

iPhone : les effets positifs de la suspension de l'exclusivité accroissent la responsabilité de marché d'Apple

Pr. Laurent Benzoni

Professeur à l'Université Paris 2

TERA Consultants a été mandaté par Bouygues Telecom, en tant que cabinet économique, lors de la saisine de l'Autorité de la concurrence contre Orange et Apple sur la pratique d'exclusivité concernant le terminal iPhone. L'expertise concernait la délimitation du marché pertinent des Smartphones au sein du marché des terminaux, la mesure du caractère économiquement disproportionné de l'exclusivité (durée et profondeur) au regard du dommage causé par cette pratique tant pour Bouygues Telecom que pour les consommateurs et sur nombre de marchés connexes. Cette note propose un état des lieux du marché suite à la décision de l'Autorité de la concurrence de suspendre l'exclusivité en cause.

Effets graves et immédiats de la pratique motivant la décision en urgence de suspension de l'exclusivité.

Par sa décision n°08-MC-01 du 17 décembre 2008, l'Autorité de la concurrence (ADC) a suspendu la distribution exclusive de l'iPhone par Orange en France. Cette décision prise en mesures conservatoires se justifiait pour l'ADC en raison de l'atteinte au marché de la téléphonie mobile qui résultait de cette pratique. Les effets « graves et immédiats » de cette exclusivité relevés par l'ADC étaient les suivants :

- Renforcement de la position de l'opérateur prééminent et affaiblissement de la concurrence entre les opérateurs (§ 208) ;
- Introduction d'un facteur de rigidité sur le nouveau segment de marché de l'Internet mobile, en plein essor (§ 210) ;
- Risque d'effet cumulatif de ce type de partenariat et de verticalisation du marché, engendrant une réduction de la concurrence entre les opérateurs sur les prix, la qualité des réseaux et des infrastructures, et la qualité des services clients (§ 211). Cette verticalisation du marché entraîne

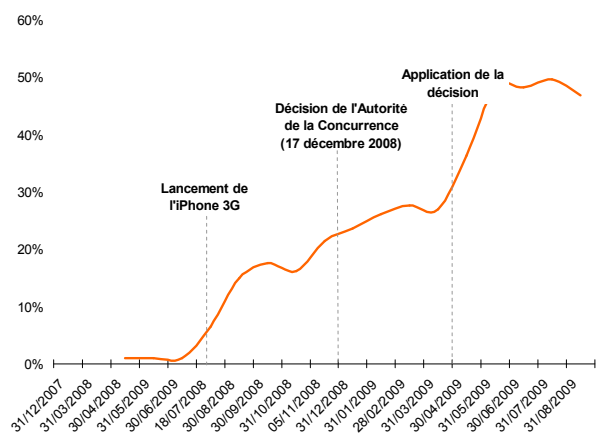
également un risque d'exclusion de l'opérateur qui détient la part de marché la plus faible (§ 212)

Que s'est-il passé sur le marché depuis cette décision?

La suspension de l'exclusivité permet de vérifier le bien-fondé de l'analyse économique établissant la décision.

Grâce à la décision en cause, confirmée en appel, SFR, deuxième opérateur mobile sur le marché français, démarre la distribution de l'iPhone le 8 avril 2009 et est suivi par Bouygues Telecom, 3ème opérateur, le 29 avril 2009. Cela accentue instantanément les ventes d'iPhone : en valeur absolue - multiplication par deux des volumes écoulés - et en valeur relative - en moins de trois mois, la part de marché en volume d'Apple sur le marché des Smartphones progresse de façon spectaculaire, 26,9% en mars 2009 à 49,7% en juillet 2009 (cf. graphique ci-dessous).

Graphique 1 : Parts de marché en France des ventes iPhone dans les canaux de distribution multi-opérateur



Sources : opérateur et estimations TERA Consultants

L'envolée des ventes de l'iPhone résulte de deux causes. Primo, la possibilité pour les consommateurs « engagés »

¹ Données basées sur les seules ventes des boutiques dites « multi-opérateurs ». Les réseaux de boutiques propres aux opérateurs assurent une part substantielle du marché (près de 50%). Mais, l'évolution des ventes dans ce canal de distribution propriétaire a suivi, selon le nos informations, la même tendance que celles enregistrées dans les canaux multi-opérateurs.

iPhone: les effets positifs de la suspension de l'exclusivité accroissent la responsabilité de marché d'Apple

ce terminal sans supporter la charge de rupture de leurs contrats en cours. Secundo, l'élargissement de la gamme des prix et des offres de forfaits disponibles avec l'iPhone a accru le marché adressable par ce terminal (cf. tableau ci-après). Des consommateurs à plus faible budget et des offres « iPhone » plus généreuses en services (volume de minutes de téléphonie et de data) sont désormais disponibles.

Cela conforte bien l'appréciation de l'ADC, concernant la disproportion entre les gains d'efficience que peut engendrer une exclusivité et la perte de surplus collectif induite par cette même exclusivité justifiant au cas d'espèce sur la base d'une analyse économique *ad hoc* la suspension de l'exclusivité en cause.

Tableau : Récapitulatif des offres iPhone premier prix sur le marché français (mi 2009)

	Orange	SFR	Bouygues Telecom	Universal Mobile
Prix du forfait mensuel le plus bas TTC	36€	41,90€	37,90€	24,90€
Prix TTC de l'iPhone 3G 8Go	149€ TTC	99€ TTC	139€ TTC	319€ TTC
Voix	1h	1h	2h	1h30
Plafond Data	500 Mo	1 Go	2 Go	500 Mo
SMS	10	Illimités	Illimités	Illimités
E-mail	Illimités	Illimités	Illimités	Illimités
TV	Non (en option à 6€)	Oui	Non	Non
Total Cost of Ownership	1013€	1105€	1049€	917€

Source : Sites opérateurs et 01.net du 4/05/2009 « iPhone 3G : quel opérateur choisir ? »

Le premier effet anti-concurrentiel de la pratique d'exclusivité dénoncé par l'ADC a donc été endigué.

Le deuxième effet indésirable de la pratique d'exclusivité concernait le bridage du développement du marché de l'Internet mobile sur lequel l'iPhone peut jouer un rôle prééminent. Cette analyse est renforcée par les derniers chiffres sur les usages de l'Internet mobile. Ainsi, l'iPhone se présente toujours comme le terminal leader en matière d'usages Internet mobile, puisqu'il génère 40,1% des visites de sites depuis les mobiles. L'iPhone représente ainsi 45,8%² de la croissance du nombre de visites de sites depuis les mobiles au cours du premier semestre 2009 par rapport au premier semestre 2008. La plus grande diffusion du terminal associé à des offres de services qui accroissent ses facultés d'usage de l'Internet mobile (cf. tableau) a mécaniquement contribué à la diffusion et à la croissance

des usages de l'Internet sur les mobiles. En élargissant rapidement et significativement le parc des utilisateurs, la suspension de l'exclusivité favorise le développement du marché émergent de l'Internet mobile et permet à tous les acteurs de l'offre d'y participer et d'y contribuer.

Le troisième effet négatif de la pratique d'exclusivité concernait le risque de multiplication d'accords de ce type au détriment des opérateurs de petite taille. Il apparaît que la tentation de périodes d'exclusivités excessives entre opérateurs et fabricants de terminaux semble avoir fait long feu sur le marché français. Dans le cadre du droit de première présentation au marché, les terminaux innovants restent disponibles chez un unique opérateur pour des durées en phase avec le risque commercial réel supporté par l'opérateur et/ou le distributeur. Ainsi, grâce à la décision, la verticalisation redoutée par l'ADC ne s'est pas produite. En revanche aux Etats-Unis, chaque grand opérateur a pu nouer des accords d'exclusivité de durées d'au moins trois ans semble-t-il avec un constructeur particulier en réaction à l'accord initial d'exclusivité signé entre ATT et Apple sur l'iPhone. Ainsi, T-Com détient l'exclusivité HTC-Android, Sprint celle du Palm PRE, Verizon du LG Voyage, etc. Au total 9 des 10 terminaux les plus vendus aux Etats-Unis sont sous contrat d'exclusivité avec un opérateur. Dans cette liste, seul le BlackBerry Curve, est disponible chez tous les grands opérateurs (source : Prof R. M. Frieden lors de son audition au sénat). Les petits opérateurs sont exclus de ces accords d'exclusivité et les consommateurs voient la diversité de leurs choix mécaniquement restreinte. L'ampleur de ces pratiques et leurs conséquences sont devenues suffisamment prégnantes pour que la FCC ouvre une enquête à ce sujet³. **Le risque d'une verticalisation au détriment des consommateurs et des petits opérateurs est donc bien réel. La décision de l'ADC contrarie une dynamique d'accords verticaux dont il n'est pas démontré en l'espèce qu'elle contribue à engendrer des gains d'efficience supplantant les effets d'altération de dommage à l'économie.**

La suite...

Parmi les pays de l'Union Européenne où historiquement il y avait exclusivité, la France est le seul où elle a été levée judiciairement. Au Royaume-Uni, seuls Orange et

² Les visites provenant d'iPhone ont été multipliées par 7. Les visites en provenance de mobiles ont pratiquement quadruplé. La croissance des visites en provenance des iPhone représente 45,8% de la progression des connexions Internet en provenance des mobiles.

³ Cf. <http://www.fcc.gov/Speeches/Kennard/Statements/stwek811.html>

Vodafone semblent avoir obtenu l'accès à l'iPhone en concurrence d'O2 à l'occasion de la fin de la période d'exclusivité originelle entre O2 et Apple sur ce marché. Selon les indications parues dans la presse les conditions de l'exclusivité étaient trop lourdes pour O2 (versement plus de 30% des revenus générés par les abonnés iPhone). Mais, à ce stade, le plus petit opérateur présent sur le marché britannique, Three, n'a pas encore annoncé la distribution de l'iPhone. Il conviendra de rester attentif aux conditions de sortie des exclusivités initiales négociées entre Apple et les opérateurs.

En France, Apple occuperait désormais la deuxième position pour les ventes de terminaux mobiles, avant Nokia et derrière Samsung (cf. «Apple, numéro deux des mobiles en France», Le Figaro, 07/09/2009). La part de marché de l'iPhone reste ailleurs en Europe plus faible que celle atteinte en France. Sur la période Q3 2008 – Q2 2009, TERA Consultants estime la part de marché de l'iPhone à 16,5% en Europe contre 26% en France. Les mêmes causes produisant les mêmes effets, le dommage causé aux consommateurs et à la concurrence au niveau européen doit donc être important en cumul sur les 27 pays de l'Union européenne. Observera-t-on une extension à d'autres pays de l'Union de la procédure initiée en France?

Si la suspension de l'exclusivité de l'iPhone en France a favorisé la concurrence entre opérateurs au bénéfice des consommateurs, elle permet aussi à Apple de conquérir rapidement une position dominante sur le marché convoité des Smartphones, marché en forte croissance et à forte valeur.

La concurrence entre opérateurs de services mobiles serait-elle été restaurée au détriment de la concurrence à laquelle se livrent en amont les équipementiers produisant les terminaux ? Si la conquête du marché des Smartphones par Apple s'effectue sur la base de pratiques loyales, elle procède d'une concurrence par les mérites. Le renforcement ou la création d'une position dominante est conforme aux règles de la concurrence. En revanche, si la conquête du marché s'accompagne de pratiques déloyales, il appartient aux autorités de concurrence d'agir en conséquence. En l'espèce, on peut se demander si certaines pratiques initiées par Apple lors de son entrée sur le marché des Smartphones ne sont pas maintenues sur le marché qu'Apple domine à présent.

Dans sa décision, l'ADC révèle ainsi que le contrat de distribution entre Apple et Orange France prévoit un niveau minimal de subvention de la part d'Orange pour

les iPhone 3G. Cette subvention minimale doit être en moyenne supérieure de 20% à la subvention la plus élevée accordée par Orange sur les autres terminaux. Si de telles clauses ont été maintenues, elles peuvent accélérer l'éviction des producteurs de terminaux concurrents d'Apple au-delà des seuls mérites que présente l'iPhone par rapport aux concurrents. Par ailleurs, des conditions trop restrictives pour la sélection des distributeurs peuvent aussi induire des effets d'éviction de petits distributeurs non agréés par Apple. Sur ce dernier point, un distributeur, meilleur-mobile.com, a ainsi déposé plainte contre Apple devant l'ADC suite à son refus de lui fournir ses fameux iPhone. Meilleur-mobile.com estime que pour lui le préjudice est énorme car l'iPhone représente la moitié des ventes sur le marché français des Smartphones.

Au-delà, de nouvelles questions surgissent concernant le marché connexe des contenus et applications sur mobile sur lequel Apple détient désormais une position dominante (65 000 applications disponibles et 1,5 milliard de téléchargements réalisés au 31/07/2009 selon Apple). La décision 08-MC-01 de l'ADC pointait d'éventuels problèmes concernant le marché de la musique en ligne (iTunes). Mais, des pratiques de restrictions d'accès de certaines applications logicielles à la plateforme de téléchargement App Store sont devenues suffisamment prégnantes pour que la FCC lance aussi une enquête sur le sujet. Il est clair que si ces restrictions participent de comportements anticoncurrentiels, elles auront des effets d'autant plus dommageables qu'Apple dispose d'une position dominante sur le marché des Smartphones, comme cela est le cas désormais en France.

Finalement, la suspension de l'exclusivité aura été bénéfique pour les consommateurs, les concurrents d'Orange, au premier rang Bouygues Telecom au regard de son positionnement de marché, et pour... Apple. Mais, propulsé en position dominante sur le marché des Smartphones, ce dernier doit désormais assumer une responsabilité de marché qui pourrait impliquer une révision de certaines pratiques engagées du temps révolu de son statut de nouvel entrant, de « maverick » sur le marché des mobiles. Ici aussi, seules une analyse économique et une mesure des effets des pratiques en cause permettront de baliser la voie étroite qui sépare la récompense légitime et indispensable de l'innovateur, de la sanction nécessaire de l'acteur abusant d'une position dominante.

Affaire à suivre.

Tera Consultants est un cabinet de conseil qui allie les théories économiques les plus avancées avec une compréhension technique approfondie des secteurs sur lesquels il s'investit (télécommunications, postes, énergie, grande distribution, etc.).

Il résulte de cette alchimie un cabinet devenu une référence internationale dans les domaines du costing (méthode ECM), de la régulation sectorielle, en particulier des télécommunications, des problématiques concurrentielles – dont les contentieux – et en stratégie.

TERA Consultants conseille et assiste tous types de clients : entreprises de grande et de petite taille, publiques ou privées, banques et acteurs financiers, autorités de régulation ou autres administrations qui interviennent dans des secteurs économiques variés : industries de réseaux (télécommunications, énergie, Internet, poste, ferroviaire...), banque-finance, distribution... et présents à l'international.

CONCURRENCE

- Contentieux
- Évaluation de dommages
- Fusion - Acquisition
- Arbitrages
- Audit concurrentiel

REGULATION

- Appels d'offres et enchères
- Interconnexion, Interopérabilité, accès et dégroupage
- Service Universel / d'intérêt général
- Séparation comptable
- Cost modelling
- Offres tarifaires régulées

COSTING

- Calcul de marges par bien ou service pour les entreprises diversifiées
- Conception et implémentation d'outils de reporting
- Conception et prototypage de comptabilités analytiques
- Élaboration de grilles tarifaires en cohérence avec des objectifs de marge

STRATEGIE

- Stratégies d'entrée sur de nouveaux marchés
- Stratégies d'alliances et fusion-acquisition
- Evaluation d'actifs et de sociétés
- Business planning
- Développement et implémentation de nouvelles offres
- Benchmarks
- Lobbying

Pour nous contacter :