



COMMISSION EUROPÉENNE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Bruxelles, le 3 octobre 2014

Concentrations: la Commission autorise le rachat de WhatsApp par Facebook

La Commission européenne a autorisé, en vertu du règlement de l'UE sur les concentrations, le projet de rachat de WhatsApp Inc. par Facebook, Inc., deux entreprises américaines. Facebook (via Facebook Messenger) et WhatsApp proposent chacune des applications pour smartphones (dites «apps») qui permettent aux consommateurs de communiquer par l'envoi d'un texte, d'une photo ou d'un message vocal ou vidéo. La Commission a constaté que Facebook Messenger et WhatsApp ne sont pas des concurrents proches et que les consommateurs continueraient d'avoir accès, après l'opération, à un vaste choix d'autres applications pour les communications grand public. Bien que les applications pour les communications grand public se caractérisent par des effets de réseau, l'enquête a montré que l'entité fusionnée continuerait d'être confrontée à une concurrence suffisante après l'acquisition.

M. Joaquín Almunia, vice-président de la Commission chargé de la politique de concurrence, a déclaré à ce sujet: *«Les applications de communication mobile, qui permettent aux citoyens européens de rester connectés entre eux, ont de plus en plus de succès. Même si Facebook Messenger et WhatsApp sont deux des applications les plus populaires, la plupart des gens n'utilisent pas une seule application de communication, mais plusieurs. Nous avons examiné ce projet d'acquisition avec beaucoup de soin et nous sommes parvenus à la conclusion qu'il n'entraverait pas le jeu de la concurrence sur ce marché dynamique et en pleine expansion. Les consommateurs continueront d'avoir accès à un vaste éventail d'applications mobiles grand public pour communiquer entre eux.»*

L'enquête de la Commission s'est centrée sur trois aspects: i) les services de communications grand public, ii) les services de réseaux sociaux et iii) les services de publicité en ligne.

Concernant les services de communications grand public, la Commission a centré son examen sur les applications pour smartphones puisque WhatsApp ne peut pas être installée sur d'autres appareils. La Commission a constaté que Facebook Messenger et WhatsApp ne sont pas des concurrents proches. En effet, même si Facebook Messenger est une application autonome, l'expérience de l'utilisateur est spécifique étant donné son intégration dans le réseau social de Facebook. L'accès au service WhatsApp est assuré par les numéros de téléphone, tandis que pour Facebook Messenger, il faut posséder un profil Facebook. Les utilisateurs semblent utiliser les deux applications de façon différente et ils sont nombreux à utiliser les deux applications simultanément sur le même appareil mobile. En outre, ce marché est très dynamique, plusieurs applications concurrentes existant sur le marché, comme Line, Viber, iMessage, Telegram, WeChat et Google Hangouts.

Le marché des applications mobiles pour les communications grand public se caractérise par des effets de réseau : la valeur du service rendu à ses utilisateurs s'accroît avec le nombre d'autres utilisateurs. L'existence d'effets de réseau peut permettre à l'entité qui possède un vaste réseau de maintenir ses concurrents à l'écart du marché. Vu leur popularité, tant WhatsApp que Facebook Messenger possèdent déjà une clientèle importante. Toutefois, un certain nombre de facteurs atténuent les effets de réseau en l'espèce. En effet, la Commission a constaté que le marché des applications pour communications grand public est en pleine expansion et se caractérise par des cycles d'innovation courts qui bousculent souvent les positions sur le marché. De plus, le lancement d'une nouvelle application est relativement simple, exigeant peu de temps et d'investissements. Enfin, les clients peuvent utiliser - ce qu'ils font d'ailleurs effectivement - plusieurs applications en même temps et passer facilement de l'une à l'autre.

En ce qui concerne les services de réseaux sociaux, l'enquête de marché a montré que leurs frontières ne cessent d'évoluer. Certaines parties tierces ont affirmé que WhatsApp constitue déjà un réseau social concurrent de Facebook. La Commission a constaté néanmoins que les parties sont, à tout le moins, des concurrents éloignés dans ce domaine, compte tenu, en particulier, de l'expérience beaucoup plus riche qu'offre Facebook. De plus, il existe un grand nombre d'autres fournisseurs de services, notamment d'autres applications mobiles pour les communications grand public comme Line et WeChat. En outre, même dans le cas d'une intégration de WhatsApp et Facebook menée de telle manière qu'elle renforcerait la position de Facebook dans le secteur des services de réseaux sociaux, le bénéfice net en termes de nouveaux membres du réseau social serait limité car la base d'utilisateurs de WhatsApp coïncide déjà largement avec celle de Facebook. Par conséquent, quelles que soient les limites précises du marché des services de réseaux sociaux et indépendamment de la question de savoir si WhatsApp est considérée ou non comme un réseau social, il est peu probable que la concurrence entre de tels services sera affectée négativement par la concentration.

Bien que WhatsApp ne soit pas présente dans le domaine de la publicité en ligne, la Commission a examiné dans quelle mesure l'opération pourrait renforcer la position de Facebook sur ce marché et entraver la concurrence. Elle a en particulier étudié la possibilité que Facebook i) introduise la publicité sur WhatsApp et/ou ii) utilise WhatsApp en tant que source potentielle de données d'utilisateurs afin de mieux cibler les publicités de Facebook. Elle a conclu que l'opération ne poserait pas de problèmes de concurrence, que Facebook introduise ou non la publicité sur WhatsApp et/ou commence ou non à collecter les données des utilisateurs de WhatsApp. En effet, après la concentration, il continuera à exister un nombre suffisant d'autres fournisseurs de publicité ciblée, et il demeurera un grand nombre de données d'utilisateurs d'internet utiles pour la publicité mais qui ne seront pas sous le contrôle exclusif de Facebook.

Dans le cadre de la présente enquête, la Commission a analysé les éventuels problèmes de concentration des données uniquement dans la mesure où ils pourraient entraver le jeu de la concurrence sur le marché de la publicité en ligne. Les inquiétudes éventuelles quant au respect de la vie privée découlant de la concentration accrue des données sous le contrôle de Facebook par suite de l'opération n'entrent pas dans le champ d'application du droit de la concurrence de l'UE.

Compte tenu de ce qui précède, la Commission a conclu que l'opération ne poserait pas de problèmes de concurrence.

L'opération a été notifiée à la Commission le 29 août 2014.

Contexte

Facebook offre aux consommateurs et aux annonceurs des plateformes en ligne de réseaux sociaux proposant un éventail de services sociaux, notamment des communications grand public et des fonctionnalités de partage de photos/vidéos. Facebook propose en particulier la plateforme de réseau social baptisée «Facebook», l'application mobile de communications grand public «Facebook Messenger» et la plateforme de partage de vidéos et de photos «Instagram». Ces services sont accessibles via internet sur les PC et grâce à des applications mobiles spécifiques sur les smartphones et les tablettes. Facebook propose également des espaces de publicité en ligne. À cette fin, Facebook collecte les données relatives aux utilisateurs de ses plateformes de réseaux sociaux et les analyse afin d'offrir, pour le compte d'annonceurs, des publicités qui sont «ciblées» sur chacun des utilisateurs particuliers de ces plateformes. La plateforme du réseau social Facebook compte 1,3 milliard d'utilisateurs dans le monde, dont 300 millions utilisent également l'application Facebook Messenger.

WhatsApp fournit une application de messagerie qui permet aux utilisateurs d'échanger des messages multimédias instantanés. Contrairement à Facebook, WhatsApp n'est pas disponible actuellement sur les PC et les tablettes, ne stocke pas de messages sur ses serveurs et ne vend pas d'espaces publicitaires. WhatsApp compte 600 millions d'utilisateurs dans le monde.

La Commission a déjà étudié le marché des services de communication grand public dans des décisions antérieures, notamment en 2011 dans l'affaire Microsoft/Skype (voir [IP/11/1164](#)) et en 2013 dans l'affaire Microsoft/Nokia (voir [IP/13/1210](#)).

Règles et procédures en matière de contrôle des concentrations

La Commission a pour mission d'apprécier les fusions et les acquisitions entre entreprises dont le chiffre d'affaires dépasse certains seuils (voir l'article 1^{er} du règlement sur les concentrations) et d'empêcher les concentrations qui entraveraient de manière significative l'exercice d'une concurrence effective dans l'Espace économique européen (EEE) ou une partie substantielle de celui-ci.

La grande majorité des concentrations ne posent aucun problème de concurrence et sont autorisées après un examen de routine. À compter de la date de notification d'une opération, la Commission dispose en général d'un délai maximal de 25 jours ouvrables pour décider d'autoriser cette opération (phase I) ou d'ouvrir une enquête approfondie (phase II).

De plus amples informations sur la présente affaire sont disponibles sur le site [Concurrence](#) de la Commission, dans le [registre public des aides d'État](#), sous le numéro [M.7217](#).

Contacts:

[Antoine Colombani](#) (+ 32 22974513)

[Marisa Gonzalez Iglesias](#) (+32 22951925)

Pour le grand public: **Europe Direct** par téléphone, au **00 800 6 7 8 9 10 11**, ou par [courriel](#)