

L'Autorité de la concurrence s'autosaisit pour avis sur la question de l'utilisation croisée de bases de clientèle (cross selling)

Publié le 14 décembre 2009

Lors de l'ouverture à la concurrence du secteur des communications électroniques, les marchés de la téléphonie fixe, de la téléphonie mobile et de l'accès à Internet haut débit se sont développés de manière relativement indépendante. Depuis quelques années, les acteurs semblent cependant s'orienter vers des stratégies de convergence entre ces différents marchés, que ce soit au travers d'opérations de diversification, de concentration ou de partenariats.

Il ressort de l'actualité récente du secteur que cette convergence commence à se traduire sur un plan commercial. Certains opérateurs, présents simultanément sur les marchés du haut débit et de la téléphonie mobile, mettent en œuvre de nouvelles méthodes de commercialisation, connues sous le nom de « cross selling », consistant à démarcher leur base d'abonnés mobiles pour leur proposer des offres d'accès à Internet haut débit, ou inversement, ceci pouvant le cas échéant se faire sous la forme d'offres couplées à un tarif attractif.

Le « *cross selling* », un moyen pour certains opérateurs mobiles de renforcer leur position sur le marché du haut débit

Ces pratiques nouvelles semblent avoir profité aux acteurs qui les ont mises en œuvre. C'est particulièrement le cas des opérateurs SFR et Bouygues Télécom, qui ont recruté au cours des trois derniers trimestres de nouveaux abonnés sur le marché de l'accès à Internet haut débit à un rythme inhabituellement élevé.

Inversement, les opérateurs France Télécom-Orange et Free ont vu leurs résultats sur ce marché se dégrader sur la même période. Or ces derniers indiquent ne pas mettre en œuvre de pratiques de « *cross selling* » : France Télécom – Orange en raison de l'incertitude quant à la qualification de ces pratiques au regard du droit de la concurrence ; Free parce qu'il ne dispose pas de base d'abonnés mobiles à ce jour.

Dans ce contexte, l'Autorité de la concurrence entend examiner la question de l'utilisation croisée des bases de clientèles et notamment évaluer les effets qu'elle pourrait avoir sur le marché du haut débit et du mobile

En premier lieu, l'avis examinera comment ce type de pratique peut, au-delà du seul secteur des communications électroniques, s'apprécier au regard du droit de la concurrence. D'un côté, l'utilisation par des entreprises d'atouts propres est de nature à animer le jeu concurrentiel et peut donc relever du fonctionnement normal des marchés. Mais d'un autre côté, cette même utilisation pourrait, dans certains cas, ériger des barrières à l'entrée sur l'un ou l'autre des deux marchés concernés.

En deuxième lieu, l'avis portera sur la question particulière du droit de riposte d'une entreprise qui disposerait d'une position dominante sur l'un des marchés concerné ou sur un marché connexe.

En troisième lieu, l'avis s'attachera à décliner les principes qui auront été dégagés au contexte de convergence qui caractérise le secteur des communications électroniques. Compte tenu notamment de ce dernier élément et du contexte dans lequel intervient la présente décision, l'Autorité recueillera l'avis de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) afin de l'éclairer sur les enjeux propres au secteur des communications électroniques.

L'Autorité a rendu son [avis 10-A-13](#) le 14 juin 2010.

DÉCISION 09-SOA-02 DU 14 DÉCEMBRE 2009

relative à une saisine d'office pour avis portant sur
l'utilisation croisée des bases de clientèle

[Accéder à la décision](#)

Contact(s)

Yannick Le Dorze

Adjoint à la directrice de la
communication

01 55 04 02 14

[Contacter par mail](#)