

10.09.2015 - 15:36 Uhr

SUISSEDIGITAL salue la décision de la COMCO d'examiner la fusion de Swisscom, de la SSR et de Ringier

Berne (ots) -

SUISSEDIGITAL salue la décision de la COMCO d'examiner la fondation d'une entreprise de commercialisation commune à Swisscom, à la SSR et à Ringier. A cette occasion, la COMCO doit également se pencher sur le futur type d'utilisation des mégadonnées (« Big Data ») par les entreprises proches de l'Etat. Le Conseil fédéral et la politique doivent prendre position sur l'accord négocié.

L'annonce de Swisscom, de la SSR et de Ringier d'agir désormais sur le marché publicitaire sous l'égide d'une entreprise commune irrite de tous côtés et soulève de nombreuses questions. C'est la raison pour laquelle, il est primordial que la COMCO, dans son examen approfondi de l'accord annoncé aujourd'hui, analyse très précisément les conséquences que pourrait avoir une telle entreprise commune sur la consolidation ou sur l'extension de positions de marché déjà puissantes occupées par les entreprises concernées sur les marchés médiatiques, des télécommunications et du divertissement qui sont de plus en plus convergents et numériques. Pierre Kohler, président de SUISSEDIGITAL : « J'ai eu une sensation de déjà vu en apprenant la nouvelle de l'entreprise commune ainsi prévue. Cette association tripartite existe déjà pour la commercialisation des manifestations sportives suisses ayant déjà fait l'objet d'une enquête approfondie par la COMCO puisque les trois entreprises ont convenu en 2011 des modalités de la commercialisation de la TV payante, de la TV gratuite et des droits de marketing au détriment de nos membres et clients. C'est maintenant le passage au secteur suivant avec la commercialisation publicitaire ! Il serait inacceptable et irresponsable que Swisscom puisse transférer tout simplement ses positions dominantes dans d'autres domaines en utilisant la même configuration. Le Conseil fédéral et la politique doivent prendre clairement position sur la question. Il est étonnant que la COMCO doive intervenir de plus en plus souvent pour réfréner des entreprises proches de l'Etat. La feuille de vigne qu'est la participation d'une maison d'édition privée ne nous trompe pas ».

L'examen doit dépasser le cadre du marché publicitaire

Il est primordial que la COMCO étende son examen : contrôler une éventuelle position dominante du marché « dans le domaine de la publicité TV adaptée à des groupes cibles » ne suffit pas. Un autre point tout aussi inquiétant pour les utilisateurs comme les entreprises privées du marché est la question des modalités d'exploitation commerciale des gros volumes de données (mégadonnées ou « Big Data ») par les entreprises proches de l'Etat. Cette utilisation sera une fois de plus fortement monopolisée avec l'entreprise commune prévue. Il est ainsi prévisible que les positions dominantes du marché comme par exemple celle occupée par Swisscom sur le marché mobile soient insidieusement transférées à d'autres marchés. Cela ne va ni dans le sens de l'économie nationale suisse ni dans celui des utilisateurs qui se voient de plus en plus confrontés à des structures marquées par l'Etat au sein d'une société numérique.

SUISSEDIGITAL est l'association économique des réseaux suisses de communication. L'association regroupe environ 200 sociétés de câble-opérateurs - aussi bien privées que publiques - desservant près de 2.6 millions de foyers en services radio, TV, HDTV, Internet, de téléphonie et autres.

Contact:

- Pierre Kohler, président de SUISSEDIGITAL, tél. +41 79 328 24 04

- Dr Simon Osterwalder, directeur de SUISSEDIGITAL, tél. +41 79 440 43 43

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100010502/100777610> abgerufen werden.