L'Autorité de la concurrence s'intéresse pour la première fois au phénomène des « influenceurs »

A l'occasion de la prise de contrôle de la société de production audiovisuelle Elephant par la société Webedia, l'Autorité de la concurrence a été conduite à s'intéresser, pour la première fois, à l'industrie que constitue la monétisation de l' « influence » et des « influenceurs » dont l'activité est créée sur internet, les plateformes de partage de contenu telles que Youtube et les réseaux sociaux.

Ce phénomène des influenceurs conduit désormais à ce que certains d'entre eux disposent d'une audience considérable, mesurée notamment par le nombre d'abonnés à leurs « chaînes » ou à leurs « comptes » sur différents sites ou plateformes (Youtube, Instagram, Twitter…). Les influenceurs sont désormais en situation de monétiser leur activité par des moyens divers : insertion de publicités vidéos dans les programmes qu'ils produisent, sponsorisation de leurs programmes en images, placement de produits, partenariats, participation à des publicités ou à des campagnes promotionnelles ou à des programmes audiovisuels.

La société Webedia est l'un des acteurs importants de cette industrie, au niveau français, car elle a développé une activité de services divers pour accompagner les influenceurs et les aider à développer leur audience et leurs revenus. Elle accompagne en particulier les trois youtubeurs français disposant du plus grand nombre d'abonnés : Cyprien, Squeezie et Norman. Le 17 avril 2019, la société Webedia a notifié à l'Autorité de la concurrence son projet de prise de contrôle exclusif du groupe Elephant.

Le groupe Elephant est actif dans la création et la production de programmes audiovisuels à différents médias, en particulier aux chaînes de télévision et notamment le programme d'actualité « Sept à huit » (TF1) et les séries « Fais pas ci, fais pas ça » et « Parents mode d'emploi » (France 2). Le groupe Elephant est actif également dans les services de marketing et de communication.

Cette opération doit notamment permettre à Webedia de créer des synergies entre ses activités numériques et le savoir-faire éditorial du groupe Elephant afin de proposer des programmes en lien avec les « talents et influenceurs » aux différents médias (chaînes de télévision, services de vidéos à la demande par abonnement, plateformes de vidéos en ligne).

L'Autorité a porté une attention particulière au risque éventuel d'effets verticaux liés aux positions respectives de Webedia, en matière de services de gestion proposés aux « talents et influenceurs », et du groupe Elephant en tant que distributeur de droits de programmes audiovisuels. Ce risque consisterait à évincer leurs concurrents sur ces deux marchés en liant contractuellement les influenceurs gérés par Webedia aux productions du groupe Elephant afin de constituer des offres incontournables sur ces marchés. Or, compte tenu des positions limitées des parties sur leur marché respectif, aucun effet de levier suffisant n'a pas être mis en évidence, d'autant que plusieurs groupes (groupe TF1, groupe M6 et groupe Canal Plus) disposent, outre les chaînes de télévision éponymes, à la fois d'une filiale proposant des services à des influenceurs (Studio 71, Golden

Network et Studio Bagel) et des sociétés de production ou de coproduction (Newen, M6 Studio et M6 Films, Studio Canal).

À l'issue de son instruction, l'Autorité a autorisé l'opération sans la soumettre à des conditions particulières.

Le texte intégral de la décision 19-DCC-94 du 24 mai 2019 sera prochainement publié sur le site Internet de l'Autorité de la concurrence.