



**Décision n° 16-DCC-97 du 24 juin 2016  
relative à la prise de contrôle exclusif de la société Deezer par le  
groupe The Access Industries**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 23 mai 2016, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Deezer par le groupe The Access Industries, formalisé par un accord cadre simplifié en date du 12 janvier 2016 ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence, et notamment ses articles L. 430-1 à L. 430-7 ;

Vu les éléments complémentaires transmis par les parties au cours de l'instruction ;

Adopte la décision suivante :

**I. Les entreprises concernées et l'opération**

1. Le groupe The Access Industries (ci-après, « Access ») détient des participations dans des sociétés situées aux États-Unis, en Europe, en Asie et en Amérique du Sud. Ses activités industrielles concernent quatre secteurs : les ressources naturelles et les produits chimiques, les médias et les télécommunications, la technologie et le commerce en ligne et l'immobilier. Dans le secteur des médias et de la musique, Access contrôle la société Warner Music qui est active dans la distribution et l'édition de musique, et les services de gestion d'artistes.
2. Deezer SA (ci-après, « Deezer ») est une société anonyme qui fournit des services d'écoute de musique en « écoute temporaire » ou « *streaming* » à la demande. Le streaming consiste en l'écoute temporaire d'un titre qui n'est pas enregistré sur l'ordinateur ou le téléphone mobile et se distingue donc du téléchargement qui permet le stockage d'un contenu numérique. A ce jour, Deezer compte environ [...] d'abonnés et un catalogue composé de plus de [...] de titres et [...] émissions d'information, de divertissement et des podcasts. Le capital de Deezer est actuellement détenu à [...] % par Access, [confidentiel]. Le reste du capital de Deezer est réparti entre de nombreux actionnaires. A ce jour, aucun des actionnaires de Deezer ne détient de participation majoritaire ni le contrôle de la société. Les actionnaires exercent donc sur Deezer un contrôle fluctuant.

3. L'opération consiste en la prise de contrôle exclusif de Deezer par Access par le biais d'une augmentation de capital à l'issue de laquelle Access pourrait détenir jusqu'à [...] % du capital de Deezer. En effet, [confidentiel].
4. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires hors taxes total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Access : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2014 ; Deezer : [...] d'euros pour le même exercice). Chacune de ces entreprises a réalisé en France un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Access : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 ; Deezer : [...] d'euros pour le même exercice). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne relève pas de la compétence de l'Union européenne. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au I de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. Cette opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

## II. Délimitation des marchés pertinents

5. L'industrie musicale désigne les activités qui contribuent à l'offre de produits musicaux obtenus par un processus industriel de reproduction par un processus industriel (produit physique, comme le CD) ou numérique (produits dématérialisés). L'industrie musicale regroupe la phase de création dans laquelle se trouvent les compositeurs et les artistes interprètes, la phase d'édition (« *publishing* »), la phase de production phonographique (enregistrement de la musique) et la phase de distribution. On peut y ajouter la gestion d'artistes.
6. Le marché de la musique enregistrée peut être distingué du marché de l'édition musicale (droits détenus par les auteurs). Alors que les auteurs et leurs éditeurs détiennent les droits de l'édition musicale d'une chanson, les droits sur la musique enregistrée sont détenus par les maisons de disques et les artistes-interprètes qui les transfèrent généralement à leurs maisons de disques.
7. Les droits des auteurs appartiennent aux principales maisons d'édition musicale (les trois « *majors* » de l'édition, à savoir Universal Music Publishing Group, Warner/Chappell Music et Sony/ATV Music Publishing, et de nombreux producteurs indépendants) ainsi qu'aux sociétés nationales ou régionales de gestion des droits d'auteurs telles que la SACEM (Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de Musique), PRS For Music et UBEM (União Brasileira de Editoras de Musica).
8. Les producteurs, les sociétés de gestion collective et éditeurs concèdent leurs droits sous licence et reçoivent le paiement des redevances correspondantes.
9. Ainsi, les plateformes de téléchargement musical, par exemple, concluent des accords de licences avec les détenteurs (i) des droits des paroliers et des compositeurs et (ii) des droits des artistes-interprètes et des producteurs, pour l'ensemble des titres musicaux figurant dans leur catalogue.
10. La chaîne de valeur du marché de la musique enregistrée se compose donc d'un marché amont, sur lequel se nouent les relations entre les maisons de disques et les artistes interprètes (i.e., stade de la production), d'un marché intermédiaire sur lequel entrent en relation les maisons de disque et les distributeurs (i.e., le marché de gros de licences de musique) et enfin,

d'un marché aval qui correspond à la vente/diffusion de la musique par les distributeurs aux consommateurs finaux.

11. La présente opération ne concerne que le marché de la musique enregistrée, qui inclut les activités de découverte et lancement d'artistes, de promotion, vente et distribution de musique enregistrée. Deezer intervient au stade de la distribution au détail de musique tandis qu'Access, par l'intermédiaire de Warner Music, intervient au stade amont de la production musicale et de l'octroi de licences sur catalogues<sup>1</sup>.
12. La présente opération concerne donc le marché intermédiaire de la distribution en gros des licences de musique enregistrée (A) et le marché aval de la vente au détail de la musique enregistrée (B).

## **A. MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION EN GROS DES LICENCES DE MUSIQUE ENREGISTRÉE**

### **1. LES MARCHÉS DE PRODUITS**

13. La Commission européenne<sup>2</sup> a relevé que l'activité des maisons de disque consiste à découvrir et lancer des artistes, à enregistrer la musique et à organiser la production, la distribution, la vente et la promotion des enregistrements musicaux.

#### **a) Les activités « Artistes et Répertoire »**

14. Les activités « Artistes et Répertoire » (ci-après, « A&R ») incluent la découverte et le lancement d'artistes, suivi par l'enregistrement de leur musique, afin d'en exploiter les droits des enregistrements sonores. Ces activités se situent en amont de celle de distribution en gros des licences de musique enregistrée. Warner Music développe une activité de A&R, notamment par le biais d'une activité d'enregistrement musical qui inclut un ensemble de labels tels qu'Atlantic, Elektra et Warner Bros. Les artistes de Warner Music comprennent, par exemple, Christophe Maé, Frank Sinatra, Led Zeppelin, Plan B, The Doors, Westernhagen, The Eagles, Laura Pausini, Fleetwood Mac, Madonna, Muse, Bruno Mars, Paolo Nutini, Ligabue et Johnny Hallyday.
15. Dans ses précédentes décisions, la Commission a laissé ouverte la question de savoir si les activités A&R appartiennent au marché de la distribution de gros des licences de musique enregistrée. Elle a néanmoins relevé l'étroite corrélation entre les activités A&R et celle de distribution en gros de licences de musique enregistrée dans la mesure où le pouvoir de marché détenu par les maisons de disque sur le marché des activités A&R a une influence sur la position de ces dernières sur le marché de la distribution en gros de licences de musique enregistrée. Par conséquent, dans le cadre de sa pratique décisionnelle, la Commission prend en compte la position des maisons de disque dans le domaine des activités A&R pour apprécier le pouvoir de marché de ces dernières sur le marché de la distribution de gros<sup>3</sup>. En

---

<sup>1</sup> Warner Music est présent de manière résiduelle sur le marché de la vente au détail de musique enregistrée en proposant à la vente de la musique aux utilisateurs finaux via des sites internet créés pour certains artistes. Le chiffre d'affaires généré par Warner Music avec cette activité s'est élevé à [...] environ au sein de l'UE en 2014.

<sup>2</sup> Décisions de la Commission IV/M.202 – Thorn EMI/Virgin Music du 27 avril 1992, IV/M.1219 – Seagram/Polygram du 21 septembre 1998 et COMP/M.3333 du 3 octobre 2007 – Sony/BMG.

<sup>3</sup> Décisions de la Commission COMP/M.6458 – Universal Music Group / EMI Music du 21 septembre 2012 et COMP/M.6884 – Access/PLG du 14 mai 2013.

l'espèce, les activités A&R pourraient donc constituer un marché spécifique ; cette question peut toutefois être laissée ouverte dans la mesure où les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées quelles que soient les hypothèses envisagées.

**b) La distribution en gros de musique enregistrée**

16. La musique enregistrée peut être vendue sous différentes formes physiques (principalement les CD) et sous format numérique.

*Distinction entre licences pour support physique et format numérique*

17. La pratique décisionnelle nationale<sup>4</sup> et européenne<sup>5</sup> a considéré qu'il convient de distinguer entre le marché de la distribution de gros de musique enregistrée sur support physique d'une part, et sous format numérique, d'autre part.

*Distinction entre licences pour services de téléchargement et services de streaming*

18. Le streaming consiste en l'écoute temporaire d'un titre qui n'est pas enregistré sur l'ordinateur ou le téléphone mobile et se distingue du téléchargement qui permet le stockage du titre en format numérique.
19. La pratique décisionnelle a laissé ouverte la question de savoir si les licences de téléchargement et de streaming forment un même marché<sup>6</sup>.
20. Pour sa part, dans des décisions plus récentes, la Commission a considéré qu'il n'était pas nécessaire, eu égard aux cas d'espèce considérés, de segmenter le marché de la distribution en gros de licences de musique enregistrée numérique entre les licences de téléchargement et celles de streaming aux motifs que ce sont les mêmes équipes qui sont chargés de l'octroi de licence de téléchargement et de streaming dans les maisons de disque d'une part, que les nouveaux services basés sur le *cloud* tendent à gommer la distinction entre le téléchargement et le streaming d'autre part, et enfin, que du point de vue du consommateur final, il existe une forte interaction concurrentielle entre ces deux types de services dont les différences sont en train de disparaître progressivement<sup>7</sup>.
21. En l'espèce, la question de savoir si les licences de téléchargement et de streaming appartiennent au même marché de la distribution de gros de musique enregistrée peut rester ouverte dans la mesure où quelle que soit l'hypothèse retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.

*Distinction entre licences pour diffusion sur ordinateur et sur mobile*

22. En outre, la pratique décisionnelle<sup>8</sup> a laissé ouverte la question d'une éventuelle distinction, au sein du marché de la distribution de gros de licences de musique enregistrée, entre les

---

<sup>4</sup> Lettre du Ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi du 15 avril 2008 à SFR, relative à la concentration dans le secteur des télécommunications (C2007/181).

<sup>5</sup> Décisions de la Commission COMP/M.3333 – Sony/BMG du 3 octobre 2007, COMP/M.6458, Universal Music Group / EMI Music en date du 21 septembre 2012 et COMP/M.6884 – Access/PLG du 14 mai 2013.

<sup>6</sup> Lettre du Ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi du 15 avril 2008 à SFR précitée.

<sup>7</sup> Décisions COMP/M.6884 – Access/PLG et COMP/M.6458 – Universal Music Group / EMI Music, précitées.

<sup>8</sup> Lettre du Ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi du 15 avril 2008 à SFR et décisions COMP/M.3333 – Sony/BMG, COMP/M.6458, Universal Music Group / EMI Music et COMP/M.6884 – Access/PLG, précitées.

licences destinées à être utilisées pour une diffusion sur ordinateur et celles destinées à être utilisées pour une diffusion sur mobile<sup>9</sup>.

23. La partie notifiante considère qu'il n'est pas pertinent de segmenter le marché de gros de la musique enregistrée numérique entre les services sur mobile et ceux sur ordinateur dans la mesure où les services tant de licences au stade du gros que d'écoute au stade du détail, font l'objet d'un « continuum » multi-support. En outre, cette distinction apparaît d'autant moins réaliste qu'ont émergé des supports « intermédiaires » entre le mobile et l'ordinateur, tels que les tablettes. En l'espèce, la question de savoir si les licences pour diffusion sur ordinateur et sur mobile appartiennent au même marché pertinent peut rester ouverte dans la mesure où quelle que soit l'hypothèse retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.

## 2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

24. La pratique décisionnelle nationale<sup>10</sup> considère que le marché de la distribution en gros de musique enregistrée numérique est de dimension nationale dans la mesure où les contrats de licence entre les maisons de disques et les fournisseurs de musique en ligne sont territorialement limités à un seul pays.
25. Dans sa décision *Sony/BMG* du 3 octobre 2007 précitée, la Commission a néanmoins constaté l'émergence de licences numériques paneuropéennes et la présence de plateformes numériques paneuropéennes permettant d'envisager, à l'avenir, un marché de dimension supra-nationale. Dans ses décisions ultérieures<sup>11</sup>, la Commission a estimé que le marché pourrait être de dimension plus large que nationale tout en laissant ouverte la question de la délimitation géographique exacte de ce marché.
26. La question de la délimitation géographique exacte du marché peut demeurer ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées.

### B. MARCHÉ DE LA VENTE AU DÉTAIL DE MUSIQUE ENREGISTRÉE

#### 1. LES MARCHÉS DE PRODUITS

##### *Distinction entre support physique et format numérique*

27. La vente au détail de musique comprend des supports physiques (CD, vinyles) et des supports numériques (streaming, téléchargement).
28. La pratique décisionnelle nationale et européenne<sup>12</sup> considère que les formats physiques et numériques correspondent à des marchés distincts au sein du marché de la musique

---

<sup>9</sup> Les licences pour une diffusion sur mobile incluent les licences pour les services de « personnalisation mobile » qui correspondent à la personnalisation des sonneries et des tonalités d'appel. Ces services sont proposés aux utilisateurs par des monétiseurs de contenus tels Digital Virgo, Cellfish et Netcell via des application et services propres soit en marque blanche.

<sup>10</sup> Lettre du Ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi du 15 avril 2008 à SFR précitée.

<sup>11</sup> Décisions COMP/M.6884 – Access/PLG et COMP/M.6458 – Universal Music Group/EMI Music, précitées.

<sup>12</sup> Décision du Conseil de la concurrence n°04-D-54 du 9 novembre 2004 relative à des pratiques mises en œuvre par la société Apple Computer, Inc. dans les secteurs du téléchargement de musique sur Internet et des baladeurs numériques, Lettre du Ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi du 15 avril 2008 à SFR précitée, décisions COMP/M.3333 – Sony/BMG précitée et COMP/M.5272 – Sony / Sony BMG du 15 septembre 2008.

enregistrée, les deux circuits ayant, tant du côté de la demande que celui de l'offre, des caractéristiques de distribution très différentes et les écarts de prix étant significatifs.

*Distinction entre services de téléchargement et services de streaming*

29. S'agissant de l'éventuelle distinction entre la musique obtenue à travers le téléchargement et celle obtenue par le biais du streaming, les parties estiment qu'elle n'est pas pertinente car, du point de vue du consommateur, ces services font partie d'un ensemble et sont largement substituables. Selon son mode de consommation et son budget, un utilisateur final va choisir soit de télécharger soit de consulter en streaming l'enregistrement musical souhaité. Cette distinction tend cependant à disparaître du fait de l'apparition des services de streaming / téléchargement temporaire proposées par la plupart des plateformes de streaming dont Deezer, qui permet l'accès à une bibliothèque musicale en ligne, même hors connexion internet. De ce fait, le téléchargement temporaire s'assimile à du streaming.
30. La pratique décisionnelle nationale<sup>13</sup> a envisagé de distinguer, au sein du marché de la distribution au détail de musique numérique, les services de téléchargement et ceux de streaming. Elle a toutefois laissée ouverte la définition exacte du marché de détail de la musique en ligne, l'analyse concurrentielle demeurant inchangée.
31. Dans sa décision COMP/M.7290, *Apple/Beats* du 25 juillet 2014, la Commission a relevé la disparition progressive des différences entre les services de téléchargement et de streaming dans la mesure où désormais les distributeurs de services de streaming permettent à leurs abonnés de télécharger des chansons afin de pouvoir y avoir accès hors connexion (même si dans ce cas les abonnés perdent l'accès à ces chansons quand leur abonnement prend fin) et où certains opérateurs qui, à l'origine, proposaient des services de téléchargement (ex. Apple), proposent dorénavant des services de streaming. Elle a néanmoins laissé la définition exacte du marché de la distribution au détail de la musique numérique et de ses éventuelles segmentations ouverte.
32. En l'espèce, la question de savoir si les services de téléchargement et de streaming appartiennent au même marché de la vente au détail de musique enregistrée peut rester ouverte dans la mesure où quelle que soit l'hypothèse retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées.

*Distinction entre diffusion sur ordinateur et diffusion sur mobile*

33. Les parties notifiantes estiment qu'il n'est pas pertinent d'opérer une distinction entre la musique obtenue par le biais d'un ordinateur et celle obtenue par celui d'un mobile. Du point de vue de l'offre, l'ensemble des offres de streaming et de téléchargement sont disponibles sur tous supports, ce qui permet à l'utilisateur de retrouver une bibliothèque musicale quel que soit le support qu'il utilise. Les abonnements, de même que les licences, sont ainsi multi-supports, et ce pour l'ensemble des acteurs du marché.
34. Dans la décision COMP/M.6458, *Universal Music Group/EMI Music* précitée, la partie notifiante considère qu'une convergence complète s'est opérée entre les services de diffusion sur internet/ordinateur et sur mobile et que dès lors, la distinction opérée entre ces deux modes de diffusion dans le passé n'a plus lieu d'être. La Commission a toutefois laissé ouverte la définition exacte du marché de la distribution de détail de musique numérique, en ce compris la pertinence d'une telle distinction.

---

<sup>13</sup> Lettre du Ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi du 15 avril 2008 à SFR précitée.

35. En l'espèce, la question de savoir si les services de streaming utilisés à partir d'un ordinateur et d'un mobile appartiennent au même marché de la vente au détail de musique enregistrée peut rester ouverte dans la mesure où les conclusions de l'analyse demeureront inchangées quelle que soit l'hypothèse retenue.

## 2. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

36. La pratique décisionnelle tant nationale<sup>14</sup> qu'europpéenne<sup>15</sup> a considéré que le marché de la distribution au détail de musique numérique est de dimension nationale car les principales maisons de disques négocient les droits avec les plateformes sur une base nationale et leur imposent des contraintes destinées à s'assurer qu'elles ne vendent qu'à des internautes qui résident dans le pays correspondant. De plus, les sociétés de collecte de droits d'auteur opèrent au plan national.
37. Dans des décisions plus récentes<sup>16</sup>, la Commission a laissé la question de la définition géographique du marché de la distribution au détail de musique enregistrée numérique ouverte, tout en indiquant que les résultats du test de marché tendaient vers une délimitation nationale.
38. La délimitation géographique exacte du marché peut demeurer ouverte, cette dernière n'étant pas susceptible de modifier les conclusions de l'analyse concurrentielle.

## III. Analyse concurrentielle

39. Au cas présent, les activités des parties présentent un lien vertical dans la mesure où Access intervient, via Warner Music, sur le marché de la distribution en gros de licences de musique enregistrée numérique, en amont des activités de streaming de Deezer sur le marché de la vente au détail de musique enregistrée numérique. L'opération renforcera donc l'intégration verticale du nouvel ensemble.
40. Une concentration verticale peut restreindre la concurrence en rendant difficile l'accès aux marchés sur lesquels la nouvelle entité sera active, voire en évinçant potentiellement les concurrents ou en les pénalisant par une augmentation de leurs coûts. Ce verrouillage peut viser les marchés aval, lorsque l'entreprise intégrée refuse de vendre un intrant à ses concurrents en aval, ou les marchés amont, lorsque la branche aval de l'entreprise intégrée refuse d'acheter les produits des fabricants actifs en amont et réduit ainsi leurs débouchés commerciaux. Cependant, la pratique décisionnelle écarte en pratique les risques de verrouillage lorsque la part de l'entreprise issue de l'opération sur les marchés concernés ne dépasse pas 30 %.

---

<sup>14</sup> Décision du Conseil de la concurrence n°04-D-54 et Lettre du Ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi du 15 avril 2008 à SFR précitées.

<sup>15</sup> Décision de la Commission n°COMP/3333 précitée.

<sup>16</sup> Décisions n°COMP/M.5272 – Sony / Sony BMG et n°COMP/M.6458 – Universal Music Group / EMI Music, précitées.

## **A. LES POSITIONS DES PARTIES**

### **1. SUR LE MARCHÉ DE DISTRIBUTION EN GROS DE MUSIQUE ENREGISTRÉE NUMÉRIQUE**

41. Sur le marché français de la distribution en gros de licences de musique enregistrée numérique en 2015, les parties estiment la part de marché de Warner Music à [20-30] %, celle de Universal Music Digital à [40-50] % et celle de Sony Digital à [20-30] %.
42. En outre, au sein de l'EEE, les parties estiment la part de marché de Warner Music à [10-20] %, celle de Universal Music Digital à [30-40] %, celle de Sony Digital à [20-30] % et celle des indépendants à [20-30] %.
43. Les principaux clients numériques de Warner Music sont Spotify, Apple, Deezer, YouTube et Google. Warner Music fournit également des licences à d'autres plateformes numériques.
44. Sur les segments de la distribution de licences de téléchargement et de streaming, les parties estiment que Warner Music représente entre [20-30] et [20-30] % environ de ce segment d'activité.
45. Les parties ne disposent pas de données précises concernant les parts de marché de Warner Music sur les segments de la distribution de licences pour une diffusion sur ordinateur et pour une diffusion sur mobile. Toutefois, les parties confirment que sur ces segments Warner Music détient, en tout état de cause, une part de marché inférieure à [20-30] %.
46. Enfin, sur le marché des activités A&R (correspondant à l'activité d'enregistrement musical), Warner Music évalue sa part de marché au niveau national à [20-30] %, derrière Music Group ([40-50] %) et Sony Music Entertainment ([20-30] %).

### **2. SUR LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION AU DÉTAIL DE MUSIQUE ENREGISTRÉE NUMÉRIQUE**

47. Au niveau de l'EEE, la part de marché en valeur de Deezer sur le marché de la vente au détail de musique enregistrée numérique (incluant le téléchargement et le streaming) s'élève à [0-5] % et celles de ses principaux concurrents à [40-50] % pour iTunes, [40-50] % pour Spotify et [0-5] % pour Napster.
48. Sur le marché français de la distribution au détail de la musique enregistrée numérique (incluant téléchargement et streaming), en 2015, la part de marché en valeur (i.e., en montant des redevances payées) de Deezer est estimée à [20-30] % et celles de ses principaux concurrents à [30-40] % pour iTunes, [10-20] % pour Spotify, [5-10] % pour Napster, [5-10] % pour Youtube et à [0-5] % pour QoBuz.
49. Sur le seul segment du streaming au niveau national, en 2015, la part de marché en valeur de Deezer s'élève à [40-50] %. Elle est estimée à [20-30] % pour Spotify, [10-20] % pour Napster, [10-20] % pour Youtube, [0-5] % pour QoBuz et [10-20] % pour les autres (Apple Music, Tidal, Google, Fnac, etc.). En volume (i.e., en nombre de titres écoutés), la part de marché de Deezer s'élève à [10-20] %. Les parts de marché des autres plateformes de streaming audio s'élèvent à [10-20] % et celles des plateformes vidéo (ex. Youtube/Vevo) s'élèvent à [60-70] %.
50. Les parties ne disposent pas de données précises concernant les parts de marché de Deezer sur les segments des services de streaming utilisés à partir d'un ordinateur et ceux utilisés à partir d'un mobile. Toutefois, les parties confirment que sur ces segments, Deezer dispose de parts



de marché du même ordre de grandeur que celle dont il dispose sur le marché global de la vente au détail de musique en streaming.

## **B. SUR LES EFFETS VERTICAUX**

51. La probabilité d'un scénario de mise en œuvre d'une stratégie de verrouillage des intrants ou de l'accès à la clientèle s'établit en examinant, premièrement, si l'entité issue de la fusion aurait, après la fusion, la capacité de verrouiller l'accès aux intrants ou à la clientèle de manière significative, deuxièmement, si les incitations à le faire sont suffisantes, et troisièmement, si une stratégie de verrouillage aurait un effet significatif sur les marchés en cause. En pratique, ces trois contraintes sont étroitement liées et sont examinées ensemble.

### **1. ABSENCE DE RISQUE DE VERROUILLAGE DES INTRANTS**

52. Certains opérateurs concurrents interrogés au cours de l'instruction ont fait valoir leur crainte que l'opération permette à Warner Music de mettre en œuvre des pratiques discriminatoires au bénéfice de Deezer consistant notamment en l'octroi à ce dernier de licences exclusives sur certains titres ou artistes. Ce scénario n'est cependant pas crédible, tant au regard de la pression concurrentielle à laquelle fait face Deezer que des incitations de Warner Music.
53. En premier lieu, il convient de relever que Deezer est confronté à la concurrence d'opérateurs de taille mondiale et qui disposent d'un pouvoir de marché importants dans la distribution de détail de la musique enregistrée numérique. Les principaux concurrents de Deezer sont en effet la plateforme Youtube, détenue par Google, qui exploite également le service de streaming Google Music, et dont le fonctionnement est financé quasi-intégralement par la publicité : Apple, dont le service de téléchargement iTunes occupe une place prééminente sur le segment du téléchargement et dont le service de streaming Apple Music, lancé en juillet 2015, connaît une forte croissance ; et Spotify, qui s'est imposé comme le leader mondial sur le segment du streaming. En particulier, Spotify est monté en puissance et s'est imposé en l'espace de quelques années comme un acteur majeur des services de streaming dans le monde et en France. En outre, Apple et Google proposent leurs logiciels de streaming par défaut sur les appareils qu'ils commercialisent (smartphone, tablettes et ordinateurs) et bénéficient ainsi d'un accès privilégié au consommateur.
54. Le développement de plateformes de streaming concurrentes s'est ainsi traduit par [confidentiel] de la part de marché de Deezer sur le segment du streaming au cours de ces dernières années, [confidentiel]<sup>17</sup>.
55. En second lieu, le pouvoir de marché dont disposent certaines plateformes concurrentes de Deezer est de nature à limiter le risque de discrimination de la part de Warner Music en faveur de Deezer dans les conditions d'octroi de licences, sauf à compromettre les négociations avec ces dernières. En effet, le poids des plateformes musicales et l'importance croissante de ce mode d'écoute en France et dans le monde requiert, pour l'ensemble des majors, qu'ils concluent des accords de licence avec les principales plateformes. Il peut être relevé à cet égard qu'alors que Deezer est [confidentiel] actif en France, les plateformes concurrentes ont des activités au niveau mondial et disposent, à ce titre, d'un pouvoir de négociation plus important vis-à-vis des majors. De surcroît, le fait que Warner Music soit la plus petite des

---

<sup>17</sup> Parts de marché en valeur.

majors et dispose donc d'un pouvoir de marché limité à l'égard des principales plateformes limite d'autant plus le risque de discrimination de la part de Warner Music au bénéfice de Deezer.

56. Il s'ensuit que Warner Music ne sera pas incitée à conclure des licences exclusives avec Deezer à l'issue de l'opération. En effet, les maisons disques sont incitées à diffuser la musique dont elles sont titulaires des droits sur l'ensemble des principales plateformes notamment celles d'Apple et Spotify.
57. Il ressort en outre de l'instruction qu'en pratique, lorsque des maisons de disque consentent des licences exclusives à une plateforme, ces dernières portent nécessairement sur un nombre de titres restreint et sont d'une durée limitée. Ces pratiques, limitées par leur ampleur, ne seraient donc pas de nature à conduire à l'éviction des concurrents de Deezer sur le marché national si elles étaient mises en œuvre. Enfin, certaines plateformes concurrentes de Deezer, qui disposent d'un contre-pouvoir de marché, ont également la possibilité de négocier des exclusivités avec des majors concurrentes de Warner.
58. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'un verrouillage de l'accès aux intrants.

## **2. ABSENCE DE RISQUE DE VERROUILLAGE DE L'ACCÈS À LA CLIENTÈLE**

59. La mise en œuvre d'une stratégie par laquelle Deezer favorise Warner Music en refusant de donner accès à sa plateforme aux maisons de disque concurrentes, ou à des conditions dégradées, doit également être écartée.
60. Le service que vendent les plateformes de musique auprès de leurs utilisateurs est l'exhaustivité de leur bibliothèque musicale. Cette exhaustivité requiert que les plateformes signent avec le nombre le plus étendu possible de labels. Par conséquent, il n'est pas envisageable que Deezer refuse de proposer sur sa plateformes les titres des maisons de disque concurrentes de Warner Music ou discriminent ces dernières au bénéfice de Warner Music.
61. L'opération ne devrait pas non plus inciter Deezer à discriminer les maisons de disque au bénéfice de Warner Music. En effet, Deezer, du fait de sa petite taille au niveau mondial, ne dispose pas d'un fort pouvoir de marché à l'égard des maisons de disque, et en particulier des deux principales majors, Universal Music Digital et Sony Digital. Dès lors, il paraît peu probable que Deezer puisse imposer aux maisons de disque de lui accorder des conditions plus favorables que celles consenties aux plateformes concurrentes présentes au niveau mondial. L'opération n'est par conséquent pas susceptible de modifier les pouvoirs de négociation en présence à ce titre.
62. En conséquence, quelle que soit la part de Deezer sur le marché de la distribution au détail de musique enregistrée en streaming, la présente opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'un verrouillage de l'accès à la clientèle.

**DECIDE**

**Article unique** : L'opération notifiée sous le numéro 16-073 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

---

© Autorité de la concurrence