

## Sommaire :

- > Rappels
- > Entreprises concernées
- > Les pratiques en cause
- > Les engagements de Vini

## Pour aller plus loin >

[www.autorite-concurrence.pf](http://www.autorite-concurrence.pf)  
[www.autorite-concurrence.pf/avis/section-avis/84](http://www.autorite-concurrence.pf/avis/section-avis/84)  
[autorite-concurrence.nc](http://autorite-concurrence.nc)  
[www.autoritedelaconcurrence.fr](http://www.autoritedelaconcurrence.fr)  
[www.internationalcompetitionnetwork.org/](http://www.internationalcompetitionnetwork.org/)

## Gardons contact >

+ 689.40.50.49.00  
autorite@autorite-concurrence.pf  
Page facebook

## > Rappels

Pour mémoire, l'APC est en charge de trois missions :

- Donner son avis sur toute question de concurrence ;
- Contrôler les concentrations et les surfaces commerciales ;
- Rechercher, constater et sanctionner des pratiques anticoncurrentielles (abus de position dominante, entente(s))

C'est dans le cadre de cette dernière mission liée aux pratiques anticoncurrentielles que la décision n°2018-PAC-01 du 7 juin 2018 a été rendue.

En matière de pratiques anticoncurrentielles, l'APC peut être saisie par, entre autres, des entreprises.

PMT a assorti sa saisine de l'APC d'une demande de mesures conservatoires le 17 octobre 2017.

Elle dénonce les pratiques mises en œuvre par Vini sur le marché de détail de la téléphonie mobile, sur

lequel Vini détiendrait une position dominante et en abuserait.

A l'occasion de cette procédure, Vini a choisi de recourir à une procédure d'engagement et a ainsi proposé de mettre en œuvre des mesures correctrices.

Ces mesures ont été acceptées par l'APC qui a estimé que ces mesures étaient nécessaires et suffisantes pour répondre aux préoccupations de concurrence qu'elle a identifiées.

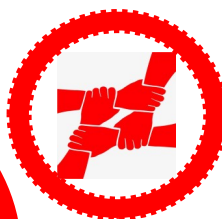
## > Entreprises concernées



SAS VINI

Filiale de l'OPT

Mis en cause



Accord de licence de marque de

PMT

Saisissant

## > Les pratiques en cause de VINI



### 1. La différenciation tarifaire on-net et off-net

De manière générale, la pratique de différenciation tarifaire **consiste à appliquer à des tarifs différents à des produits ou des services identiques ou comparables.**

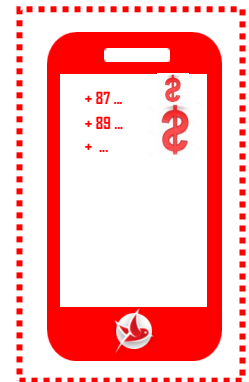
Dans cette affaire, **PMT** reprochait à **VINI** de **pratiquer un prix moins élevé lorsqu'un de ses abonnés appelait ou envoyait un SMS à un abonné VINI** (communication on-net) **que lorsqu'il appelait ou en-**

**voyait un SMS à un abonné PMT** (communication off-net).

Selon PMT, la différence entre les coûts encourus par VINI pour produire des appels et SMS vers PMT et ceux encourus pour produire des appels et des SMS vers son propre réseau (ces coûts sont appelés les coûts de terminaison d'appel) ne justifie pas cette différence de prix.

Dans sa décision, l'APC conclut que la pratique de différencia-

tion tarifaire mise en œuvre par VINI est susceptible de constituer un **abus de position dominante.**



> Pour plus de détails <  
**§ 116**  
à  
**§ 144**  
de la décision



### 2. La politique de fidélisation de VINI

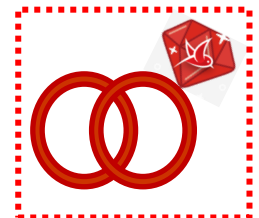
Dans cette affaire, PMT considérait la **politique de fidélisation** de VINI ('Ura, périodes d'engagement et réengagement, conditions de résiliation) comme étant anticoncurrentielle.

Dans la décision, l'APC rappelle que, à la différence des offres dites de fidélité, qui ont voca-

tion à gratifier le client pour sa fidélité passée, les offres de fidélisation lui proposent une remise ou un avantage en échange d'un engagement pour l'avenir.

L'APC conclut que le programme de fidélité Vini Ura et sa politique d'engagement et de réengagement sont susceptibles de constituer des **offres**

**fidélisantes et donc un abus de position dominante de VINI.**



> Pour plus de détails <  
**§ 145**  
à  
**§ 170**  
de la décision

### Ce faisant...

Affaiblit la capacité des concurrents à animer la concurrence

Limite la capacité des concurrents à conquérir et à investir

Protège artificiellement sa position dominante

Contribue à augmenter artificiellement le coût des concurrents

Rend son client captif et les détourne de ses concurrents

Elève artificiellement les barrières à l'entrée des concurrents sur le marché



> Les engagements de VINI



Les engagements liés à la différenciation tarifaire

**NOUVELLES OFFRES  
(PREPAYEES ET POST-  
PAYEES)**

---

**SMS/VOIX**

---

**\*BONUS  
\*CRENEAU ILLIMITE**

---

**>>TOUT OPERATEUR<<**



**Migration  
vers les nou-  
velles offres  
sans réenga-  
gement**



> Pour plus de  
détails <

**§ 245**

à

**§ 266**

de la décision



Les engagements liés à la politique de

**'URA**

---

Points de bienvenue utilisables pour  
tous les cadeaux du catalogue

---

Avantage multi-lignes ne réengage que  
la ligne bénéficiant d'un téléphone sub-  
ventionné

---

Points utilisables pour acheter un télé-  
phone nu



**Durée d'engagement et  
de réengagement/  
Conditions de résilia-  
tion**

---

Information des consom-  
mateurs sur la disponibilité d'une  
période d'engagement de 12  
mois sur l'ensemble des offres

---

En cas de choix d'un en-  
gagement 12 mois sans subven-  
tion de téléphone, octroi d'un  
avantage

---

Modification des conditions  
générales mentionnant la fa-  
culté de résiliation anticipée  
contre le paiement d'une in-  
dennité (art. 29 LP n°206-28)



**Diffusion de  
l'information  
par VINI aux  
consommateurs**

> Pour plus de  
détails <

**§ 267**

à

**§ 288**

de la décision

La mise en œuvre des engagements

Jusqu'au  
**07.09.18**

Pendant  
**10 ans**

**Rapport  
annuel VINI**



Toute l'information sur  
son site mais aussi...



... et bientôt ...



**WEBSIGHT**  
Agence Web - Communication - Marketing