de chaînes de films PPV/NVOD*

82. Tant les caractéristiques linguistiques que la programmation et le mode de distribution largement uniformes de la télévision à péage au Danemark, en Finlande, en Norvège et en Suède indiquent qu'il existe un marché nordique global de la fourniture en gros de chaînes de télévision à péage "premium"<sup>73</sup>.
83. Du côté de l'offre, les producteurs et les fournisseurs de télévision à péage, tels que Canal+ Nordic et MTG/Viasat, recourent chacun plus ou moins aux mêmes contenus d'appel (acquis auprès des titulaires des droits sur la base de licences pour tous les pays nordiques) pour composer leurs bouquets de chaînes à péage et fournissent des services de télévision à péage similaires, voire identiques, sous une marque unique dans toute la région nordique. De plus, il semble n'exister aucun obstacle technique ou économique d'envergure empêchant ces fournisseurs d'utiliser largement les mêmes contenus dans tous les pays nordiques et d'adapter leurs programmes de télévision à péage selon les besoins de chaque pays, ce qui leur permet de bénéficier d'importantes économies d'échelle. Cette situation est due, notamment, aux similarités culturelles entre les pays nordiques et à leur tradition commune de diffuser les films ainsi que d'autres programmes de télévision en version originale sous-titrée. En outre, les fournisseurs nordiques de télévision à péage louent de la capacité transpondeur sur satellite pour la retransmission de leurs chaînes vers tous les pays nordiques auprès de fournisseurs de satellite proposant une "empreinte" satellitaire nordique, tels que Telenor Satellite Broadcasting ou NSAB, également sur une base nordique<sup>74</sup>. Du point de vue de la demande et des distributeurs de télévision multicanaux également, les chaînes de télévision à péage nordiques "premium" proposées par Canal+ Nordic et MTG/Viasat constituent, pour les raisons indiquées ci-dessus, des services au moins analogues et par conséquent substituables l'un à l'autre dans une large mesure.
84. La Commission considère par conséquent que le marché de la fourniture en gros de chaînes de télévision à péage "premium" a une portée géographique qui s'étend à toute la région nordique.

4.2.3. *Marchés de la fourniture de droits de films et d'événements sportifs d'appel ainsi que d'autres droits de contenus audiovisuels destinés à la programmation télévisuelle*

85. Il apparaît que les marchés en amont de la fourniture de films et de droits de diffusion d'événements sportifs d'appel, ainsi que d'autres contenus destinés à la programmation télévisuelle, s'étendent au moins à la région nordique. Les préférences des téléspectateurs pour un certain type de contenus d'appel sont similaires dans toute la région nordique, ce qui incite les producteurs/diffuseurs de

---

<sup>73</sup> Voir également décision 1999/781/CE de la Commission dans l'affaire IV/36.539 – British Interactive Broadcasting/Open, JO L 312 du 6.12.1999, p. 1, considérant 43; décision 2001/98/CE de la Commission dans l'affaire IV/M.1439 – Telia/Telenor, JO L 40 du 9.2.2001, p. 1, considérant 285.

<sup>74</sup> Ibidem, considérant 285.

chaînes à créer et à diffuser des chaînes correspondant spécifiquement au "goût nordique"<sup>75</sup>. En outre, les facteurs culturels et linguistiques ne sont pas considérés comme des obstacles importants à la transmission de contenus largement identiques dans tous les pays nordiques, qui partagent la tradition de la diffusion d'émissions/de films sous-titrés. La pratique est par conséquent bien établie entre les titulaires de droits et les acheteurs, notamment en ce qui concerne les films d'appel, de conclure les contrats de licence pour tous les pays nordiques, c'est-à-dire que la licence de diffusion est accordée pour toute la région nordique.

86. Par conséquent, la portée géographique de ces marchés s'étend au moins à toute la région nordique.

*4.2.4. Les marchés de la distribution en gros et au détail de contenus via les plates-formes de nouveaux médias*

87. Pour les raisons indiquées ci-dessus (point 4.1.6), la délimitation exacte des marchés géographiques en cause de la distribution en gros et au détail de contenus via la TNT et les plates-formes de nouveaux médias peut être laissée en suspens dans la présente affaire. Toutefois, en tenant compte des critères utilisés pour délimiter les marchés parallèles de la distribution en gros et au détail de la télévision à péage dans la région nordique, il est raisonnable de supposer que les marchés de gros prendront probablement une dimension nordique, tandis que les marchés de détail sont susceptibles de devenir nationaux pour des raisons réglementaires, linguistiques et culturelles.

*4.2.5. Marché de la fourniture de capacité transpondeur sur satellite pour la radiodiffusion télévisuelle*

88. La définition la plus étroite possible du marché géographique de la fourniture de capacité transpondeur sur satellite est celle de "l'empreinte" du satellite.
89. Dans sa décision *Nordic Satellite Distribution*, la Commission a défini l'empreinte satellitaire en cause comme la zone géographique dans laquelle les téléspectateurs nordiques peuvent capter les signaux de télévision avec une antenne parabolique d'un diamètre de 60 cm. Seuls les transpondeurs installés sur les satellites nordiques, c'est-à-dire ceux de Telenor et de NSAB, ont une empreinte qui permet à tous les téléspectateurs nordiques équipés d'une antenne parabolique de 60 cm de capter les signaux de télévision qu'ils transmettent. Un radiodiffuseur qui souhaite exercer des activités dans l'ensemble de la région nordique ne considérera pas les transpondeurs qui ne couvrent qu'une partie de cette région comme une solution attrayante, ou ne les considérera que comme un produit de substitution imparfait<sup>76</sup>.

---

<sup>75</sup> Il semble que ce "goût nordique" s'étende également aux pays baltes, où MTG/Viasat a récemment lancé une entreprise de télévision à péage similaire à celle qu'elle exploite dans la région nordique sur la base des chaînes "premium" de TV1000, voir MTG, Financial Results for the Period January – June 2003, p. 5 – <http://www.mtg.se>.

<sup>76</sup> Décision 96/177/CE de la Commission dans l'affaire IV/M.490 – Nordic Satellite Distribution, JO L 53 du 02.03.1996, p. 20, considérants 67 à 71.

90. Dans la décision *Telia/Telenor*, la Commission a maintenu le point de vue qu'elle avait exprimé dans l'affaire *Nordic Satellite Distribution*. Elle a établi que les opérateurs de satellite n'ayant pas d'empreinte nordique spécifique, tels qu'Eutelsat ou Astra, ne constituent pas une solution de remplacement viable, tant du point de vue technique que du point de vue économique, pour les radiodiffuseurs qui souhaitent atteindre les téléspectateurs de toute la région nordique. Pratiquement tous les téléspectateurs potentiels de cette région ont des antennes paraboliques dirigées vers les satellites Telenor et NSAB. Par conséquent, du point de vue d'un radiodiffuseur, l'utilisation d'une autre position satellite pour la transmission d'émissions destinées aux téléspectateurs des pays nordiques impliquerait des coûts très importants à engager pour convaincre un nombre suffisant de téléspectateurs soit d'arrêter de regarder tous les programmes nordiques intéressants proposés à partir des satellites de Telenor et de NSAB, soit d'investir dans une deuxième antenne parabolique. Quant aux téléspectateurs, ils ne peuvent pas tourner simplement leur antenne parabolique vers Eutelsat ou Astra, dans la mesure où aucun radiodiffuseur nordique ne transmet à partir de ces satellites. La Commission a par conséquent considéré que le marché de la capacité transpondeur sur satellite s'étendait aux pays nordiques<sup>77</sup>.
91. La Commission ne discerne aucune raison de s'écarter, en l'espèce, de ses conclusions dans ses décisions antérieures. Si l'on utilise le critère appliqué dans l'affaire *Nordic Satellite Distribution*, le marché géographique en cause en l'espèce, de la fourniture de capacité transpondeur pour la radiodiffusion télévisuelle par satellite, s'étend à la région nordique. Seuls les satellites de Telenor et NSAB ont une empreinte utile pour la DTH satellitaire nordique. Toutes les chaînes nordiques de télévision à péage "premium", qu'elles soient proposées par Canal+ Nordic ou par MTG/Viasat, ne peuvent être captées par les téléspectateurs nordiques que via ces satellites.
92. La Commission considère par conséquent que le marché géographique en cause s'étend à la région nordique.

## 5. STRUCTURE DU MARCHÉ

### 5.1. Distribution au détail de services de télévision à péage

#### 5.1.1. *Positions sur le marché de Canal Digital et de Viasat en ce qui concerne le segment de la distribution au détail de télévision à péage par satellite en DTH, y compris les chaînes de PPV/NVOD*

93. Dans la région nordique, les services de télévision à péage par satellite en DTH sont proposés aux clients par Canal Digital et MTG/Viasat. Le segment de la DTH se caractérise par une concurrence féroce entre les deux opérateurs présents sur les marchés de la distribution au détail des services (de base) de télévision à péage numérique et de télévision commerciale accessibles au moyen de plates-

---

<sup>77</sup> Décision 2001/98/CE de la Commission dans l'affaire IV/M.1439 – *Telia/Telenor*, JO L 40 du 9.2.2001, p. 1, considérant 284.

formes satellite de DTH ainsi que des services techniques associés (en particulier les décodeurs). Les “paquets” de chaînes de télévision multicanaux DTH proposés par Canal Digital et Viasat sont structurés d'une manière similaire, en ce qu'ils se composent d'un certain nombre de chaînes – d'intérêt général et thématiques – qui sont disponibles soit sous forme d'abonnement de base soit combinées aux chaînes de télévision à péage “premium” de Canal+ Nordic ou de TV 1000 respectivement. Le “paquet” de Canal Digital, avec les chaînes à péage de Canal+ consacrées essentiellement au sport et au cinéma, et le “gold package” de Viasat, avec les chaînes TV 1000, ont un positionnement commercial comparable.

94. Dans sa notification, TBS a communiqué les positions respectives de Canal Digital et de Viasat en 2000 sur le segment de marché de la distribution au détail de télévision à péage DTH, exprimées en nombre d'abonnés<sup>78</sup> :

| Région nordique, 2000 | Détenteurs de carte à puce | Abonnés “premium” |
|-----------------------|----------------------------|-------------------|
| Canal Digital         | [...]                      | [...]             |
| Viasat                | [...]                      | [...]             |

| Danemark, 2000 | Détenteurs de carte à puce | Abonnés “premium” |
|----------------|----------------------------|-------------------|
| Canal Digital  | [...]                      | [...]             |
| Viasat         | [...]                      | [...]             |

| Norvège, 2000 | Détenteurs de carte à puce | Abonnés “premium” |
|---------------|----------------------------|-------------------|
| Canal Digital | [...]                      | [...]             |
| Viasat        | [...]                      | [...]             |

| Suède, 2000   | Détenteurs de carte à puce | Abonnés “premium” |
|---------------|----------------------------|-------------------|
| Canal Digital | [...]                      | [...]             |
| Viasat        | [...]                      | [...]             |

| Finlande, 2000 | Détenteurs de carte à puce | Abonnés “premium” |
|----------------|----------------------------|-------------------|
| Canal Digital  | [...]                      | [...]             |
| Viasat         | [...]                      | [...]             |

95. À la fin de 2002, Canal Digital comptait [confidentiel] abonnés numériques DTH dans l'ensemble de la région nordique, dont [confidentiel] étaient abonnés aux services de télévision à péage “premium”. Viasat possédait pour sa part [confidentiel] abonnés numériques DTH dans la région nordique, dont

---

<sup>78</sup> On entend par détenteur de carte à puce les abonnés aux services télévisuels de base, y compris les clients analogiques, tandis que l'expression abonné “premium” désigne tous les clients (numériques) ayant accès aux chaînes de télévision à péage “premium” de Canal+ Nordic ou de MTG/Viasat.

[confidentiel] abonnements à la télévision à péage “premium”<sup>79</sup>. Eu égard à l'augmentation du nombre d'abonnés à la télévision à péage au cours des deux dernières années, la part de Viasat dans le segment de la télévision à péage DTH se contracte légèrement au profit de Canal Digital en raison, en partie, de problèmes de piratage. Comme le montrera la section (5.2.3.) ci-dessous, ces positions sur le marché se retrouvent également sur le segment PPV/NVOD.

5.1.2. *Position sur le marché de Telenor et de ses concurrents immédiats sur le segment de la distribution au détail de télévision à péage par réseau câblé*

96. Les pays nordiques ont des réseaux câblés très denses. En moyenne, plus de la moitié des ménages équipés de la télévision dans toute la région nordique sont connectés à un réseau câblé<sup>80</sup>. Un certain nombre de câblo-opérateurs, tels que Telenor Avidi, Sweden On Line (qui appartiennent tous deux au groupe Telenor), UPC, ComHem, Kabelvision, TDC Kabel, Telia Stofa et Helsinki Televisio Oy, fournissent des services de télévision à péage aux ménages dans la région nordique.
97. En Norvège, Telenor possède le câblo-opérateur Telenor Avidi, qui comptait en 2001 environ [confidentiel] ménages abonnés. Le réseau câblé Telenor Avidi est le plus grand de Norvège et représente [confidentiel] de la totalité des ménages reliés. En Suède, Telenor est propriétaire du réseau câblé exploité par Sweden On Line ([confidentiel] ménages abonnés) et du réseau de télévision câblé Seth ([confidentiel] ménages connectés en 2001), qui ont récemment fusionné. Cela correspond à [confidentiel] du total des ménages câblés en Suède. Toutefois, Telenor ne possède ni ne contrôle de réseaux câblés au Danemark et en Finlande.
98. Telenor a fourni les chiffres de 2001 relatifs aux activités de la télévision à péage distribuée par réseau câblé en Norvège et en Suède, où elle détient des filiales, exprimées en nombre d'abonnés à la télévision payante par câble:

| NORVÈGE       | Ventes/Recettes (en euros) | Part (%) | Abonnés | Part (%) |
|---------------|----------------------------|----------|---------|----------|
| UPC           | [...]                      | [...]    | [...]   | [...]    |
| Telenor Avidi | [...]                      | [...]    | [...]   | [...]    |
| <b>Total</b>  | [...]                      | 100      | [...]   | 100      |

| SUÈDE          | Ventes/Recettes (en euros) | Part (%) | Abonnés | Part (%) |
|----------------|----------------------------|----------|---------|----------|
| ComHem         | [...]                      | [...]    | [...]   | [...]    |
| Kabelvision    | [...]                      | [...]    | [...]   | [...]    |
| UPC            | [...]                      | [...]    | [...]   | [...]    |
| Sweden On Line | [...]                      | [...]    | [...]   | [...]    |
| <b>Total</b>   | [...]                      | 100      | [...]   | 100      |

<sup>79</sup> Voir MTG, Financial Results for the Period January – December 2002, p. 4; <http://www.mtg.se>.

<sup>80</sup> Voir Screen Digest, European Cable Yearbook, 2002, p. 55, 67, 121, 157; IDATE, The World Television Market, Vol.1: Markets, 2003, p. 123, 139, 203.

99. Les activités ci-dessus exercées par le groupe Telenor dans le domaine de la télévision à péage comprennent les abonnements aux chaînes "premium" de Canal+ Nordic. Dans la région nordique, la plupart des câblo-opérateurs, y compris Telenor Avidi, proposent simultanément des bouquets de chaînes de télévision à péage "premium" de Canal+ Nordic et de MTG/Viasat. À partir uniquement du nombre d'abonnements à la télévision à péage "premium" (analogique et numérique), la Commission a conclu que les positions de marché étaient les suivantes en 2001/2002:

| NORVÈGE       | 2001              |          | 2002              |          |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------|
|               | Abonnés "premium" | part (%) | Abonnés "premium" | part (%) |
| UPC           | [...]             | [...]    | [...]             | [...]    |
| Telenor Avidi | [...]             | [...]    | [...]             | [...]    |
| <b>Total</b>  | [...]             | 100      | [...]             | 100      |

| SUÈDE          | 2001              |          | 2002              |          |
|----------------|-------------------|----------|-------------------|----------|
|                | Abonnés "premium" | part (%) | Abonnés "premium" | part (%) |
| ComHem         | [...]             | [...]    | [...]             | [...]    |
| Kabelvision    | [...]             | [...]    | [...]             | [...]    |
| UPC            | [...]             | [...]    | [...]             | [...]    |
| Sweden On Line | [...]             | [...]    | [...]             | [...]    |
| <b>Total</b>   | [...]             | 100      | [...]             | 100      |

## 5.2. Fourniture en gros de chaînes de télévision à péage "premium" et de chaînes PPV/NVOD

### 5.2.1. Offre et puissance de vente

#### 5.2.1.1. Fournisseurs

100. Canal+ Nordic et MTG/Viasat sont les fournisseurs les plus importants, sinon les seuls, présents sur le marché en amont de la fourniture en gros de chaînes de télévision à péage "premium" dans toute la région nordique.
101. Dans la région nordique, Canal+ est active, par l'intermédiaire de sa filiale Canal+ Nordic, dans la vente en gros de ses chaînes de télévision à péage "premium" aux plates-formes de distribution de télévision multicanaux. Cette activité est toutefois soumise aux restrictions convenues avec Telenor/Canal Digital dans les accords notifiés. En conséquence, Canal Digital bénéficie du droit exclusif de distribuer les chaînes de télévision à péage "premium" et les services cinéma PPV/NVOD de Canal+ Nordic aux ménages équipés de DTH et de SMATV et aux petits câblo-opérateurs qui, aux fins de l'accord de distribution, sont compris dans la notion de distribution par DTH. Toutefois, Canal+ Nordic continue à vendre en gros ses chaînes de télévision à péage "premium" à des tiers opérateurs de réseaux CATV et fournisseurs de transmission hertzienne numérique.
102. Telenor également est présente dans la vente en gros de chaînes de télévision à péage et de chaînes commerciales dans la région nordique, par l'intermédiaire de ses filiales Canal Digital et Telenor Vision. Toutefois, l'activité de Canal Digital se limite à celle d'un sous-grossiste qui vend les chaînes à péage "premium" de Canal+ Nordic aux SMATV, aux petits réseaux câblés, et aux réseaux CATV de Telenor, sur la base de l'exclusivité accordée par Canal+. De même, Telenor Vision exerce l'activité d'un commissionnaire dans la distribution en gros et –

dans une mesure beaucoup moins importante - au détail de “paquets de base” et de “paquets élargis” de Canal Digital comprenant des chaînes à péage et des chaînes commerciales dans les pays nordiques. Ces activités n'appartiennent donc pas au marché de la fourniture en gros de chaînes de télévision à péage “premium” sur lequel Canal+ Nordic et MTG/Viasat sont actives.

103. Ainsi, seules les positions respectives de Canal+/Canal+ Nordic et de MTG/Viasat seront prises en compte dans ce qui suit.

5.2.1.2. Positions sur le marché de Canal+/Canal+ Nordic et de MTG/Viasat

104. Dans la région nordique, Canal+ Nordic fournit un bouquet de différentes chaînes de télévision à péage “premium”, dénommées “Canal+”, “Canal+ Zap”, “Canal+ Yellow” et “Canal+ Blue”, ainsi qu’une chaîne PPV/NVOD appelée “Kiosk”. MTG/Viasat propose dans toute la région nordique des chaînes comparables, telles que “TV1000”, “TV1000 Cinema”, “Viasat Sport” et “Viasat Nature/Action”, qui sont regroupées dans des bouquets différents, à savoir “Viasat Gold” et “Viasat Silver”. De plus, Viasat dispose d'une chaîne PPV dénommée “Ticket”.

105. La méthode la plus fiable pour mesurer les positions respectives de Canal+ Nordic et de MTG/Viasat sur le marché en cause consiste à calculer le nombre d’abonnés en aval à leurs chaînes de télévision à péage “premium”, comprenant ainsi les abonnés à la télévision payante par DTH et réseau câblé. Cette méthode correspond aux systèmes de péage convenus communément dans les “contrats d'exclusivité de droits de diffusion” (“output deals”) passés avec les grands studios de production cinématographique de Hollywood. Dans le cadre de ces contrats, le nombre d’abonnés réels ou potentiels à la télévision à péage, ainsi que les garanties dites du minimum d’abonnés constituent les facteurs économiques déterminants pour mesurer l’importance sur le marché des fournisseurs de bouquets de télévision à péage et négocier la redevance.

106. En revanche, la part de marché calculée sur la base des recettes de la télévision à péage ne traduit pas les positions effectives de Canal+ Nordic et MTG/Viasat sur le marché l’une par rapport l’autre. Cela s’explique pour l’essentiel par l’intégration verticale de MTG/Viasat et la difficulté, sinon l’impossibilité, qui en résulte de faire la différence entre les flux de recettes dégagés par l’activité de fourniture en gros, d’une part, et par l’activité au détail de la plate-forme DTH de Viasat, d’autre part. La commercialisation des chaînes de télévision à péage “premium” de Canal+ Nordic par DTH opère toutefois une séparation entre les recettes de la télévision à péage de Canal+ Nordic et de Canal Digital, qui ne sont plus verticalement intégrées. Les recettes dégagées par Canal+ grâce à la fourniture en gros de télévision à péage sont donc nécessairement relativement moins importantes que l’ensemble des recettes générées par MTG/Viasat, puisqu’elles ne comprennent pas les recettes de la télévision à péage provenant de l’activité au détail exercée par Canal Digital dans le secteur de la DTH. En outre, pour comparer correctement les recettes de gros obtenues par Canal+ Nordic et MTG/Viasat, il faudrait appliquer, des deux côtés, des prix de pleine concurrence, ce qui n’est toutefois pas garanti au sein du groupe MTG.

107. Dans l'ensemble de la région nordique, Canal+ Nordic comptabilisait au total [confidentiel] abonnements à la télévision à péage analogique et numérique en juin 2002, y compris [confidentiel] abonnés au câble et à la TNT (en Suède). En comparaison, MTG/Viasat, le seul concurrent de Canal+ Nordic au niveau de la fourniture de chaînes "premium" pour la télévision à péage dans les pays nordiques, possédait [confidentiel] abonnés à la télévision à péage numérique distribuée tant par DTH que par le câble à la fin de juin 2002. Cela équivaut à une part de marché actuelle, en progression constante dans l'ensemble de la région nordique, d'environ [45-65] % pour Canal+ Nordic, tandis que MTG/Viasat absorbe les [35-55] % restants<sup>81</sup>.
108. Ces parts de marché semblent être corroborées, premièrement, par la forte implantation de Canal+ Nordic sur les segments de marché en amont concernant l'acquisition de films d'appel auprès des studios américains de production cinématographique, où Canal+ Nordic s'est assuré un certain nombre d'importantes licences [confidentiel] pour la région nordique, et, deuxièmement, par un positionnement de Canal+ Nordic comparable à celui de MTG/Viasat sur le segment de l'acquisition de droits d'événements sportifs (voir sous 5.3). Toutefois, la position de marché relativement élevée de Canal+ Nordic n'amène pas à conclure à l'existence d'une position dominante. Rien n'indique que Canal+ Nordic pourrait se comporter indépendamment de ses concurrents dans la région nordique. Au contraire, comme le montre, par exemple actuellement sa stratégie commerciale commune avec Canal Digital, le comportement de Canal+ Nordic sur le marché en cause continue d'être fortement limité, notamment par MTG/Viasat, son seul concurrent, qui est également très bien implantée sur le marché et offre des services de télévision à péage tout aussi attrayants tant au niveau de leur qualité que de leur prix. [Confidentiel].

#### 5.2.2. *Achat et puissance d'achat*

109. Du côté des achats, une série de plates-formes de distribution de télévision multicanaux, y compris des opérateurs DTH et des câblo-opérateurs, sont présentes dans l'ensemble de la région nordique. À la différence de l'offre, afin d'apprécier les positions respectives des opérateurs de plateformes DTH et de plateformes câblées sur le marché en tant qu'acheteurs réels et/ou potentiels de chaînes de télévision à péage "premium", la Commission estime que le nombre d'abonnés "premium", même s'il a une valeur indicative, ne constitue pas un critère de mesure totalement fiable. Plus exactement, le nombre d'acheteurs analogiques et numériques du service de base et du service étendu de la plateforme semble important, car il fournit une base représentative et immédiate pour évaluer le potentiel de croissance des abonnements à la télévision à péage tant du côté de l'offre que de la demande. De plus, pour les raisons déjà mentionnées, les

---

<sup>81</sup> À la fin de 2001, Canal+ Nordic comptait [confidentiel] abonnés toutes plates-formes confondues (contre [confidentiel] fin 2002), cependant que MTG avait au total environ [confidentiel] abonnés "premium" (contre [confidentiel] fin 2002), de sorte que récemment, les parts de marché oscillaient respectivement entre [45-65] et [45-65] % pour Canal+ Nordic et entre [35-55] et [35-55] % pour MTG. Depuis avril 2001, Viasat n'a plus d'abonnés à la télévision à péage analogique.

recettes de la télévision à péage ne sont pas non plus considérées comme un facteur décisif pour mesurer la puissance de marché du côté de l'offre.

#### *Segment DTH*

110. Comme il a déjà été indiqué, Canal Digital comptait [**confidentiel**] abonnés à la DTH numérique en 2002, tandis que Viasat en totalisait [**confidentiel**]. En termes de détenteurs de cartes à puces, qui comprennent les abonnés tant analogiques que numériques, les positions de marché respectives de Canal Digital ([**confidentiel**] clients) et de Viasat ([**confidentiel**] clients<sup>82</sup>) sont plus équilibrées.

#### *Segment du câble*

111. En outre, les câblo-opérateurs nordiques sont présents dans la redistribution des chaînes de télévision à péage "premium" de Canal+ Nordic et de MTG/Viasat. Conformément à la position adoptée par la Commission dans l'affaire *Telia/Telenor*<sup>83</sup>, c'est le nombre de ménages connectés – y compris les abonnements aux "paquets" de chaînes de télévision de base – plutôt que les recettes de la télévision payante, qui constitue la méthode la plus fiable pour mesurer la puissance d'achat réelle des grands câblo-opérateurs nordiques. Cette méthode est justifiée par les critères et modes de calcul différents employés par les divers opérateurs pour répartir leurs recettes entre les services soit de télévision à péage soit d'abonnement de base/étendu<sup>84</sup> et le fait qu'en utilisant la souplesse commerciale rendue possible par la numérisation, les câblo-opérateurs nordiques ont commencé à regrouper les diverses chaînes de télévision dans un plus grand nombre de "paquets" distincts. En outre, du point de vue des fournisseurs de chaînes de télévision à péage "premium", les seuls abonnés à la télévision à péage ne traduisent pas l'étendue réelle des débouchés commerciaux qu'offrent notamment les grands câblo-opérateurs pour la distribution de ces services. Plus précisément, le nombre total de ménages connectés reflète en général d'une manière plus exacte le pouvoir de négociation des câblo-opérateurs vis-à-vis des fournisseurs en gros de chaînes de télévision à péage "premium". Ces ménages, même s'ils ne sont pas (encore) abonnés aux services câblés de la télévision à péage, peuvent facilement être la cible de campagnes publicitaires en faveur des bouquets de télévision à péage et constituer ainsi un potentiel de croissance considérable du nombre des abonnés à ce type de services.

---

<sup>82</sup> Voir MTG, Annual Report, 2002, p. 4.

<sup>83</sup> Voir décision 2001/98/CE de la Commission dans l'affaire IV/M.1439 – Telia/Telenor, JO L 40 du 9.2.2001, p. 1, considérants 311 et suivants.

<sup>84</sup> Ibidem, considérants 314 et 315.

112. Les câblo-opérateurs nordiques qui possèdent les positions de marché les plus importantes en termes de nombres d'abonnés dans la région nordique sont les suivants (chiffres de 2001)<sup>85</sup>:

| Câblo-opérateur nordique                | Abonnés   |
|---|-----------|
| Telenor Avidi (groupe Telenor, Norvège) | 362 000   |
| UPC Norge (Norvège)                     | 334 000   |
| Com Hem (Suède)                         | 1 400 000 |
| Kabelvision/Tele 2 (Suède)              | 300 000   |
| UPC Sverige (Suède)                     | 253 000   |
| Sweden On Line (groupe Telenor, Suède)  | 185 000   |
| Seth's Kabel TV (groupe Telenor, Suède) | 15 000    |
| Tele Danmark/oncable (Danemark)         | 800 000   |
| Telia Stofa (Danemark)                  | 250 000   |
| Helsinki Televisio Oy (HTV, Finlande)   | 202 000   |
| Sonera Oy (Finlande)                    | 138 000   |
| Tampereen Tietoverkko Oy (Finlande)     | 70 000    |

*Les segments de la DTH et du câble considérés conjointement*

113. Les câblo-opérateurs du groupe Telenor regroupent au total quelque [confidentiel] abonnés. Si l'on y ajoute le nombre global des abonnés à Canal Digital en 2001 ([confidentiel]), le groupe Telenor compte environ [confidentiel] abonnés à ses services de télévision distribués par la DTH et le réseau câblé dans l'ensemble de la région nordique.
114. En se basant sur le nombre total d'abonnés à ce type de services dans la région nordique en 2001, c'est-à-dire [confidentiel]<sup>86</sup>, et sur une délimitation large du marché comprenant la distribution au détail de la télévision à péage par la DTH et le câble, on obtient une part approximative de [confidentiel] détenue par le groupe Telenor et de [confidentiel] pour Canal Digital pour les seuls achats. En comparaison, la part que possède Viasat du côté des achats, calculée également à partir du nombre de ses abonnés, atteindrait environ [confidentiel]. Toutefois, MTG/Viasat ne sont que des acquéreurs potentiels de chaînes "premium" auprès de tiers, car elles mettent actuellement l'accent sur la redistribution de leurs propres chaînes, produites en interne.
115. Dans le cas d'une délimitation plus étroite du marché – la fourniture en gros de chaînes de télévision à péage retransmises par la DTH constituant un marché de produits distinct – le pouvoir de marché et la puissance d'achat de Canal Digital seraient portés à plus de [confidentiel], chiffre calculé à partir de sa part du nombre total d'abonnés à la DTH dans la région nordique. La position de Viasat serait comparable eu égard à son intégration verticale avec le groupe MTG.

<sup>85</sup> Source : Screen Digest, Europe's Cable Power Players, juin 2001, p. 185. Voir également Screen Digest, European Cable Yearbook, 2002, p. 56, 68, 122 et 158 avec des chiffres quelque peu différents.

<sup>86</sup> 5 310 000 abonnés au câble (voir Screen Digest, Europe's Cable Power Players, juin 2001, p. 183) + [confidentiel] abonnés à la DTH.

### 5.2.3. Positions sur le marché dans le segment PPV/NVOD

116. Bien que la fourniture en gros et au détail de services PPV/NVOD appartienne vraisemblablement à des marchés de produits distincts de ceux de la fourniture en gros et au détail de chaînes de télévision à péage, il semble également indiqué, dans le segment PPV/NVOD, d'évaluer le pouvoir de marché à partir de l'ensemble des abonnés (à la télévision à péage). Dans ce segment, Canal+ Nordic/Canal Digital, par l'intermédiaire de la chaîne PPV "Kiosk", et MTG/Viasat, par celui de leur PPV proposant "Viasat Ticket", fournissent respectivement des services PPV/NVOD comparables dans toute la région nordique. Dans ce dernier cas, ces services sont également fournis aux abonnés de base, tandis que Canal+ Nordic/Canal Digital n'accordent l'accès à la PPV/NVOD qu'aux clients de la télévision à péage.
117. Il n'est guère possible, pour des raisons techniques, de calculer avec exactitude le nombre d'abonnés aux services PPV/NVOD, car il faudrait le faire sur une base individuelle, par film ou par séance. De plus, les recettes dégagées par les services PPV/NVOD sont en général négligeables par rapport à l'ensemble des recettes de la télévision à péage<sup>87</sup> et ne reflètent donc pas précisément la position que détiennent les opérateurs de la télévision à péage sur ce segment. En conséquence, le mode de calcul de leur pouvoir de marché est le même que celui applicable à la télévision à péage en général. À partir de là, il est possible de transposer les parts de marché déterminées tant pour Canal+ Nordic [45-65] % que MTG/Viasat [35-55] % sur le marché en amont de la fourniture en gros de chaînes de télévision à péage "premium" sur celui de l'offre dans le segment PPV/NVOD.
118. En ce qui concerne l'importance des acheteurs sur ce marché, il convient de tenir compte du fait que dans l'ensemble de la région nordique, en général, seules deux plates-formes de DTH, Canal Digital et Viasat, sont des acheteurs (potentiels) de chaînes de PPV, cependant qu'à ce jour, les câblo-opérateurs proposent rarement ces services de télévision à péage à leurs clients<sup>88</sup>. Par là-même, Canal Digital et Viasat, dotées respectivement d'un pouvoir de marché comparable, semblent détenir chacune une part de marché d'environ [confidentiel].

### 5.3. Acquisition de droits de films et d'événements sportifs d'appel destinés à la programmation télévisuelle.

119. La plupart des plates-formes nordiques de télévision multicanaux, notamment les grands câblo-opérateurs, n'achètent pas de droits de films et d'événements sportifs destinés à la production des chaînes de télévision à péage dans la région nordique, mais acquièrent à la place des bouquets de chaînes de télévision à

---

<sup>87</sup> Les recettes tirées par Canal+ de la télévision à péage en général dans la région nordique se sont élevées à [confidentiel] KSEK en 2001, dont seulement [confidentiel] KSEK ([confidentiel]%) pour la PPV.

<sup>88</sup> Actuellement, seules ComHem en Suède et TDC au Danemark proposent la chaîne de PPV "Kiosk" de Canal+ Nordic à leurs abonnés, dans ce dernier cas, en application d'une sous-licence concédée par Canal Digital.

péage "préemballées" à des grossistes tels que MTG/Viasat, Canal+ Nordic et, dans une certaine mesure, également à Canal Digital et Telenor Vision. Canal+ Nordic et MTG semblent constituer les plus gros acheteurs de contenu d'appel aux fins d'exploitation de la télévision à péage, vis-à-vis des titulaires de droits et des studios de production.

120. Canal+ occupe une position très forte sur le segment de marché de l'acquisition de films d'appel à l'échelle européenne. Canal+ a signé avec la majorité des studios américains de production cinématographique ("les Majors") un certain nombre de contrats d'exclusivité de droits de diffusion de films d'appel. En outre, elle a jusqu'à présent été verticalement intégrée avec le studio Universal, filiale de Vivendi Universal<sup>89</sup>. Les accords correspondants comprennent des licences [confidentiel], qui sont généralement achetées sur une base exclusive. Toutefois, la position de Canal+ est légèrement moins puissante dans la région nordique<sup>90</sup>. Canal+ Nordic a conclu dans la région nordique des contrats [confidentiel], qui portent dans les deux cas essentiellement sur des licences [confidentiel] pour la télévision à péage ainsi que sur des licences [confidentiel] pour la PPV passées avec plusieurs sociétés de production cinématographique américaines, telles que Dreamworks, Time Warner, Fox, Universal, Paramount, MGM ([confidentiel]) et Buena Vista/Disney ([confidentiel]). En outre, Canal+ détient également des licences [confidentiel] auprès de producteurs cinématographiques nordiques, tels que AB Svensk Filmindustri et Sandrew Metronome International, ainsi que des contrats concernant [confidentiel] avec le studio de production cinématographique [confidentiel] et [confidentiel].
121. MTG/Viasat entretient actuellement des liens contractuels [confidentiel] avec un certain nombre de grands studios américains et nordiques en ce qui concerne la commercialisation des films d'appel, tels que, notamment, [confidentiel] et [confidentiel] (télévision à péage [confidentiel] et, en partie, PPV), [confidentiel] et [confidentiel] (télévision à péage [confidentiel])<sup>91</sup>. MTG/Viasat a en outre lancé récemment une "chaîne Disney" distincte dans la région nordique<sup>92</sup>. De plus, par l'intermédiaire de sa filiale "Modern Studios", à laquelle appartient la succursale Sonet film, MTG est fortement présente dans la production et la distribution, entre autres, de films suédois de long métrage, qui sont très populaires et se classent même devant les sorties de films américains à gros tirage au niveau du nombre d'entrées de cinéma vendues en Suède<sup>93</sup>.

---

<sup>89</sup> Voir toutefois le rachat par General Electric Company de Vivendi Universal Entertainment récemment notifié, JO C 285, 28.11.2003, p. 26.

<sup>90</sup> Voir la décision de la Commission du 13 octobre 2000 dans l'affaire COMP/M.2050 – Vivendi/Canal+/Seagram, considérants 39 à 41.

<sup>91</sup> Voir également Screen Digest, European Television Movie Rights, 2002, p. 154.

<sup>92</sup> Voir le communiqué de presse de MTG du 23 septembre 2002 "Viasat launches Disney channel in Nordic region" (Viasat lance une chaîne Disney dans la région nordique).

<sup>93</sup> Voir le rapport annuel de MTG, 2000, p. 45.

122. Pour ce qui est des droits de diffusion d'événements sportifs d'appel, Canal+ Nordic détient des droits de radiodiffusion exclusifs en Scandinavie pour les grands événements sportifs très populaires, tels que les matches nationaux de hockey sur glace et ceux de la NHL, ainsi que les matches de football de première division au Royaume-Uni et en Italie, qui sont distribués par les différentes chaînes de Canal+ Nordic. MTG/Viasat, avec Viasat Sport, sa chaîne sportive "premium", propose également en exclusivité une gamme d'événements sportifs prestigieux et très populaires en Scandinavie, tels que le football de haut niveau (notamment la ligue des champions de l'UEFA), les courses automobiles de Formule1, le golf et la boxe<sup>94</sup>.

#### **5.4. Fourniture de capacité-transpondeur sur satellite aux fins de la radiodiffusion télévisuelle**

123. Conformément aux conclusions de la Commission dans les affaires *Nordic Satellite Distribution*<sup>95</sup> et *Telia/Telenor*<sup>96</sup>, il n'existe actuellement que deux fournisseurs de capacités-répéteurs pour la radiodiffusion télévisuelle ayant une "empreinte" nordique spécifique, Telenor Satellite Broadcasting et Nordic Satellite AB (ci-après "NSAB"). Telenor possède et exploite les satellites Thor II et III et a loué des capacités-transpondeurs sur le satellite Intelsat 707, positionnés à 1°ouest, par l'intermédiaire desquels elle distribue environ 120 chaînes de télévision numériques et analogiques dans toute la région nordique par DTH, SMATV et réseau câblé<sup>97</sup>. NSAB possède et exploite les satellites Sirius 1, 2 et 3 – renommés à présent Sirius W – positionnés à 5°est et 13°ouest, par lesquels elle distribue actuellement plus d'une centaine de chaînes de télévision numériques et analogiques dans l'ensemble de la région nordique<sup>98</sup>. La grande majorité des ménages équipés en DTH dans les pays nordiques avaient en général des paraboles dirigées vers des satellites positionnés à 1°ouest, que privilégie Telenor, et à 5° est, que privilégie NSAB (antennes paraboliques à "deux têtes"). D'après Telenor, aujourd'hui, 95 % des antennes paraboliques DTH et 100 % des antennes têtes de réseau pour opérateurs de réseaux câblés et de SMATV dans la région nordique sont dirigées vers 1°ouest<sup>99</sup>.

---

<sup>94</sup> Voir la description générale des droits détenus tant par Canal+ Nordic que MTG dans la région nordique en 2002 dans : Screen Digest, European Television Sports Rights, mars 2002, p. 90.

<sup>95</sup> Décision 96/177/CE de la Commission dans l'affaire IV/M.490 – Nordic Satellite Distribution, JO L 53 du 02.03.1996, p. 20.

<sup>96</sup> Décision 2001/98/CE de la Commission dans l'affaire IV/M.1439 – Telia/Telenor, JO L 40 du 9.2.2001, p. 1, considérant 284.

<sup>97</sup> Voir: <http://www.telenorsbc.com>.

<sup>98</sup> Voir <http://www.nsab-sirius.com/>. Pour une vue d'ensemble complète de la distribution par satellite de chaînes de télévision dans l'ensemble de la région nordique, voir <http://www.1-west.com/>.

<sup>99</sup> [http://www.telenorsbc.com/index.jsp?view=sb\\_wizard&id=131&extra=body:2](http://www.telenorsbc.com/index.jsp?view=sb_wizard&id=131&extra=body:2).

124. Hormis le nombre de chaînes de télévision distribuées, la capacité-transpondeur disponible semble constituer un critère important pour évaluer le positionnement respectif des opérateurs satellitaires sur le marché. Cette capacité se répartit actuellement de la manière suivante entre Telenor et NASB, sur la base d'une largeur de bande comparable du transpondeur aux fins de retransmission de chaînes de télévision:

| Satellite                       | Nombre de transpondeurs | Part de marché (en %) |
|---------------------------------|-------------------------|-----------------------|
| Telenor Thor 2, 3, Intelsat 707 | [...]                   | [...]                 |
| NSAB Sirius 1, 2, W:            | [...]                   | [...]                 |
| <b>Total</b>                    | [...]                   | 100 %                 |

125. Telenor Satellite Broadcasting dispose en conséquence d'une capacité-transpondeur représentant une part de marché d'environ [40-60] % du marché satellitaire nordique.

## 6. OBSERVATIONS DE TIERS

126. La Commission a publié une communication conformément à l'article 19, paragraphe 3, du règlement n°17 au Journal officiel de l'Union européenne du 26 juin 2003, qui a suscité des réactions de la part d'un certain nombre de tiers.
127. En réponse à la communication ci-dessus, le câblo-opérateur nordique UPC n'a souhaité se référer qu'à des mémoires présentés au cours de la procédure avant les engagements pris par les parties et la publication de la communication de la Commission. Dans ces mémoires, UPC s'est déclarée préoccupée par la puissance de la position de Telenor sur la plupart des segments liés à la télévision, notamment en Norvège, et par le fait que Telenor a conclu une série d'accords de distribution exclusive pour du contenu télévisuel important. En outre, Telenor exerce des activités de commissionnaire dans la distribution en gros pour le compte d'un certain nombre de fournisseurs de programmes de télévision par l'intermédiaire de sa filiale Telenor Vision, qui propose des accords de distribution à d'autres câblo-opérateurs. Cela signifie que les câblo-opérateurs doivent acheter du contenu à leur plus gros concurrent. Parallèlement, les accords de distribution exclusive de Telenor font que des sociétés telles qu'UPC sont empêchées de conclure des accords directs avec des fournisseurs de contenu<sup>100</sup>.
128. MTG également, à la suite de la communication de la Commission, s'est pour l'essentiel prévalu de son mémoire présenté à un stade antérieur de la procédure, avant que les parties ne prennent leurs engagements. MTG a indiqué dans ce mémoire que, selon elle, les accords notifiés avaient un effet directement négatif sur son activité et sur celle des futurs distributeurs DTH/SMATV dans la région nordique en les empêchant d'acheter et de proposer, pendant une longue période, les chaînes de télévision à péage "premium" de Canal+ par DTH et SMATV. En

---

<sup>100</sup> UPC distribue actuellement les chaînes de télévision à péage "premium" de MTG/Viasat ainsi que de Canal+ Nordic.

outre, en raison de l'interdiction faite à Canal Digital d'inclure les chaînes "premium" fournies par MTG et d'autres radiodiffuseurs pendant la même période, les positions de marché importantes de Telenor et de Canal+ dans la région nordique créent des effets de verrouillage qui ne peuvent être compensés par aucun profit pour les consommateurs. MTG a également mentionné la position très forte que détient Canal+ sur le marché de la télévision payante "premium" en raison de son accès aux films américains sortis récemment, qui représenteraient environ jusqu'à 80-90 % du volume total négocié, et de l'exclusivité qu'elle détient sur les droits de radiodiffusion dans la région nordique d'événements sportifs importants tels que des matches football de première division en Angleterre et en Italie. MTG souligne en outre le pouvoir de marché global de Telenor dans le secteur lié à la télévision dans la région nordique et, notamment, son degré élevé d'intégration verticale qui lui permet d'adopter des stratégies de vente groupée visant à faire valoir ses atouts dans un secteur pour renforcer sa "position globale" dans le domaine de la télévision nordique. MTG a enfin fait remarquer qu'une obligation de non-concurrence imposée à Telenor provoque des effets négatifs supplémentaires sur la concurrence, car "dans ce cas de figure, la plate-forme de MTG est en théorie le seul moyen possible dont disposerait un nouvel opérateur de télévision à péage pour atteindre les téléspectateurs sur les segments DTH et SMATV".

129. La société de production cinématographique Disney a fait observer dans sa réponse à la communication de la Commission que la durée des accords sur le contenu devrait être déterminée par les forces du marché et que toute intervention par la Commission est inutile et contre-indiquée. En tant que créateur de contenu, il était totalement légitime et justifiable que Disney cherche à négocier des flux de recettes stables à long terme, afin de générer des recettes suffisantes pour poursuivre ses investissements dans l'activité très risquée que constitue la production de films et de chaînes de télévision. Selon Disney, la création et l'exploitation de chaînes de télévision à péage "premium" de grande qualité nécessitent également de gros investissements. En l'absence de contrats de distribution suffisamment longs, ces investissements ont moins de chance d'être réalisés, ce qui réduira bien évidemment le choix du consommateur. Étant donné que les fournisseurs de contenu sont de plus en plus confrontés à un mouvement de consolidation dans le secteur des plates-formes de télévision à péage, toute initiative visant à entraver leur capacité de tenter de négocier des contrats en vue de soutenir l'investissement est inutile et préjudiciable aux intérêts légitimes des fournisseurs ainsi qu'aux intérêts des consommateurs.

## **7. ARTICLE 81 DU TRAITÉ ET ARTICLE 53 DE L'ACCORD EEE**

### **7.1. Compétence**

130. En l'espèce, la Commission est l'autorité qui a compétence pour appliquer à la fois l'article 81, paragraphe 1, du traité et l'article 53, paragraphe 1, de l'accord EEE, en vertu de l'article 56, paragraphe 1, point c), et paragraphe 3, de cet accord, car les accords notifiés ont des effets sensibles sur la concurrence à l'intérieur du marché commun ainsi que sur le commerce entre États membres.

## **7.2. Applicabilité de l'article 81, paragraphe 1, du traité et de l'article 53, paragraphe 1, de l'accord EEE**

131. Aux termes de l'article 81, paragraphe 1, du traité, sont incompatibles avec le marché commun et interdits tous accords entre entreprises, toutes décisions d'associations d'entreprises et toutes pratiques concertées, qui sont susceptibles d'affecter le commerce entre États membres et qui ont pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence à l'intérieur du marché commun.
132. L'article 53, paragraphe 1, de l'accord EEE, qui est calqué sur l'article 81, paragraphe 1, du traité contient une disposition similaire. Toutefois, les mentions "commerce entre États membres" et "jeu de la concurrence à l'intérieur du marché commun" de l'article 81, paragraphe 1, du traité sont remplacées respectivement par les mentions "commerce entre les parties contractantes" et "jeu de la concurrence à l'intérieur du territoire couvert par l'accord [EEE]". Dans ce qui suit, la Commission fera donc principalement référence à l'article 81, paragraphe 1, du traité CE, à moins qu'il ne soit nécessaire de se fonder sur l'article 53, paragraphe 1, de l'accord EEE.
133. Les accords, dans leur forme notifiée, relèvent de l'article 81, paragraphe 1, du traité et de l'article 53, paragraphe 1, de l'accord EEE.
134. Conformément à la jurisprudence communautaire et à l'intention présente dans l'approche développée par la Commission dans ses lignes directrices sur les restrictions verticales<sup>101</sup>, la restriction de la liberté commerciale de l'une ou de plusieurs parties à un accord dans le secteur de la radiodiffusion ne suffit pas en elle-même à conclure que l'interdiction prévue l'article 81, paragraphe 1, du traité est applicable. Plus précisément, il incombe aux fins de l'analyse de l'applicabilité de cette disposition à un accord, de tenir compte du cadre concret dans lequel il déploie ses effets, et notamment du contexte économique et juridique dans lequel opèrent les entreprises concernées, de la nature des produits et/ou services visés par cet accord ainsi que des conditions réelles du fonctionnement et de la structure du marché<sup>102</sup>. En agissant ainsi, la Commission doit en l'espèce prendre en considération notamment les positions respectives des acteurs présents sur le marché – à savoir les fournisseurs, leurs concurrents et les acheteurs – y compris leur capacité de faire contrepoids, ainsi que l'existence et le poids de barrières à l'entrée afin d'apprécier les éventuels effets de verrouillage des marchés, tant en amont qu'en aval, qui pourraient résulter de la nature ou de la durée des accords d'exclusivité et de non-concurrence ou d'une conjugaison des deux<sup>103</sup>.

---

<sup>101</sup> Communication de la Commission Lignes directrices sur les restrictions verticales (2000/C 291/01), JO C 291 du 13.10.2000, p. 1.

<sup>102</sup> Voir notamment l'arrêt rendu par le Tribunal de première instance dans l'affaire T-112/99, *M6 et autres/Commission*, Recueil 2001, p. 1057, point 76.

<sup>103</sup> Communication de la Commission Lignes directrices sur les restrictions verticales (2000/C 291/01), JO C 291 du 13.10.2000, p. 1, points 121 et suivants.

135. En ce qui concerne le contexte économique dans lequel les parties opèrent et les accords en cause fonctionnent, il convient en outre de garder à l'esprit que Canal Digital était au départ une entreprise commune contrôlée et exploitée conjointement par Telenor et Canal+ [**confidentiel**]. Les accords notifiés portent sur la poursuite de l'activité économique de Canal Digital sous le contrôle exclusif de Telenor consécutif à la cession de Canal+, ainsi que parallèlement sur le maintien, à l'avenir, des bénéfices tirés précédemment de l'intégration entre Canal Digital et Canal+ Nordic, au moyen d'un ensemble de liens contractuels d'exclusivité et de non-concurrence. La raison essentielle pour laquelle les parties souhaitent conserver ces liens contractuels est qu'elles veulent récupérer leur investissement réalisé dans une activité économique à ce jour déficitaire.
136. En principe, la Commission considère que l'article 81 du traité et l'article 53 de l'accord EEE sont applicables aux accords conclus entre des entreprises (économiquement) distinctes, telles que Telenor/Canal Digital d'une part, et Canal+/Canal+ Nordic d'autre part, qui forment partie intégrante d'une opération de cession globale et de la séparation d'entreprises précédemment intégrées verticalement. La Commission, tout en tenant pleinement compte du contexte économique dans lequel les opérations en question ont lieu, est tenue de garantir que ces accords ne restreignent pas le jeu de la concurrence au sens de l'article 81, paragraphe 1, ou que les conditions prévues à l'article 81, paragraphe 3, du traité sont remplies. Dans la mesure où les accords ont pour objet ou pour effet de restreindre sensiblement le jeu de la concurrence au sens de l'article 81, paragraphe 1, du traité, la Commission doit par ailleurs procéder à une analyse prospective concernant l'évolution probable de la concurrence sur les marchés en cause à partir d'un ensemble de faits, abstraction faite des restrictions convenues entre les parties aux accords notifiés.
137. Les accords, dans leur forme modifiée, donnent lieu à des problèmes de concurrence concernant trois séries de dispositions:
- premièrement, un ensemble de clauses établissant l'exclusivité de la distribution par DTH satellitaire des chaînes de télévision payante et de PPV/NVOD de Canal+ Nordic par Canal Digital;
  - deuxièmement, un ensemble de clauses de non-concurrence et de coopération qui ont pour objet de protéger la distribution par DTH satellitaire des chaînes de télévision payante et de PPV/NVOD de Canal+ Nordic par Canal Digital de la concurrence en provenance tant de tiers fournisseurs de la télévision à péage que du groupe Telenor lui-même;
  - troisièmement, un accord de non-concurrence relatif à la fourniture de services de transpondeur satellite.

### **7.3. Arguments des parties en faveur de la délivrance d'une attestation négative pour les accords tels qu'ils ont été initialement notifiés**

138. Les parties ont affirmé que les accords tels que notifiés initialement ne restreignaient pas la concurrence au sens de l'article 81, paragraphe 1, du traité et de l'article 53, paragraphe 1, de l'accord EEE.

139. Elles ont invoqué, à l'appui de leur argumentation, les arrêts rendus par les tribunaux communautaires dans les affaires *Nungesser*<sup>104</sup> et *M6*<sup>105</sup>. La Cour avait conclu, dans l'affaire *Nungesser*, qu'une licence exclusive n'était pas en soi incompatible avec l'article 81, paragraphe 1, du traité, car elle avait accepté que, dans certaines conditions, un licencié ne soit pas préparé à prendre le risque financier qu'implique la production de produits brevetés sans bénéficier d'une protection contre la concurrence intramarque. Dans l'affaire *M6*, le Tribunal de première instance avait dit pour droit qu'un accord restreignant la liberté commerciale des parties ne tombait pas nécessairement sous le coup de l'article 81, paragraphe 1, du traité une fois analysé le contexte économique dans lequel les parties à l'accord opèrent.
140. Les parties ont affirmé par ailleurs que du fait du contexte économique en question, les accords notifiés ne relevaient pas de l'article 81, paragraphe 1, du traité pour les raisons suivantes essentiellement: [**Confidentiel**].
141. De plus, les parties ont fait valoir que les accords tels qu'ils ont été notifiés initialement, n'avaient pas créé d'effets de verrouillage importants au détriment des tiers. Étant donné que Viasat exploite déjà des chaînes "premium" très populaires telles que TV1000, il ne lui serait pas nécessaire de distribuer également les chaînes "premium" de Canal+ pour concurrencer efficacement Canal Digital. De plus, il est peu vraisemblable qu'une nouvelle plateforme DTH soit lancée par un tiers, étant donné que les marchés DTH de la région nordique [**confidentiel**]. D'autre part, les accords notifiés ne créeraient pas, "à l'expiration d'une période d'exclusivité de 10 ans", de barrières importantes à l'entrée sur les marchés nordiques de la distribution par DTH de nouveaux arrivants potentiels tels que Canal+ ou BSkyB du fait, entre autres, de l'introduction, à l'avenir, de la norme technique ouverte MHP dans la région nordique. Enfin, un besoin marqué de différenciation des produits, qui constitue l'élément déterminant pour la promotion de la télévision payante et le moyen de concurrence principal entre ses opérateurs, caractériserait le marché de la distribution par DTH de chaînes "premium". Cela coïncide avec le besoin marqué d'une politique de marque et de commercialisation d'un choix (exclusif) de chaînes "premium". Dans la région nordique, après le déploiement conjugué d'efforts considérables en matière de marketing et d'investissements considérables depuis 1997, les abonnés continuent à associer à associer l'image de la marque Canal+ avec Canal Digital. La poursuite de cette association bénéficierait tant à Canal+ qu'à Canal Digital en contribuant à augmenter le nombre d'abonnés de cette dernière.
142. En outre, les parties ont affirmé que la période d'exclusivité de dix ans convenue entre Canal+ et Canal Digital/TBS était indispensable et ne restreignait de toute façon pas la concurrence [**confidentiel**]. La relation d'exclusivité à long terme assurera par ailleurs à Canal+ la stabilité commerciale nécessaire pour investir dans

---

<sup>104</sup> Cour de justice des Communautés européennes, affaire 258/78 *Nungesser KG/ Commission*, Recueil 1982, p. 2015, point 58.

<sup>105</sup> Tribunal de première instance, affaire T-112/99, *M6 et autres/Commission*, Recueil 2001, p. 1057, point 76.

des films d'appel et de grands événements sportifs destinés à être distribués par la télévision à péage dans la région nordique ainsi que dans des améliorations au niveau des services. De même, les contrats à long terme portant sur les droits de programmation conclus avec les producteurs de films d'appel et le système de calcul de la redevance correspondante (exigences en termes de garantie d'un nombre minimum d'abonnés) garantiront la sécurité à long terme de la distribution aux abonnés à la DTH.

143. Enfin, les parties ont fait valoir que la décision arrêtée par la Commission dans l'affaire *TPS*<sup>106</sup> ne devrait pas servir de base pour évaluer la période d'exclusivité pouvant être admise et les dispositions de non-concurrence prévues dans les accords notifiés. Le contexte économique dans l'affaire *TPS* était sensiblement différent de celui qui prévaut en l'espèce. Les parties ont par ailleurs affirmé qu'en ce qui concerne *TPS*, la Commission avait exempté la distribution exclusive de quatre chaînes à accès libre par la DTH, qui affichaient une part d'audience d'environ 90 % pour une période de trois ans (les dispositions de non-concurrence étant considérées comme des restrictions accessoires). Or, les chaînes "premium" de Canal+ distribuées par Canal Digital représentaient un pourcentage négligeable de l'audience télévisuelle dans les pays nordiques.

#### **7.4. Restriction sensible de concurrence**

144. L'affirmation des parties selon laquelle les diverses clauses d'exclusivité et de non-concurrence contenus dans les accords tels qu'initialement notifiés ne restreindraient pas sensiblement la concurrence ne saurait être acceptée. Ainsi qu'il sera exposé ci-dessous, la plupart des clauses en question limitent la concurrence, même dans leur forme révisée. En outre, il convient également de noter que dans l'affaire *M6*, citée à plusieurs reprises par les parties à l'appui de leur raisonnement, le Tribunal de première instance a explicitement confirmé la conclusion de la Commission – fondée sur une évaluation des clauses en question dans leur contexte économique et juridique – selon laquelle une exclusivité d'une durée de dix ans privant les concurrents de *TPS* de l'accès à certains programmes de télévision constituait une restriction de concurrence au sens de l'article 81, paragraphe 1, du Traité<sup>107</sup>.
145. Il sera question, dans ce qui suit, des accords notifiés dans leur forme modifiée, mettant en oeuvre les engagements pris par les parties. Les effets restrictifs des clauses contractuelles régissant l'exclusivité sur la distribution par DTH satellitaire de chaînes de télévision à péage feront tout d'abord l'objet d'une analyse, suivie d'une appréciation des obligations de non-concurrence connexes. Les dispositions d'exclusivité et de non-concurrence en matière de PPV seront traitées dans une section distincte (voir ci-dessous sous 7.4.2.).

---

<sup>106</sup> Décision 1999/242/CE de la Commission dans l'affaire IV/36.237 – *TPS*, JO L 90 du 2.4.1999, p. 6.

<sup>107</sup> Tribunal de première instance, affaire T-112/99, *M6 et autres/Commission*, Recueil 2001, p. 1057, point 79.

7.4.1. *Distribution exclusive de chaînes de télévision à péage premium et obligations de non-concurrence connexes*

7.4.1.1. Distribution exclusive: verrouillage du marché

*Durée et portée de l'exclusivité*

146. Conformément à l'accord de distribution tel qu'il a été initialement notifié, Canal Digital avait obtenu le droit exclusif de distribuer (en gros et au détail) les chaînes de télévision à péage "premium" de Canal+ Nordic aux fins d'une radiodiffusion par DTH/SMATV dans la région nordique pendant une période de dix ans, assortie d'une option de renouvellement automatique pour deux années supplémentaires. Les parties ont accepté de ramener cette durée à une période maximale de quatre ans, sur laquelle se fonde l'analyse suivante.
147. Le statut d'exclusivité de Canal Digital n'est pas intégral dans la mesure où il n'empêche pas les plates-formes câblées nordiques de distribuer parallèlement des chaînes de télévision à péage "premium" de Canal+ Nordic. De même, les accords autorisent explicitement Canal+ Nordic à vendre en gros ses chaînes de télévision à péage aux câblo-opérateurs nordiques disposant de plus de [confidentiel] ménages connectés, qui ne relèvent pas de la définition convenue de la DTH/SMATV. De ce fait, en pratique, l'exclusivité n'entrave que la distribution des chaînes payantes de Canal+ Nordic par des plates-formes satellitaires de DTH concurrentes<sup>108</sup>. Au bout du compte, l'exclusivité débouche sur une distribution limitée des services en jeu, indépendamment de cette catégorisation et de la délimitation exacte du marché au détail en aval (télévision à péage par DTH seulement ou télévision à péage par DTH et réseau câblé considérée comme un seul marché).

*Positions sur le marché tant du côté de l'offre que des achats*

148. Afin d'apprécier si l'exclusivité a ou non pour objet ou pour effet de restreindre la concurrence au sein de l'article 81, paragraphe 1, du traité, il convient principalement de prendre en considération les positions respectives des parties sur le marché de la fourniture en gros de chaînes de télévision à péage "premium", c'est-à-dire tant du côté de l'offre que des achats. Dans le cas d'une distribution limitée, la position du fournisseur et de ses concurrents sur le marché revêt une importance primordiale eu égard notamment au risque de verrouillage du marché du côté des acheteurs<sup>109</sup>. Comme indiqué ci-dessus (voir sous 5.2.1.2.), la part de Canal+ Nordic - basée sur le nombre d'abonnés en aval aux chaînes "premium" - représente environ [45-65] % du côté de l'offre, tandis que MTG/Viasat absorbe les [35-55] % restants. La structure de marché duopolistique qui en résulte du côté

---

<sup>108</sup> Étant donné la possibilité d'une câblo-distribution parallèle, l'exclusivité présente des caractéristiques comparables tant à "la distribution exclusive" qu'à "l'exclusivité de clientèle" (exclusivité des abonnés à la DTH seulement, par rapport aux abonnés au câble) au sens des lignes directrices sur les restrictions verticales ; voir JO C 291 du 13.10.2000, p. 1, points 161 et suivants, selon lesquelles "le fournisseur accepte de ne vendre ses produits qu'à un seul distributeur aux fins de la revente dans un territoire donné", et points 178 et suivants.

<sup>109</sup> Ibidem, considérants 110 et 163.

de l'offre est associée à un nombre relativement peu élevé de services/marques de télévision à péage fortement différenciés, ce qui caractérise le secteur de la télévision payante en général. D'autre part, du côté des achats, Canal Digital et MTG/Viasat détiendront une part de marché de quelque [confidentiel] dans le cas d'une définition étroite du marché ne comprenant que la DTH, tandis que la part de marché de Telenor/Canal Digital et de MTG/Viasat s'élèvera à [confidentiel] et [confidentiel] respectivement dans l'hypothèse d'une définition plus large du marché regroupant la DTH et le câble.

#### *Effets de verrouillage*

149. L'exclusivité consentie à Canal Digital revient concrètement, du côté des acheteurs, à priver d'accès aux chaînes de télévision à péage "premium" de Canal+ Nordic les plates-formes de DTH exploitées par des tiers, c'est-à-dire Viasat et les entrants potentiels dans le secteur de la DTH, tandis que les câblo-opérateurs dans la région nordique pourront continuer à acquérir ces chaînes directement auprès de Canal+ Nordic. L'exclusivité renforce donc considérablement les barrières à l'entrée et contribue à l'éviction des nouveaux arrivants potentiels du segment de la DTH.
150. Les barrières à l'entrée sur les marchés nordiques de la télévision à péage sont déjà très élevées tant en amont (fourniture de chaînes de télévision à péage "premium") qu'en aval (plates-formes de distribution de télévision à péage). Les nouveaux entrants devront réaliser d'importants investissements à fonds perdus spécifiques au marché pour créer leur propre chaîne de télévision payante "premium" - comprenant l'acquisition de licences de contenu pour l'essentiel exclusives, coûteuses et conclues à long terme – qui correspond au "goût nordique" ainsi que pour se procurer ou louer la capacité satellitaire nécessaire à la retransmission des chaînes. De même, des investissements à fonds perdus considérables spécifiques au marché sont nécessaires pour créer en aval une plate-forme de distribution, que ce soit par DTH ou, a fortiori, par réseau câblé, et acquérir diverses chaînes de télévision et des capacités satellitaires, ainsi que pour construire l'infrastructure technique nécessaire aux fins de redistribution au consommateur final. En outre, la possibilité de proposer des services de télévision à péage attrayants constitue un élément déterminant pour la réussite commerciale de toute plate-forme de télévision multicanaux. Dans la région nordique, les positions déjà fortes de deux entités concurrentes tant en amont qu'en aval, à savoir Canal+ Nordic/Canal Digital et MTG/Viasat, accentuent les barrières auxquelles sont confrontés les nouveaux entrants pour pénétrer avec succès sur les marchés en cause. Dans ce contexte, l'intégration verticale de MTG/Viasat, d'une part, et la relation contractuelle exclusive conclue entre Canal+ Nordic et Canal Digital, remplaçant leur intégration verticale antérieure, de l'autre, renforcent encore ces barrières à l'entrée. Les nouveaux entrants sont de ce fait confrontés à davantage de difficultés non seulement pour acquérir d'importants contenus télévisuels payants en amont, mais également pour obtenir l'accès, en aval, au point de vente DTH nécessaire.
151. La conjugaison des éléments ci-dessus entraîne une situation où l'exclusivité accordée à Canal Digital constitue le dernier élément qui contribue à verrouiller le marché au détriment des entrants potentiels dans le secteur de la DTH. En privant, pendant quatre ans, les tiers opérateurs de DTH d'accès aux chaînes "premium",

qui sont importantes pour leur réussite économique et la rentabilité de leur activité, l'exclusivité complique toute entrée d'une plateforme DTH indépendante sur le marché, en dehors de l'acquisition de l'un des acteurs déjà présents. En outre, du point de vue du nouveau venu sur le marché de la DTH, l'acquisition de contenu d'appel spécifique pour créer sa propre marque de télévision à péage ne constitue pas une solution de remplacement rentable par rapport à l'achat de chaînes de télévision à péage, à court et moyen termes, car les barrières à l'entrée sur les marchés nordiques en amont des licences d'événements sportifs et de films d'appel sont au moins aussi élevées<sup>110</sup>. Plus la durée de l'exclusivité est longue et plus le pouvoir de marché des opérateurs déjà présents en aval est fort, plus l'effet de verrouillage est important et dissuade les nouveaux arrivants potentiels<sup>111</sup>. Dans l'hypothèse d'une définition étroite du marché comprenant uniquement la télévision à péage DTH, Canal Digital et Viasat auraient une puissance d'achat et un pouvoir de marché [confidentiel], tandis que Canal Digital se verrait accorder l'exclusivité en matière de distribution pour un territoire très étendu, à savoir l'ensemble de la région nordique. Dans une telle situation, il convient de considérer que le verrouillage du marché et la réduction consécutive de la concurrence potentielle pendant une période de quatre ans sont sensibles.<sup>112</sup>

152. Même dans l'hypothèse d'une définition plus large du marché comprenant la télévision à péage tant DTH que câblée, qui ramènerait la puissance d'achat et le pouvoir de marché de Canal Digital/Telenor à [confidentiel], le marché resterait sensiblement verrouillé. En réalité, même si Canal Digital n'obtenait pas directement un statut d'exclusivité du fait de la câblo-distribution parallèle des chaînes payantes de Canal+ Nordic, l'enquête de la Commission a montré que la plupart des abonnements à Canal+ Nordic et à MTG/Viasat sont le fait de l'activité DTH et sont générés par elle – en moyenne plus de [confidentiel] des détenteurs de cartes à puces sont des abonnés "premium" – tandis que pour la câblo-distribution de la télévision à péage, la part des clients de la télévision à péage en comparaison du nombre d'abonnés aux services télévisuels de base est beaucoup plus faible (entre [confidentiel]). Cela confirme que l'accès aux chaînes de télévision à péage "premium" est indispensable à la rentabilité économique de toute activité de DTH, exactement de la même manière que la réussite économique de la télévision à péage dépend principalement de la disponibilité effective d'un point de vente DTH. En outre, les entrants sur le segment de la DTH sont beaucoup plus largement tributaires de la disponibilité de contenu d'appel pour la télévision payante que les entrants dans le secteur du câble, où un certain nombre d'autres facteurs jusqu'ici généralement sans lien avec la radiodiffusion télévisuelle, tels que la présence de

---

<sup>110</sup> Ainsi, dans la région nordique, les licences d'exclusivité sur les films d'appel destinés à la télévision payante sont habituellement cédées par les titulaires des droits pour une période minimale de cinq ans, tandis que pour ce qui est des événements sportifs, les droits exclusifs sont cédés pour une durée moyenne de trois ans; voir Screen Digest, European Television Movie Rights, mai 2002, p. 154; Screen Digest, European Television Sports Rights, mars 2002, p. 90.

<sup>111</sup> Lignes directrices sur les restrictions verticales, JO C 291 du 13.10.2000, p. 1, point 166.

<sup>112</sup> Ibidem.

services connexes de télécommunications et à large bande<sup>113</sup> jouent également un rôle. L'exclusivité contribue donc à renforcer les barrières déjà élevées à l'entrée sur le segment de la DTH et, partant, à restreindre sensiblement la concurrence indépendamment de la délimitation exacte du marché en cause.

153. Cet effet de verrouillage exposé ci-dessus empêche de nouveaux entrants crédibles sur le segment de la DTH, dotés déjà de l'expertise, des ressources financières et des contenus télévisuels nécessaires, tels que BSkyB/News Corporation, d'entrer d'une manière indépendante sur les marchés nordiques de la télévision payante au niveau des plates-formes de distribution pendant quatre ans. Telenor elle-même estime que BSkyB est un entrant potentiel sur les marchés nordiques de la distribution par DTH et mentionne, entre autres, son intégration verticale avec les studios américains de production cinématographique Fox, ses chaînes de cinéma et d'information et sa détention en copropriété de plusieurs chaînes de télévision DTH qui sont déjà distribuées dans la région nordique, telles que National Geographic Channel, Nickelodeon et History Channel. De même, l'enquête menée précédemment dans l'affaire *Telia/Telenor* a montré qu'une entrée potentielle sur le segment nordique de la DTH était loin d'être une simple hypothèse. La Commission a conclu qu'avant sa fusion avec Telenor, le câblo-opérateur suédois Telia s'était lui-même positionné en 1997 en vue de pénétrer de manière indépendante dans le segment de la DTH au sein de la région nordique, en concurrence avec Canal Digital et anciennement Netcom/MTG. Elle a donc estimé que la création de l'entité issue de l'opération de concentration aurait éliminé un concurrent potentiel sur le segment nordique de la DTH<sup>114</sup>.

*Interdiction pour Canal+ de posséder/exploiter une plate-forme DTH/SMATV*

154. L'exclusivité est associée à une obligation complémentaire, à savoir l'interdiction pour Canal+ et ses filiales de posséder et d'exploiter une plate-forme DTH/SMATV dans la région nordique pendant une période de quatre ans (dans sa forme modifiée). Cette interdiction se recoupe avec l'exclusivité dans la mesure où Canal+ Nordic est empêchée, quoi qu'il en soit, de distribuer ses chaînes de télévision à péage "premium" par une plate-forme DTH autre que celle de Canal Digital.
155. La Commission est d'avis que cette interdiction restreint sensiblement la concurrence du fait qu'elle exclut Canal+/Canal+ Nordic en tant que concurrent potentiel du segment de la DTH pendant une période quatre ans. Telenor elle-même a admis dans sa notification que Canal+ était un nouveau venu crédible dans le segment nordique de la DTH, en raison essentiellement de sa grande expérience de cette activité dans d'autres pays européens et de son accès garanti à du contenu d'appel au moyen, entre autres, de son intégration verticale avec Universal. De plus, l'interdiction dépasse même le noyau de l'activité de la télévision à péage

---

<sup>113</sup> Voir, par exemple, la décision de la Commission du 10 juillet 2002 dans l'affaire COMP/M.2803 – *Telia/Sonera*, en particulier les considérants 78 et suivants.

<sup>114</sup> Décision 2001/98/CE de la Commission dans l'affaire IV/M.1439 – *Telia/Telenor*, JO L 40 du 9.2.2001, p. 1, considérants 331 à 334.

“premium” couvert par l’exclusivité, dans la mesure où elle empêche également Canal+ Nordic de distribuer par DTH des chaînes de télévision commerciales/à accès libre. Pour sa part, Canal+ ne possède ni n’exploite actuellement de plateforme DTH/SMATV dans la région nordique et n’est pas non plus présente dans la distribution de chaînes de télévision commerciales nordiques. En outre, après sa décision de céder Canal Digital, il est peu probable, à court terme, que Canal+ Nordic entre à nouveau dans le segment nordique de la DTH. Même si tel était le cas, Canal+ Nordic serait dans un premier temps empêchée d’exploiter avec succès sa propre plate-forme DTH, car elle devrait proposer des services de télévision à péage “premium”, qui jouent un rôle important pour attirer les abonnés. Or, l’exclusivité accordée à Canal Digital prive déjà Canal+ Nordic de la possibilité d’exploiter ses chaînes “premium” par sa propre plate-forme DTH pendant les quatre premières années. La Commission estime par conséquent que l’interdiction pour Canal+/Canal+ Nordic de posséder et d’exploiter une plateforme DTH constitue une restriction complémentaire de l’exclusivité et subordonnée dans ses effets pendant la totalité des quatre années de sa validité.

### *Conclusion*

156. La Commission en conclut donc que l’exclusivité consentie à Canal Digital et l’interdiction pour Canal+ d’exploiter sa propre plateforme DTH créent sur le marché nordique de la télévision à péage par DTH d’importantes barrières supplémentaires à l’entrée capables d’empêcher de nouveaux venus potentiels d’entrer sur le segment de la DTH pendant quatre ans. Les dispositions contractuelles correspondantes ont donc pour objet ou pour effet de restreindre sensiblement le jeu de la concurrence au sens de l’article 81, paragraphe 1, du traité.

#### 7.4.1.2. Obligation de non-concurrence: verrouillage du marché et effets restrictifs horizontaux

### *Durée et portée des obligations de non-concurrence*

157. Les clauses de non-concurrence en question<sup>115</sup> figurant dans les accords notifiés, tels que modifiés, empêchent essentiellement Canal Digital/Telenor, pendant trois ans:
- de posséder et d’exploiter par DTH/SMATV et par réseau câblé une chaîne de télévision à péage “premium” concurrente de celles de Canal+ Nordic et
  - d’acquérir et de redistribuer par DTH/SMATV des chaînes de télévision payantes “premium” proposées par des tiers fournisseurs de chaînes de télévision à péage.

---

<sup>115</sup> Voir la communication de la Commission sur les lignes directrices sur les restrictions verticales, JO C 291 du 13.10.2000, p. 1, point 138: “Une clause de non-concurrence repose sur un dispositif qui oblige ...l’acheteur à couvrir pratiquement tous ses besoins sur un marché donné en s’approvisionnant auprès d’un seul et même fournisseur”.

158. Dans le contexte de la stratégie commerciale poursuivie par les parties pour s'assurer les avantages économiques tirés antérieurement de leur intégration verticale, ces obligations de non-concurrence complètent logiquement l'accord de distribution exclusive et aboutissent en réalité à créer une exclusivité réciproque entre Canal+/Canal+ Nordic et Canal Digital. Il importe toutefois de noter que la portée de l'accord de non-concurrence se limite, en principe, à la distribution DTH/SMATV. Les accords notifiés autorisent expressément Canal Digital/Telenor à distribuer des chaînes de télévision à péage "premium" appartenant à des tiers par les propres réseaux câblés de Telenor (qui n'entrent pas dans la définition de la DTH/SMATV). Un certain nombre de clauses relatives à l'acquisition en commun de contenu "premium" et à l'accès préférentiel à celui-ci par Telenor/Canal Digital et Canal+/Canal+ Nordic complètent et renforcent davantage les obligations de non-concurrence.

#### *Effets de verrouillage*

159. Conformément aux lignes directrices sur les restrictions verticales, la position du fournisseur sur le marché est un facteur particulièrement important pour apprécier les éventuels effets de verrouillage créés par une obligation de non-concurrence par rapport aux fournisseurs concurrents<sup>116</sup>. Comme indiqué ci-dessus, Canal+ Nordic détient une part de marché d'environ [45-65] %, tandis que les [35-55] % restants reviennent à MTG/Viasat.

160. L'obligation de non-concurrence imposée à Canal Digital de s'abstenir d'acquérir des chaînes de télévision à péage "premium" auprès de tiers fournisseurs affecte MTG dans sa position de deuxième plus important fournisseur de chaînes de télévision payantes de la région nordique, ainsi que les nouveaux arrivants potentiels du côté de l'offre. Toutefois, même si Canal+ Nordic est numéro un du marché du côté des vendeurs, il est très peu probable que l'obligation de non-concurrence entraîne un verrouillage sensible au détriment du groupe MTG. Sa position sur le marché est quasiment aussi puissante que celle de Canal+ et il offre des services de télévision payante tout aussi attrayants<sup>117</sup>. En outre, son intégration verticale avec Viasat, la deuxième plus importante plateforme DTH dans la région nordique, garantit durablement à MTG le point de vente nécessaire vis-à-vis des clients nordiques de la DTH. En outre, les obligations de non-concurrence n'affectent pas du tout l'activité de gros de MTG ni d'un nouvel arrivant potentiel par rapport aux réseaux câblés dans la région nordique. En réalité, Telenor continue à distribuer les chaînes "premium" TV1000 de MTG/Viasat par l'intermédiaire de son câblo-opérateur Telenor Avidi.

161. Toutefois, dans le contexte des barrières existantes déjà élevées à l'entrée du côté de l'offre, l'accord de non-concurrence complique sensiblement la tâche des fournisseurs potentiels de télévision payante qui souhaitent s'établir dans la région nordique, à moins qu'ils ne garantissent leur entrée sur le marché en acquerrant un

---

<sup>116</sup> Ibidem, point 140.

<sup>117</sup> Comparer ibidem., au point 142: "Il est peu probable que les concurrents soient évincés s'ils ont une position similaire sur le marché et peuvent offrir des produits tout aussi attrayants".

des opérateurs déjà présents. L'interdiction pour Canal Digital d'acheter du contenu télévisuel payant auprès de tiers, en particulier, coupe les tiers fournisseurs de la plateforme de distribution la plus puissante et la seule indépendante de la région nordique, qui atteint plus [confidentiel] d'abonnés. Cet effet d'exclusion est d'autant plus sensible que Viasat, la deuxième plus importante plateforme DTH nordique, ne constituera vraisemblablement pas une solution de remplacement réaliste pour les entrants potentiels du côté de l'offre, en raison de son intégration verticale avec MTG et de son objectif privilégié consistant à promouvoir Viasat TV1000, sa marque "premium" créée en interne. En outre, étant donné que pour réussir, toute activité de télévision payante dans les pays nordiques est actuellement fortement dépendante de la distribution satellitaire par DTH, l'accès potentiel des fournisseurs de télévision payante aux câblo-opérateurs nordiques n'atténue pas sensiblement l'effet de verrouillage. La proportion relativement faible d'abonnés câblés à la télévision à péage "premium" par rapport à la proportion correspondante du nombre d'abonnés par DTH montre que la câblo-distribution de la télévision payante ne constitue pas à elle seule une alternative rentable du point de vue d'un fournisseur de télévision payante qui souhaite récupérer ses investissements spécifiques au marché. En conséquence, l'éviction de nouveaux venus potentiels du côté de l'offre est en tout état de cause sensible, indépendamment de la délimitation du marché retenue, étroite (DTH) ou large (DTH et câble). Ces effets restrictifs sont d'autant plus sensibles que l'obligation de non-concurrence reste applicable pendant trois ans<sup>118</sup>.

162. Autre conséquence de l'accord de non-concurrence, Canal Digital est empêchée d'élargir son portefeuille de services au détail de télévision payante au-delà de ce qui est déjà fourni par Canal+ Nordic en ayant recours à des tiers fournisseurs de télévision payante, ce qui a un effet potentiellement négatif en aval tant sur la concurrence intermarques que sur le choix du consommateur. De plus, l'interdiction pour Canal Digital/Telenor de créer et d'exploiter sa propre chaîne de télévision payante non seulement accentue considérablement ces effets négatifs en aval, mais, et c'est même plus important, restreint aussi sensiblement la concurrence au plan horizontal. Elle exclut, pendant trois ans, toute tentative de la part du groupe Telenor, en tant que concurrent potentiel de Canal+ Nordic, de profiter de son expérience commerciale dans le secteur de la télévision payante et de l'existence de son infrastructure DTH et câblée pour créer sa propre marque de télévision payante "premium", au moins complémentaire. L'interdiction imposée à Telenor/Canal Digital d'exploiter par le câble leurs propres chaînes de télévision à péage "premium" pendant trois ans assure l'extension de ces effets restrictifs horizontaux à l'activité dans le secteur de la télévision payante câblée également.

*Interdiction imposée à Telenor d'acquérir des droits de films d'appel en concurrence avec Canal+/Canal+Nordic*

---

<sup>118</sup> Voir *ibidem*, au point 141, établissant une présomption de caractère restrictif des obligations de non-concurrence d'une durée comprise entre un et cinq ans, qui doivent être examinées sur la base d'un bilan des "effets proconcurrentiels et anticoncurrentiels" (en application de l'article 81, paragraphe 3, du traité).

163. L'interdiction faite à Telenor d'acquérir en concurrence avec Canal+ Nordic des droits de films d'appel (à l'exception de droits nordiques) pour une chaîne "premium" destinée tant à la distribution par DTH/SMATV qu'à la câblo-distribution accentue de manière importante les effets négatifs des obligations de non-concurrence, notamment au niveau horizontal. Ces clauses visent dans l'ensemble à garantir que Telenor/Canal Digital, hormis le fait d'être empêchées d'acquérir et de distribuer au détail des chaînes de télévision payantes de tiers, ne se lanceront ni dans des actions ni dans des investissements pour créer leur propre chaîne de télévision à péage "premium", qui concurrencerait celles proposées par Canal+ Nordic dans la région nordique, notamment par DTH ou réseau câblé. L'interdiction coupe donc Telenor de la source qui fournit l'élément nécessaire pour composer les chaînes "premium" complémentaires que Telenor/Canal Digital ne sont pas autorisées à exploiter en raison de l'accord de non-concurrence.
164. Outre le fait qu'elle renforce les effets restrictifs ci-dessus, l'interdiction d'acquisition constitue également une restriction de concurrence horizontale sur le marché en amont de l'acquisition de contenu de films d'appel. Telenor, en tant que propriétaire et gros exploitant de plusieurs plateformes de distribution télévisuelle, notamment de réseaux DTH, câblés et hertziens dans l'ensemble de la région nordique, est ainsi privée, pendant trois ans, de la possibilité d'acquérir du contenu d'appel pour ses activités télévisuelles, afin de protéger et de renforcer la position, déjà forte, de Canal+ Nordic en tant qu'acheteur sur ce marché. L'interdiction garantit effectivement que Telenor ne soumet pas d'offres en concurrence avec Canal+ Nordic concernant des licences de films d'appel pour la région nordique, notamment par rapport aux studios américains de production cinématographique. Étant donné la part élevée de Canal+ Nordic du côté des acheteurs, cela entraîne de toute évidence une restriction horizontale sensible de la concurrence en provenance, notamment, du groupe Telenor en qualité d'acheteur important, potentiellement au moins, de contenu d'appel dans la région nordique. Enfin, l'interdiction d'acquérir pendant trois ans du contenu d'appel pour la distribution de la télévision payante par DTH aggrave les effets restrictifs ci-dessus, a fortiori au niveau horizontal<sup>119</sup>.

*Échange d'informations, coopération et soumission conjointe*

165. Le système d'échange d'informations, de coordination et de soumission conjointe mis sur pied entre Canal+ Nordic et Telenor en ce qui concerne l'acquisition de divers types de droits de contenus – pendant la totalité de la période d'exclusivité pour la DTH/SMATV et trois ans pour le câble/TNT – en application de l'accord

---

<sup>119</sup> L'interdiction faite d'acquérir pendant trois ans du contenu d'appel, visant spécifiquement la câblo-distribution, ne semble pas en soi avoir une importance en pratique. D'après des pratiques commerciales bien établies dans la région nordique, les chaînes de télévision à péage "premium" doivent être conçues pour être fournies tant par la DTH que par le câble. Dans ces conditions, la distinction faite par les parties entre le contenu d'appel destiné à une redistribution soit par DTH soit par réseau câblé semble artificielle et ne traduit pas la réalité économique. En pratique, le résultat est que Telenor/Canal Digital sont empêchées d'acquérir du contenu d'appel indépendamment du mode de redistribution qu'elles prévoient (DTH ou réseau câblé), car la création d'une chaîne de télévision à péage pour la seule câblo-distribution ne serait pas une option économiquement rentable.

de vente<sup>120</sup>, renforce davantage les effets verticaux et horizontaux ci-dessus<sup>121</sup>. En pratique, il garantit à Canal+ Nordic le contrôle total sur la politique de Telenor/Canal Digital en matière d'acquisition et lui confère une protection absolue contre la concurrence de cette dernière sur les marchés en amont de la fourniture de contenu d'appel, y compris sur celui de l'acquisition de droits sur les événements sportifs d'appel. Ce système poursuit ainsi essentiellement un double objectif: premièrement, il protège le droit exclusif conféré à Canal+ Nordic d'acquérir du contenu de films d'appel et améliore parallèlement la possibilité de contrôler que Telenor respecte les obligations de non-concurrence et, partant, d'en assurer la mise en oeuvre. Deuxièmement, ce mécanisme permet à Canal+ Nordic de faire appel aux ressources financières de Telenor's/Canal Digital afin de répartir la charge économique que représentent les acquisitions coûteuses de licences de films ou de droits sportifs d'appel, qui sont dans l'intérêt commun, car elles servent à composer les chaînes de télévision à péage "premium" de Canal+ Nordic commercialisées conjointement. Les clauses correspondantes cherchent ainsi à perpétuer les avantages de l'intégration verticale structurelle qui existait précédemment entre Canal+ Nordic et Canal Digital/Telenor, tant en regroupant leurs forces qu'en éliminant la concurrence entre elles. Cela est par ailleurs confirmé par la clause de non-concurrence en matière de PPV qui étend le contrôle et le mécanisme de coopération ci-dessus aux acquisitions dans le segment de films PPV. Cet aspect est examiné de manière plus détaillée ci-après sous (7.4.2.2).

166. Le système d'achat conjoint en tant que tel conduit les parties à éviter de soumettre des offres concurrentes pour tout type de contenu d'appel, y compris les droits sportifs, aux fins d'exploitation de chaînes payantes. En raison de sa portée plus générale, ses effets restrictifs dépassent ceux qui découlent déjà de l'interdiction pour Telenor d'acquérir des films d'appel en concurrence avec Canal+ Nordic. Du point de vue des titulaires de droits, ce système réduit sensiblement et pour une longue période le groupe d'acheteurs concurrents de divers contenus d'appel destinés à être distribués par la télévision à péage dans la région nordique. Il vise à supprimer la concurrence entre, d'une part, un acheteur traditionnellement puissant, Canal+ Nordic, et, d'autre part, un acheteur important, potentiellement tout au moins, le groupe Telenor, déjà très présent dans le secteur de la télévision payante au sein de la région nordique. En outre, le système génère des effets préjudiciables en aval en ce qu'il peut entraîner des limitations de la production concernant l'exploitation de droits sur des films et des événements sportifs par des offres de télévision à péage et certaines plates-formes de distribution, y compris la création

---

<sup>120</sup> Généralement, la coordination entre les parties doit se faire au cas par cas et est subordonnée à un accord *ad hoc* réciproque. L'accord de vente institue, sous certaines conditions, l'obligation réciproque d'informer chaque autre partie des offres prévues pour des droits de films ou d'événements sportifs afin d'"évaluer la possibilité de soumettre des offres conjointes". Les parties ne sont libres d'agir comme elles le souhaitent que si elles ne se sont pas mises d'accord sur une soumission conjointe. L'accord de vente prévoit par ailleurs la création d'un "forum de coopération" qui organisera des réunions régulières pour assurer le bon fonctionnement des mécanismes de coopération.

<sup>121</sup> En ce qui concerne les effets restrictifs des mécanismes d'acquisition collective de contenu télévisuel, voir également la décision 2000/400/CE de la Commission dans l'affaire IV/32.150 – Eurovision, JO L 152 du 24.6.2000, p. 18, considérants 71 à 75.

de chaînes de télévision complémentaires ou supplémentaires, ce que le groupe Telenor ne peut entreprendre.

167. En conséquence, la Commission considère que les clauses ci-dessus ont pour objet ou pour effet de restreindre sensiblement le jeu de la concurrence au sens de l'article 81, paragraphe 1, du traité.

*Droit bilatéral de premier refus en ce qui concerne l'acquisition des droits de diffusion d'événements sportifs d'appel*

168. L'accord de vente prévoit, en complément de l'interdiction pour Telenor d'acquérir des films d'appel ainsi que du système d'acquisition coordonnée, un droit bilatéral de premier refus en ce qui concerne la vente à des tiers de droits sur des événements sportifs d'appel destinés tant à la télévision payante qu'à la PPV pendant trois ans. En pratique, il empêche les tiers d'avoir accès aux droits sur les événements sportifs d'appel acquis soit par Telenor soit Canal+ Nordic, que celles-ci souhaitent revendre. Cela renforce les effets horizontaux et verticaux négatifs de l'accord portant sur la coordination et la soumission conjointe. Parallèlement, le droit bilatéral de premier refus resserre les liens créés par l'exclusivité réciproque en matière de distribution de chaînes payantes (c'est-à-dire le statut d'exclusivité de Canal Digital associé à l'accord de non-concurrence) et, partant, accentue ses effets de verrouillage par rapport aux nouveaux venus potentiels, tant en amont qu'en aval<sup>122</sup>.

*Conclusion*

169. La Commission considère par conséquent que les clauses de non-concurrence relatives à la distribution des chaînes de télévision à péage ont pour objet et pour effet de restreindre sensiblement la concurrence au sens de l'article 81, paragraphe 1, du traité, notamment en créant du côté de l'offre des barrières supplémentaires à l'entrée et un verrouillage significatif au détriment des nouveaux venus potentiels sur le marché nordique de la télévision nordique pendant trois ans. L'interdiction d'acquisition imposée à Telenor, *a fortiori*, dans sa combinaison avec le système d'acquisition conjointe et de coopération et les droits bilatéraux de premier refus, renforce considérablement ces effets restrictifs verticaux. De plus, l'interdiction d'acquisition, ainsi que l'accord portant sur l'acquisition conjointe et l'accès préférentiel, ont pour objet et pour effet de restreindre sensiblement la concurrence au niveau horizontal au sens de l'article 81, paragraphe 1, du traité.

7.4.2. *Distribution exclusive de chaînes cinéma de PPV/NVOD et obligation de non-concurrence*

7.4.2.1. Distribution exclusive: absence de verrouillage du marché

*Durée et portée de l'exclusivité*

---

<sup>122</sup> Voir également la décision 1999/242/CE de la Commission dans l'affaire IV/36.237 – TPS, JO L 90 du 2.4.1999, p. 6, considérant 101, concernant un droit de priorité liant les parties pour dix ans.

170. En vertu de l'accord PPV/NVOD, Canal Digital est titulaire du droit exclusif et de l'obligation de distribuer toutes les chaînes cinéma de PPV/NVOD diffusées par Canal+ Nordic dans le cadre d'un service multicanaux par DTH/SMATV, petits réseaux câblés et réseaux câblés de Telenor dans la région nordique pendant une période de cinq ans. Canal Digital peut et doit également distribuer (en gros) en exclusivité les chaînes cinéma PPV/NVOD de Canal+ à d'autres câblo-opérateurs que Telenor pendant au moins deux ans. Ainsi, contrairement à l'exclusivité en matière de chaînes de télévision à péage "premium", l'exclusivité concernant la PPV comprend en principe tant la distribution par DTH/SMATV que la câblo-distribution. En pratique, le statut d'exclusivité conféré à Canal Digital empêche Viasat et les entrants potentiels dans le secteur de la DTH d'avoir accès à "Kiosk", la chaîne de Canal+ Nordic pour la redistribuer en aval; de même, les câblo-opérateurs ne peuvent acquérir les services de cinéma PPV/NVOD directement auprès de Canal+ Nordic. Toutefois, l'exclusivité ne couvre pas la distribution de chaînes sportives PPV/NVOD.

*Absence d'effets sensibles sur la concurrence*

171. Avant d'évaluer les effets de l'exclusivité sur la concurrence, il convient d'examiner la nature particulière des services de PPV/NVOD en question.

172. Les services de cinéma PPV/NVOD au sens des accords notifiés consistent à proposer individuellement des films de fiction et des films érotiques pendant une période donnée après leur sortie. Du point de vue du consommateur final, c'est le caractère attrayant de tel ou tel film, plutôt que la chaîne dans son ensemble, qui est essentiel dans la distribution PPV/NVOD. De ce fait, la marque de la chaîne en tant que telle joue un rôle beaucoup moins important que lorsqu'il s'agit de promouvoir des bouquets de chaînes payantes. En outre, étant donné que commercialement, l'accent est mis sur les films individuels, il est très probable qu'un problème potentiel de verrouillage survienne sur le marché en amont de l'acquisition de licences sur les films d'appel. Toutefois, le fait que la totalité des licences de distribution de films PPV/NVOD acquises et utilisées par Canal+ Nordic pour composer la chaîne "Kiosk" soient non exclusives diminue ce risque, voire le supprime totalement. Les concurrents de Canal+ Nordic, tels que MTG/Viasat ou les nouveaux venus potentiels du côté de la vente, peuvent ainsi acquérir les mêmes droits que Canal+ Nordic auprès des producteurs de films pour composer les services de films PPV et assurer la distribution en aval. Du côté des acheteurs ou du point de vue du distributeur de télévision multicanaux, un effet de verrouillage sensible semble peu vraisemblable, pour les mêmes raisons essentiellement. Bien que les plateformes de distribution télévisuelle achètent généralement des chaînes PPV déjà composées plutôt que des licences de films individuels directement auprès des titulaires de droits, cette dernière option n'est pas exclue au cas où la plate-forme souhaite offrir son propre service de PPV.

173. Dans ces conditions, l'exclusivité en matière de PPV n'entraîne pas d'effets de verrouillage sensibles au détriment de tiers opérateurs de DTH ou de réseaux câblés, pour les raisons suivantes:

174. Premièrement, étant donné que les studios de production distribuent d'une manière non exclusive les licences de PPV sur les films, MTG/Viasat peuvent acquérir et proposer au moyen de leur propre chaîne PPV "Viasat Ticket", les mêmes films

que ceux fournis par Canal+ Nordic par l'intermédiaire de Canal Digital et les câblo-opérateurs nordiques. Le fait que la plate-forme DTH de Viasat n'ait pas accès à "Kiosk", la chaîne de Canal+ Nordic, en tant que telle, n'est pas déterminant en raison de l'offre permanente de la matière première, à savoir les films, sur le marché en amont de l'acquisition et du lien structurel vertical de Viasat avec MTG.

175. Deuxièmement, Canal Digital est tenue contractuellement de concéder des sous-licences sur la chaîne "Kiosk" aux câblo-opérateurs nordiques qui ont ainsi accès, au moins indirectement, à l'offre de films PPV de Canal+ Nordic<sup>123</sup>.
176. Troisièmement, l'exclusivité n'exclut pas non plus sensiblement les entrants potentiels des segments de la DTH ou de la câblodistribution dans la région nordique. Bien que ceux-ci – par analogie avec les raisons exposées ci-dessus (sous 7.4.1.1.) – soient probablement empêchés de distribuer l'une ou l'autre des deux chaînes de cinéma PPV fournies respectivement par MTG et Canal+ Nordic, ils peuvent acquérir et distribuer le contenu des films en question au moyen de leur propre offre de PPV. De plus, ainsi qu'il a été déjà mentionné sous 7.4.1.1., la réussite de l'installation d'un nouvel opérateur de DTH dans la région nordique dépend principalement de l'existence de bouquets de chaînes de télévision à péage attrayants et non de services de cinéma PPV, cependant que du point de vue de la majorité des câblo-opérateurs nordiques, la distribution PPV n'est pas du tout une activité importante à ce jour<sup>124</sup>. Ainsi, les films PPV se sont révélés dans le passé un service lié à l'offre de télévision à péage "premium" et complémentaire de celle-ci relativement peu attrayant commercialement, ce qui explique que ce service ne semble pas constituer un élément décisif, tant du point de vue des opérateurs de DTH que des câblo-opérateurs, pour pénétrer avec succès sur le marché.
177. La Commission estime donc que l'exclusivité en matière de PPV ne crée pas de barrières supplémentaires à l'entrée en ce qui concerne la distribution par DTH ou par réseau câblé de services PPV dans la région nordique dans une mesure qui justifierait de conclure à un verrouillage sensible du marché. Conformément à ces conclusions, la Commission n'a soulevé par rapport aux parties aucune objection contre l'accord de PPV/NVOD tel que notifié.

### *Conclusion*

178. La Commission conclut par conséquent que l'exclusivité en matière de chaînes de PPV/NVOD ne relève pas du champ d'application de l'article 81, paragraphe 1, du traité.

#### 7.4.2.2. Obligation de non-concurrence: verrouillage du marché et effets restrictifs horizontaux

#### *Durée et portée de l'obligation de non-concurrence*

---

<sup>123</sup> Canal+ Nordic n'accorde directement des licences [**confidentiel**]. En outre, au Danemark, TDC propose actuellement "Kiosk" dans le cadre d'un accord de sous-licence avec Canal Digital.

<sup>124</sup> Les exceptions étant actuellement Com Hem en Suède et TDC Kabel au Danemark.

179. L'exclusivité concernant les services de PPV est associée à une obligation de non-concurrence imposée à Canal Digital de ne pas distribuer des chaînes cinéma ("premium") PPV/NVOD autres que celles proposées par Canal+ Nordic, pendant une période de trois ans. Toutefois, cette obligation de non-concurrence n'est pas absolue, car Canal Digital – après s'être conformée à une procédure de consultation et de négociation avec Canal+ Nordic – peut acquérir et fournir des chaînes/services cinéma PPV/NVOD supplémentaires proposés par des tiers, sous réserve qu'une capacité transpondeur minimale soit réservée pour Canal+ Nordic. Canal+ Nordic, à son tour, n'a aucune possibilité de mettre son veto final à ces opérations.

*Positions sur le marché*

180. Comme mentionné ci-dessus (5.2.1.2.), les parts de Canal+ Nordic et de MTG du côté des vendeurs dans la distribution en gros de chaînes PPV atteignent respectivement [45-65] % et [35-55] %, tandis que du côté des acheteurs, la part de Canal Digital et de Viasat peut être estimée à [confidentiel] dans le cas d'une délimitation étroite du marché (comprenant uniquement la DTH). Toutefois, dans l'hypothèse d'une délimitation large du marché (DTH et câble), Telenor/Canal Digital aurait une part de [confidentiel] et MTG/Viasat de [confidentiel].

*Effets sur la concurrence*

181. L'obligation de non-concurrence empêche principalement les tiers fournisseurs de distribuer leurs services de cinéma PPV à Canal Digital et par son intermédiaire. La possibilité pour ces fournisseurs de proposer à titre exceptionnel des services PPV "supplémentaires" à Canal Digital – c'est-à-dire des films qui ne font pas (encore) partie de l'offre PPV de Canal+ Nordic – ne débouche que sur un accès très limité. Les obstacles de procédure que Canal Digital doit surmonter avant d'acquérir ces services de cinéma PPV/NVOD auprès de tiers fournisseurs restreignent encore davantage cet accès. Compte tenu de la puissance de contrepois de Canal+ Nordic en qualité de fournisseur important de chaînes de télévision à péage et de chaînes PPV ainsi que du mécanisme de contrôle et d'acquisition en commun examiné ci-dessus, il n'est pas exclu qu'en pratique l'obligation de consultation et de négociation conduise Canal Digital à renoncer totalement à acquérir des services de cinéma PPV auprès d'un tiers ou, au mieux, à les acquérir conjointement avec Canal+ Nordic. C'est pourquoi, en réalité, l'accès de MTG/Viasat et d'autres fournisseurs (potentiels) de PPV à la plateforme DTH de Canal Digital et, de là, les achats de PPV effectués par Canal Digital auprès de tiers sont sensiblement réduits, voire totalement impossibles.
182. Pour les raisons indiquées ci-dessus (7.4.1.2.), il est assez peu probable que l'accord de non-concurrence ait pour conséquence d'exclure du marché des services de films PPV le principal concurrent de Canal+ Nordic, MTG, qui jouit d'un positionnement comparable sur le marché du fait de son offre aussi attrayante en termes de PPV. Toutefois, les nouveaux venus du côté de l'offre sont confrontés à une barrière importante à l'entrée, car l'obligation de non-concurrence veille à ce que l'accès à la seule plateforme indépendante de distribution par DTH dans la région nordique soit barré. En l'absence de solution de remplacement économiquement rentable à la distribution au détail de services de cinéma PPV aux clients DTH, l'obligation de non-concurrence verrouille donc au bout du compte

l'entrée des fournisseurs potentiels sur le marché nordique de ce type de services pour une période de trois ans. En outre, cet effet d'exclusion et d'éviction des entrants potentiels du côté de l'offre est présent également sur le marché voisin de la fourniture en gros de chaînes de télévision à péage "premium" (voir ci-dessus 7.4.1.2.) - et les deux se renforcent mutuellement l'un l'autre, aboutissant à un "effet cumulatif". Cela s'explique parce que les fournisseurs de télévision à péage exploitent généralement des licences de télévision payante et des licences de PPV en parallèle, sachant que la PPV constitue un service complémentaire de la télévision à péage généraliste et lié à celle-ci et que les opérateurs télévisuels n'entrent pas habituellement sur le segment PPV sans se lancer, dans le même temps, dans une activité plus large en termes de télévision payante. En outre, de même que dans le cas de la télévision payante généraliste dans les pays nordiques, l'accès potentiel des fournisseurs de PPV aux câblo-opérateurs nordiques ne constitue pas une solution de remplacement rentable à la distribution par DTH satellitaire. Cela découle déjà du fait que les câblo-opérateurs proposent rarement leur propre service PPV à leurs abonnés<sup>125</sup> et que la proportion d'abonnés à la télévision payante par le réseau câblé est généralement insuffisante pour qu'un fournisseur de télévision à péage récupère un investissement spécifique au marché. En conséquence, l'éviction de nouveaux venus potentiels du côté de l'offre est en tout état de cause sensible, indépendamment de la délimitation du marché retenue, étroite (DTH), ou large (DTH et câble).

183. Par ailleurs, au niveau horizontal, l'accord de non-concurrence en matière de PPV protège Canal+ Nordic de la concurrence exercée par Canal Digital en tant qu'acheteur, au moins potentiel, en amont de licences sur des films individuels aux fins de leur distribution par PPV. Canal+ Nordic est en mesure, au moyen de l'obligation de consultation – en liaison avec le système de contrôle et d'acquisition conjointe prévu par l'accord de vente - de contrôler la politique menée par Canal Digital en matière d'acquisition envers les tiers fournisseurs de services PPV et de licences de films, tandis que Canal Digital est confrontée à des restrictions procédurales sensibles, qui limitent sa marge de manœuvre pendant une période de trois ans. En outre, étant donné que Canal Digital est en principe empêchée d'agrandir sa bibliothèque de films au-delà de l'offre proposée par Canal+ Nordic en termes de PPV, l'obligation de non-concurrence produit également un effet potentiellement négatif, en aval, sur la concurrence intermarques et le choix du consommateur.

### *Conclusion*

184. En conséquence, la Commission considère que l'obligation de non-concurrence portant sur les chaînes PPV/NVOD a pour objet et pour effet de restreindre sensiblement le jeu de la concurrence au sens de l'article 81, paragraphe 1, du traité.

---

<sup>125</sup> Ibidem.

### 7.4.2.3. Conclusion générale sur la distribution PPV/NVOD

185. La Commission en conclut par conséquent que l'exclusivité, pendant cinq ans, relative à la distribution de chaînes de cinéma PPV/NVOD par DTH/SMATV – y compris l'exclusivité de deux ans portant sur la câblodistribution – n'a ni pour objet ni pour effet de restreindre sensiblement la concurrence au sens de l'article 81, paragraphe 1, du traité.
186. En revanche, l'obligation de non-concurrence d'une durée de trois ans a pour objet et pour effet de restreindre sensiblement la concurrence au sens de l'article 81, paragraphe 1, du traité.

#### 7.4.3. *Obligation de non-concurrence sur les services de transpondeur satellite*

187. En application de l'accord de vente, tel que modifié, Canal+/Canal+ Nordic est tenue de continuer à transmettre, pendant cinq ans, ses chaînes "premium", ainsi que le contenu s'y rattachant, tel que la télévision évoluée et la télévision interactive, destinés à la réception par DTH, au moyen exclusivement de satellites détenus et exploités par Telenor.
188. La clause en question impose une obligation de non-concurrence à Canal+ Nordic afin qu'elle ne puisse transmettre ses chaînes "premium" destinées à être distribuées par DTH au moyen de fournisseurs de services satellitaires concurrents, tels que NSAB. En revanche, les services satellitaires de Telenor continuent à être libres d'offrir des capacités-transpondeurs de réserve sur satellite à des tiers fournisseurs de chaînes de télévision. En outre, l'obligation de non-concurrence ne couvre pas la retransmission des chaînes "premium" de Canal+ Nordic aux têtes réseaux des câblo-opérateurs. En conséquence, Canal+ Nordic demeure libre d'utiliser la capacité satellitaire de tiers à cette fin. Toutefois, du propre aveu des parties, cette possibilité n'est pas économiquement attrayante, étant donné que Canal+ Nordic n'est pas préparée à supporter le coût supplémentaire occasionné par l'utilisation en parallèle de deux différents satellites pour transmettre le même bouquet de chaînes de télévision à péage par DTH et câblodistribution, respectivement.
189. Même si Telenor jouit d'une part de marché élevée sur le marché nordique de la fourniture de capacité transpondeur sur satellite pour la radiodiffusion télévisuelle dans la région nordique (40-60 %), il est peu probable que son seul concurrent véritable, NSAB, soit exclu, car il dispose d'une part de marché tout aussi forte (40-60 %) et entretient des liens contractuels à long terme avec, entre autres, le groupe MTG/Viasat.
190. Toutefois, l'obligation de non-concurrence contribue à exclure les nouveaux venus potentiels sur le marché nordique de la fourniture de capacité satellitaire. Les barrières à l'entrée de ce marché sont déjà très élevées. La création d'un nouveau service de satellite, y compris la production et le placement du satellite sur une orbite géostationnaire, nécessite un investissement à fonds perdus

extraordinairement important<sup>126</sup>. En outre, la structure duopolistique rigide du marché nordique satellitaire et les liens d'exclusivité à long terme entre, d'une part, les fournisseurs actuels de capacité transpondeur et les divers radiodiffuseurs de télévision nordiques, d'autre part, renforcent encore ces barrières. Ainsi, par exemple, MTG/Viasat sont liées à NSAB pour l'utilisation, pendant une période de cinq ans, de la capacité du satellite Sirius en vue de la retransmission à 5° est des chaînes de Viasat.

191. Ces barrières à l'entrée du côté de l'offre augmentent sensiblement sous l'effet de l'accord de non-concurrence et pendant une période de cinq ans où Canal+ Nordic est tenue de retransmettre le bouquet de ses chaînes "premium" par les satellites de Telenor exclusivement. Il empêche, pendant une longue période, les entrants potentiels de fournir leurs services satellitaires au deuxième plus important radiodiffuseur de télévision payante de la région nordique. Du propre aveu de Telenor, les chaînes "premium" attrayantes de Canal+ Nordic positionnées à 1° ouest, dotées d'une portée de plus de [confidentiel] abonnés à la DTH, constituent un élément important pour promouvoir la distribution de ses services satellitaires à d'autres radiodiffuseurs télévisuels qui souhaitent regrouper leurs chaînes sur des transpondeurs voisins afin qu'elles soient reçues par le plus grand nombre possible de ménages. De plus, la durée de l'obligation de non-concurrence se chevauche considérablement avec la durée de vie opérationnelle moyenne des satellites nordiques actuellement existants (entre 10 et 15 ans maximum), avant l'expiration de laquelle tout opérateur de satellites doit investir considérablement dans la maintenance de sa flotte de satellites et de leur capacité. Dans la mesure où ce nouvel investissement est nécessaire, les exploitants de satellites en place sont dans une position comparable à celle d'un nouvel arrivant, à l'exception du fait qu'ils peuvent s'appuyer sur des contrats d'approvisionnement à long terme déjà convenus avec un certain nombre de radiodiffuseurs de télévision qui leur garantissent que l'investissement spécifique au marché peut être récupéré.
192. La Commission considère donc que l'obligation de non-concurrence de cinq ans contribue sensiblement à exclure les futurs nouveaux venus potentiels du marché nordique de la fourniture de capacité satellite. En conséquence, la non-concurrence a donc pour objet et pour effet de restreindre sensiblement le jeu de la concurrence au sens de l'article 81, paragraphe 1, du traité.

#### **7.5. Effet sur le commerce entre États-membres**

193. L'article 81, paragraphe 1, du traité vise les accords susceptibles de compromettre l'achèvement du marché unique entre les États membres, soit en cloisonnant les marchés nationaux, soit en affectant la structure de la concurrence à l'intérieur du marché commun. De même, l'article 53, paragraphe 1, de l'accord EEE vise les accords qui compromettent la réalisation d'un espace économique européen homogène.
194. Les accords notifiés concernent l'acquisition et la redistribution de services de télévision à péage par les parties dans toute la région nordique. Les droits de

---

<sup>126</sup> Voir, par exemple, <http://www.thor-satellites.com/>.

distribution concédés couvrent l'ensemble des pays nordiques, y compris les États membres de l'Union européenne, la Finlande, le Danemark et la Suède, ainsi qu'un État membre de l'EEE, la Norvège. En outre, les obligations d'exclusivité et de non-concurrence, ainsi que les accords de coopération convenus entre les parties pour l'acquisition et la redistribution de ces services créent des effets restrictifs tant verticalement qu'horizontalement dans toute la région nordique. Ils excluent en particulier, toute entrée potentielle sur les marchés nordiques de produits et de services en cause tant en amont qu'en aval.

195. La Commission en conclut donc que les accords notifiés exercent une influence significative sur les courants d'échanges entre les États membres de l'UE et ceux de l'EEE. En conséquence, le commerce entre États membres est sensiblement affecté au sens de l'article 81, paragraphe 1, du traité et de l'article 53, paragraphe 1, de l'accord EEE.

## **8. ARTICLE 81, PARAGRAPHE 3, DU TRAITE ET ARTICLE 53, PARAGRAPHE 3, DE L'ACCORD EEE**

### **8.1. Nécessité d'une exemption individuelle**

196. Le règlement d'exemption par catégorie concernant les restrictions verticales (ci-après dénommé "règlement d'exemption par catégorie")<sup>127</sup> ne s'applique pas aux accords notifiés en l'espèce. S'agissant de la distribution des chaînes de télévision à péage et des chaînes de PPV et de NVOD, les accords d'exclusivité et de non-concurrence pertinents ont pour objet principal l'utilisation par l'acheteur de droits de propriété intellectuelle au sens de l'article 2, paragraphe 3, du règlement d'exemption par catégorie. Conformément aux lignes directrices sur les restrictions verticales, "les licences de droits d'auteur telles que les contrats de radiodiffusion prévoyant le droit ... de diffuser un événement" ne sont pas couvertes par le règlement d'exemption par catégorie.<sup>128</sup> L'octroi à Canal Digital de licences relatives aux chaînes à péage "premium" de Canal+ Nordic implique l'utilisation des droits de propriété intellectuelle détenus par les fournisseurs de contenu (tels que les studios de production cinématographique) et Canal+ Nordic en ce qui concerne la création, l'édition et la composition des chaînes payantes. De plus, la licence exclusive vise essentiellement à permettre l'utilisation de ces droits par le biais de la distribution de programmes télévisés aux consommateurs finals. Le règlement d'exemption par catégorie ne couvre pas non plus les accords notifiés en raison des parts de marché élevées des fournisseurs en cause, qui dépassent le seuil de 30 % prévu à l'article 3, paragraphe 1, dudit règlement (dans le cas de la fourniture en gros de chaînes à péage pour Canal+ Nordic et dans celui de la fourniture de services de transpondeur satellite pour Telenor). Toutefois, conformément au point 62 des lignes directrices sur les restrictions verticales,

---

<sup>127</sup> Règlement (CE) n° 2790/1999 de la Commission du 22 décembre 1999 concernant l'application de l'article 81, paragraphe 3, du traité à des catégories d'accords verticaux et de pratiques concertées, JO L 336 du 29.12.1999, p. 21.

<sup>128</sup> Lignes directrices de la Commission sur les Restrictions verticales (2000/C 291/01), JO C 291 du 13.10.2000, p. 1, point 32.

l'inapplicabilité du règlement d'exemption par catégorie en l'espèce n'entraîne pas de présomption d'illégalité en ce qui concerne les accords verticaux. Ces accords doivent en revanche faire l'objet d'un examen individuel de la part de la Commission en application de l'article 81, paragraphe 3, du traité et de l'article 53, paragraphe 3, de l'accord EEE. Cela vaut également pour les restrictions horizontales découlant des accords notifiés.

197. Pour évaluer les restrictions de concurrence résultant des accords notifiés à la lumière des critères d'exemption énoncés à l'article 81, paragraphe 3, du traité et à l'article 53, paragraphe 3, de l'accord EEE, la Commission considère les gains d'efficacité produits par les accords restrictifs. Elle accorde une exemption en vertu de l'article 81, paragraphe 3, du traité et de l'article 53, paragraphe 3, de l'accord EEE lorsque ces gains sont tels qu'ils compensent les effets restrictifs. À cet effet, elle tient de plus pleinement compte des principes et de l'esprit des lignes directrices sur les restrictions verticales.<sup>129</sup>
198. En vertu de l'article 81, paragraphe 3, du traité et de l'article 53, paragraphe 3, de l'accord EEE, les dispositions respectives de l'article 81, paragraphe 1, du traité et de l'article 53, paragraphe 1, de l'accord EEE peuvent être déclarées inapplicables à tout accord entre entreprises qui contribue à améliorer la production ou la distribution des produits ou à promouvoir le progrès technique ou économique, tout en réservant aux utilisateurs une partie équitable du profit qui en résulte, et sans imposer aux entreprises intéressées des restrictions qui ne sont pas indispensables pour atteindre ces objectifs ni donner à des entreprises la possibilité, pour une partie substantielle des produits en cause, d'éliminer la concurrence. Chacune de ces quatre conditions sera examinée dans les sections ci-après. À cet égard, il sera fait référence principalement à l'article 81, paragraphe 3, du traité CE, à moins qu'il ne soit nécessaire de se fonder sur l'article 53, paragraphe 3, de l'accord EEE.

## **8.2. Amélioration de la production ou de la distribution des produits et/ou promotion du progrès technique ou économique**

199. Les parties ont fait valoir que les accords, tels qu'ils ont été initialement notifiés, favorisaient la réalisation d'un certain nombre de gains d'efficacité. La Commission partage en principe cet avis, dans la mesure exposée ci-après.

### *8.2.2 péage*

### *Exclusivité concernant la télévision à*

200. Selon Telenor, les accords, tels qu'ils ont été initialement notifiés, améliorent la distribution des services aux ménages équipés en DTH, étant donné qu'ils débouchent sur la présence en Scandinavie de deux distributeurs de DTH de même poids [**confidentiel**]. À défaut de semblables liens d'exclusivité entre Canal+ et Canal Digital [**confidentiel**].
201. En outre, Telenor a indiqué que les accords, tels qu'ils ont été initialement notifiés, encourageaient le développement des services de télévision numériques, en même

---

<sup>129</sup> Ibidem, considérants 100 et suivants.

temps que l'introduction de décodeurs numériques et la croissance du secteur de la DTH dans l'ensemble de la Scandinavie. Grâce aux investissements de Canal Digital dans le domaine de la télévision numérique, les consommateurs auraient accès à des décodeurs numériques à tarif préférentiel et bénéficieraient des progrès récents réalisés dans le domaine numérique, tels que l'augmentation du nombre de chaînes distribuées sans majoration de prix, l'amélioration qualitative des images et du son, ainsi que l'accès à un guide électronique des programmes et à des services télévisés interactifs.

202. Bien que le deuxième argument de Telenor n'ait pas trait à des avantages directement liés aux restrictions découlant de l'exclusivité, la Commission reconnaît que la première raison invoquée par l'intéressée reflète la présence d'un certain nombre d'améliorations en termes de distribution, qui vont de pair avec les progrès économiques résultant immédiatement de l'accord d'exclusivité en tant que tel. Cela vaut notamment pour les aspects suivants, qui sont directement liés aux restrictions pertinentes:

203. Premièrement, l'exclusivité permet à Canal Digital d'éviter un grave problème de "parasitisme"<sup>130</sup> résultant notamment de la présence d'un puissant concurrent intégré verticalement, à savoir MTG/Viasat, sur le segment nordique de la télévision à péage par DTH. La possibilité pour Viasat ou des entrants potentiels sur le marché de la DTH d'avoir accès aux chaînes de télévision à péage "premium" de Canal+ Nordic en vue d'une redistribution par DTH déboucherait finalement sur un tel problème de parasitisme, qui ne pourrait probablement pas être compensé par un accès réciproque de Canal Digital aux chaînes de télévision à péage "premium" de MTG. En fait, étant donné que MTG est actionnaire à 100 % et détient le contrôle de Viasat, le seul concurrent direct de Canal Digital, cette dernière option demeure peu réaliste. En conséquence, à défaut d'une telle exclusivité, Canal Digital ne serait probablement pas en mesure de proposer à ses abonnés une gamme aussi étendue de services de télévision à péage attrayants ou ne pourrait le faire qu'à des conditions nettement moins favorables que celles offertes par Viasat. En outre, Canal Digital serait privée de la possibilité de s'appuyer exclusivement sur la marque "Canal+", jusqu'ici étroitement liée à ses activités et à sa propre image de marque – du fait de la répétition du terme "Canal" – pour attirer des abonnés vers sa plate-forme. Viasat et les entrants potentiels sur le marché de la DTH pourraient à leur tour parasiter les efforts déployés par Canal Digital en matière de promotion et de politique de marque en ce qui concerne la distribution par DTH des chaînes de Canal+ Nordic et, partant, retirer un avantage concurrentiel considérable des investissements de Canal Digital spécifiques au marché. La rentabilité économique des activités de Canal Digital dans le domaine de la DTH pourrait par conséquent être gravement compromise sans la garantie d'approvisionnement exclusif fournie par Canal+ Nordic.

204. Deuxièmement, toujours du point de vue de Canal+ Nordic, la distribution par DTH de ses chaînes à péage par le biais de Viasat est peu susceptible de constituer une solution de remplacement viable. MTG/Viasat étant fortement incitée à favoriser la distribution par DTH de ses chaînes "premium" produites en interne, il

---

<sup>130</sup> Ibidem, point 116 1).

existerait un risque réel que, contrairement à Canal Digital, Viasat concentre ses efforts et ses investissements sur la promotion et la distribution des chaînes "premium" de Canal+ Nordic à un niveau infra-optimal. Plus important encore, en raison de l'intégration verticale de MTG/Viasat, le fait d'accorder à Viasat la possibilité de vendre au détail les chaînes à péage de Canal+ Nordic équivaldrait en réalité à distribuer ces chaînes par l'intermédiaire du seul concurrent de Canal+ Nordic du côté des vendeurs, à savoir le groupe MTG. La Commission considère que, dans une structure de marché duopolistique, comme c'est le cas en l'espèce, un accord d'exclusivité vertical est bénéfique pour la distribution au sens de l'article 81, paragraphe 3, du traité, en ce qu'il encourage les efforts déployés par les concurrents effectifs pour renforcer la politique de marque distinctive et la pénétration des chaînes, pour autant que la restriction verticale soit strictement limitée dans le temps de façon à préserver les possibilités d'accès au marché.

205. Troisièmement, l'accès exclusif aux chaînes "premium" de Canal+ Nordic permet à Canal Digital de rationaliser ses activités en matière de programmation et de réaliser des gains d'efficacité, grâce auxquels elle est à même de continuer à exploiter [confidentiel]. Le statut d'exclusivité conféré à Canal Digital crée et maintient [confidentiel]. En l'absence de garantie d'approvisionnement durant une période déterminée, Telenor serait confrontée à un problème classique de "renonciation à certains investissements"<sup>131</sup> [confidentiel]. À défaut notamment de garantie concernant la distribution exclusive des chaînes à péage de Canal+ Nordic, garantie qui constitue un élément essentiel et un moteur clé pour l'augmentation du nombre d'abonnés sur le segment de la DTH [confidentiel] et, inversement, les chances que Telenor récupère ses investissements spécifiques à la relation contractuelle en faveur des activités de télévision à péage de Canal Digital diminueraient fortement.
206. Enfin, il ne peut être contesté que, dans une perspective de court et de moyen terme, une concurrence étroite entre Canal Digital et Viasat, stimulée par l'exclusivité, est bénéfique non seulement en vue d'un développement considérable de la distribution de la télévision à péage par DTH, mais également de l'introduction de la télévision numérique et, partant, prépare le terrain économique pour l'introduction de divers nouveaux services télévisés (à péage) numériques, dont une nouvelle technologie de décodage, en Scandinavie. Ce fait est confirmé par l'évolution récente constatée sur le segment nordique de la télévision à péage, sur lequel une concurrence accrue entre Canal+ Nordic/Canal Digital, d'une part, et MTG/Viasat, d'autre part, a accéléré le processus de numérisation, en amenant notamment de nombreux abonnés à passer de l'analogique au numérique et en étendant l'usage des décodeurs numériques à faible coût.<sup>132</sup>

---

<sup>131</sup> Ibidem, point 116 4).

<sup>132</sup> En avril 2001, MTG/Viasat a convaincu ses 350 000 abonnés à la télévision à péage analogique à opter pour la télévision à péage numérique en distribuant gratuitement des décodeurs (cf. <http://www.mtg.se>). Canal Digital a adopté une stratégie similaire en 2000 (cf. IDATE, The World Television Market, Vol.1: Markets, 2003, p. 143).

207. L'exclusivité contribue par conséquent à améliorer la distribution et à promouvoir le progrès économique au sens de l'article 81, paragraphe 3, du traité. Le raisonnement ci-dessus s'applique par analogie à l'interdiction imposée à Canal+/Canal+ Nordic de détenir ou d'exploiter une plate-forme de DTH ou de SMATV, étant donné qu'une telle plate-forme est complémentaire et subordonnée dans ses effets à l'exclusivité pendant la durée de sa validité (cf. 7.4.1.1. ci-dessus).

*8.2.1. Obligations de non-concurrence sur les chaînes de télévision à péage et les chaînes de PPV*

208. Les obligations de non-concurrence, y compris les clauses connexes relatives à l'acquisition conjointe de contenu audiovisuel et à l'accès préférentiel à celui-ci aux fins de l'exploitation de chaînes de télévision à péage, confèrent à Canal+ Nordic une protection totale contre toute concurrence de la part de fournisseurs de télévision à péage tiers et du groupe Telenor en tant que fournisseur potentiel de télévision à péage, tout en obligeant simultanément Telenor/Canal Digital à se concentrer sur la distribution des services de télévision à péage de Canal+ Nordic.

209. Selon les parties, les accords, tels qu'ils ont initialement notifiés, encouragent des services de télévision à péage de qualité élevée, puisque Canal+ n'investirait plus dans de coûteux droits de distribution à long terme pour la région nordique si elle n'était pas assurée d'un accès à une plate-forme de distribution. Si Canal+ devait mettre un terme à ses activités en tant que fournisseur de chaînes de télévision à péage dans la région nordique, le choix des ménages abonnés à la télévision à péage serait considérablement restreint, tant en termes de volume que de qualité. Il est peu probable que Viasat – qui propose déjà une offre complète de télévision à péage "premium" – lance des chaînes supplémentaires en réponse à un retrait de Canal+.

210. La Commission convient que les accords de non-concurrence débouchent, dans leur intégralité, sur des gains d'efficacité pouvant être résumés comme suit:

- gains d'efficacité résultant de la garantie selon laquelle Canal Digital fera porter en permanence ses efforts sur la promotion de la marque de télévision à péage "premium" par DTH de Canal+ Nordic plutôt que sur la distribution des chaînes de tiers ou la création d'un service de télévision à péage propre et, partant, encouragera la concurrence intermarques par le biais de la DTH entre Canal+ Nordic/Canal Digital et MTG/Viasat;
- garantie d'un "débouché exclusif", prérequis économique et principale incitation pour Canal+ Nordic à poursuivre ses investissements spécifiques au marché en ce qui concerne l'acquisition de contenu d'appel onéreux et la création d'une marque de télévision à péage attrayante visant à répondre au "goût nordique". À défaut d'une telle garantie, la rentabilité économique de l'activité serait gravement affectée, au point que Canal+ Nordic pourrait se retirer du marché, ce qui risquerait fort de déboucher sur une monopolisation du segment nordique de la télévision à péage par DTH.

211. Il sera question dans les sections suivantes des gains d'efficience produits par chacune des restrictions pertinentes prévues par l'accord de non-concurrence et les clauses connexes.

#### 8.2.1.1. Obligations de non-concurrence

212. Les accords de non-concurrence visent notamment à remédier à un problème de "renonciation à certains investissements"<sup>133</sup> de la part de Canal+ Nordic. La garantie selon laquelle Canal Digital ne distribuera pas les chaînes payantes de tiers ni ne créera sa propre activité dans le domaine de la télévision à péage constitue pour Canal+ Nordic une incitation importante à poursuivre ses investissements spécifiques à la relation contractuelle en faveur de ses activités de télévision à péage, dans la mesure où celles-ci sont menées par le biais de la plate-forme DTH de Canal Digital. Inversement, l'accord de non-concurrence garantit que, durant trois ans, Telenor/Canal Digital concentrera ses efforts sur la distribution des chaînes à péage "premium" de Canal+ Nordic, plutôt que sur l'acquisition et la distribution de chaînes "premium" de tiers et/ou le développement et la commercialisation d'une marque de télévision à péage propre. Conformément aux lignes directrices sur les restrictions verticales, une obligation de non-concurrence qui "incite le distributeur exclusif à concentrer ses efforts sur la marque en question" peut être considérée comme bénéfique en l'absence de verrouillage sensible.<sup>134</sup>

213. La Commission partage également l'avis des parties selon lequel, à défaut d'efforts et d'investissements considérables de la part de Canal Digital en vue de promouvoir la distribution par DTH des chaînes de télévision à péage de Canal+ Nordic, un certain nombre de gains d'efficience, tels qu'une stratégie de marque renforcée, une plus grande différenciation des produits et une pénétration accrue des chaînes dans la région nordique, ainsi que, finalement, le maintien d'un degré raisonnable de concurrence intermarques entre MTG/Viasat et Canal+ Nordic /Canal Digital – qui remonte à 1997, année du lancement de la plate-forme de Canal Digital – ne pourraient être atteints, ou ne pourraient l'être que dans une mesure nettement moindre. La nécessité d'une politique de marque et d'une différenciation des produits sur le segment de la télévision à péage par DTH requiert une certaine stabilité dans le temps pour ce qui est des relations commerciales verticales entre les fournisseurs de chaînes de télévision à péage en amont et les plates-formes de distribution par DTH en aval, ce qui explique en grande partie la forte tendance généralisée, parmi les fournisseurs européens de télévision à péage, à opérer sur une base verticalement intégrée. Dans le secteur de la télévision à péage, la création et le maintien d'une image de marque spécifique à la chaîne fondée sur un élément de contenu exclusif sont essentiels si l'on veut rendre le service plus attrayant et, partant, accroître le nombre d'abonnements. Ils sont donc déterminants pour le succès commercial, tant des fournisseurs des chaînes de télévision à péage que des plates-formes de distribution télévisuelle. Les bouquets de chaînes de télévision à péage "premium" de Canal+ Nordic et de Viasat, bien que similaires

---

<sup>133</sup> Ibidem, point 116 4).

<sup>134</sup> Ibidem, point. 171.

sur le plan qualitatif et de l'attrait qu'ils présentent, sont des produits pour lesquels la marque revêt une grande importance et qui sont distincts, en fonction de leurs contenus exclusifs respectifs, du point de vue des consommateurs finals. Dans le cas des chaînes "premium" de Canal+ Nordic, cela a progressivement amené les consommateurs à associer étroitement la marque "Canal+" à la plate-forme de Canal Digital (association déjà induite par la répétition du terme "Canal"). Dans la structure de marché duopolistique en cause, qui implique une différenciation entre des produits de marque et des plates-formes, l'accord de non-concurrence permet finalement de maintenir ces caractéristiques de concurrence intermarques, dans la mesure où il incite Canal Digital à concentrer ses efforts de commercialisation sur la marque Canal+. Le respect des obligations de non-concurrence durant une période donnée semble par conséquent bénéfique au maintien d'un marché et d'une distribution concurrentiels au sens de l'article 81, paragraphe 3, du traité.

214. Ce raisonnement s'applique par analogie à l'obligation de non-concurrence pour ce qui est de la distribution de films par PPV ou NVOD, dans la mesure où l'activité de PPV/NVOD par DTH est liée d'un point de vue économique et complémentaire à l'ensemble des activités des acteurs du marché concernés dans le domaine de la télévision à péage (cf. section 7.4.2. ci-dessus). En outre, d'une manière très comparable à l'obligation de non-concurrence concernant les chaînes de télévision à péage, l'accord de non-concurrence relatif aux services de PPV/NVOD encourage à la fois Canal+ Nordic à investir dans des licences de films PPV et Canal Digital à promouvoir "Kiosk", la chaîne PPV de Canal+ Nordic, en concurrence avec la chaîne "Ticket" commercialisée par MTG/Viasat.

8.2.1.2. Interdiction pour Telenor d'acquérir les droits de films d'appel en concurrence avec Canal+

215. Les parties n'ont invoqué aucun avantage spécifique pour justifier l'interdiction faite à Telenor d'acquérir durant trois ans les droits de films d'appel en concurrence avec Canal+, si ce n'est que Telenor n'est pas, historiquement, un gros acheteur de contenu d'appel.
216. Néanmoins, aux fins de la logique économique de l'accord de non-concurrence susmentionné, il est évident que cette interdiction d'acquisition a pour objet de garantir que Telenor/Canal Digital n'investira pas des sommes considérables dans la création et la promotion de son propre bouquet de chaînes à péage "premium" en Scandinavie, lequel concurrencerait ceux proposés par Canal+ Nordic, notamment, par le biais de la distribution par DTH. Enfin, il serait préjudiciable pour les gains d'efficacité visés par l'accord de non-concurrence que Telenor/Canal Digital se concentre sur le développement de sa propre marque de télévision à péage "premium", y compris l'acquisition des droits nécessaires sur le contenu des films, plutôt que d'axer ses efforts commerciaux sur la politique de marque et la distribution des chaînes de télévision à péage de Canal+ Nordic. En outre, une concurrence entre Telenor et Canal+ Nordic concernant l'acquisition du contenu d'appel nécessaire en vue du conditionnement des chaînes de télévision à péage pourrait déboucher sur une majoration des prix de la part des titulaires des droits sur le marché de l'offre en amont et, partant, absorber indirectement une partie des gains de coût et des synergies obtenus grâce à la coopération verticale prévue par les accords notifiés. L'interdiction d'acquisition imposée à Telenor constitue par

conséquent un prérequis nécessaire afin de garantir les gains d'efficacité produits par l'accord de non-concurrence verticale au cours des trois années durant lesquelles il s'applique.

217. La Commission considère pour ces raisons que l'interdiction faite à Telenor d'acquiescer du contenu d'appel pour la télévision à péage est bénéfique, dans la mesure où elle permet de garantir les gains d'efficacité visés par les accords de non-concurrence. En ce sens, elle contribue également à promouvoir la distribution et le progrès économique au sens de l'article 81, paragraphe 3, du traité sur le marché nordique de la télévision à péage.

#### 8.2.1.3. Échange d'informations, coopération et soumission conjointe

218. Telenor n'a mentionné explicitement aucun gain d'efficacité en ce qui concerne l'accord d'échange d'informations et de soumission conjointe conclu avec Canal+/Canal+ Nordic. La Commission estime néanmoins que le mécanisme d'acquisition conjointe est susceptible de déboucher sur des gains de coûts et des synergies, tant pour Canal+ Nordic que pour Telenor/Canal Digital. Plus spécifiquement, il permet aux intéressés d'unir leurs forces sur le plan financier et de partager le coût élevé des investissements relatifs aux droits de contenus d'appel aux fins de l'exploitation en commun de chaînes à péage, dans la mesure où celle-ci repose sur la coopération verticale en vue de la distribution des chaînes "premium" de Canal+ Nordic. Le mécanisme d'acquisition conjointe est donc également bénéfique pour le fonctionnement global des accords d'exclusivité verticale et de non-concurrence et, partant, accroît les gains d'efficacité qui en découlent (cf. sections 8.2.1. et 8.2.2. ci-dessus).

219. La Commission en conclut que les clauses relatives à l'acquisition conjointe des droits de contenus pour la télévision à péage contribuent à promouvoir la production et la distribution ainsi que le progrès économique, au sens de l'article 81, paragraphe 3, du traité, sur le marché nordique de la télévision à péage.

#### 8.2.1.4. Droits bilatéraux de premier refus sur la vente des droits relatifs à des événements sportifs d'appel

220. Le droit bilatéral de premier refus sur la vente à des tiers de droits relatifs à des événements sportifs d'appel est lié à la relation d'exclusivité verticale entre Canal+ Nordic et Telenor/Canal Digital, au même titre que l'interdiction d'acquisition et l'accord d'acquisition conjointe. Il garantit que le contenu des événements sportifs d'appel mis à la disposition des parties en vue de la composition des chaînes de télévision à péage et des chaînes de PPV/NVOD sera exploité efficacement par les parties elles-mêmes dans le cadre de leur relation verticale plutôt qu'avec des tiers. Cet accès préférentiel contribue également au développement et au maintien de la marque de télévision à péage "Canal+" par le biais de la distribution par DTH et, partant, accroît les gains d'efficacité résultant de la coopération entre Canal+ Nordic et Telenor/Canal Digital au niveau tant vertical qu'horizontal.

221. La Commission en conclut que les droits de premier refus concernant l'acquisition de droits sur des événements sportifs d'appel devant être distribués sur les chaînes à péage et les chaînes de PPV/NVOD favorisent l'obtention des gains d'efficacité

visés par l'accord de non-concurrence durant la période de trois ans. Ils contribuent par conséquent également à promouvoir la production et la distribution et le progrès économique, au sens de l'article 81, paragraphe 3, du traité, sur le marché nordique de la télévision à péage.

#### 8.2.1.5. Conclusion

222. La Commission en conclut que les obligations de non-concurrence pertinentes contribuent, conjointement avec les accords d'acquisition conjointe et d'accès préférentiel concernant le contenu d'appel pour la télévision à péage, à améliorer la production et la distribution et à promouvoir le progrès économique au sens de l'article 81, paragraphe 3, du traité.

#### 8.2.2. *Obligation de non-concurrence sur les services de transpondeur satellite*

223. En ce qui concerne l'obligation de non-concurrence sur les services de transpondeur satellite, telle qu'elle a été initialement notifiée, Telenor a fait valoir que les radiodiffuseurs ciblant la région nordique tiraient profit de l'existence de deux positions satellitaires concurrentes à même de fournir des services aux ménages équipés en DTH, à savoir le satellite positionné à 1°ouest, que privilégie Telenor, et celui situé à 5°est, qui a la préférence de NSAB. [Confidentiel]. D'autres radiodiffuseurs ont souhaité regrouper leurs chaînes sur des transpondeurs satellites voisins, de façon à être certains de pouvoir être captés par tous les ménages équipés en DTH qui sont en mesure de recevoir les chaînes de Canal+. [Confidentiel]. Les investissements de Telenor dans la capacité satellitaire positionnée à 1°ouest et dans Canal Digital seraient donc compromis si Canal+ ne s'engageait pas à long terme à utiliser le satellite positionné à 1°ouest.
224. Telenor a également indiqué que l'usage exclusif de sa capacité satellitaire représentait une partie essentielle des accords notifiés. [Confidentiel]. De plus, l'usage exclusif du transpondeur n'imposerait pas de restrictions de concurrence significatives, étant donné qu'il est limité aux chaînes "premium" de Canal+ qui sont distribuées par DTH et qu'il prolonge simplement l'engagement à long terme pris par Canal+, et déjà mis en œuvre par celle-ci, d'utiliser les satellites de Telenor.
225. Conformément à la position qu'elle a adoptée dans l'affaire *NSAB/MTG*, dans laquelle elle a accordé une exemption en faveur d'une exclusivité bilatérale entre NSAB et MTG concernant un transpondeur satellite aux fins de la radiodiffusion télévisuelle dans la région nordique, exclusivité bilatérale d'une durée de cinq ans,<sup>135</sup> la Commission partage en principe l'avis de Telenor selon lequel l'obligation de non-concurrence sur les services de transpondeur satellite permet d'obtenir un certain nombre de gains d'efficacité.

---

<sup>135</sup> Lettre de classement administratif du 6 décembre 2001 dans l'affaire COMP/C-2/38.016 – NSAB/MTG (IP/01/Nordiska, 17 décembre 2001).

226. L'obligation de non-concurrence permet notamment de remédier à un problème de "renonciation à certains investissements" de la part de Telenor. [Confidentiel]. À cet égard, cette obligation contribue aussi, finalement, à l'obtention des gains d'efficacité résultant de l'exclusivité en ce qui concerne la chaîne de télévision à péage (cf. section 8.2.1. ci-dessus). Les activités de Canal Digital sont inextricablement liées, depuis leur lancement en 1997, à la retransmission des chaînes à péage "premium" de Canal+ Nordic via la capacité transpondeur sur satellite positionnée à 1°ouest. [Confidentiel]. La Commission considère par conséquent que l'obligation de non-concurrence sur les services de transpondeur satellite fait partie intégrante de la relation verticale établie entre Canal+ Nordic et Telenor/Canal Digital en vue de la distribution exclusive des chaînes à péage "premium" de Canal+ Nordic par DTH et qu'elle ne peut être distinguée de cette dernière sans compromettre les gains d'efficacité qu'elle vise.
227. La Commission en conclut que l'obligation de non-concurrence sur les services de transpondeur satellite imposée pour une durée de cinq ans contribue à promouvoir la réalisation des gains d'efficacité découlant de l'accord de distribution exclusive. Elle contribue par conséquent à améliorer la distribution et à promouvoir le progrès économique au sens de l'article 81, paragraphe 3, du traité.

### 8.2.3. Conclusion

228. La Commission en conclut que les restrictions correspondantes prévues par les accords notifiés contribuent à améliorer la production et la distribution et à promouvoir le progrès économique et/ou technique au sens de l'article 81, paragraphe 3, du traité.

## 8.3. Attribution d'une part équitable du profit aux consommateurs

229. Telenor a cité un certain nombre d'avantages découlant des accords tels qu'ils ont été initialement notifiés, avantages qui viennent s'ajouter à ceux déjà mentionnés ci-dessus. Il s'agit notamment de la conversion de quelque [confidentiel] ménages possédant des équipements analogiques aux services DTH de qualité supérieure avant septembre 2001, de l'augmentation parallèle du nombre de ménages abonnés aux chaînes à péage, de la disponibilité de services de télévision à péage et autres services numériques à des prix compétitifs grâce à la concurrence féroce que se livrent actuellement Canal Digital et Viasat, ainsi que de la promotion, au profit d'un nombre accru de consommateurs, de nouveaux services interactifs, tels que le PPV, la NVOD, le téléachat, la banque à domicile, les services de voyage et les jeux interactifs, du fait de la concurrence accrue entre Canal Digital et Viasat dans la région nordique.
230. La Commission convient qu'une partie au moins des avantages énumérés ci-dessus doit être considérée comme profitant aux consommateurs du fait des restrictions prévues par les accords notifiés. Elle reconnaît en particulier que les gains d'efficacité susmentionnés (cf. section 8.2.) confèrent directement aux consommateurs, du fait des restrictions pertinentes appliquées séparément ou conjointement, les avantages suivants:
231. Premièrement, dans une perspective de court et de moyen terme, les consommateurs reçoivent une part équitable des profits résultant de l'exclusivité,

dans la mesure où celle-ci contribue au maintien d'un niveau raisonnable de concurrence intermarques entre les deux entités, soit Canal+ Nordic/Canal Digital et MTG/Viasat, et, partant, de choix pour le consommateur en ce qui concerne les services de télévision à péage proposés dans la région nordique, ce qui compense largement la diminution parallèle de la concurrence intramarque. En outre, les gains d'efficacité réalisés par Telenor/Canal Digital grâce à la garantie d'approvisionnement fournie par Canal+ Nordic sont susceptibles de se traduire en avantages en termes de prix pour les utilisateurs de la DTH face à la concurrence étroite que se livrent Canal+ Nordic/Canal Digital et MTG/Viasat. La numérisation accrue et l'introduction de décodeurs numériques à faible coût par chacune de ces entités en raison du processus concurrentiel de ces dernières années confirme cette constatation.<sup>136</sup> Ce raisonnement s'applique par analogie à l'interdiction imposée à Canal+/Canal+ Nordic de détenir ou d'exploiter une plate-forme DTH ou de SMATV, étant donné qu'une telle plate-forme est complémentaire et, dans ses effets, subordonnée à l'exclusivité (cf. section 7.4.1.1. ci-dessus).

232. Deuxièmement, la Commission considère que les obligations de non-concurrence, à court terme du moins, garantissent elles aussi l'attribution d'une part équitable du profit qui en résulte aux consommateurs, dans la mesure où elles contribuent également au maintien du niveau de concurrence intermarques et du choix proposé aux consommateurs en ce qui concerne les services de télévision à péage susmentionnés. De même, l'interdiction faite à Telenor d'acquérir du contenu d'appel et les dispositions relatives à l'acquisition conjointe de contenu et à l'accès bilatéral préférentiel au contenu à court terme confèrent des avantages aux consommateurs, en ce qu'elles permettent aux parties de combiner leur puissance d'achat vis-à-vis des titulaires des droits de façon à réduire les coûts d'acquisition en amont. Enfin, elles permettent à Canal+ Nordic et à Canal Digital d'améliorer leur offre en matière de télévision à péage en termes de qualité et de prix et, partant, leur position concurrentielle vis-à-vis de MTG/Viasat et les incitent fortement, en raison de la concurrence accrue avec cette dernière, à répercuter une partie des gains de coûts correspondants sur le consommateur final.
233. Troisièmement, l'obligation de non-concurrence sur les services de transpondeur satellite réserve au consommateur, au moins de façon indirecte, les mêmes avantages que l'exclusivité en matière de distribution (cf. 8.2.1.) qu'elle permet de garantir. En outre, grâce à cette obligation, les consommateurs qui captent déjà les signaux émis par le satellite positionné à 1°ouest, tels que les abonnés de Canal Digital aux services télévisés à péage de Canal+ Nordic, sont assurés de pouvoir continuer à utiliser leur dispositif technique pour avoir accès aux divers services proposés. Enfin, ces consommateurs bénéficieront indirectement de la présence de Canal+ Nordic sur la capacité satellitaire de Telenor, étant donné que cela pourrait attirer des télédiffuseurs tiers souhaitant atteindre la clientèle de Canal+ Nordic qui capte les signaux émis depuis la position 1°ouest.
234. La Commission en conclut que les consommateurs reçoivent une part équitable du profit résultant des restrictions pertinentes au sens de l'article 81, paragraphe 3, du traité.

---

<sup>136</sup> Cf. note de bas de page 132.

## 8.4. Restrictions indispensables

### 8.4.1. Exploitation exclusive des chaînes de télévision à péage

#### *Arguments des parties*

235. Telenor, réitérant en partie ses arguments en faveur de la délivrance d'une attestation négative, a déclaré, à propos des accords tels qu'ils ont été initialement notifiés, que l'exclusivité de dix ans concernant la distribution était indispensable pour pouvoir obtenir les gains d'efficacité allégués. Cette exclusivité aurait pour but de permettre à Canal Digital d'être la seule à distribuer par DTH/SMATV les chaînes à péage "premium" de Canal+ dans la région nordique. Telenor a fait valoir en particulier que, en l'absence d'une telle exclusivité [**confidentiel**]. En outre, si Canal+ accordait à Viasat le droit de distribuer également ses chaînes à péage, l'offre de Canal Digital serait nettement moins attrayante que celle de Viasat. Cette dernière pourrait tirer profit de pratiques parasitaires en termes de commissions accrues sur les abonnements aux chaînes "premium" vendus grâce aux investissements promotionnels de Canal Digital dans les chaînes de Canal+ [**confidentiel**]. Selon Telenor, Canal+ est la seule source à pouvoir fournir des chaînes "premium" à Canal Digital: en effet, MTG n'est pas un fournisseur potentiel – du moins dans des conditions commerciales raisonnables – en raison des liens structurels qui l'unissent à Viasat. En outre, il faudrait longtemps à Canal Digital pour développer ses propres chaînes à péage "premium" et pour, notamment, acquérir ses propres droits de contenus, alors que [**confidentiel**]. Enfin, l'interdiction faite à Canal+ de détenir ou d'exploiter une plate-forme de DTH ou de SMATV dans la région nordique serait subordonnée à l'accord d'exclusivité et n'aurait en soi aucune incidence significative sur la concurrence. D'un point de vue commercial, il est fort peu probable que Canal+ acquière ou exerce ses propres activités de DTH ou de SMATV durant ces dix années. Elle ne serait pas en mesure de distribuer ses propres services de télévision à péage, et il y a très peu de chances qu'une plate-forme de DTH tierce entre sur le marché.

#### *Appréciation*

236. La plupart des arguments avancés par Telenor et présentés ci-dessus ont déjà été examinés à la section 8.2. À la lumière des constatations qui y sont faites, la Commission partage l'avis des parties selon lequel le droit exclusif conféré à Canal Digital en ce qui concerne la distribution des chaînes à péage "premium" de Canal+ par DTH est, sur le fond, indispensable en vue de l'obtention des gains d'efficacité précités. Une stricte limitation dans le temps est toutefois prévue à cet effet. Les parties ont par conséquent renoncé à leur demande initiale et proposé de ramener à quatre ans la durée de l'exclusivité faisant l'objet de la présente appréciation.

237. La Commission considère que cette durée plus courte de quatre ans est appropriée et nécessaire en vue de l'obtention des gains d'efficacité résultant de l'exclusivité.<sup>137</sup> Conformément aux lignes directrices sur les restrictions verticales,

---

<sup>137</sup> Voir également la décision 1999/242/CE de la Commission dans l'affaire n° IV/36.237 – TPS (JO L 90 du 2.4.1999, p. 6, considérants 122 à 134). La Commission a considéré qu'une exclusivité d'une

la durée des accords verticaux doit être justifiée en particulier par le délai nécessaire pour recupérer les investissements propres à la relation contractuelle.<sup>138</sup> Telenor/Canal Digital a soumis un plan d'entreprise [confidentiel]. Cela correspond à l'"accord de règlement et de modification" conclu par les parties le 13 juin 2002[confidentiel]. [Confidentiel]. Cela donne également à penser que, du point de vue de Telenor également, la période de quatre ans fixée pour ce qui est de l'exclusivité est non seulement nécessaire [confidentiel].

238. Le raisonnement ci-dessus s'applique par analogie à l'interdiction faite à Canal+ de détenir ou d'exploiter une plate-forme de DTH ou de SMATV qui soit complémentaire et subordonnée dans ses effets à cette exclusivité.
239. La Commission en conclut que la période de quatre ans fixée pour ce qui est de l'exclusivité est indispensable au sens de l'article 81, paragraphe 3, du traité pour garantir les gains d'efficacité visés par cette exclusivité.

*8.4.2. Obligations de non-concurrence sur les chaînes de télévision à péage et les chaînes de PPV/NVOD*

*Arguments des parties*

240. Canal+ a d'abord indiqué, à propos des accords tels qu'ils ont été initialement notifiés, qu'une durée de dix ans était indispensable, au sens de l'article 81, paragraphe 3, du traité, pour ce qui est des obligations de non-concurrence imposées à Telenor. Elle a besoin d'une sécurité et d'une stabilité commerciale à long terme pour investir dans les droits relatifs à des films et à des événements sportifs majeurs d'appel destinés aux programmes de télévision à péage devant être distribués dans la région nordique. Les titulaires de droits cinématographiques exigent des accords de fourniture portant sur plusieurs années – soit, généralement, entre [confidentiel] –, ainsi que des garanties quant à un accroissement annuel du nombre minimum d'abonnés. Les licences relatives aux événements sportifs sont également accordées par les titulaires des droits pour une durée de trois ans et plus. Selon Canal+, la sécurité à long terme conférée par l'obligation de non-concurrence est nécessaire pour pouvoir récupérer les importants investissements à fonds perdus réalisés dans Canal+ Nordic et dans les chaînes à péage "premium" au profit, essentiellement, de Canal Digital, compte tenu du lien étroit existant entre l'identité de la plate-forme de DTH et celle de ses chaînes "phares". Si l'accord n'était pas appliqué pendant toute sa durée de validité, Canal+ n'effectuerait pas l'investissement à long terme nécessaire en vue du maintien de ses chaînes télévisées à péage dans la région nordique, ainsi que de l'offre de nouveaux services numériques, y compris l'amélioration de ses services techniques nécessaire en vue de l'augmentation requise du nombre d'abonnés. En outre, l'obligation de non-concurrence à long terme imposée à Telenor/Canal Digital de ne pas détenir, exploiter ou distribuer une chaîne à péage "premium" autre que celles de Canal+

---

durée de trois ans pour ce qui est de la distribution des chaînes de télévision par satellite était indispensable.

<sup>138</sup> Cf. points 116 4) et 119 9) des lignes directrices.

serait indispensable afin d'inciter Canal Digital à maximiser la pénétration des chaînes de Canal+, de façon à permettre l'augmentation requise du nombre d'abonnés. Si Canal Digital se lançait dans la distribution de chaînes ayant un profil commercial similaire à celui des chaînes à péage de Canal+, les fournisseurs concurrents bénéficieraient directement de la base existante d'abonnés à la plateforme de Canal Digital – base développée et maintenue grâce aux investissements de Canal+ -, qu'ils parasiteraient.

241. Les parties n'ont cependant fourni aucun argument tendant à justifier le caractère indispensable de l'interdiction d'acquisition imposée à Telenor pour ce qui est des films d'appel, la clause d'acquisition conjointe de contenu et les droits bilatéraux de premier refus sur les droits relatifs aux événements sportifs d'appel. Elles n'ont pas non plus fourni d'argument quant au caractère indispensable de l'accord de non-concurrence et de coordination concernant la distribution de films par PPV. Elles ont cependant accepté de ramener à trois ans la durée des obligations de non-concurrence, y compris celles qui ont trait à l'acquisition conjointe et à l'accès préférentiel bilatéral aux droits de contenus, afin de satisfaire à l'exigence relative au caractère indispensable.

#### *Appréciation*

242. La Commission considère que l'obligation de non-concurrence imposée à Telenor/Canal Digital de ne pas détenir, exploiter ou distribuer par DTH une chaîne à péage "premium" autre que celles de Canal+ Nordic est indispensable, sur le fond et pour une durée de trois ans, afin de pouvoir réaliser les gains d'efficacité recherchés, notamment en vue du maintien d'un équilibre concurrentiel raisonnable sur le marché. Il ne serait toutefois pas justifié d'imposer cette obligation de non-concurrence pour une durée plus longue, étant donné les importants effets négatifs que cela aurait à long terme sur la concurrence. À long terme, l'obligation de non-concurrence est susceptible de déboucher sur une diminution de la concurrence intermarques et du choix proposé au consommateur en empêchant durablement Telenor/Canal Digital d'étendre son offre en matière de télévision à péage par DTH au moyen soit de l'inclusion de chaînes de fournisseurs tiers, soit, ce qui est plus important, de la création de ses propres chaînes de télévision à péage en concurrence avec celles de Canal+ Nordic et de MTG/Viasat. Les efforts constants et accrus déployés par Canal Digital afin de promouvoir la marque "Canal+" conformément à l'accord de non-concurrence ne compenseraient pas ces effets négatifs à long terme. Ainsi, la présence d'effets restrictifs considérables, combinés à l'absence de gains d'efficacité incontestables à long terme, nécessite une stricte limitation dans le temps de l'accord de non-concurrence, qui doit en l'espèce être fixée à trois ans.
243. Cette durée de trois ans est également adéquate et nécessaire afin de remédier au problème de "parasitisme" auquel Canal+ Nordic se trouve confrontée. Conformément aux lignes directrices sur les restrictions verticales, "pour la plupart des types d'investissement, les obligations de non-concurrence d'une durée supérieure à cinq ans ne sont pas", en principe, "jugées nécessaires pour obtenir les gains d'efficacité allégués ou bien produisent des gains d'efficacité insuffisants

pour compenser l'effet de fermeture du marché qu'elles produisent".<sup>139</sup> Canal+ a démontré de manière satisfaisante que l'interdiction de trois ans imposée à Canal Digital/Telenor pour ce qui est de la commercialisation des chaînes "premium" de fournisseurs tiers ou de la création de ses propres services de télévision à péage était indispensable pour obtenir les gains d'efficacité allégués et, notamment, la stabilité commerciale requise par Canal+ Nordic, y compris la récupération des investissements spécifiques à la relation contractuelle. Le plan d'entreprise initialement soumis par Canal+ détermine l'augmentation du nombre d'abonnés et des recettes nécessaire afin de récupérer les investissements à fonds perdus réalisés dans Canal+ Nordic au cours des prochaines années, augmentation qui culminera en [confidentiel]. De plus, la garantie dite du minimum d'abonnés, visée au point 2.1 de l'"accord de règlement et de modification" conclu par les parties le 13 juin 2002, prévoit que [confidentiel]<sup>140</sup>, avant de se ralentir et d'être moins importante. [Confidentiel].

244. Toutefois, même si l'augmentation du nombre d'abonnés/des recettes prévue dans le plan d'entreprise s'étale sur une durée supérieure à trois ans, il convient de noter qu'une part substantielle des investissements réalisés par Canal+ est imputable à des investissements généraux ou spécifiques à un marché<sup>141</sup> qui ne sont pas liés à la distribution par DTH des chaînes de télévision à péage de Canal+ Nordic par Canal Digital. En effet, près d'un tiers des abonnements à la télévision à péage souscrits auprès de Canal+ Nordic en 2002 (~[confidentiel]) ont été commercialisés via les plates-formes de CATV et de DTT nordiques plutôt que via la plate-forme de DTH. En outre, la cession par Canal+ de la participation qu'elle détient dans Canal Digital donne à penser qu'une partie au moins des investissements antérieurs à cette cession a déjà été récupérée grâce au montant versé par Telenor pour l'acquisition de cette participation, qui s'élève à 50 %.<sup>142</sup> Canal+ n'a fourni aucun argument objectif sur le plan économique quant aux raisons pour lesquelles il était néanmoins nécessaire de continuer à protéger les investissements "spécifiques au client" réalisés plus tôt par Canal+ dans la plate-forme de Canal Digital et, notamment, à protéger ces investissements contre la concurrence potentielle de Canal Digital elle-même au-delà de la période de trois ans. Enfin, les obligations découlant pour Canal+ Nordic des contrats de licence pertinents passés avec des studios cinématographiques, telles que les garanties concernant le nombre minimum d'abonnés, ne justifient pas une durée excédant trois ans. En principe, la Commission est peu encline à accepter l'argument selon lequel la longue durée des contrats de licence exclusive passés avec des studios cinématographiques permet de justifier spécifiquement une obligation de non-concurrence en aval, étant donné que de tels contrats peuvent aussi avoir des effets restrictifs. Toutefois, cet aspect n'est pas déterminant en l'espèce, étant donné que ces contrats ne justifieraient

---

<sup>139</sup> Cf. point 141 des lignes directrices.

<sup>140</sup> Canal+ prévoyait une augmentation du nombre d'abonnés de [confidentiel] (en 2000) et [confidentiel] (en 2001) à [confidentiel] (en [confidentiel]); ce chiffre a été en réalité de [confidentiel] en 2001.

<sup>141</sup> Cf. point 155 des lignes directrices sur les restrictions verticales.

<sup>142</sup> Telenor devait verser 2 000 000 NOK à Canal+ à la clôture (soit le 13 juin 2002).

même pas, en tant que tels, un accord direct de non-concurrence. La même stabilité pourrait également être obtenue grâce à des moyens moins restrictifs, à savoir l'obligation pour Canal Digital d'acheter les chaînes de Canal+ Nordic au cours d'une période déterminée.

245. Compte tenu des effets restrictifs particulièrement importants résultant des obligations de non-concurrence, il est donc à la fois approprié et nécessaire de limiter la durée des obligations en question à trois ans. Cette limitation constitue un équilibre raisonnable entre l'obtention des gains d'efficacité allégués, d'une part, et les effets négatifs, d'autre part. Ces constatations par analogie s'étendent également aux obligations de non-concurrence complémentaires concernant la distribution des chaînes de films PPV. La Commission en conclut que les accords de non-concurrence d'une durée de trois ans satisfont à l'exigence relative au caractère indispensable énoncée à l'article 81, paragraphe 3, du traité.

*Interdiction pour Telenor d'acquérir les droits de films d'appel en concurrence avec Canal+/Canal+ Nordic*

246. Pour les raisons exposées plus haut (cf. point 8.2.2.), la Commission considère que l'interdiction d'acquérir du contenu d'appel pour les chaînes télévisées à péage est indispensable pour obtenir les gains d'efficacité visés par les obligations de non-concurrence. Conformément aux constatations faites en ce qui concerne la durée maximale admissible des obligations en question, cette interdiction ne peut toutefois excéder trois ans.

*Échange d'informations, coopération et soumission conjointe*

247. Ainsi que cela a été indiqué plus haut, les effets négatifs résultant de la coopération en matière d'acquisition de contenu d'appel sont largement compensés par les gains d'efficacité visés par l'accord de non-concurrence verticale d'une durée de trois ans, qui interdit en tout état de cause à Telenor de créer une marque de télévision à péage distincte – y compris l'acquisition des droits pertinents. Ainsi, dans la mesure où l'accord d'acquisition conjointe porte sur le contenu d'appel spécifiquement conçu à des fins d'exploitation commerciale par le biais des chaînes à péage de Canal+ Nordic – dont la distribution par Canal Digital est protégée par les obligations de non-concurrence –, la Commission considère cet accord comme indispensable, au même titre que les clauses de non-concurrence. Cependant, conformément aux constatations ayant trait à la durée maximale admissible des obligations de non-concurrence, cet accord ne peut excéder trois ans. Cette stricte limitation dans le temps est garantie compte tenu des effets à long terme particulièrement négatifs résultant du mécanisme d'acquisition conjointe. À long terme, ce dernier est susceptible de déboucher sur des restrictions de production potentiellement préjudiciables pour la concurrence intermarques et le choix offert aux consommateurs, étant donné qu'il permet à Canal+ Nordic de contrôler entièrement le comportement de Telenor sur les marchés d'acquisition et, partant, empêche durablement la création autonome de services télévisés à péage complémentaires et/ou concurrents par Telenor aux fins de tout type de distribution télévisée en aval.

248. La Commission en conclut que les clauses relatives à l'acquisition conjointe de droits de contenus d'appel durant trois ans sont indispensables au sens de l'article 81, paragraphe 3, du traité.

*Droit bilatéral de premier refus sur la vente des droits relatifs aux événements sportifs d'appel*

249. Le raisonnement concernant le caractère indispensable de la clause d'acquisition conjointe s'applique par analogie aux droits de premier refus, dans la mesure où ceux-ci concernent l'acquisition de droits relatifs aux événements sportifs d'appel aux fins de la distribution des chaînes de télévision à péage et PPV/NVOD. Une limitation de trois ans est toutefois prévue, conformément à la durée maximale admissible de l'obligation de non-concurrence. La Commission en conclut que les droits de premier refus sur les droits bilatéraux relatifs aux événements sportifs d'appel durant trois ans sont indispensables au sens de l'article 81, paragraphe 3, du traité.

*8.4.3. Obligation de non-concurrence sur les services de transpondeur satellite*

250. Ainsi que cela a été indiqué plus haut (section 8.2.2.), l'obligation de non-concurrence sur les services de transpondeur satellite fait partie intégrante de la relation verticale instaurée entre Canal+ Nordic et Telenor/Canal Digital en vue de la distribution exclusive par DTH des chaînes à péage "premium" de Canal+ et ne peut être distinguée de cette distribution exclusive sans nuire aux gains d'efficacité qu'elle permet de réaliser. Il s'avère en outre que les effets restrictifs résultant de l'obligation de non-concurrence à court et à moyen terme, à savoir l'effet de verrouillage vis-à-vis de nouveaux entrants potentiels, sont largement compensés par les gains d'efficacité susmentionnés, y compris la nécessité pour Telenor de protéger ses investissements spécifiques à la relation contractuelle [confidentiel]. La Commission juge par conséquent qu'il est nécessaire de faire respecter l'obligation de non-concurrence, à tout le moins durant la même période que celle fixée pour l'exclusivité concernant les chaînes télévisées à péage en aval. En outre, l'effet de verrouillage résultant du fait que Canal+ Nordic est liée aux satellites de Telenor est moins important que celui qui découle de l'accord de non-concurrence relatif aux chaînes de télévision à péage pour ce qui est du marché en aval de la fourniture en gros des chaînes de télévision à péage. Canal+ Nordic occupe moins de [confidentiel] % de la capacité transpondeur globale actuellement disponible sur le marché satellitaire nordique en amont, avec, notamment, [confidentiel] chaînes télévisées à péage et PPV. À cet égard, la Commission tient également compte du fait que Canal+ Nordic est un utilisateur traditionnel des satellites de Telenor – même en l'absence de toute obligation de non-concurrence préalablement à l'entrée en vigueur des accords notifiés – et n'a pas d'incitation commerciale, ni immédiate, ni à moyen terme, à se tourner vers un autre fournisseur de services satellitaires comme NSAB. Enfin, la durée de cinq ans est justifiée compte tenu de la position adoptée par la Commission dans l'affaire *NSAB/MTG*, dans le cadre de laquelle une exemption a également été accordée, quoique sous la forme d'une lettre de classement administratif, en faveur d'une exclusivité bilatérale, applicable durant cinq ans par NSAB et MTG, en ce qui

concerne une capacité transpondeur.<sup>143</sup> Un accord de non-concurrence comparable entre Telenor et Canal+ Nordic contribue donc en définitive au maintien d'un équilibre concurrentiel raisonnable sur le marché nordique des services satellitaires, qui est un marché duopolistique.

251. La Commission considère par conséquent que l'obligation de non-concurrence sur les services de transpondeur satellite imposée durant cinq ans est indispensable au sens de l'article 81, paragraphe 3, du traité CE en vue de l'obtention des gains d'efficacité résultant des accords notifiés.

#### **8.5. Maintien de la concurrence**

252. Telenor a fait valoir que les accords, tels qu'ils ont été initialement notifiés, contribuaient au maintien de la concurrence dans la région nordique et que, sans eux, Canal Digital ne serait plus [**confidentiel**] de MTG/Viasat, qui est intégrée verticalement. En outre, l'exclusivité concernant les chaînes télévisées à péage ne couvrant pas la distribution des chaînes à péage de Canal+ par l'intermédiaire des opérateurs de CATV, la concurrence exercée par le biais de ces réseaux serait maintenue.
253. La Commission partage l'avis des parties selon lequel les accords notifiés, y compris l'exclusivité concernant la distribution et les accords de non-concurrence, tels qu'ils ont été modifiés, n'éliminent pas la concurrence. Cela vaut pour tous les marchés concernés, pour les raisons suivantes:
254. La concurrence sur les marchés en aval de la distribution au détail des chaînes payantes n'est pas éliminée, en raison du maintien d'un équilibre concurrentiel entre les deux principales plates-formes de DTH dans la région nordique et d'un niveau raisonnable de concurrence intermarques grâce à la disponibilité permanente de deux marques de télévision à péage distinctes et particulièrement attrayantes pour les clients de la DTH. En fait, Viasat et Canal Digital entretiennent des liens verticaux étroits avec les principaux fournisseurs en amont de chaînes de télévision à péage de la région nordique, à savoir, respectivement, Canal+ Nordic et MTG, et bénéficient par conséquent d'une garantie d'approvisionnement en ce qui concerne les éléments de contenu nécessaires pour pouvoir exercer leurs activités de télévision à péage en aval. La seule différence pertinente est que, dans le cas de MTG/Viasat, la garantie d'approvisionnement repose sur l'intégration structurelle verticale, tandis que dans celui de Canal+ Nordic/Canal Digital, l'intégration verticale qui existait auparavant a cédé la place à un contrat d'approvisionnement exclusif d'une durée de quatre ans. En outre, la concurrence sur le marché en amont de la fourniture des chaînes de télévision à péage "premium" n'est pas éliminée non plus pendant la durée de validité des accords de non-concurrence, essentiellement pour les mêmes raisons.
255. L'interdiction d'acquisition imposée à Telenor et les accords d'acquisition conjointe entre Telenor et Canal+ Nordic n'éliminent pas la concurrence sur les marchés en

---

<sup>143</sup> Lettre de classement administratif du 6 décembre 2001 dans l'affaire COMP/C-2/38.016 – NSAB/MTG (IP/01/Nordiska, 17 décembre 2001).

amont nordiques de l'acquisition de contenu audiovisuel pour la télévision à péage en raison de la présence continue d'au moins deux grands acheteurs concurrents, à savoir Canal+ Nordic et MTG. Enfin, la concurrence sur le marché en amont des services de transpondeur satellite n'est pas éliminée du fait du maintien de l'équilibre concurrentiel entre Telenor/Canal+ Nordic, d'une part, et NSAB/MTG/Viasat, d'autre part, qui chacune lient un des opérateurs nordiques de télévision à péage à leur capacité transpondeur.

256. La Commission considère par conséquent que les divers accords contractuels examinés dans la présente décision n'éliminent pas la concurrence sur les marchés en cause durant leur durée de validité.

### **8.6. Conclusion**

257. À la lumière de ce qui précède, la Commission conclut que, sur la base des accords tels qu'ils ont été notifiés, les conditions cumulatives de l'article 81, paragraphe 3, du traité et de l'article 53, paragraphe 3, de l'accord EEE sont remplies. Toutefois, l'exclusivité concernant les chaînes de PPV et de NVD ne limite pas la concurrence et, partant, peut faire l'objet d'une attestation négative conformément à l'article 81, paragraphe 1, du traité, en liaison avec l'article 2 du règlement n° 17.

## **9. DUREE DE L'EXEMPTION**

258. En vertu de l'article 8, paragraphe 1, du règlement n° 17, une décision d'application de l'article 81, paragraphe 3, du traité et de l'article 53, paragraphe 3, de l'accord EEE est accordée pour une durée déterminée. En outre, conformément à l'article 6, paragraphe 1, dudit règlement, la date à partir de laquelle une telle décision peut prendre effet ne peut être antérieure au jour de la notification.
259. Conformément à ces dispositions et aux exigences mentionnées plus haut, la Commission accorde une exemption en faveur des accords notifiés, tels qu'ils ont été modifiés, pour une durée de cinq ans à compter de la date à laquelle leur conclusion définitive a été notifiée à la Commission, soit du 21 juin 2002 au 21 juin 2007.

## **10. CONCLUSION**

260. Il convient par conséquent d'accorder une attestation négative conformément à l'article 81, paragraphe 1, du traité et à l'article 53, paragraphe 1, de l'accord EEE, conjointement avec une exemption au titre de l'article 81, paragraphe 3, du traité et de l'article 53, paragraphe 3, de l'accord EEE,

## **A ARRÊTÉ LA PRÉSENTE DÉCISION:**

### Article premier

Sur la base des faits dont elle a connaissance, la Commission estime qu'elle n'a aucune raison, conformément à l'article 81, paragraphe 1, du traité et à l'article 53, paragraphe 1,

de l'accord EEE, d'intervenir à l'égard des clauses régissant la distribution exclusive par Canal Digital des chaînes PPV et NVD de Canal+ Nordic visées par la présente décision.

## Article 2

Conformément à l'article 81, paragraphe 3, du traité et à l'article 53, paragraphe 3, de l'accord EEE, les dispositions de l'article 81, paragraphe 1, du traité et de l'article 53, paragraphe 1, de l'accord EEE sont déclarées inapplicables, pour la période allant du 21 juin 2002 au 21 juin 2007, aux accords modifiés, sous réserve de l'article 1er, visés par la présente décision.

## Article 3

est destinataire de la présente décision.

Telenor Broadcast Holding AS  
Snarøyveien 30,  
N-1331 Fornebu  
Norvège

Fait à Bruxelles, le 29/12/2003.

*Par la Commission*

*Mario MONTI*

*Membre de la Commission*