

Bras de fer à 3 milliards dans les télécoms d'entreprises

TÉLÉCOMS

SFR et Orange ont exposé pour la dernière fois jeudi leurs arguments.

Il s'agit de la plus grosse affaire traitée en ce moment par le tribunal de commerce de Paris.

Raphaël Balenieri
@RBalenieri

C'est l'affaire la plus importante du moment dans les télécoms, mais aussi l'un des plus gros dossiers de l'année pour le tribunal de commerce de Paris. Jeudi, pendant trois heures et par avocats interposés, SFR et Orange se sont affrontés une dernière fois dans le cadre d'un vieux litige dans lequel l'opérateur de Patrick Drahi demande à Orange... 3 milliards d'euros de dommages. Après cette quatrième et dernière audience, le verdict sera enfin rendu le 22 février.

Concrètement, SFR reproche à Orange des pratiques déloyales qui, entre 2005 et 2015, l'ont empêché d'augmenter sa part de marché sur le juteux marché des offres télécoms pour les entreprises – et qui ont donc effacé du chiffre d'affaires potentiel sur ce segment lucratif et historiquement dominé par Orange.

Fin 2015, l'Autorité de la concurrence avait déjà condamné Orange à 350 millions d'euros d'amende pour certaines de ces pratiques. Jamais le gendarme de la concurrence n'avait autant sanctionné un groupe français. C'est SFR qui, cinq ans plus tôt, avait saisi l'Autorité. Mais ce pactole était allé au budget de l'Etat. Pour obtenir des dommages, SFR avait donc saisi, la même année, le tribunal de commerce.

Barrer la route

Dans le détail, SFR accuse Orange d'avoir limité son accès à ce que les professionnels du secteur appellent la « boucle locale cuivre », c'est-à-dire le dernier maillon du réseau jusqu'à l'abonné. Ce qui, selon SFR, l'a empêché de conquérir de nouveaux clients pendant qu'Orange, au contraire, se renforçait. Orange étant l'opérateur historique, il détient des informations plus com-



SFR reproche à Orange plusieurs pratiques déloyales qui l'ont pénalisé. Photo Laurent Cerino/RÉA

plètes sur cette infrastructure, sur laquelle SFR doit se greffer pour vendre des offres aux entreprises.

Or, selon SFR, Orange a rechigné à livrer certaines informations techniques pour lui barrer la route. Dans certains cas, Orange aurait aussi pris trop de temps avant de brancher SFR. Et même coupé certains de ses réseaux momentanément, une attaque qui a fait bondir Orange jeudi. « Dans des centres commerciaux ou des zones industrielles, il fallait souvent un temps fou avant de pouvoir trouver la ligne de fibre d'Orange ! », a lancé M^e Patrick Hubert, l'avocat de SFR et ancien conseiller d'Etat, devant les trois juges.

Or, dans un contexte plus concurrentiel, SFR assure qu'il aurait pu obtenir une part de marché de 14 % à 15 %, contre 7 % aujourd'hui. Sachant que, sur la partie résidentielle, SFR revendique 21 % du marché. « La part de marché de SFR sur le segment des entreprises aurait dû être la même, attaque M^e Patrick Hubert. La seule différence entre ces deux chiffres est liée aux pratiques d'Orange. »

SFR ne s'arrête pas là. Les marges et le chiffre d'affaires non réalisés à cause d'Orange (que SFR estime à 2,3 milliards) l'auraient contraint à puiser davantage dans ses ressources propres pour ses investissements. Et à contracter plus de dette, ce qui a un coût. SFR estime ce préjudice strictement financier entre 450 et 475 millions d'euros. En comptant le chiffre d'affaires perdu, SFR demande donc 3 milliards.

« Monde parallèle »

En face, Orange ne s'est pas démonté, malgré « l'affaire Digicel » qui donne espoir au camp SFR. En 2018, le tribunal de commerce de Paris avait en effet déjà condamné Orange à verser 346 millions d'euros de dommages et intérêts (ramenés à 250 millions d'euros en 2020) à l'opérateur antillais Digicel pour une plainte similaire sur le marché local du BtoB.

Orange n'a pas nié certains comportements anticoncurrentiels. Mais il ne s'agit en aucun cas d'une « pratique générale » qui a pénalisé

SFR, a assuré l'avocat du groupe, M^e Christophe Clarenc. « Quand j'entends SFR dire qu'il n'avait pas accès aux informations techniques sur le bas du marché [les TPE-PME, NDLR], c'est une plaisanterie totale. » Orange en veut pour preuve le fait que SFR a participé, pendant la période... à 251 appels d'offres. « On aimerait bien savoir, du coup, comment SFR aurait pu être coupé du réseau d'Orange ? », poursuit l'avocat. Orange conteste aussi les chiffres de SFR. L'opérateur dit ne détenir que 30 % à 40 % du marché des télécoms d'entreprise, et non pas 75 % comme le prétend SFR. « Quand on les entend, on a vraiment l'impression d'être dans un monde parallèle », ironise l'avocat d'Orange.

Quant au préjudice financier, SFR a certes levé « 4 milliards d'euros de dette en 2014 », rappelle l'avocat, mais c'était « pour permettre à Alice Europe de racheter SFR » et non pas pour compenser un éventuel manque à gagner lié aux pratiques supposément déloyales d'Orange. Aux juges désormais de trancher. ■

Apple lance le développement de ses propres modems

ÉLECTRONIQUE

La firme à la pomme veut concevoir elle-même ce composant clé pour la connectivité de ses iPhone.

Apple avait racheté l'activité modems d'Intel en 2019 et a déjà internalisé le design de nombre d'autres puces électroniques présentes dans ses produits.

Florian Dèbes
@FL_Debes

La grande internalisation des savoir-faire dans les puces électroniques continue chez Apple. Quelques semaines après avoir dévoilé ses premiers ordinateurs Mac dotés d'un processeur développé par ses équipes, la marque à la pomme officialise avoir commencé ses travaux pour la conception d'un modem

maison destiné à ses futurs appareils, dont les iPhone. « Cette année, nous avons démarré le développement de notre premier modem cellulaire qui permettra une autre transition stratégique », a assuré jeudi 10 décembre Johnny Srouji, le vice-président chargé des questions de technologies matérielles, au cours d'un meeting interne dont l'agence Bloomberg a eu vent.

Puce clé des smartphones, le modem assure la connexion entre l'appareil et les réseaux 2G, 3G, 4G ou 5G des opérateurs télécoms. Jusqu'ici, Apple achetait ses modems auprès de l'américain Qualcomm, le numéro un mondial du marché.

Nouvelle étape de la « doctrine Tim Cook »

Mais l'an dernier, Apple avait annoncé la couleur en reprenant pour 1 milliard de dollars les activités modems d'Intel, ses 2.200 salariés spécialisés sur la question et ses 17.000 brevets. Après cette acquisition d'envergure loin des habitudes de l'entreprise de Cupertino, il ne faisait nul doute que la science des modems et des ondes

radio allait devenir une nouvelle compétence interne pour Apple.

« Les investissements de long terme comme ceux-là sont une part essentielle de nos produits et nous assurent un riche apport en technologie innovante pour notre futur », a rappelé Johnny Srouji aux salariés présents, en paraphrasant les mots de son PDG, Tim Cook, et ce que les observateurs ont baptisé depuis une dizaine d'années la « doctrine Tim Cook ».

Grand architecte de la chaîne de fournisseurs d'Apple, le successeur de Steve Jobs s'attelle à garantir à son groupe la maîtrise des composants critiques, d'une part pour se différencier de la concurrence, mais aussi pour capter encore davantage de marge. Les puces électroniques des appareils Apple sont à ce titre des candidats de choix pour cette stratégie d'internalisation.

Après le processeur de l'iPhone 4 (depuis 2010), Apple conçoit aussi les processeurs de ses montres connectées et de son nouveau casque audio haut de gamme, le composant de connexion sans fil de ses écouteurs AirPods, et il est en

train de redéfinir ses ordinateurs avec ses nouvelles puces M.

Perdants dans cette histoire, les fournisseurs traditionnels de puces électroniques voient leur échapper des contrats importants. Intel va ainsi voir disparaître l'équivalent de 5 % de son chiffre d'affaires à mesure qu'Apple exclura les processeurs de la firme de Santa Clara de ses ordinateurs.

Chute de Qualcomm en Bourse

Au lendemain des déclarations de Johnny Srouji, l'action Qualcomm perdait 4,65 % dans les échanges avant-Bourse, en dépit du fait que l'entreprise de San Diego peut encore espérer profiter pendant quelque temps de la manne que lui apporte Apple : au terme d'un contentieux judiciaire, les deux entreprises avaient conclu l'an dernier un accord de licence qui court jusqu'en avril 2025. Il n'empêche, Apple compte bien réduire ses futures relations avec Qualcomm. Cela fait d'ailleurs déjà plusieurs années qu'il débâche régulièrement des ingénieurs chez son fournisseur. ■

Fort du succès de Disney+, Disney accélère encore sur le streaming

STREAMING

Un an après son lancement, la plateforme a atteint les 86,8 millions d'utilisateurs, avec près de quatre ans d'avance sur son plan.

Nicolas Rauline

@nrauline
— Bureau de New York

Disney intensifie ses efforts. Face aux mutations du marché, le numéro mondial du divertissement a annoncé jeudi, lors de son « investor day », qu'il allait investir davantage encore dans ses contenus originaux, qui seront diffusés en exclusivité sur ses plateformes. Et exploiter à fond ses franchises à succès. Dans les prochaines années, ce sont ainsi dix nouvelles séries Star Wars qui seront lancées sur Disney+, ainsi que dix séries Marvel et 15 Pixar.

« Nous proposerons une nouveauté par semaine », a annoncé Kareem Daniel, le nouveau président de la division consommables. A commencer par « The Mandalorian », qui a assuré le succès du lancement de Disney+ et dont la troisième saison est déjà prévue pour 2021.

En ces temps de pandémie, Disney joue à fond la carte du streaming, au risque de pénaliser certaines autres sources de revenus. « Soul », le dernier Pixar, prévu à l'origine pour le grand écran, a ainsi été diffusé sur Disney+. Et en mars prochain, « Raya and the Last Dragon », le nouveau long-métrage du groupe, sortira simultanément sur la plateforme et dans les salles de cinéma. Disney imite ainsi Warner, qui a annoncé qu'il lancerait ses films sur grand écran et sur HBO Max en même temps, en 2021.

86,8 millions d'abonnés

Un an après son lancement, Disney+ affiche des chiffres qui dépassent déjà largement les attentes. Les prévisions initiales tablaient sur une base d'abonnés comprise entre 60 et 90 millions en 2024. Le service en compte déjà 86,8 millions – 13 millions de plus qu'à la fin du dernier trimestre. Désormais, le nouvel objectif est de compter 300 à 350 millions d'abonnés à tous les services de streaming Disney à l'horizon 2024 (contre 137 millions actuellement), dont 230 à 260 millions pour le seul Disney+. A cette date, son concurrent Netflix pourrait disposer de 300 millions d'abonnés, selon les projections de FactSet.

Le groupe a, il est vrai, lancé une vraie machine de guerre marketing, sentant que le confinement serait propice à l'explo-

sion des plateformes de streaming. L'accord de distribution passé avec l'opérateur télécoms Verizon a été étendu. Un autre, similaire, vient d'être annoncé avec le câblo-opérateur Comcast et ses 20 millions d'abonnés. Après son lancement en Amérique latine ces dernières semaines, Disney+ va aussi être disponible sur plusieurs marchés asiatiques, dont la Corée du Sud et Hong Kong, et en Europe de l'Est en 2021. La plateforme verra enfin ses prix augmenter de 2 euros en Europe, à 8,99 euros (et de 1 dollar aux Etats-Unis, à 7,99 dollars).

Nouveautés sur Hulu

S'il est la nouvelle pierre angulaire du système Disney, Disney+ n'est pas le seul axe stratégique. Aux Etats-Unis, le groupe soigne aussi ses contenus sur la plateforme Hulu, dont la version payante a atteint les 38,8 millions d'abonnés (et la version gratuite, 92 millions). Il a annoncé que 20th Century Studios et Searchlight Pictures produiront des longs-métrages en exclusivité pour Hulu. La plateforme a aussi récupéré les droits de l'émission de télé-réalité « Keeping Up with the Kardashians » et les sœurs produiront de nouveaux contenus, prévus pour fin 2021.

Renforcé par la pandémie, Disney+ va accueillir encore plus de contenus originaux.

Plusieurs séries vont apparaître, comme « The Dropout », « Only Murders in the Building » (avec Selena Gomez) ou « Nine Perfect Strangers » (avec Nicole Kidman). « The Handmaid's Tale » (« La Servante écarlate »), la série la plus regardée de l'histoire de Hulu, a enfin été prolongée pour une cinquième saison.

Star, l'autre service de streaming du groupe, va être lancé en Europe en étant intégré à Disney+. L'offre de contenus sportifs ESPN+, elle, a atteint les 11,5 millions d'utilisateurs. Malgré ces multiples annonces, le patron de Disney, Bob Iger, qui doit partir à la retraite à la fin de l'année prochaine, a assuré que la stratégie du groupe était axée sur « la qualité et non le volume ».

Les marchés ont accueilli favorablement ces annonces. Vendredi, le cours de Disney s'est envolé, gagnant plus de 8 points à l'ouverture de Wall Street et atteignant un nouveau sommet historique. De quoi faire oublier les conséquences catastrophiques de la pandémie sur d'autres activités du groupe, comme les parcs d'attractions, dont la fréquentation s'est effondrée cette année. ■

en pixels

Oracle déménage son siège social à Austin, dans le Texas

INFORMATIQUE Le géant du logiciel vient d'annoncer l'installation de son siège à Austin, au Texas. Un mouvement qui viserait à faciliter l'organisation du travail à distance. L'information intervient alors que plusieurs entreprises et personnalités de la Silicon Valley quittent la Californie (Palantir, Elon Musk...). Larry Ellison, fondateur et président d'Oracle, est aussi un soutien de Donald Trump qui a fait de la Californie une cible pendant sa campagne, notamment à cause du régime fiscal appliqué aux plus riches.