

Évolution des prix des services fixes Marché résidentiel métropolitain

Résultats 2012-2014

Sommaire

SYNTHESE	3
I. METHODOLOGIE	4
I.1 Construction des profils de consommation	4
Les abonnés à des offres avec accès à Internet	4
Les abonnés à des offres de téléphonie bas débit	6
I.2 Hypothèses de modélisation	7
I.3 Données utilisées	8
I.4 Définitions, méthodes de calcul et signification des différents indices	8
Dépense minimale : concept central de la méthodologie	8
Indice de dépense minimale	9
Indice des prix	10
II. LES RESULTATS DE L'ETUDE	12
II.1 Évolutions du marché des services fixes	12
Évolutions du marché des services fixes en haut et très haut débit	12
Évolutions du marché des services fixes bas débit (téléphonie RTC et internet bas débit)	13
II.2 Évolution des prix et de la dépense minimale sur la période 2012-2014	14
Indice des prix des services fixes 2012-2014	14
Indice de dépense minimale 2012-2014	16

Synthèse

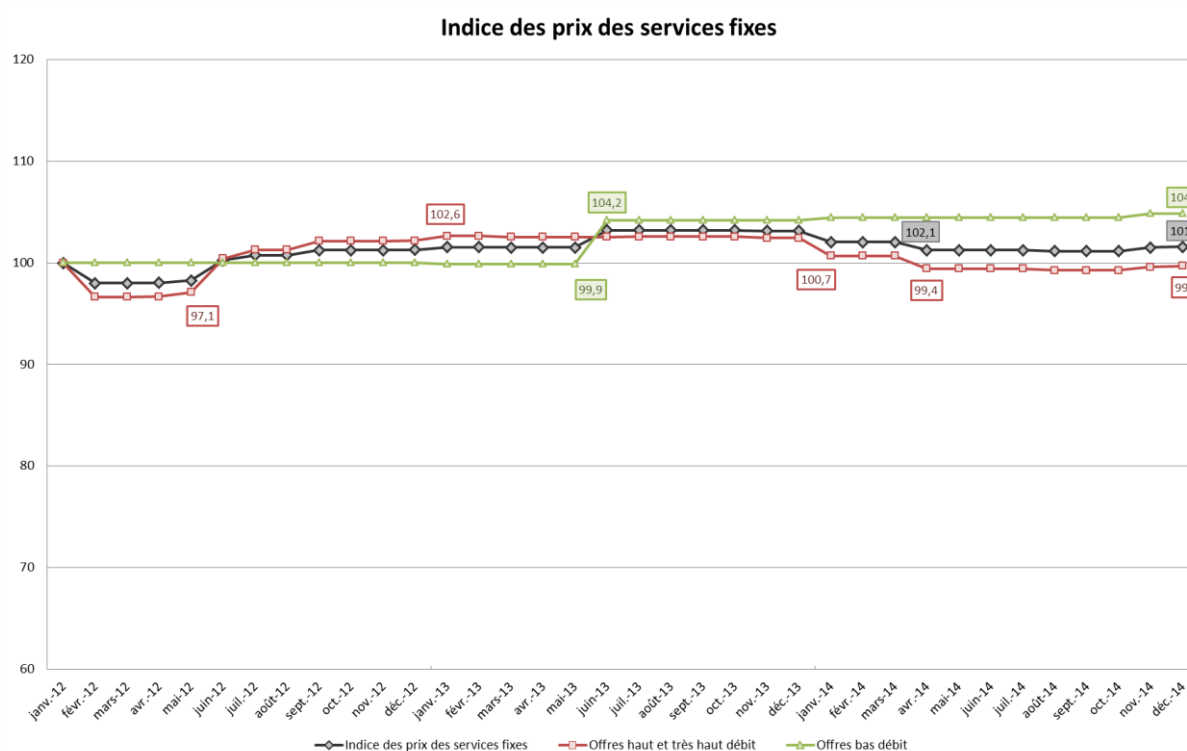
L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes rend publique l'étude qu'elle a menée concernant l'évolution des prix sur le marché des services fixes grand public en France métropolitaine. Cette étude porte sur les principaux opérateurs pour la période 2012 à 2014, et repose sur une méthodologie mise en place en collaboration avec l'INSEE et qui sera utilisée dans le cadre de l'indice des prix à la consommation à partir de janvier 2016.

L'ARCEP publie depuis cinq ans des indicateurs de suivi de l'évolution des prix sur le marché des services mobiles. Afin d'avoir une vision plus complète du marché des communications électroniques, l'étude des prix des services fixes vient compléter la publication mobile. Les travaux sur les indices de prix fixes ont débuté en 2010 avec l'élaboration de la méthodologie et la première collecte de données de consommation auprès des opérateurs. Cependant, des problèmes dans la restitution des données en 2010 et 2011 ne permettaient pas d'obtenir des résultats robustes. De fait, les indices de prix présentés ici concernent la période 2012 à 2014.

Le prix des services fixes (accès à internet, téléphonie fixe) grand public en métropole diminue de 1,0 % en 2014 en moyenne annuelle, après une augmentation de 2,6 % en 2013.

Pour les offres avec accès à internet en haut et très haut débit, les prix diminuent de 2,7 % en 2014 alors qu'ils avaient augmenté de 2,7 % en 2013. Sur la période 2012 à 2014, les prix des services fixes avec accès à internet en haut et très haut débit sont pratiquement stables (-0,2 %).

Concernant les offres bas débit (téléphonie RTC et internet bas débit), l'augmentation du tarif de l'abonnement téléphonique en juin 2013 conduit à une progression de 2,4 % en 2013 puis de 2,1 % en 2014 de l'indice des prix de ces offres.



I. Méthodologie

La méthodologie retenue par l'ARCEP repose sur le calcul de la dépense minimale associée à chacun des profils de consommation qui représentent l'ensemble de la clientèle des principaux opérateurs de services fixes en France métropolitaine. Les prix des services fixes sont appréciés au travers de la dépense minimale : chaque profil souscrit librement à l'offre la mieux ajustée à sa consommation et au tarif le plus faible. Ce choix correspond ainsi à la meilleure offre disponible pour un nouveau client entrant sur le marché et dont la consommation correspondrait à celle du profil.

I.1 Construction des profils de consommation

Les comportements de consommation en services fixes sont hétérogènes. Un seul profil ne saurait donc être représentatif de l'ensemble des usages. Pour saisir cette variété, la méthodologie adoptée comporte plusieurs profils, chaque profil correspondant à un ensemble de consommateurs liés par des caractéristiques communes.

Au sein des clients des opérateurs de services fixes, deux populations doivent être isolées : les abonnés à des offres avec accès à internet et les abonnés à la téléphonie par le Réseau de Téléphonie Commuté (RTC). Sur ces deux marchés, les modes de consommation et les règles de tarification sont différents. Il est à noter que certains clients peuvent être simultanément dans les deux populations : c'est le cas des clients disposant d'une offre d'accès à internet en dégroupage partiel ou en bitstream (ou équivalent) et ayant conservé leur abonnement téléphonique auprès de l'opérateur historique. Ces clients ont, pour la plupart, souscrit deux offres différentes auprès de deux opérateurs différents. Ceci n'influe que sur l'interprétation de la dépense minimale, qui s'entend alors par offre et non par client.

LES ABONNES A DES OFFRES AVEC ACCES A INTERNET

Dans la population des abonnés à des offres avec accès à internet, les clients sont segmentés en fonction de certaines composantes de l'offre à laquelle ils ont souscrit. Ces éléments sont choisis s'il y a lieu de penser qu'ils ont un impact sur la consommation des clients et/ou sur les modes de tarification des opérateurs. Cette méthode de classification est différente de celle adoptée dans le cadre de l'indice des prix des services mobiles, où les individus sont classés principalement en fonction de leur volume de consommation (gros, moyens, petits consommateurs). Ici, le volume de consommation n'est pas un critère qui permet de segmenter la clientèle. Cela est justifié par le fait que, dans le cas des services fixes avec accès à internet, les différenciations tarifaires sont principalement d'ordre technique et de services inclus ; le volume de consommation, qu'il soit de communications vocales ou d'utilisation de l'internet, n'a pas d'impact sur la tarification des offres¹.

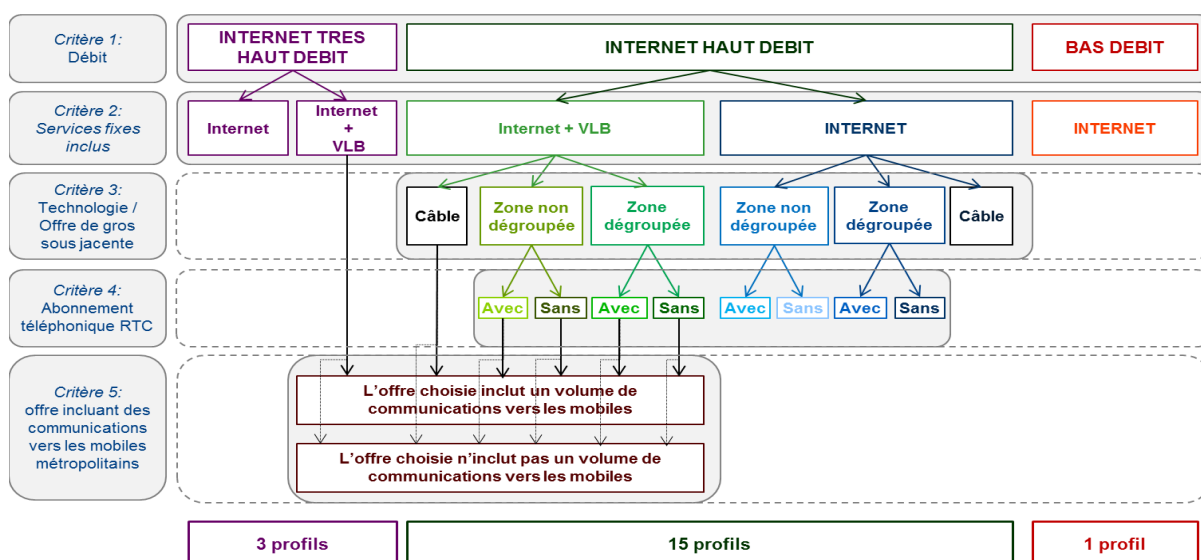
Pour les individus ayant souscrit à des offres avec accès à internet, les critères sont les suivants, par ordre d'application :

- L'opérateur auprès duquel l'abonné a souscrit son contrat ;

¹ Les volumes de communications peuvent avoir un impact sur la facture finale, mais le prix facial des offres ne dépend pas du volume. En effet, dans le cadre des communications nationales, les offres comprennent un volume illimité de communications. Dans le cadre des communications internationales, la tarification est le plus souvent effectuée par zone tarifaire : certaines destinations sont comprises dans un pack illimité et, pour d'autres, la tarification s'effectue à la minute.

- Le débit de l'offre souscrite : très haut débit, haut débit, bas débit¹ ;
- Les services de communications électroniques inclus dans l'offre : internet seul ou internet associé à la téléphonie sur large bande ;
- L'offre de gros sous-jacente : dégroupage ou non, câble. Les pratiques de tarification sur le marché de gros selon si la zone est dégroupée ou non, ou si l'individu a souscrit à une offre sur réseau câblé, sont différentes. Cela donne donc lieu à des tarifications différentes sur le marché de détail qui légitiment que l'offre de gros sous-jacente soit considérée comme un critère segmentant ;
- La conservation d'un abonnement téléphonique RTC sur le réseau cuivré. Pour les opérateurs alternatifs à Orange, le tarif de l'achat de l'accès sur le marché de gros est différent selon que le client a ou non conservé son abonnement téléphonique RTC auprès de l'opérateur historique, ce qui peut mener à des différenciations tarifaires sur le marché de détail ;
- La présence d'une composante d'appels en abondance vers les mobiles dans l'offre ou dans une option souscrite en supplément. Selon si l'individu a la possibilité, parce qu'il a souscrit à une option ou parce que c'est une composante incluse dans l'offre, d'appeler des mobiles en « illimité », sa consommation de communications vocales à destination des mobiles n'est pas contrainte financièrement comme si elles étaient tarifées à la minute. Afin d'assurer l'homogénéité des consommations des individus d'un même profil, la présence d'une composante d'appels illimités vers les mobiles est considérée comme un critère segmentant. Elle peut également donner lieu à des adaptations tarifaires (majoration du tarif de l'offre par le coût mensuel d'une option d'appels vers les mobiles par exemple).

NB : Les critères successifs ne s'appliquent que lorsqu'ils sont pertinents. Par exemple, dans le cas des abonnés sur réseau câblé, le critère de la conservation d'un abonnement téléphonique RTC sur le réseau cuivré n'est pas pertinent puisque cela n'a aucun impact sur la tarification de l'offre (n'ayant aucun impact en aval sur le marché de gros).



¹ Les abonnements de très haut débit incluent un service d'accès à internet dont le débit crête descendant est supérieur ou égal à 30 Mbit/s et le débit crête remontant est supérieur à 5 Mbit/s. Les abonnements haut débit incluent un service d'accès à internet dont le débit est supérieur ou égal à 128 kbit/s et inférieur à 50 Mbit/s. Les abonnements bas débit incluent un service d'accès à internet inférieur à 128 kbit/s et ne permettent pas de téléphoner de façon simultanée à la connexion internet.

Chacun des douze profils incluant un accès à internet et la téléphonie sur large bande est ensuite subdivisé en deux sous-catégories selon que les abonnés disposent d'un accès à des services télévisuels dans l'offre à laquelle ils ont souscrit (ou en option souscrite en supplément). Cette segmentation est opérée *a posteriori*, c'est-à-dire que les volumes de consommation déclarés par les opérateurs pour deux profils qui ne diffèrent que par la composante télévision sont identiques. Il n'y a en effet pas lieu de penser que les volumes de consommation peuvent être différents selon que le client a accès ou non à la télévision *via* son offre. En revanche, quoi que cela n'ait *a priori* pas d'impact sur la consommation, bénéficier d'un accès à la télévision occasionne généralement un surplus de dépense pour les clients (souscription à une option en supplément de l'offre ou sélection d'une offre plus onéreuse). De fait, les individus disposant d'une composante télévision doivent être distingués de ceux qui n'en disposent pas.

Cette typologie des profils permet de représenter l'ensemble des offres disponibles sur le marché des services fixes avec accès à internet. Pour autant, les opérateurs n'ont pas nécessairement des clients correspondant à tous les profils de consommation. D'une part, selon les spécificités de chaque opérateur, certains profils n'ont pas lieu d'être. Par exemple, le critère du dégroupage ne peut pas s'adapter à la clientèle d'Orange puisque, en tant qu'opérateur historique, il possède la boucle locale cuivre : la distinction en fonction du dégroupage n'est ainsi pas pertinente. D'autre part, de manière à garantir la significativité des données, les profils pour lesquels le nombre d'abonnés correspondant est trop faible ne sont pas comptabilisés dans le calcul¹. Ainsi, la clientèle en services fixes avec accès à internet de chaque opérateur est représentée par un jeu de profils qui lui est propre.

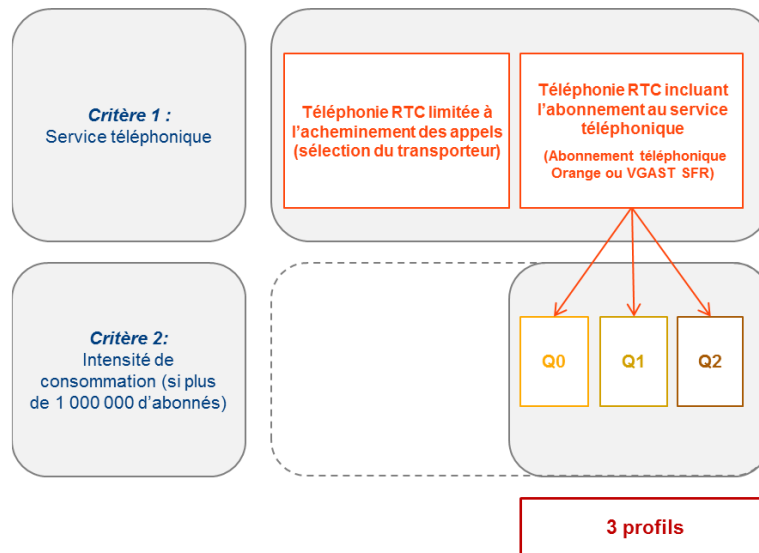
LES ABONNES A DES OFFRES DE TELEPHONIE BAS DEBIT

Pour les clients d'offres de téléphonie bas débit, la segmentation est différente : les règles du marché ne permettent pas d'appliquer les mêmes critères que pour les abonnés d'offres incluant un accès à internet.

- Le premier critère est d'ordre technique : la téléphonie RTC limitée à l'acheminement des appels (sélection du transporteur) est isolée de la téléphonie RTC incluant l'abonnement au service téléphonique (VGAST SFR ou abonnement téléphonique Orange) ;
- Au sein du deuxième groupe, si l'opérateur a plus d'un million d'abonnés, les clients sont distingués selon leur volume de consommation : ils sont classés en Q_0 si leur volume d'appels est nul (cas fréquent du dégroupage partiel par exemple), et en Q_1 et Q_2 s'ils sont respectivement en-dessous et au-dessus de la médiane du volume de minutes consommé par les clients RTC de l'opérateur.

Contrairement aux offres de téléphonie avec accès à internet haut ou très haut débit, le volume de consommation a, dans le cas de la téléphonie RTC, un impact en termes de tarification. En effet, là où les offres haut et très haut débit permettent de disposer d'un volume « illimité » de communications, les offres de téléphonie bas débit, dans la plupart des cas, soit tarifent les communications vocales à la minute (en plus du coût de l'abonnement téléphonique), soit n'incluent qu'un volume limité d'appels (entre 30 minutes et 5 heures).

¹ Un seuil de 10 000 clients a été fixé : les opérateurs renseignent les profils de consommation s'ils ont au moins 10 000 abonnés dont les caractéristiques correspondent au profil.



I.2 Hypothèses de modélisation

Chaque profil de consommation est modélisé comme un consommateur parfait au sens de la théorie économique :

- Il est informé : il a une parfaite connaissance des caractéristiques de toutes les offres présentes sur le marché à un instant t ;
- Il est rationnel : il identifie sans erreur l'offre la mieux ajustée à sa consommation et au tarif le plus faible ;
- Il est libre : chaque mois, il peut choisir la meilleure offre indépendamment de celle choisie le mois précédent (sans pénalités s'il choisit une offre moins chère). Seules les caractéristiques tarifaires interviennent dans le choix de l'offre.

Les profils de consommation choisissent chaque mois la meilleure offre possible, mais ils doivent respecter trois contraintes :

- Les profils d'un opérateur ne peuvent choisir que les offres proposées par le même opérateur ;
- Les profils ne peuvent choisir que les offres qui correspondent aux critères qui les définissent : les profils THD ne peuvent pas choisir une offre sur ADSL par exemple ;
- Les profils ne peuvent choisir que des offres accessibles à tout client résidentiel sans restriction (les offres sociales ou les séries limitées ne sont pas prises en compte par exemple).

La première hypothèse est nécessaire en raison des caractéristiques des profils propres à chaque opérateur. La répartition du trafic de communications vocales d'un client serait modifiée s'il était considéré comme client d'un autre opérateur : le maillage des zones d'appel vers l'international est différent selon les opérateurs, de même que la répartition heures pleines/heures creuses par exemple.

Cette méthodologie permet de calculer une dépense minimale théorique. En revanche, elle ne permet pas de calculer la dépense réelle des clients car elle repose sur des hypothèses restrictives

fortes de rationalité, d'information parfaite et de liberté du consommateur. Dans la réalité, les hypothèses d'information, de rationalité et de liberté ne tiennent pas : une connaissance parfaite des offres du marché demande un coût de collecte que le consommateur n'est pas nécessairement prêt à payer par exemple. Pour autant, la construction de l'indice des prix est un exercice de modélisation qui doit admettre certaines hypothèses pour faciliter l'agrégation en un seul indicateur d'une grande quantité d'informations (volumes de consommation, grilles tarifaires des opérateurs).

I.3 Données utilisées

Chaque opérateur a transmis à l'Autorité l'ensemble des informations détaillées permettant de connaître la consommation des clients selon la répartition de ses profils de consommation. Ces données concernent exclusivement le parc résidentiel métropolitain (les clients professionnels et les départements et collectivités d'outre-mer ne sont pas concernés par l'étude) des six principaux fournisseurs de services fixes (Bouygues Telecom, Darty¹, Free, Numericable, Orange et SFR). Outre le nombre de clients correspondant à chacun des profils, les informations recueillies portent sur la consommation mensuelle moyenne des profils de clientèle, calculée à partir des consommations réelles mesurées sur le premier semestre de chaque année sur un échantillon des clients de l'opérateur.

Les données obtenues permettent de modéliser différents profils de consommation de clients statistiquement représentatifs de chaque opérateur. Cela permet de prendre en compte la diversité des modes de consommation au sein du parc d'un même opérateur. Ces profils représentent l'ensemble de la clientèle résidentielle métropolitaine (« grand public »).

En outre, l'Autorité recense tous les mois l'ensemble des tarifs et modalités des offres de services fixes disponibles sur le marché afin de les confronter aux profils de consommation. Ne sont utilisées dans le calcul des indices de prix et de dépense minimale que les offres grand public sans restriction d'engagement (les offres sociales et +60 ans par exemple sont exclues de l'étude).

Les données finales sont agrégées pour refléter l'ensemble du marché.

I.4 Définitions, méthodes de calcul et signification des différents indices

DEPENSE MINIMALE : CONCEPT CENTRAL DE LA METHODOLOGIE

La méthodologie développée par l'Autorité est fondée sur le concept central de la dépense minimale théorique. La dépense minimale se définit comme le montant minimal (en euros courants TTC) correspondant à une offre disponible sur le marché à l'instant t qui permet de satisfaire la demande d'un profil de consommation.

Exemple

Soit un profil de consommation dont les volumes de consommation sont les suivants :

¹ Darty n'opère sur le marché des services fixes, dans la période d'étude, que pour l'année 2012. La filiale DartyBox, qui gère les activités d'accès à internet et à la téléphonie sur large bande a été cédée à Bouygues Telecom en mai 2012. L'actualisation des données de consommation étant annuelle, il est considéré comme un opérateur de services fixes durant toute l'année 2012, et ses clients sont intégrés à Bouygues Telecom à partir de l'année 2013.

- 120 minutes vers les fixes nationaux ;
- 10 minutes vers les fixes DOM ;
- 40 minutes vers les mobiles en France métropolitaine ;
- 12 minutes vers l'international.

Soit deux offres sur le marché :

- L'offre 1 inclut les appels illimités vers les fixes et mobiles en France métropolitaine. Les communications vers les fixes dans les DOM sont tarifées 0,07 € la minute et les communications vers l'international sont tarifées 0,15 € la minute¹. Cette offre coûte 25 € TTC.
- L'offre 2 inclut les appels illimités vers les fixes en France métropolitaine. Les communications vers les mobiles métropolitains sont tarifées 0,05 € la minute, les communications vers les fixes dans les DOM 0,07 € la minute et les communications vers l'international 0,15 € la minute. Cette offre coûte 22 € TTC.

Pour trouver la dépense minimale du profil, il faut calculer le montant dépensé s'il souscrivait à chacune des offres. Ce montant est la somme du coût du forfait et des coûts de communication multipliés par le volume d'appel pour chaque destination.

La dépense du profil serait alors :

- de **27,50 € s'il souscrivait à l'offre 1** ; il dépenserait 25 € pour le forfait, 0,70 € pour ses communications vers les fixes dans les DOM ($10 \times 0,07 \text{ €/minute}$) et 1,80 € pour ses communications vers l'international ($12 \times 0,15 \text{ €/minute}$).
- de **26,50 € s'il souscrivait à l'offre 2** ; il dépenserait 22 € pour le forfait, 2 € pour ses communications vers les mobiles ($40 \times 0,05 \text{ €/minute}$), 0,70 € pour ses communications vers les fixes dans les DOM et 1,80 € pour ses communications vers l'international.

La dépense minimale associée à ce profil de consommation est donc de 26,50 € et correspond à l'offre 2.

INDICE DE DEPENSE MINIMALE

Les dépenses de chaque profil sont calculées et normalisées à 100 en début de période (ici janvier 2012). Ceci permet de gommer les disparités de profils entre les opérateurs. Chaque profil de consommation est alors pondéré en fonction de sa représentativité réelle au sein de la clientèle des services fixes (avec les parts de marché), afin d'obtenir l'indice de dépense minimale de l'ensemble des profils.

Exemple

¹ Afin de simplifier l'illustration, les coûts de mise en relation sont négligés, et l'international est synthétisé en une seule zone tarifaire. Dans la réalité, chaque appel vers les DOM et vers l'international donnerait lieu à un coût de mise en relation (positif ou nul selon les opérateurs et les offres) et, selon les destinations à l'international, les tarifs à la minute sont différents.

Soit deux opérateurs qui représentent chacun 50 % du marché total. Chaque opérateur est ici représenté par un unique profil.

	Dépense minimale mois n	Dépense minimale mois $n+1$
Opérateur 1	20	20
Opérateur 2	40	30
Profil agrégé	30	25

Pour les clients du profil de l'opérateur 1, qui représentent 50 % du parc, les prix sont stables entre les mois n et $n+1$. Pour les clients du profil de l'opérateur 2, les prix baissent de 25 %.

Les évolutions des prix apparaissent dans l'indice de la façon suivante :

- L'indice de dépense du profil de l'opérateur 1 vaut 100 au mois n et 100 au mois $n+1$ (aucune évolution).
- L'indice de dépense du profil de l'opérateur 2 vaut 100 au mois n et 75 au mois $n+1$ ($30 \cdot 100 / 40$)

	Indice de dépense minimale mois n	Indice de dépense minimale mois $n+1$
Opérateur 1	100	100
Opérateur 2	100	75
Profil agrégé	100	87,5

L'indice de dépense minimale agrégé vaut 100 au mois n (initialisation) et 87,5 au mois $n+1$. Il reflète une baisse générale de 12,5 % qui correspond à une baisse des prix de 25 % pour la moitié de la population.

INDICE DES PRIX

Chaque année, les profils de consommation sont mis à jour en fonction des données communiquées par les opérateurs. Cela implique que, toutes choses égales par ailleurs, la dépense minimale d'un profil de consommation peut varier d'une année sur l'autre par le seul effet de l'évolution des volumes. Contrairement à l'indice de dépense minimale, l'indice des prix neutralise l'effet volume. La méthode utilisée pour s'affranchir de cet effet est le chaînage d'indices¹.

Grâce au chaînage, l'indice des prix de chaque profil de consommation n'évolue pas entre décembre $n-1$ et janvier n du fait de l'évolution des volumes. Le principe est que, si la dépense minimale évolue (avec changement d'offre ou non) uniquement du fait d'une modification du volume consommé, la valeur de l'indice en janvier n est identique à la valeur de l'indice en décembre $n-1$. En revanche, elle peut évoluer si la grille tarifaire de l'opérateur est modifiée en janvier de l'année n . Par exemple si le tarif de l'offre qui satisfait la dépense minimale d'un profil de consommation diminue, l'indice des prix du profil diminue.

¹ Pour des éléments sur le chaînage d'indices, voir « Le chaînage des indices, entre nécessité pratique et justification théorique » de J.-P. Berthier (http://www.insee.fr/fr/ffc/docs_ffc/cs108b.pdf)

Au-delà de l'évolution potentielle de l'indice des prix de chaque profil de consommation, dont la cause ne peut être qu'une modification tarifaire, l'indice des prix agrégé peut évoluer par un effet de structure.

Chaque année, la représentativité des différents profils de consommation des opérateurs dans le parc total des clients de services fixes est susceptible d'être modifiée. En plus des données de consommation par profil, les opérateurs renseignent le nombre de clients dont les composantes de l'offre souscrite correspondent à chaque profil de consommation. De fait, il peut y avoir des déversements de certains profils sur d'autres entre deux années. Par exemple, un individu qui dispose d'un accès en dégroupage partiel et qui, pendant l'année $n-1$, a résilié son abonnement téléphonique RTC auprès de l'opérateur historique sera représenté, en n , dans un profil de dégroupage total. L'indice des prix étant l'agrégation des indices de chaque profil de chaque opérateur par sa représentativité au sein du parc de la clientèle de services fixes, il peut évoluer du fait de l'évolution de la représentativité des différents profils.

Exemple

Soit un opérateur dont la clientèle est synthétisée par deux profils de consommation. L'opérateur n'a pas modifié sa grille tarifaire donc, les volumes de consommation n'ayant pas d'impact, les niveaux des indices des prix de chacun des profils sont identiques entre décembre $n-1$ et janvier n . Entre les deux années en revanche, la part de chacun des profils dans la clientèle de l'opérateur a évolué.

	Décembre $n-1$		Janvier n	
	Part du profil	Niveau de l'indice	Part du profil	Niveau de l'indice
Profil 1	50 %	110	40 %	110
Profil 2	50 %	90	60 %	90
Agrégé		100		98

En décembre $n-1$, l'indice agrégé de l'opérateur valait $110*0,50+90*0,50=100$. En janvier n , l'indice agrégé vaut $110*0,40+90*0,60=98$. De fait, l'indice des prix agrégé au niveau de l'opérateur a évolué entre les deux années du fait de l'évolution de la structure des profils. Les prix des services fixes de l'opérateur modélisé ont diminué de 2 % sans qu'il y ait eu d'évolution tarifaire.

En agrégeant l'indice des prix de l'opérateur à ceux des autres opérateurs par les parts de marché, l'indice des prix des services fixes évolue entre décembre $n-1$ et janvier n par le seul fait de l'évolution de la représentativité des profils.

II. Les résultats de l'étude

II.1 Évolutions du marché des services fixes

Entre 2012 et 2014, plusieurs évolutions modifient la structure du marché des services fixes. Parmi celles-ci, l'augmentation du nombre d'abonnements à internet en très haut débit et la diminution du nombre de lignes RTC sont les plus marquantes.

Les chiffres utilisés ci-après pour décrire l'évolution du marché des services fixes proviennent des observatoires publiés par l'ARCEP¹. Les données de consommation fournies par les opérateurs à l'ARCEP portent sur les consommations réelles mesurées sur le premier semestre de chaque année ; afin d'être au plus près de ces données, le trimestre de référence pour étudier les évolutions de structure du marché (en parc) est le deuxième trimestre de chaque année.

Les évolutions décrites sont susceptibles d'être visibles à un rythme plus fin que l'annuel. Toutefois, dans le calcul de l'indice des prix des services fixes, les données de consommation (et donc la structure de la clientèle) ne sont mises à jour qu'annuellement. De fait, les évolutions mensuelles capturent uniquement les impacts de changements tarifaires et non pas les évolutions de structure qui, elles, sont prises en compte entre décembre de l'année n et janvier de l'année $n+1$.

ÉVOLUTIONS DU MARCHÉ DES SERVICES FIXES EN HAUT ET TRÈS HAUT DÉBIT

Croissance globale du marché²

Le marché des services d'accès à internet en haut et très haut débit continue de croître. Au global, le nombre d'abonnements à ces services a augmenté de 9,0 % entre juin 2012 et juin 2014 et atteint 25,4 millions. Parmi ces abonnements, la très grande majorité est en haut débit avec 23,1 millions d'abonnements (+1,9 % entre juin 2013 et juin 2014 après +3,9 % entre juin 2012 et juin 2013). Sur la même période, le nombre d'abonnements à internet en très haut débit a également fortement augmenté (+63,5 % en deux ans), et représente 2,4 millions d'abonnements en juin 2014.

Le trafic de communications vocales au départ des box (en VLB) connaît une rupture de tendance à partir de 2012 : croissant d'année en année jusque-là, il diminue en 2013 et 2014. Le recul de la consommation est d'environ 10 % par an. L'impact sur la consommation par abonné est d'autant plus important que le nombre d'abonné demeure croissant.

Le revenu des services d'accès à internet fixe en haut et très haut débit croît sur la période dans des proportions proches de la croissance du nombre d'abonnements. Le marché résidentiel des services fixes haut et très haut débit représente 8,1 milliards d'euros en 2013.

Augmentation de la part du très haut débit

Si le marché est globalement en croissance, il est important de noter que la part du très haut débit dans le total des abonnements avec accès à internet (haut et très haut débit) est en augmentation. Alors qu'ils représentaient 6,2 % des accès à internet (hors bas débit) en juin 2012, les abonnements en très haut débit comptent pour 9,3 % en juin 2014 (+3,1 points).

¹ <http://www.arcep.fr/index.php?id=12773&L=0>

² Les chiffres couvrent également une partie du marché entreprises (principalement les petits professionnels). Toutefois, le poids des entreprises sur ce segment de marché est relativement faible puisqu'elles ne représentent, en 2012 et 2013, qu'environ 8 % des abonnements et un cinquième du revenu.

Augmentation de la part des abonnements Triple Play

En termes de nombre de services inclus dans les offres avec accès à internet (haut et très haut débit), la différenciation se fait principalement par la présence d'un accès à des contenus télévisuels dans le cadre d'un forfait couplé internet-télévision. La part des abonnements qui couplent la télévision à l'accès à internet et la téléphonie sur large bande tend à augmenter pendant la période 2012 à 2014. À titre d'exemple, la part des abonnements à internet *via* l'ADSL qui incluent un accès à la télévision est en constante augmentation sur la période d'étude. De 59,8 % en juin 2012, elle augmente de 3,5 points à 63,3 % en juin 2013 pour atteindre 65,7 % en juin 2014.

Évolutions de tarification

La tarification des communications vocales sur le marché des services fixes avec accès à internet en haut et très haut débit est déjà largement tournée vers l'abondance en 2012, au moins pour ce qui concerne les communications nationales. Deux faits ayant un impact sur le calcul de l'indice des prix des services fixes sont toutefois notables sur la période¹. Premièrement, la composante d'appels illimités vers les mobiles est de plus en plus présente dans les offres, même les moins onéreuses ; deuxièmement, le nombre de destinations comprises dans « l'illimité » vers l'international est en augmentation sur toute la période. Cela a deux incidences, l'une sur la facture, l'autre sur les comportements. Dans les deux cas, lorsque les clients effectuaient déjà des communications vers les mobiles et/ou vers des zones payantes à l'international, l'inclusion de ces destinations d'appel dans l'illimité tend à réduire leur facture (occasionnant une diminution de l'indice des prix). En outre, l'inclusion de ces temps d'appels illimités tend également à modifier les comportements : les abonnés sont plus prompts à appeler ces destinations lorsqu'elles n'occasionnent pas de surcoût.

ÉVOLUTIONS DU MARCHÉ DES SERVICES FIXES BAS DÉBIT (TÉLÉPHONIE RTC ET INTERNET BAS DÉBIT)

Déclin du marché de la téléphonie RTC

Le marché résidentiel de la téléphonie RTC est en déclin tant en nombre d'abonnements qu'en revenus. Entre 2010 et 2013, le nombre d'abonnements décroît à un rythme annuel moyen de 14,1 % et le revenu à un rythme annuel moyen de 15,0 %. Cette tendance se poursuit encore en 2014. En parallèle, le trafic de communications vocales recule également, de 17,0 % par an en moyenne entre 2010 et 2013.

Dans le cadre du calcul de l'indice des prix, la forte diminution du nombre d'abonnements RTC provoque une diminution du poids de l'indice des prix de la téléphonie fixe RTC dans l'indice global des services fixes. L'effet de structure est constaté entre les mois de décembre et janvier.

Concernant la tarification, sur le marché de la téléphonie fixe par abonnement RTC, deux augmentations tarifaires sont apparues entre 2012 et 2014. La première est une hausse de 0,90 € en juin 2013 : le tarif de l'abonnement téléphonique passe de 16,00 € à 16,90 € (+5,6 %). Le second changement, d'une ampleur moindre, est une augmentation de 0,06 € en janvier 2014 pour

¹ D'autres éléments ont été développés sur la période et ont un impact sur la tarification des offres par les FAI, mais ils ne sont pas pris en compte dans le calcul de l'indice. En effet, des éléments comme l'augmentation du nombre de chaînes TV, la possibilité de connecter un service SVOD sur la box ou la présence d'une deuxième ligne fixe, ne sont pas pris en compte.

rattrapage de l'augmentation de la TVA. Ces deux hausses de tarifs et quelques autres évolutions marginales mises à part, le marché de la téléphonie fixe RTC connaît une importante stabilité tarifaire entre 2012 et 2014.

Déclin du marché de l'internet bas débit

Le marché de l'internet bas débit est caractérisé par un très net déclin sur la période 2012-2014, tant au niveau des nombres d'abonnements et des revenus que des volumes. En termes de tarification, aucune évolution n'est à noter sur la période.

II.2 Évolution des prix et de la dépense minimale sur la période 2012-2014

Les indices des prix et de dépense minimale sont calculés en agrégeant les indices individuels de chacun des profils de consommation en fonction de leur représentativité dans la clientèle totale des services fixes.

Chaque année, les opérateurs communiquent à l'ARCEP les informations nécessaires à la mise à jour des données de consommation et de structure de la clientèle. De fait, les évolutions mensuelles reflètent uniquement des changements de tarification et non pas les évolutions du marché (comme l'augmentation du taux de pénétration du très haut débit par exemple). Ces évolutions du marché n'ont d'impact qu'entre décembre et janvier de l'année postérieure sous la forme d'un effet de structure : les parts de marché de chaque profil évoluent à cette date, occasionnant des modifications de l'indice agrégé.

INDICE DES PRIX DES SERVICES FIXES 2012-2014

Les prix des services fixes diminuent de 1,0 % en 2014 en moyenne annuelle, après une hausse de 2,6 % en 2013. La faible ampleur des évolutions est due à l'importante stabilité tarifaire à l'œuvre sur le marché entre 2012 et 2014. Toutefois, la diminution des prix entre 2013 et 2014 est imputable à la généralisation des composantes d'appels illimités vers les mobiles en 2014 dans les offres les moins onéreuses et à l'élargissement des zones d'appels illimités vers l'international. L'augmentation des prix en 2013 est principalement due à l'augmentation des tarifs de l'abonnement téléphonique RTC en avril 2013.

Les services fixes avec accès à internet en haut et très haut débit

Le prix des services fixes incluant un accès à internet en haut et très haut débit diminue, en moyenne annuelle, de 2,7 % en 2014, alors qu'il avait augmenté de 2,7 % en 2013. La baisse de prix en 2014 résulte principalement de l'inclusion de plus en plus systématique d'une composante d'appels illimités vers les mobiles dans les offres les moins onéreuses. Les évolutions observées en 2013 et 2014 se compensent : l'indice des prix des offres avec accès à internet est pratiquement stable sur la période (-0,2 %).

Segmentation des offres avec accès à internet (haut et très haut débit) en Double et Triple Play

Concernant les offres « Triple Play », c'est-à-dire ici les offres offrant un accès à internet associé à la téléphonie sur large bande et une composante audiovisuelle¹, les prix diminuent de 3,0 % en 2014 alors qu'ils avaient augmenté de 2,9 % en 2013. Au global, les prix sont quasiment stables entre 2012 et 2014 (-0,1 %).

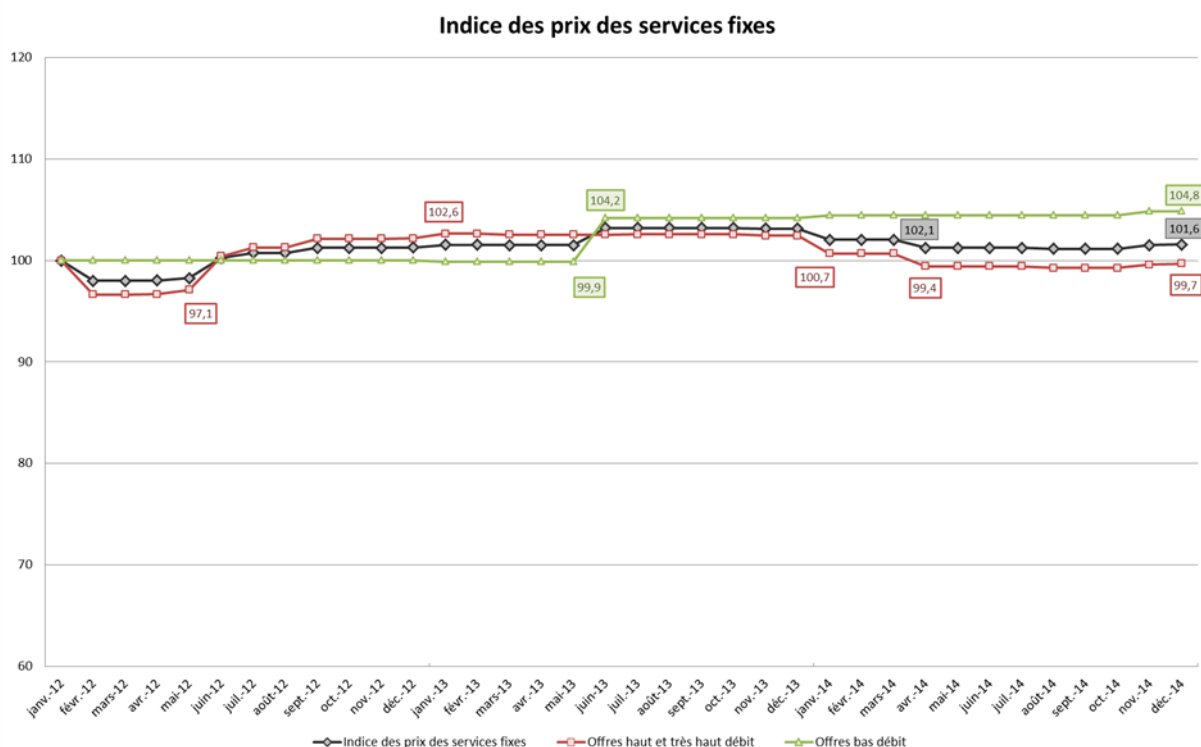
Les prix des offres « Double Play » (offrant un accès à internet et la téléphonie sur large bande) diminuent de 2,5 % en moyenne annuelle en 2014, alors qu'ils avaient augmenté de 2,0 % en 2013 par rapport à 2012.

Pour les deux catégories, les causes des évolutions sont similaires : les prix diminuent en 2014 par le fait de l'inclusion des appels illimités vers les mobiles dans les offres les moins onéreuses, et de quelques évolutions de tarifs à la baisse pour contenu identique.

Les services fixes en bas débit

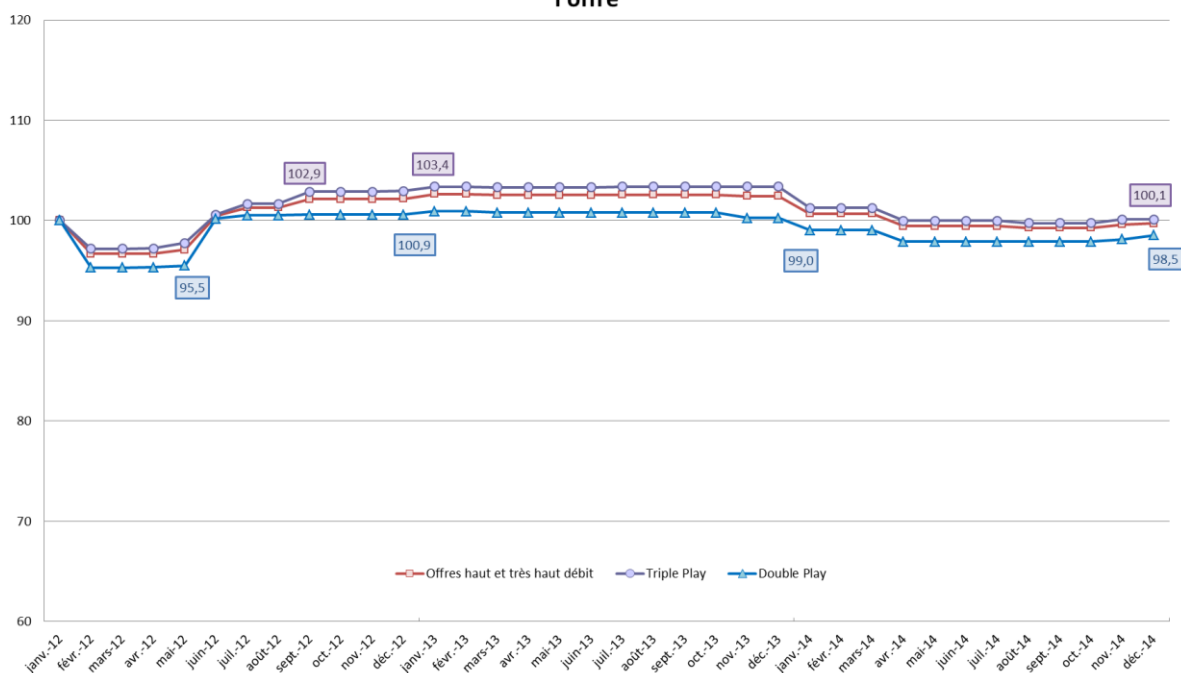
Les prix des services fixes en bas débit, accès seul à internet et téléphonie RTC, ont augmenté en moyennes annuelles de 2,4 % en 2013 et de 2,1 % en 2014, soit +4,5 % sur l'ensemble de la période. L'augmentation est due exclusivement à celle des profils de téléphonie RTC : l'indice des prix de l'internet bas débit (<128 kbit/s) ne subit aucune évolution entre 2012 et 2014.

La hausse des prix des offres RTC est due aux évolutions du tarif de l'abonnement téléphonique. Ainsi, l'augmentation de 0,90 € en juin 2013 est à l'origine de la quasi-totalité des évolutions de l'indice des prix des services fixes en bas débit de 2012 à 2014.



¹ La présence d'une composante audiovisuelle incluse dans l'offre est un indicateur binaire qui s'entend comme la fourniture d'un service d'accès à la télévision par le FAI. Ne sont pas pris en compte par exemple le nombre de chaînes ou la qualité des services proposés.

Indice des prix des services fixes en haut et très haut débit selon les services inclus dans l'offre



Indice des prix en moyenne annuelle				
Base 100 en janvier 2012		2012	2013	2014
Ensemble	Indice	99,9	102,5	101,5
	Evolution		2,6%	-1,0%
Offres haut et très haut débit	Indice	99,9	102,6	99,7
	Evolution		2,7%	-2,7%
Triple Play	Indice	100,4	103,4	100,3
	Evolution		2,9%	-3,0%
Double Play	Indice	98,7	100,7	98,2
	Evolution		2,0%	-2,5%
Offres bas débit	Indice	100,0	102,4	104,5
	Evolution		2,4%	2,1%
Téléphonie RTC	Indice	100,0	102,4	104,6
	Evolution		2,4%	2,1%
Internet Bas Débit	Indice	100,0	100,0	100,0
	Evolution		0,0%	0,0%

INDICE DE DEPENSE MINIMALE 2012-2014

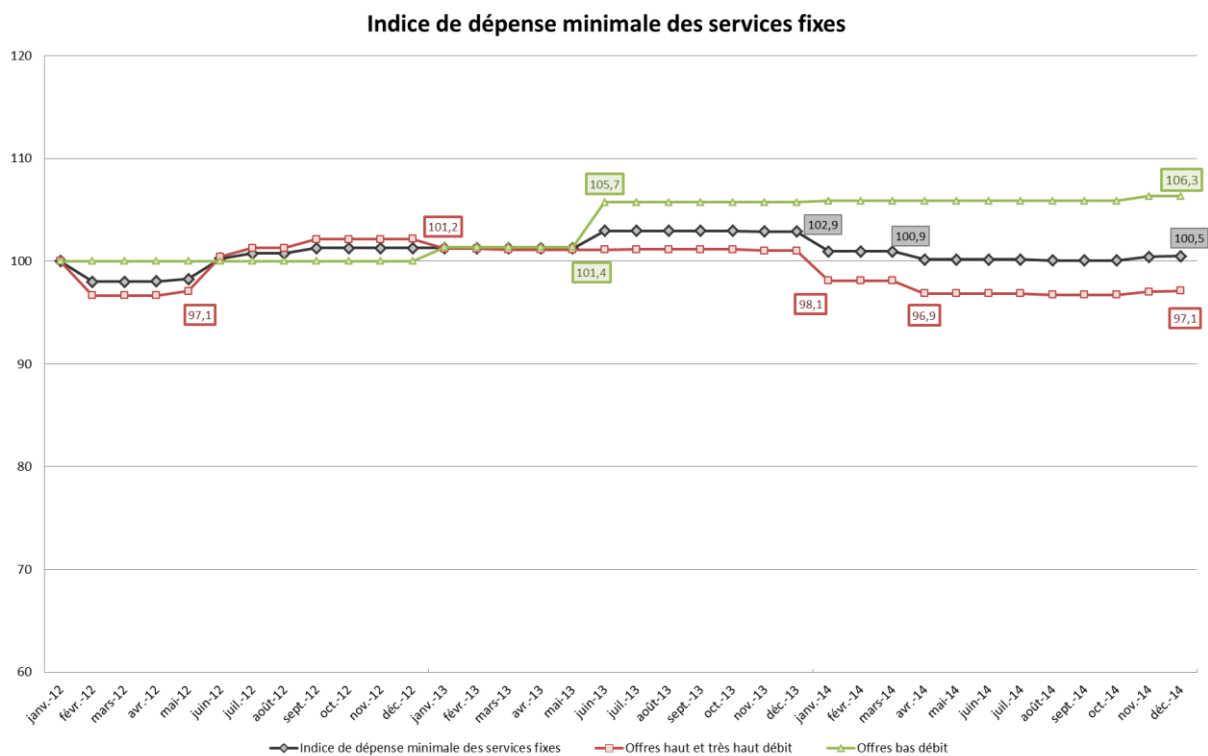
L'indice de dépense minimale reflète l'évolution de la facture théorique en euros courants et prend en compte à la fois les variations des volumes consommés et des prix.

Après une augmentation de 2,3 % en 2013, la dépense minimale des clients diminue de 1,8 % en 2014.

Pour les offres avec accès à internet en haut et très haut débit, la dépense minimale diminue de 3,9 % en 2014. Cette diminution est due à trois éléments : la prise en compte d'un nombre de plus en plus important de zones géographiques incluses dans l'illimité vers l'international ; l'inclusion plus large d'une composante d'appels vers les mobiles dans les offres les moins onéreuses en 2014 ; une

baisse des volumes consommés vers les mobiles par les profils qui n'ont pas de composante d'appels illimités¹.

Concernant les offres bas débit, la dépense minimale augmente de 1,9% en 2014 après avoir déjà augmenté de 3,9 % en 2013. Ces évolutions proviennent quasi exclusivement des augmentations tarifaires de l'abonnement téléphonique, les volumes de communications vocales restant relativement stables entre 2012 et 2014.



Indice de dépense minimale en moyenne annuelle				
Base 100 en janvier 2012		2012	2013	2014
Ensemble	Indice	99,9	102,2	100,4
	Evolution		2,3%	-1,8%
Offres haut et très haut débit	Indice	99,9	101,1	97,2
	Evolution		1,2%	-3,9%
Offres bas débit	Indice	100,0	103,9	106,0
	Evolution		3,9%	1,9%

¹ Cette diminution peut s'expliquer par un déversement d'une partie des appels depuis les postes fixes et à destination des téléphones mobiles vers des appels depuis un terminal mobile, du fait notamment du développement, par les opérateurs mobiles, d'offres avec abondance de communications vocales.