



**Réponse Orange France à la consultation publique de l'ARCEP
relative à l'analyse du marché de gros de la terminaison d'appel
vocal sur les réseaux mobiles en métropole**

24 juillet 2007 – 14 septembre 2007



PRÉAMBULE

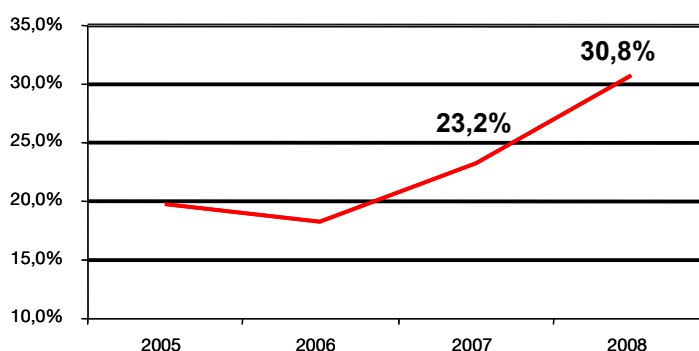
Orange France saisit l'opportunité qui lui est faite de répondre aux consultations publiques de l'ARCEP relatives aux projets de régulation des prestations de terminaisons d'appel vocal mobile en métropole et outre-mer pour 2008-2010 pour marquer sa forte préoccupation.

* * *

Orange s'inquiète particulièrement du choix du régulateur français d'augmenter fortement l'asymétrie en métropole au bénéfice de Bouygues Telecom à hauteur de 30.8%, en contradiction avec les dernières recommandations de la Commission européenne et les décisions prises par la majorité de ses homologues (Royaume-Uni, Espagne, etc.) ; la décision soumise à consultation, imprévisible, contrevient aux principes essentiels d'harmonisation et de sécurité juridique que l'Autorité promeut par ailleurs avec raison.

Si ce projet était adopté en l'état, l'ARCEP aurait presque doublé l'asymétrie en deux ans la faisant passer de 18.3% en 2006 à plus de 30% en 2008. Le régulateur espagnol avec une structure de marché comparable à celle de la métropole, Orange ayant une part de marché similaire à celle de Bouygues Telecom, a décidé de supprimer dès 2009 le différentiel de tarif entre les opérateurs qui était de l'ordre de 10% en 2006. Les autres régulateurs comme la CMT en Espagne ayant adopté une approche de convergence des tarifs de terminaison d'appel mobile, il convient de s'interroger sur le silence de l'ARCEP pourtant expressément invitée à présenter ses commentaires en application de l'article 7(5) de la Directive cadre.

Évolution de l'asymétrie entre Bouygues Telecom et Orange France



Dans les faits, ni la situation actuelle du troisième opérateur sur le marché ni les raisonnements économiques erronés sur lesquels s'appuie le projet de décision ne permettent d'établir valablement les fondements d'une telle inéquité.

* *

Pour justifier l'augmentation de l'asymétrie, l'ARCEP recourt à deux raisonnements économiques également erronés

Le premier porte sur l'impossibilité supposée pour Bouygues Telecom de répliquer les offres on-net de ses deux concurrents mobiles, le conduisant à lancer des offres illimitées vers tous réseaux, génératrices de déséquilibre de trafic.

Or, le tableau présenté par l'ARCEP elle-même dans son projet de décision page 43 montre que ce déséquilibre est d'abord le fruit d'un choix délibéré de Bouygues Telecom de se différencier en recentrant sa politique Marketing produit sur une offre plus haut de gamme, avec le développement de NEO. En effet, les familles avec deux ou trois mobiles ou plus étant respectivement mono-opérateur à plus de 68 et 55%, Bouygues Telecom pouvait tout à fait lancer économiquement une offre avec 3 numéros mobiles; soit avec 3 on-net, soit avec 2 on-net et un tous opérateurs ; les offres illimitées 3 numéros étant l'essentiel des offres on-net d'Orange et de SFR.

Ce n'est donc pas parce que Bouygues Telecom ne pouvait pas répliquer ces offres mais parce qu'il souhaitait se différencier avec une offre plus haut de gamme, qu'il a lancé son offre illimitée vers tous réseaux.

Loin d'être pénalisé, Bouygues Telecom a vu au contraire son positionnement stratégique orienté vers les clients à plus forte valeur salué par la communauté financière et la croissance de son cours de bourse. De plus, selon l'opérateur, le revenu moyen généré par un client NEO serait de l'ordre de 77€¹. Dans ces conditions, le surcoût dû aux dépenses accrues est de très loin compensé par la croissance du chiffre d'affaires puisque le taux d'EBITDA a fortement progressé au 1^{er} semestre 2007 (+18% par rapport à 2006). La décision du régulateur français de poursuivre comme en 2007 dans la voie de l'asymétrie, a été perçue par la presse économique comme une opération particulièrement gagnante pour Bouygues Telecom en termes d'accompagnement de cette stratégie commerciale, là où les analystes financiers attendaient au contraire un rééquilibrage des prix de terminaison d'appel sur le marché. Le développement de son offre NEO pour attirer les plus gros consommateurs a ainsi permis à Bouygues Telecom d'afficher une croissance de son résultat opérationnel (+48%), de son chiffre d'affaires (+5%) sur le 1^{er} semestre 2007 alors que ses concurrents connaissaient dans le même temps une stagnation de leur activité.

Dès lors, il apparaît d'autant plus paradoxal que ce succès commercial, obtenu au détriment d'Orange et de SFR, soit récompensé par l'ARCEP à travers une subvention de Bouygues Telecom par ses concurrents mobiles et par les opérateurs fixes et indirectement par les plus petits consommateurs.

¹ Cf. Annexe 1 : Les Échos du 07/09/2006

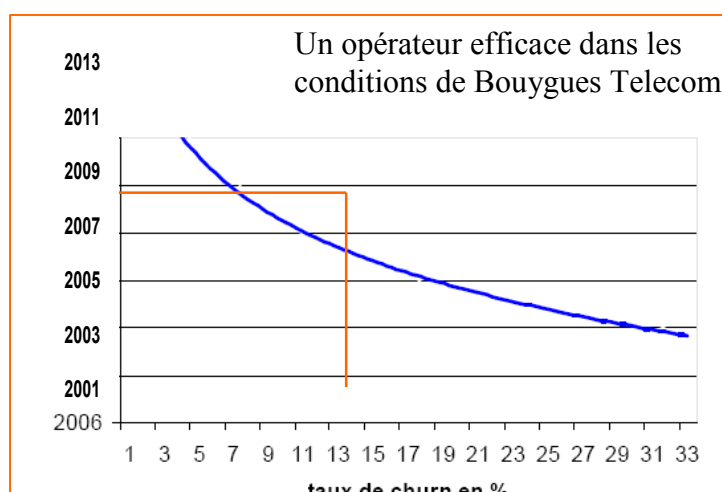
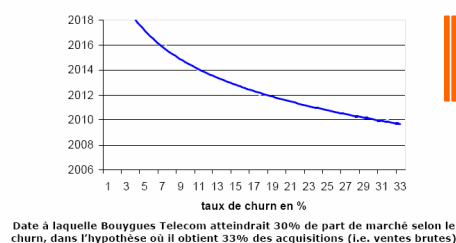
Le second raisonnement tente de modéliser les effets des déséquilibres de marché exogènes qu'aurait subis Bouygues Telecom du fait de son entrée plus tardive sur le marché et d'une allocation initiale de fréquence dans la bande 1800MHz.

Rappelons que Bouygues Telecom a démarré ses opérations dès 1994, soit il y a déjà 13 ans et seulement 3 ans après Orange et SFR et qu'il a pu disposer de fréquences 900MHz dès 1999.

Même à supposer que l'approche retenue par l'ARCEP soit fondée, le raisonnement est quant-à lui biaisé et une analyse rigoureuse aurait dû la conduire à conclure à une convergence des terminaisons d'appel des trois opérateurs de réseau mobile dès 2008.

L'ARCEP a modélisé le temps qu'il faudrait pour qu'un opérateur efficace présumé avoir un tiers des ventes brutes atteigne 30% du marché français, partant de la situation actuelle de Bouygues Telecom et faisant varier le taux de *churn*, l'asymétrie ne se justifiant plus dans un marché iso réparti.

En fonction de l'augmentation du taux de *Churn*, sous l'effet par exemple de la portabilité, la part de marché de 30% serait atteinte entre 2010 (*Churn* à 30%) et 2013 (*Churn* actuel à 14%). L'ARCEP en déduit que l'asymétrie ne saurait donc dépasser 2013. Or, il est bien évident qu'il n'y a aucune raison de faire ce raisonnement à partir de 2007 seulement et de ne pas le faire de manière rétroactive. En se plaçant en 2002, date à laquelle Bouygues Telecom, disposait de fréquences et d'une couverture comparable à celle de Orange et de SFR et où le marché était encore en très forte croissance avec un *churn* plus élevé (supérieur à 20%), le même raisonnement avec les chiffres de l'époque démontre qu'un opérateur efficace aurait atteint 30% de part de marché avant 2007.



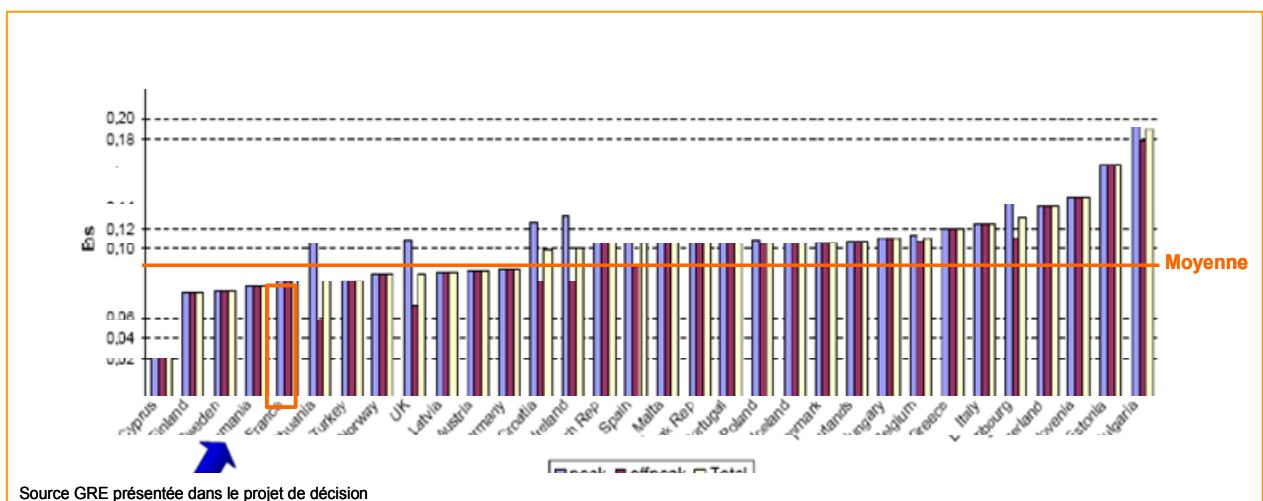
A partir du raisonnement de l'ARCEP, il apparaît qu'un opérateur efficace dans les conditions de Bouygues Telecom pouvait atteindre les 30% de part de marché et donc qu'aucune asymétrie, et à fortiori une augmentation de cette asymétrie, n'est justifiée en 2008.

De manière générale, c'est également l'analyse de la Commission européenne qui considère que l'asymétrie ne doit pas perdurer trop longtemps.

Il est également étonnant de constater que le raisonnement appliqué à Bouygues Telecom en matière d'asymétrie ne prévaut nullement dans les DOM pour des acteurs comme Orange Réunion, avec une part de marché pourtant comparable. Dans ces territoires marqués par des spécificités géographiques (insularité, conditions cycloniques, etc) entraînant des surcoûts le régulateur envisage bien de diminuer l'asymétrie existante entre les opérateurs à l'horizon 2010. Le fait que l'ARCEP n'ait pas appliqué à Orange à La Réunion le même raisonnement qu'elle a déroulé pour justifier l'asymétrie en métropole au bénéfice de Bouygues Telecom accrédite l'idée qu'il s'agit d'une décision biaisée, sans fondement économique, au bénéfice d'un seul acteur industriel.

* * *

Pour conclure, Orange rappelle que la décision de l'ARCEP dans la continuité du précédent « Price - cap » place la France au premier rang des pays d'Europe tant en termes de rythme de baisse que de niveau des terminaisons d'appel en métropole. Ce faisant, cette régulation pénalise doublement un opérateur comme Orange vis-à-vis des opérateurs mobiles étrangers des principaux marchés mobiles comme l'Allemagne, l'Espagne, l'Italie ou le Royaume-Uni, d'une part par le niveau plus faible des terminaisons d'appel et la durée plus courte de l'encadrement tarifaire imposé en France et, d'autre part, par le niveau d'asymétrie fixé à plus de 30% qui ne trouve pas d'équivalent ailleurs sauf pour des opérateurs 3G.



* * *

Pour l'ensemble des raisons exposées ci-dessus, Orange estime que le projet de décision de l'Autorité est contraire aux recommandations de la Commission européenne et s'éloigne dangereusement des décisions prises par les autres régulateurs en Europe. L'augmentation de l'asymétrie repose sur des raisonnements économiques erronés s'agissant en particulier de la situation de Bouygues Telecom sur le marché. Une régulation qui semble avoir pour finalité principale de récompenser la stratégie commerciale d'un opérateur mobile particulier à travers le subventionnement de ce dernier par les autres acteurs mobiles et fixes du marché n'apporte ni un signal d'efficacité au marché ni les conditions de développement d'une concurrence loyale au bénéfice de l'ensemble des consommateurs.

* * *

A titre subsidiaire, Orange s'étonne que ces projets de décision soient le véhicule pour introduire de nouveaux concepts méthodologiques dans la mise en œuvre des remèdes sans aucune concertation avec les acteurs et sans qu'un bilan des principes actuels ou encore une analyse suffisamment prospective ne soient étayés.

En particulier, tant le changement de définition du périmètre de marché que l'opportunité d'un encadrement tarifaire sur la base des coûts incrémentaux ou encore fondé sur la capacité méritent débat et réflexions et certainement davantage que les quelques paragraphes lapidaires qui leurs sont consacrés.

Orange note ainsi l'élargissement de la définition du marché² laquelle est en contradiction avec les précédentes analyses de l'Autorité et rappelle que l'interconnexion est une prestation concernant deux opérateurs de réseau³. Cette nouvelle définition semble destinée à permettre l'inclusion de prestations offertes par les MVNO dans le périmètre de marché alors même que les MVNO ne terminent pas physiquement les appels. Toutefois, à supposer que l'on admette que la terminaison d'appel d'un MVNO soit incluse dans le périmètre du marché, il serait légitime que ces acteurs soient soumis à une obligation d'encadrement tarifaire ne leur permettant pas de proposer un tarif de

²L'Autorité mentionne à la page 22 du projet de décision présente la définition de la prestation de terminaison d'appel vers un n° mobile et indique que « la terminaison d'appel vocal mobile désigne les prestations d'acheminement d'appels fournies par un opérateur exploitant des numéros mobiles à un autre opérateur de réseau auquel il est interconnecté, afin de permettre à l'appelant de ce dernier de joindre ces numéros mobiles (aujourd'hui, l'ensemble des numéros de type 06AB) ».

³ Cf. partie 3.2 de la réponse de Orange France à la consultation publique relative à l'analyse du marché de gros de la terminaison d'appel vocal sur les réseaux mobiles, datant du 20 avril 2007.

terminaison d'appel supérieur à celui de l'opérateur de réseau hôte et cela afin d'éviter des distorsions de concurrence sur le marché de détail mobile.

De même, l'idée d'un rapprochement des outils de régulation sur les marchés fixes et mobiles doit être maniée avec précaution au regard des spécificités des marchés et des avantages et inconvénients qu'une telle évolution recouvrerait. Enfin, l'absence de clarté concernant la finalité et la nature précise des obligations de séparation comptable susceptible d'être imposées aux opérateurs mobiles est source de confusion. A la lecture du document, de nouvelles mesures sont évoquées qui vont dans le sens d'une régulation et d'un contrôle ex-ante des prix de détail, que rien ne justifie, s'agissant du marché mobile.

SOMMAIRE

I. UNE BAISSÉ ET UN NIVEAU DE TA POUR 2008-2009 TOUJOURS PLUS IMPORTANTS QUE DANS LA MAJORITÉ DES AUTRES PAYS D'EUROPE _____ 9

- 1. Analyse du GRE _____ 10
- 2. Orientation vers les coûts _____ 13
- 3. Impact d'une baisse du tarif de terminaison _____ 13
 - a. Sur le marché de détail fixe _____ 13
 - b. Sur le marché de détail mobile _____ 14
 - c. Sur le secteur de la téléphonie mobile (impact sur la croissance) _____ 15
- 4. La nécessité d'une harmonisation des référentiels de coûts au niveau Européen 16

II. UNE FORTE AUGMENTATION DE L'ASYMÉTRIE AU BÉNÉFICE LA STRATÉGIE COMMERCIALE D'UN ACTEUR MOBILE PARTICULIER _____ 17

- 1. Situation actuelle _____ 17
 - a. Position de la commission sur l'asymétrie _____ 17
 - b. Une situation favorable à Bouygues _____ 17
- 2. Allocation des fréquences _____ 20
- 3. Fluidité du marché _____ 22
 - a. Situation du marché de la téléphonie mobile _____ 22
 - b. Impact sur l'efficacité de l'opérateur _____ 22
- 4. Situation concurrentielle _____ 23
 - a. Neo : un positionnement résolument haut de marché. _____ 24
 - b. Des offres alternatives attractives pour le consommateur _____ 25
 - c. Neo, une offre rentable et un outil de conquête clients à plus forte valeur _____ 27
- 5. Comparaison par rapport aux DOM _____ 28

CONCLUSION _____ 30

I. Une baisse et un niveau de TA pour 2008-2009 toujours plus importants que dans la majorité des autres pays d'Europe

Orange France a pris connaissance avec intérêt du projet de décision de l'ARCEP, soumis à consultation, relatif à l'analyse du marché de gros de la terminaison d'appel vocal sur les réseaux mobiles en métropole. Ce document vient compléter l'analyse de marché faite au mois d'avril dernier en y apportant des précisions sur l'encadrement tarifaire et notamment sur les niveaux de terminaison d'appel qu'elle souhaite imposer aux opérateurs métropolitains.

Ces niveaux de terminaison ont été fixés par l'Autorité, au regard des référentiels de coûts dont elle dispose, à savoir :

- les états de comptabilisation des coûts et revenus audités, établis par les opérateurs métropolitains sur la base du référentiel de comptabilité réglementaire spécifié par l'ARCEP ;
- l'analyse comparative des niveaux de terminaison pratiqués en Europe publiée par le Groupe des Régulateurs Européens (GRE) ;
- la modélisation technico-économique des coûts de réseau d'un opérateur mobile métropolitain.

Orange France se félicite que l'Autorité ait tenu compte de l'ensemble de ces référentiels et plus particulièrement de la référence européenne, et cela malgré les réserves émises par certains acteurs du marché sur sa pertinence.

En effet, la prise en compte du contexte européen du marché de gros de la terminaison d'appel vocale mobile dans lequel évoluent les opérateurs français dans la fixation des niveaux de TA français permet d'éviter la fragmentation de ce marché à travers des décisions de mise en œuvre de régulation hétérogènes. Ainsi, l'ARCEP considère, à juste titre que *« des régulations trop divergentes à l'échelle européenne sur la terminaison d'appel seraient de nature à introduire des déséquilibres entre opérateurs européens, ce qui pourrait fausser les conditions de développement d'opérateurs paneuropéens »*. Toutefois, à la connaissance d'Orange, l'ARCEP n'a fait aucun commentaire sur les décisions des autres régulateurs, comme pourtant l'y invite les textes européens.

De plus, l'hétérogénéité des résultats fournis par ces trois référentiels de coûts a permis de mettre en évidence d'importantes différences notamment sur la méthodologie utilisée par les régulateurs européens pour la définition des références pertinentes de coûts et de leurs comptabilisations. Ce constat conduit l'Autorité à *« promouvoir au plus vite la voie de l'harmonisation européenne »*. Orange France souscrit à cette analyse et considère à l'instar de l'Autorité, que cette harmonisation ne peut être initiée qu'au niveau européen sous le contrôle du Groupe des Régulateurs Européen, lequel réunit les autorités nationales de régulation et la Commission européenne.

Dans ces conditions, et compte tenu à la fois du rythme et du niveau de baisse imposé en France, Orange France s'étonne que l'ARCEP continue d'engager sur le marché français une politique volontariste d'abaissement des TA mobiles. Même si l'Autorité envisage d'en ralentir le rythme, il n'en reste pas moins qu'elle propose d'appliquer une baisse de 13% de la TA de Orange France et de SFR et de 8% de la TA de Bouygues Telecom qui accentuera l'écart de la France vis-à-vis de ses partenaires européens. D'après le graphique de la page 78 du projet de décision, cet écart devrait atteindre 25% et 39% respectivement avec le Royaume-Uni et l'Espagne au 1^{er} janvier 2008.

Par ailleurs, l'Autorité précise que l'analyse prospective de certaines décisions européennes montre qu'aucun des grands pays d'Europe, comparables à la France, n'a annoncé de niveaux inférieurs à 7c€/min, même si certains ont déjà pris des décisions pour des horizons temporels longs, comme celui choisi par l'OFCOM (Royaume-Uni allant jusqu'en 2011).

Dans ces conditions et au regard du niveau plus bas en France que dans les autres grands pays européens de la TA, Orange estime que la réduction à 18 mois de la période d'application du contrôle tarifaire préconisé dans le cadre du présent projet de décision rajoute un facteur d'insécurité notamment eu égard au principe d'harmonisation européenne.

1. Analyse du GRE

Orange France constate que l'ARCEP prévoit de poursuivre la baisse du niveau de TA pour 2008-2009 et ne semble pas prendre en considération les faits suivants :

- Depuis juin 2006, le niveau de TA en France est le plus faible parmi les grands pays européens, constat renouvelé en janvier 2007 ;
- le *benchmark* réalisé par le GRE montre une baisse du niveau de TA depuis 2004 plus rapide en France que dans le reste des pays européens ;
- d'autres régulateurs ont pris des décisions conduisant à une stabilisation des TA au-dessus du niveau envisagé par l'ARCEP pour Orange France et SFR

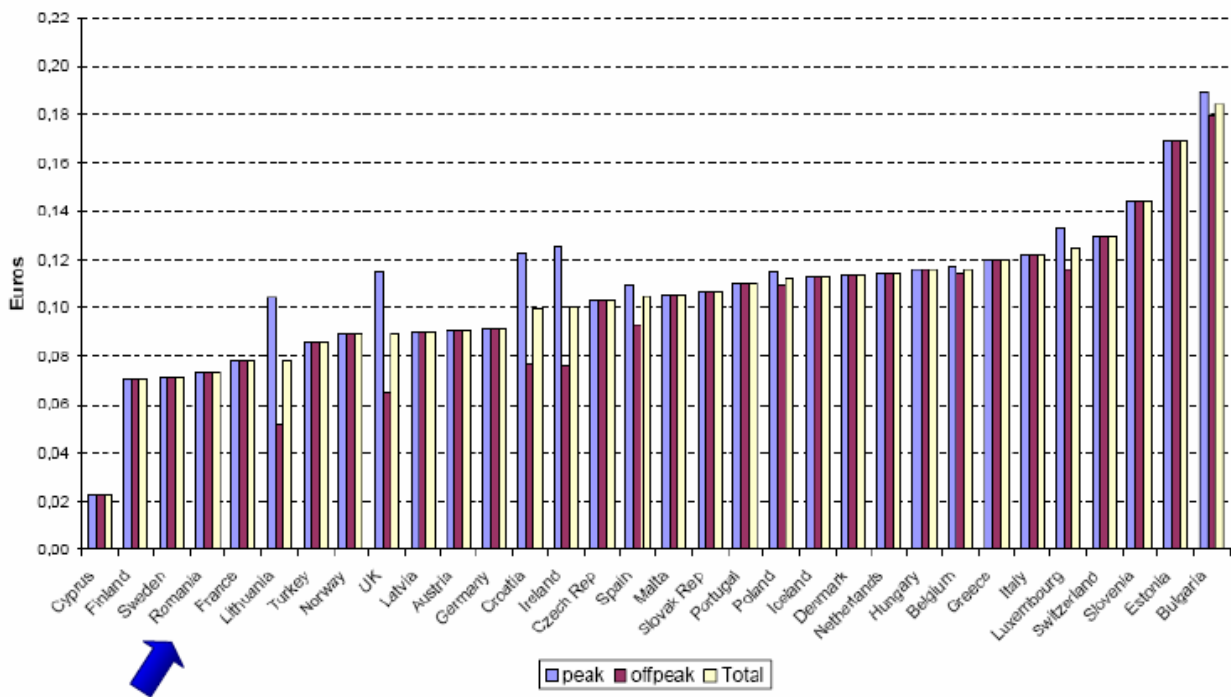
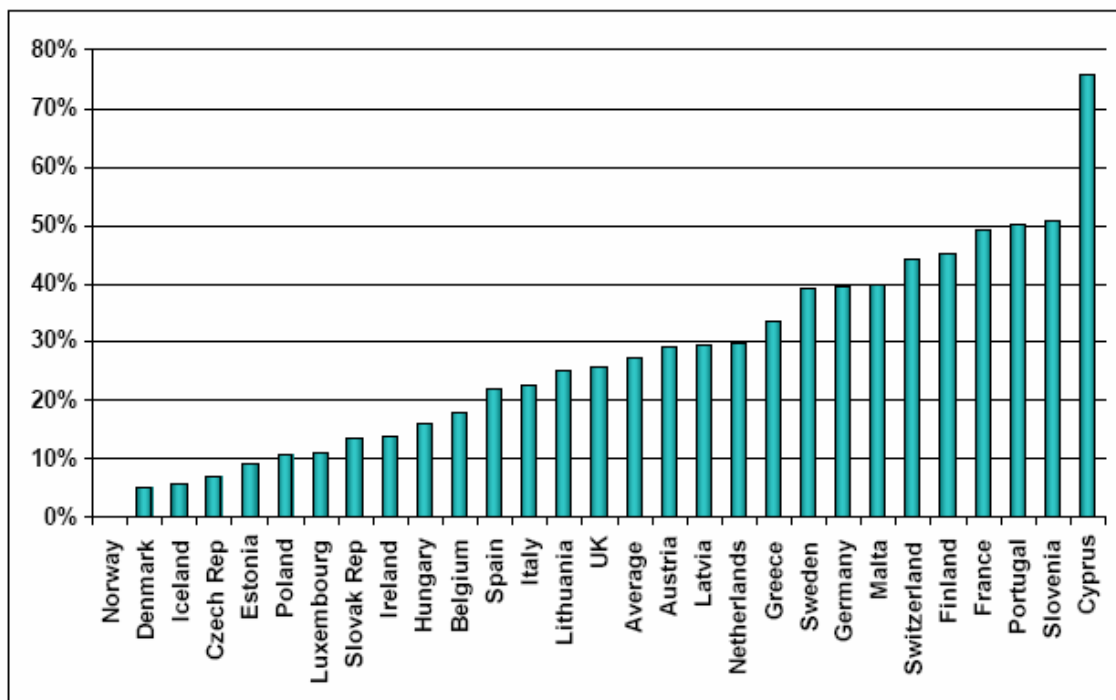


Figure 2. Baisses relatives imposées par les régulateurs européens entre 2004 et 2007



Source : GRE

En effet, l'analyse comparative des niveaux de terminaison d'appel appliqués en Europe place la France au 5^{ème} rang sur 32 pays. D'après cette analyse menée par le GRE, la France présente, au 1^{er} janvier 2007, une TA moyenne de 7,8 c€/min soit à plus de 50% en dessous du niveau moyen italien. Comparé aux plus grands pays d'Europe que sont le Royaume-Uni, l'Italie, l'Espagne ou l'Allemagne,

la France présente aujourd'hui le niveau de terminaison le plus bas. En effet, l'écart de TA moyenne est de 34% avec l'Espagne, 17% avec l'Allemagne et de 15% avec le Royaume-Uni.

Cette analyse est partagée aussi par l'Autorité quand elle rappelle dans son projet de décision que « *entre 2004 et 2007, l'analyse comparative des comparaisons internationales du GRE montre que la France a baissé très significativement ses terminaisons d'appel, que ce soit en pourcentage ou en valeur relative* » et que « *la France a baissé ses niveaux de terminaisons d'appel beaucoup plus significativement que les grands pays d'Europe comparables que sont le Royaume-Uni, l'Italie, l'Espagne ou l'Allemagne* ».

S'agissant des départements d'outre-mer, Orange France note que l'ARCEP poursuit sa politique de baisse drastique des niveaux de terminaisons en proposant une baisse de 50% sur la période 2008-2010. Orange France rappelle que le précédent « price cap » a engendré une baisse de 40%. Ainsi, à l'instar de ce qui s'est produit en métropole, les opérateurs des DOM subiront en six ans une baisse très significative de leur TA de près de 75%.

En effet, l'Autorité juge les niveaux actuels trop élevés au regard, d'une part des coûts historiques de Orange Caraïbe et SRR, et des niveaux de prix européens d'autre part.

Orange France note à cet égard, que le niveau de terminaison actuel appliqué par SRR est à 9% au dessus de la moyenne européenne⁴ (l'écart est de 13% avec Orange Caraïbe).

Compte tenu des surcoûts liés à l'éloignement et à l'insularité de ces départements, Orange considère que ces niveaux sont tout à fait satisfaisants. Il est à noter que la structure du marché des DOM est totalement différente de celle du marché européen, métropole compris. Ceci est vrai pour ce qui est de la taille du marché, des habitudes de consommations et comportement clients spécifiques aux îles. L'Autorité a elle-même identifié des marchés pertinents spécifiques distincts de celui de la métropole.

Les niveaux proposés par l'Autorité à horizon 2010 sont disproportionnés au regard des objectifs poursuivis. Orange France s'inquiète à l'idée qu'en 2009 les niveaux de TA des opérateurs leaders dans les DOM soient du même ordre de grandeur que celui de Bouygues Telecom et rappelle que les opérateurs des DOM supportent des coûts supplémentaires par rapport aux opérateurs métropolitains. Ces coûts liés à l'acheminement du matériel, aux risques sismiques et cycloniques, aux salaires et prestations ainsi que des surcoûts sur les postes de transmission, de commutation et d'exploitation dans le cadre de la sécurisation de leurs réseaux ; ces différences de coût, identiques quel que soit le département considéré, ont d'ailleurs été reconnues par l'Autorité dans le cadre de ses précédentes décisions relatives à la terminaison d'appel des opérateurs mobiles des DOM.

Orange France considère que l'analyse de l'ARCEP doit prendre en considération les spécificités de ces zones et évaluer l'impact que de telles baisses pourraient avoir sur le marché de détail mais aussi sur le secteur.

⁴ TA moyenne européenne de 11,4 c€/min à octobre 2006

2. Orientation vers les coûts

L'Autorité rappelle dans son projet de décision (page 73) qu' « *au regard du référentiel de coûts national, des objectifs assignés et des problèmes concurrentiels identifiés (cf. Chapitre 4), une baisse significative des niveaux de terminaison d'appel au niveau des coûts des opérateurs serait la solution privilégiée en première approche par l'Autorité* ». Elle appuie cette analyse par les commentaires du Conseil de la concurrence au sujet de l'orientation vers les coûts.

Dans le même temps, Orange France rappelle la remarque du Conseil au sujet du « *rôle joué par les terminaisons d'appel dans l'équilibre économique d'un marché biface comme celui de la téléphonie mobile et notamment sur les liens entre, d'une part, le niveau des terminaisons d'appel et l'intensité de la concurrence sur la subvention des terminaux, d'autre part le prix des abonnements et celui des communications. L'analyse des incitations des opérateurs par la littérature économique récente montre qu'il existe des cas dans lesquels une terminaison d'appel trop faible réduit la concurrence sur les marchés de détail (cf. Gans et King, 2001)* ».

Orange France regrette que l'Autorité n'approfondisse pas l'impact qu'aurait une forte baisse des terminaisons d'appel sur le marché de détail mobile ; alors qu'elle soutient la thèse de la diminution des écarts entre les coûts de terminaison fixe et mobile sans aucune analyse économique préalable. Comme mentionné précédemment, il convient en particulier de mener une analyse sur l'impact des niveaux de TA sur les prix des offres d'entrée de gamme, ciblant les plus petits consommateurs.

3. Impact d'une baisse du tarif de terminaison

a. *Sur le marché de détail fixe*

Tout au long de son document d'analyse, l'ARCEP évoque l'intérêt qu'une baisse des tarifs de terminaisons pourrait avoir pour le consommateur final.

En effet, l'Autorité rappelle, que lors des précédents cycles de régulations, les opérateurs fixes (plus particulièrement France Télécom), ont répercuté la baisse des tarifs de gros sur les tarifs de détail. Elle indique qu'« *en application de l'encadrement tarifaire pluriannuel de l'offre de communication de service universel, France Télécom est dans l'obligation de transmettre l'intégralité du bénéfice des baisses de terminaison d'appel mobile à ses clients mais pas exclusivement via des baisses des tarifs des appels vers les numéros mobiles mais aussi via des baisses des appels vers les numéros fixes* ».

Orange France tient à préciser que ces répercussions ne concernent que les appels au départ des accès RTC ; les appels en voix sur IP, lesquels sont en forte augmentation, ne semblent pas en bénéficier : « *S'agissant de la clientèle résidentielle au départ des accès voix sur large bande, l'analyse des répercussions est plus complexe. En effet, on remarque que par le passé, la répercussion des baisses de terminaison d'appel sur les tarifs de détail des appels fixe vers mobile a été assez faible* ».

Pour les opérateurs alternatifs, fournisseurs de services de téléphonie IP, les appels « fixe vers mobile » constituent un revenu significatif. Les marges réalisées sur les appels « fixes vers mobiles » contribuent fortement aux résultats des opérateurs alternatifs fixes. Lors de l'audition devant le Collège de l'Autorité le 5 juin dernier, Orange France avait estimé que la marge sur les appels fixe à mobile contribuait à hauteur de 20% de l'EBITDA pour certains opérateurs fixes.

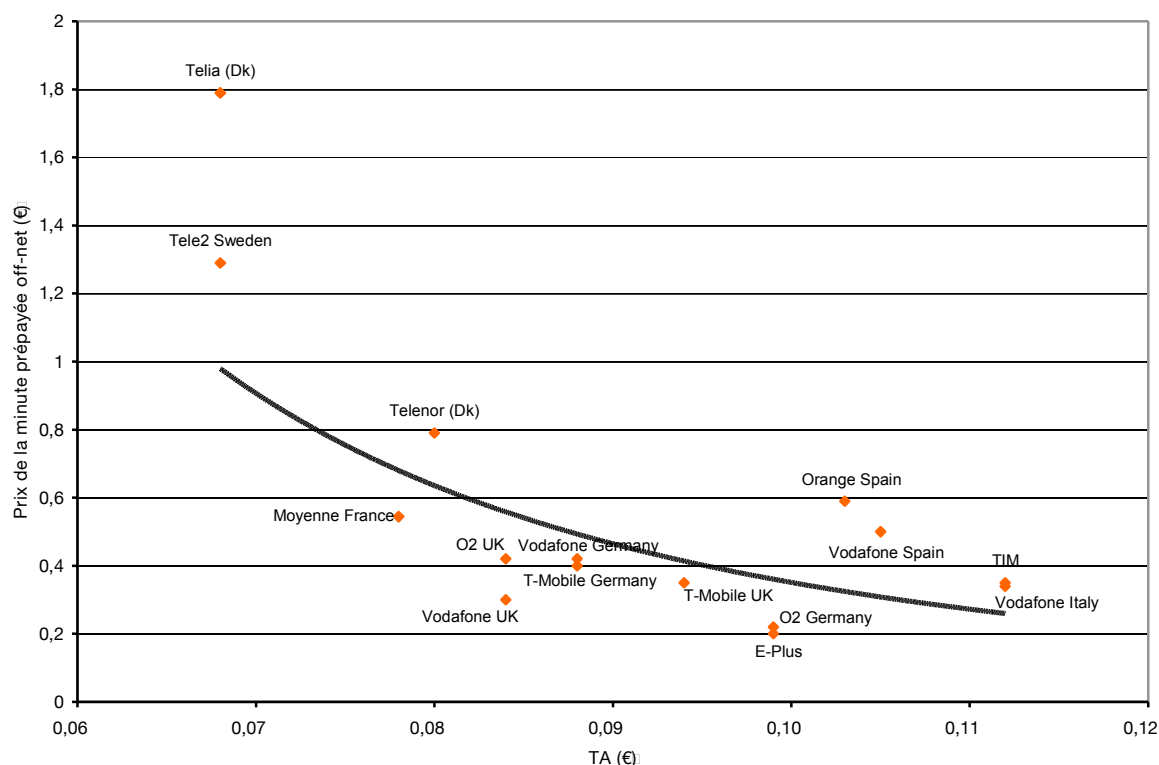
Figure 3. Évaluation du poids de la marge des appels “fixe vers mobile” sur la marge globale des opérateurs fixes [Secret des Affaires]

b. Sur le marché de détail mobile

Orange France regrette que l'Autorité n'ait pas jugé pertinent d'effectuer une analyse approfondie des éventuels impacts de la baisse des TA sur le marché de détail mobile. En effet, même si le premier objectif de la régulation du marché de gros est la baisse des prix de détail des appels « fixe vers mobile », il convient d'effectuer un bilan des avantages et inconvénients de ces baisses au regard de l'impact des niveaux de TA sur les offres d'entrée de gamme.

Le graphique ci-dessous montre que les niveaux de TA peuvent avoir des impacts sur le positionnement des opérateurs sur le marché. On note par exemple que les opérateurs suédois et danois, dont les niveaux de TA parmi les plus faibles d'Europe, présentent les prix à la minute les plus élevés sur les offres prépayées.

Figure 4. Relation entre niveau de TA en 2007 et prix de la minute off-net prépayée.



Source : Orange France.

c. Sur le secteur de la téléphonie mobile (impact sur la croissance)

Orange France note que l'analyse de l'impact du contrôle tarifaire faite par l'ARCEP se limite à :

- 1- quantifier la perte financière résultant de la baisse de la TA et l'estimer à 110 M€ pour l'ensemble des opérateurs mobiles métropolitains.
- 2- déclarer que «les baisses envisagées sont plus limitées que celles décidées dans le précédent dispositif de price cap, lequel n'a pas eu de conséquences négatives notables pour aucun des opérateurs mobiles de métropole »

Au-delà de la simple quantification de la baisse, l'analyse d'impact financier doit prendre en compte l'effet cumulatif d'une obligation se rajoutant à d'autres. Ainsi, Orange France estime que les coûts liés aux obligations réglementaires seront pour 2007 de l'ordre de 400 M€ d'impact total sur le revenu dont 277 M€ liés à la baisse de la TA voix mobile (soit environ [Secret des Affaires]% du revenu), annulant ainsi sa croissance organique sur la période.

Figure 5. Coûts liés aux obligations réglementaires [secret des Affaires]

4. La nécessité d'une harmonisation des référentiels de coûts au niveau Européen

Orange France partage l'analyse de l'ARCEP au sujet de la nécessité d'harmoniser les référentiels de coûts au niveau Européen. Comme l'a rappelé la Commission européenne dans sa communication relative aux analyses de marché en Europe en date du 11 juillet 2007 : *«bien que la tarification en fonction des coûts, sous une forme ou une autre, soit prévue dans la plupart des États membres, d'importantes différences subsistent entre États membres en ce qui concerne les charges moyennes de terminaison mobile. Ces divergences peuvent s'expliquer partiellement par des différences de coûts, mais elles peuvent également être causées par des méthodes de fixation des prix différentes selon les ARN et par des calendriers différents pour la réduction des charges de terminaison mobile jusqu'au niveau des coûts d'un opérateur efficace. Les charges de terminaison élevées continuent donc à se traduire par des prix élevés, quoiqu'en baisse, pour les consommateurs d'un certain nombre d'États membres.»*

En effet, comme vu précédemment, l'hétérogénéité des référentiels de coûts utilisés par les régulateurs européens semble être une source de différences de niveaux tarifaires observés ; la fixation de ces niveaux est liée à la fois à la situation du marché et au référentiel utilisé.

Orange France note que le périmètre des coûts pertinents pris en compte dans le calcul de la TA diffère fortement d'un régulateur à un autre.

Ainsi, contrairement à l'ARCEP, le régulateur britannique considère que les coûts commerciaux sont pertinents dans l'évaluation des coûts de terminaison d'appel. Face à de telles différences, structurantes pour la définition des coûts de TA, Orange France estime qu'il est tout à fait pertinent, voire nécessaire, que les régulateurs européens partagent leurs points de vue et analyses sur l'ensemble des postes de coûts à prendre en compte et définissent ensemble un nouveau périmètre de coût pertinent harmonisé sur l'espace européen.

C'est pourquoi Orange France milite en faveur de l'harmonisation des méthodes de fixation des tarifs de terminaison d'appel au niveau européen.

II. Une forte augmentation de l'asymétrie au bénéfice la stratégie commerciale d'un acteur mobile particulier

1. Situation actuelle

a. *Position de la commission sur l'asymétrie*

Au sujet de l'asymétrie, la position de la Commission européenne est claire : *« les tarifs de terminaison devraient en principe être symétriques et que l'asymétrie, acceptable dans nombre de cas, doit être convenablement motivée⁵ »*.

Cependant, la Commission reconnaît que, *« dans certains cas exceptionnels, une asymétrie pourrait se justifier par des différences objectives de coûts dont l'opérateur concerné n'a pas la maîtrise. Les différences de coûts entre l'exploitation d'un réseau GSM900 et d'un réseau DCS180011 pourraient constituer des motifs valables ou aussi des différences significatives de date d'entrée sur le marché »* et précise que *« Le maintien d'un tarif de terminaison plus élevé ne serait pas justifié après une période suffisamment longue pour que l'opérateur s'adapte aux conditions de marché et devienne efficace; elle pourrait même décourager les petits opérateurs de chercher à accroître leur part de marché »*.

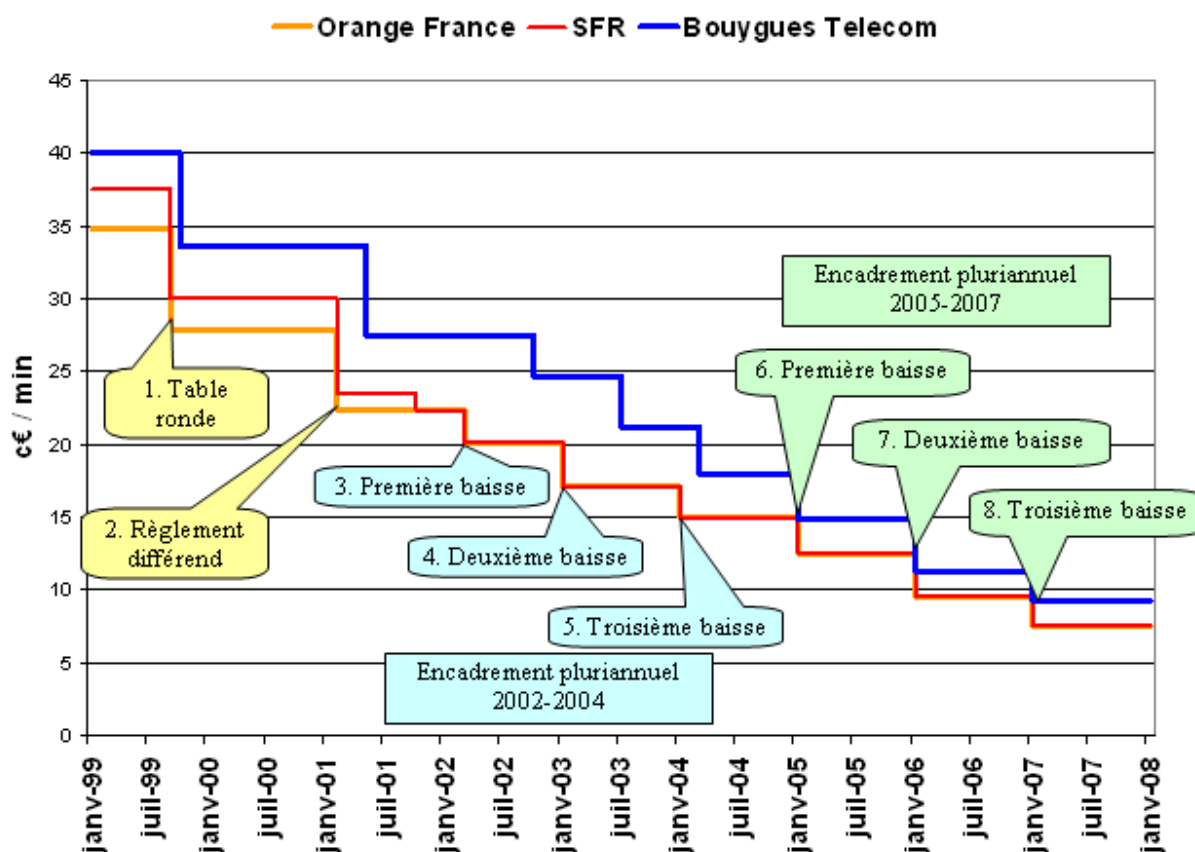
La Commission estime par ailleurs qu'il est *« nécessaire de veiller à ce que les asymétries ne demeurent pas trop longtemps et que les tarifs de terminaison mobile de chaque ORM devraient être réduits au niveau des coûts d'un opérateur efficace dès que possible »*.

b. *Une situation favorable à Bouygues*

Orange France tient à rappeler que Bouygues Telecom a toujours bénéficié d'un écart favorable entre son niveau de terminaison d'appel et celui des ses concurrents.

⁵ Commentaires de la Commission datant du 4 septembre 2006 relatif au projet de décision de l'ARCEP n° 06-779

Figure 6. Terminaison d'appel fixe vers mobile par opérateur (1999-2007)



Source : ARCEP

En effet, dans un premier temps, Bouygues Telecom a dans un premier temps été exclu du premier *price cap* et n'était donc pas soumis à l'obligation de baisse de TA. Par la suite cet opérateur a toujours bénéficié, de par sa position de dernier entrant, d'une asymétrie plus ou moins importante par rapport à ses concurrents.

Le tableau suivant montre que cette asymétrie a fortement évolué sur la période 2002-2008 et que, contrairement aux recommandations de la Commission, l'évolution récente ne va pas dans le sens d'une convergence des TA.

Tableau 1. Évolution des tarifs de terminaison d'appel vocal mobile (en c€/min)

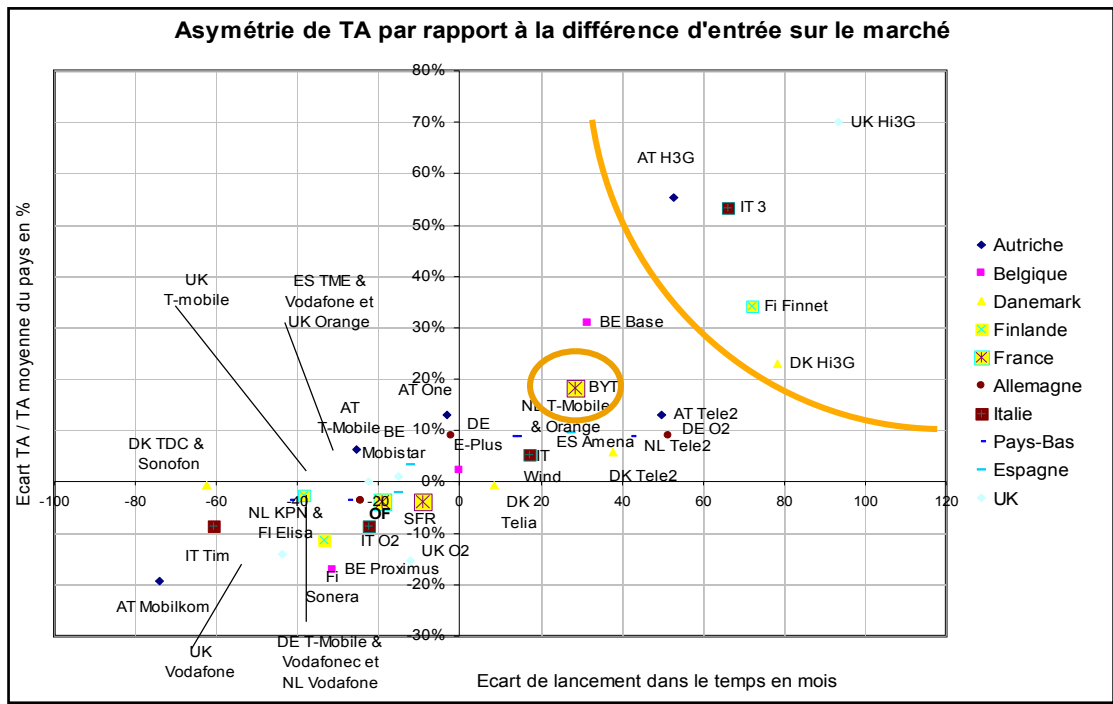
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
SFR/ Orange	20,12	17,07	14,94	12,5	9,5	7,5	6,5
Bouygues Télécom	27,49	24,67	17,89	14,79	11,24	9,24	8,5
écart	37%	45%	20%	18%	18%	23%	31%

Source : Orange France d'après données ARCEP.

Le graphique ci-dessous illustre les asymétries de TA relativement aux différences de date d'entrée sur le marché des opérateurs mobiles au sein de chaque pays. Les opérateurs se regroupent majoritairement autour de la TA moyenne, montrant une convergence des TA.

Le positionnement de Bouygues Telecom sur ce graphique montre, encore une fois, que ce dernier bénéficie, déjà en 2007, d'une situation favorable sur le plan européen. En effet, on peut noter que le positionnement de ce dernier sur l'axe vertical (celui présentant les écarts de TA) se rapproche plus de celui des opérateurs 3G, lancés sur le marché plus tardivement, dont les TA sont de façon cohérente, au-delà du nuage de points formés par les TA 2G-3G.

Figure 7. Asymétrie de TA par rapport à la date d'entrée sur le marché.



Source : Orange France.

De plus, Orange France rappelle que le régulateur espagnol avec une structure de marché comparable à celle de la métropole s'agissant des opérateurs GSM, (Orange Espagne ayant une part de marché similaire à celle de Bouygues Telecom en France), a décidé de supprimer dès 2009 le différentiel de tarif entre les opérateurs qui était de l'ordre de 10% en 2006.

Tableau 2. Évolution des tarifs de terminaison d'appel vocal mobile en Espagne (en c€/min)

PRECIOS REGULADOS DE TERMINACIÓN MÓVIL NACIONAL (céntimos de euro/minuto)						
	OCTUBRE 2006 - MARZO 2007	ABRIL 2007 - SEPTIEMBRE 2007	OCTUBRE 2007 - MARZO 2008	ABRIL 2008 - SEPTIEMBRE 2008	OCTUBRE 2008 - MARZO 2009	ABRIL 2009 - SEPTIEMBRE 2009
Movistar	11,14	10,31	9,48	8,66	7,83	7,00
Vodafone	11,35	10,48	9,61	8,74	7,87	7,00
Orange	12,13	11,10	10,08	9,05	8,03	7,00

Fuente: CMT

Source : CMT.

Il est d'ailleurs surprenant que l'Autorité qui semble avoir un raisonnement opposé à celui du régulateur espagnol n'ait fait aucune réserve à la décision de la CMT, alors que le cadre européen le lui permet et l'y invite.

2. Allocation des fréquences

La différence en termes d'allocation de fréquences, semble être un élément majeur pouvant justifier l'asymétrie tarifaire que l'ARCEP propose d'accentuer en 2008.

L'Autorité se base ainsi sur les commentaires⁶ de la Commission européenne, qui reconnaît que « *dans certains cas exceptionnels, une asymétrie pourrait se justifier par des différences de coûts dont l'opérateur concerné n'a pas la maîtrise. Les différences de coûts entre l'exploitation d'un réseau GSM900 et DCS1800 pourraient constituer des motifs valables* ».

Depuis 1994, Bouygues Telecom dispose d'une licence GSM lui autorisant l'utilisation de fréquences situées dans la bande 1800MHz, lui permettant l'exploitation d'un réseau mobile de type DCS 1800. C'est au début des années 90 que la norme de réseau concurrente du GSM, DCS 1800 (Digital cellular system, 1800 MHz), fondée sur le système cellulaire britannique, a été adaptée à l'architecture GSM dans le but d'augmenter les fréquences disponibles. Il est ainsi important de rappeler qu'à l'époque de l'attribution de la licence de Bouygues Telecom, cette technologie était innovante et présentait un certain nombre d'attraits.

Cependant, si cette technologie nécessite l'installation d'un plus grand nombre de stations de base, notamment dans les zones rurales, la taille réduite des cellules offre l'avantage d'une meilleure réutilisation des fréquences, ce qui conduit à une capacité d'abonnés plus élevée pour l'opérateur DCS 1800, plus adapté aux zones urbaines.

Par ailleurs et comme précisé par l'ARCEP, Bouygues Telecom bénéficie depuis juillet 2002 d'un accès comparable à ses concurrents aux fréquences GSM 900. En effet, à partir de 1998 une phase de réattribution des fréquences a été lancée par l'Autorité en collaboration avec les opérateurs métropolitains. C'est ainsi que Orange France et SFR ont échangé une partie de leurs fréquences 900 (plus précisément 24 canaux dans la bande 900 MHz) contre une partie des fréquences 1800 de Bouygues Telecom. Ainsi, Bouygues Telecom disposait de fréquences 900MHz avec une mise à disposition sur les zones moyennes denses et peu denses dès le 1^{er} janvier 1999.

L'ARCEP affirme qu'«*actuellement, il n'y a plus de différence significative entre les attributions de fréquences des trois opérateurs*». Orange France précise également que Bouygues Telecom a

⁶ Commentaire du 4 septembre 2006 au projet de décision 06-0779 de l'ARCEP

bénéficié des fréquences qui ont été libérées par le ministère de la Défense. Ces fréquences situées dans la bande E-GSM (50 canaux dans la partie inférieure de la bande GSM 900) sont très recherchées puisqu'elles offrent à celui qui les détient la possibilité de couvrir une zone plus large.

Par ailleurs l'analyse de la répartition actuelle des fréquences⁷ montre que :

- dans la bande 900MHz Bouygues Telecom dispose de beaucoup plus de canaux que ses concurrents SFR et Orange :
 - en zone rurale de 14,6 MHz soit 74 canaux contre 10 MHz soit 50 canaux pour SFR et Orange France
 - en zone urbaine de 9,8 MHz dans la bande E-GSM soit 50 canaux contre 12,4 MHz soit 62 canaux pour SFR et Orange France,
- dans la bande 1800 MHz : Bouygues Telecom dispose de 26,6 MHz soit 133 canaux sur l'ensemble du territoire contre 23,8 MHz soit 119 canaux pour OF et SFR

Ainsi, en zone rurale (zone la plus coûteuse en terme de déploiement), Bouygues Telecom dispose aujourd'hui de plus de fréquences 900 que ses concurrents. L'ARCEP semble omettre cet aspect qui procure à Bouygues Telecom un avantage concurrentiel certain par rapport à ses concurrents notamment en ce qui concerne le déploiement du réseau 3G.

De même l'Autorité semble négliger le fait que, cette dernière a pris déjà en compte la difficulté en termes de déploiement de réseau, associée aux fréquences DCS1800 ; en définissant des obligations de couvertures plus souples que celles de SFR et Orange. En effet, Bouygues Telecom disposait de plus de temps pour déployer un réseau pouvant couvrir 86% de la population.

En outre, il est pertinent d'analyser les positions prises par certains régulateurs européens à ce sujet. En effet, comme le montre le tableau ci-dessous, les régulateurs européens prennent en compte ce problème de fréquence en fixant des TA différenciées. Cependant, il semble que cette asymétrie est plus faible qu'en France et tend à se réduire.

Tableau 3. Tarifs de terminaisons d'appel vocal mobile en France, Allemagne et Royaume-Uni.

Pays	Opérateur	date de lancement	Fréquences	2007			2008		
				TA (c€/min)	moy pays	Delta TA incubent	TA (c€/min)	moy pays	Delta TA incubent
FRANCE	FR Orange	juin-92	900/1800	7,5	7,8043		6,5	6,8498	
FRANCE	FR SFR	avr.-93	900/1800	7,5	7,8043		6,5	6,8498	
FRANCE	FR BYT	mai-96	900/1800	9,24	7,8043	23%	8,5	6,8498	31%
GERMANY	DE T-Mobile	juil-92	900	8,78	9,1058				
GERMANY	DE Vodafone	juil-92	900	8,78	9,1058				
GERMANY	DE E-Plus	mai-94	1800	9,94	9,1058	13%			
GERMANY	DE O2	oct-98	1800	9,94	9,1058	13%			
United Kingdom	UK O2	juil-94	900/1800	8,28	9,7697	-1%	8,03	8,8864	0%
United Kingdom	UK Tmobile	sept-93	900/1800	9,77	9,7697	16%	8,76	8,8864	9%
United Kingdom	UK Orange	avr-94	1800	9,87	9,7697	17%	8,76	8,8864	9%
United Kingdom	UK Vodafone	déc-91	900/1800	8,41	9,7697		8,03	8,8864	
United Kingdom	UK Hutchinson 3G	mars-03	3G	16,62	9,7697	98%	12,41	8,8864	55%

Source : Orange France.

⁷ Source : Consultation publique sur l'introduction de l'UMTS dans les bandes de fréquences mobiles à 900 et à 1800 MHz en France métropolitaine (Mai 2007 – 4 juin 2007)

Enfin, en ce qui concerne le déficit d'image invoqué par l'ARCEP (cf. page 89) Orange France estime qu'il est du seul ressort de Bouygues Telecom. Ce dernier aurait pu le combler par les investissements en communication adéquats.

3. Fluidité du marché

a. Situation du marché de la téléphonie mobile

Parmi les justifications de l'asymétrie tarifaire, l'Autorité invoque le taux de post-payé en France, taux qui aurait réduit le taux de *churn* global du marché et empêché Bouygues Telecom d'augmenter sa part de marché. Orange France ne peut souscrire à cette analyse. Il convient en effet de rappeler que Bouygues Telecom est l'opérateur qui dispose, dans sa base de clients, de la plus grande proportion de clients post-payé et de la plus grande part de marché sur les clients à forte valeur.

Tableau 4. Poids du prépayé, des comptes bloqués et des forfaits dans les parcs d'Orange, de SFR et de Bouygues Telecom [Secret des Affaires]

Ainsi, Orange France tient à rappeler que, selon elle, la part de marché de Bouygues Telecom trouve sa cause dans des éléments endogènes et qu'à ce titre, la différence de part de marché entre Bouygues Telecom et Orange / SFR ne peut être invoquée pour justifier une asymétrie des terminaisons d'appel.

b. Impact sur l'efficacité de l'opérateur

Orange France tient à apporter des précisions au sujet des effets liés au délai d'entrée sur le marché et de la modélisation effectuée pour mesurer l'impact de la fluidité du marché sur la part de marché parc de Bouygues Telecom.

La modélisation réalisée par l'ARCEP ne prévoit la convergence de la part de marché de Bouygues Telecom vers ce que l'on peut supposer être sa « dotation concurrentielle » (30% selon l'ARCEP) en 2013 ou 2010 en fonction des taux de *churn* retenus. Or les hypothèses sous-jacentes à cette modélisation n'apparaissent pas pertinentes.

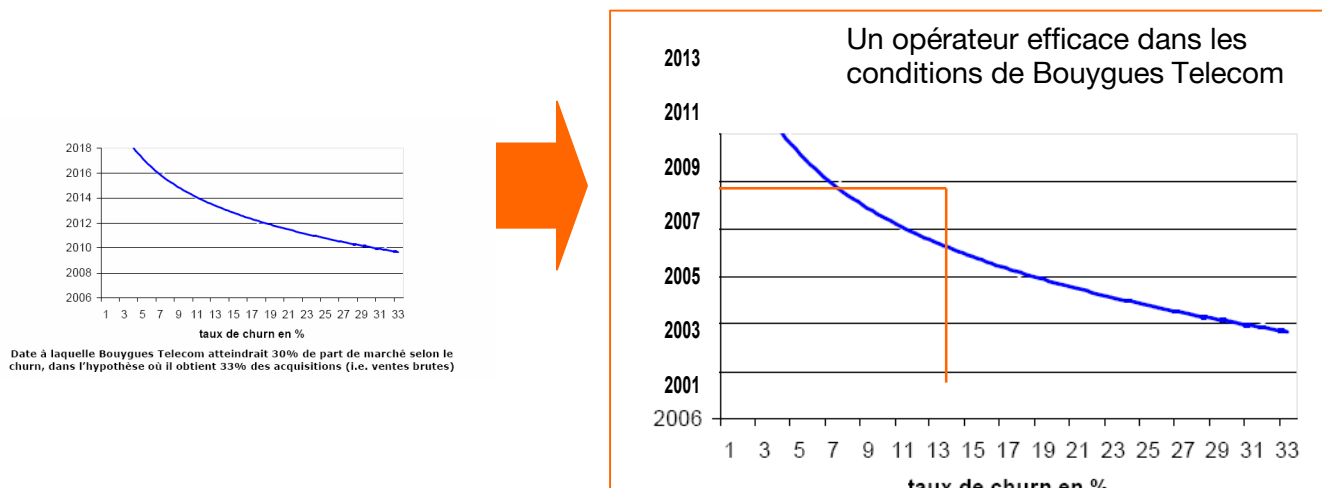
En effet :

- L'Autorité ne fait commencer sa modélisation qu'en 2006 alors que Bouygues Telecom disposait dès 2002 de fréquences et d'une couverture comparable à celles de SFR et d'Orange (cf. supra).
- Au 1^{er} janvier 2002 Bouygues Telecom disposait d'une part de marché de 17,9% et le taux de *churn* était sensiblement plus élevé (de l'ordre de 20% contre 14% en 2006).

De sorte que, en reprenant la modélisation de l'effet de la fluidité du marché sur les parts de marché de Bouygues Telecom à partir de 2002 et non de 2006 et en considérant un niveau de *churn* équivalent à celui retenu par l'ARCEP (14%), ce qui est conservateur puisque ce taux était supérieur à 20% en 2002, on peut raisonnablement penser qu'un opérateur supposé efficace aurait atteint les 30% de part de marché avant 2008.

En d'autres termes, une analyse menée sur la base d'un opérateur efficace aurait dû conduire à conclure à une convergence des terminaisons d'appel dès 2008. A l'inverse, la consultation de l'ARCEP envisage d'internaliser des causes manifestement endogènes à Bouygues Telecom et ce, en s'appuyant sur une modélisation dont les hypothèses et le matériau théorique sous-jacents ne sont ni présentés ni justifiés.

Figure 8. Date à laquelle Bouygues Telecom atteindrait 30% de part de marché selon le churn, dans l'hypothèse où il obtient 33% des acquisitions.



Source : Orange France d'après ARCEP.

L'Autorité défend l'idée selon laquelle les offres de type on-net lancées par Orange et SFR ne pourraient être répliquées de manière pertinente par un opérateur de plus petite taille. La seule solution pour un opérateur disposant d'un parc plus réduit consisterait alors à proposer des communications illimitées vers tous les opérateurs. L'ARCEP s'appuie notamment sur une étude Datanova, laquelle conclut à une hétérogénéité importante au sein des foyers en termes d'équipements mobiles.

Dans sa contribution, Bouygues Telecom présente des arguments similaires et soutient que sa seule possibilité de réplique consistait à « *opter pour une stratégie d'offre illimitée vers tous les opérateurs* » (p. 21), une stratégie qui représenterait selon l'opérateur « *un surcoût financier considérable [...], surcoût qui profite directement à ses concurrents, et ce malgré l'écart tarifaire proposé par l'ARCEP en faveur de Bouygues Telecom.* » (p. 22).

Orange France conteste l'analyse effectuée par l'ARCEP et Bouygues Telecom, à la fois sur les possibilités de réplique de ce dernier et sur les impacts financiers de son offre Neo lancée en 2006.

Il apparaît ainsi que :

- A la lecture du tableau présenté par l'ARCEP dans son projet de décision à la page 43, il semblerait qu'il était tout à fait possible pour Bouygues Telecom de lancer une offre avec 3 numéros mobiles illimités, soit avec 3 on net, soit avec 2 on net et un vers tous les opérateurs. En effet, les familles avec deux ou trois mobiles ou plus étant respectivement mono-opérateur à plus de 68 et 55%, Bouygues Telecom pouvait tout à fait lancer des offres comparables à celles de ses concurrents.
- Le lancement de l'offre Neo par Bouygues Telecom (offre illimitée « off-net ») résulte d'une politique stratégique de différenciation commerciale : cette offre cible le haut du marché, autrement dit les consommateurs à forte valeur particulièrement rentables.
- Si ce type d'offre ciblant le haut de marché (confirmé par Bouygues Telecom lors de l'annonce de ses résultats), dégrade mécaniquement le solde d'interconnexion (Entrant/Sortant négatif), cet effet est temporaire.
- L'offre Neo est une offre rentable qui a attiré de nombreux consommateurs à forte valeur, contribuant ainsi à augmenter ses parts de marché tant en volume qu'en valeur. La position de Bouygues Telecom est à ce titre contradictoire avec ses récentes déclarations dans la presse.

a. Neo : un positionnement résolument haut de marché.

Le positionnement de l'offre Neo de Bouygues Telecom cible les clients à forte valeur. Les forfaits proposés, de 42,90 € à 139,90 € pour un engagement de 24 mois, correspondent en effet peu ou prou aux offres Pro d'Orange. Le revenu moyen par abonné Neo s'élève ainsi à 77 €⁸, ce qui correspond aux clients générant les plus forts ARPU.

Or, une offre ciblant les consommateurs à forte valeur engendre mécaniquement un déséquilibre sur le solde d'interconnexion. Ce principe de base est d'ailleurs parfaitement synthétisé dans la contribution de Bouygues Telecom qui dispose que « *Le solde GSM (%), à savoir $(E-S)/S$ avec S le trafic sortant GSM et E le trafic entrant mobile, connaît une grande variabilité suivant le profil de l'abonné. Un abonné de type « Prépayé » aura un solde positif ($E > S$), donc rentable au niveau de l'interconnexion, alors qu'un abonné de type « Grande Formule ou Entreprise » aura un solde fortement négatif et sera déficitaire au niveau de l'interconnexion.* » (p. 19). Ce principe est également énoncé par l'Autorité dans sa consultation publique⁹.

⁸ Cf. Annexe 1 (Article Les Echos du 07/09/2006)

⁹ Cf. p. 41 : « *De plus, si les trafics entrant et sortant peuvent rester, d'un point de vue macroscopique, globalement équilibrés, il n'en demeure pas moins que, d'un point de vue microscopique, il existe des déséquilibres importants selon la catégorie de consommateurs, le segment de clientèle ou l'offre considérés. Or, un opérateur appréhende en général offre de détail par offre de détail les flux d'interconnexion résultant des*

Il n'est ainsi pas surprenant qu'un abonné Neo génère davantage d'appels sortants que d'appels entrants. Plus étonnante en revanche est la conclusion de Bouygues Telecom qui veut que « *les terminaisons d'appels élevées d'Orange et SFR empêchent Bouygues Telecom d'être compétitif et rentable sur le segment des grandes formules.* »

Il convient en premier lieu de noter que Bouygues Telecom s'est résolument positionné sur les clients à forte valeur, et ce depuis de nombreuses années, alors même que l'asymétrie de TA lui aurait permis de lancer des offres prépayées compétitives et rentables, ces offres générant beaucoup plus de trafic entrant que de trafic sortant.

Une étude TNS Sofres pour Orange, datée de 2006, présente les parts de marché valeur des trois opérateurs mobiles par segment de valeur. Le positionnement de Bouygues Telecom y apparaît nettement orienté vers le haut du marché puisque sa part de marché sur la clientèle générant les ARPU les plus élevés (avec des dépenses de 35€ à plus de 80€) dépasse sa part de marché moyenne en valeur. A contrario, il apparaît en retrait sur la clientèle des plus petits consommateurs, avec seulement [Secret des Affaires] de part de marché valeur et [Secret des Affaires] de part de marché volume.

Figure 9. Répartition des parts de marché valeur d'Orange, de SFR et de Bouygues Telecom en 2006. [Secret des Affaires]

Plus généralement, Bouygues Telecom est l'opérateur qui a le plus misé sur les offres de type forfait, au détriment des offres prépayées et des comptes bloqués (cf. Tableau 4 page 22). Le lancement de Neo s'inscrit parfaitement dans cette stratégie valeur, renforçant ce positionnement progressif vers le haut de marché.

Dans ce contexte, le lancement de l'offre Neo apparaît davantage comme une volonté cohérente de renforcer sa position de marché sur les abonnés « grande formule » qu'à une stratégie de réplique aux offres on-net d'Orange et de SFR.

b. Des offres alternatives attractives pour le consommateur

Bouygues Telecom soutient que sa seule possibilité de réplique était une offre illimitée tous opérateurs et que ce choix réalisé sous contrainte introduit un déséquilibre des flux d'interconnexion. Cet argument ne nous paraît pas recevable, pour les raisons suivantes :

- Les offres illimitées produisent en effet un déséquilibre des flux d'interconnexion, mais celui-ci est conjoncturel et ne remet absolument pas en cause la rentabilité globale de ces offres.

trafics entrant et sortant. Pour une offre donnée, il peut donc exister des déséquilibres importants entre opérateurs. »

- Bouygues Telecom disposait d'alternatives efficaces commercialement, alternatives qui auraient moins dégradé son solde d'interconnexion.

S'agissant du premier point, il est généralement observé que les premiers consommateurs d'une offre illimitée optimisent leur forfait, de sorte que leurs usages peuvent être élevés lors des premiers mois d'abonnement. Les usages moyens tendent ensuite à décroître sous le double-effet (i) du recrutement d'abonnés moins optimisateurs que les *early adopters* et (ii) de la stabilisation des usages de ces premiers abonnés. Cet effet n'est pas exclusif aux offres d'Orange, Martin Bouygues la résumant ainsi : « *Au départ, le client Néo consomme beaucoup, puis se calme dans le temps. Les clients les plus récents consomment aussi moins* ». (Les Echos, 7 septembre 2006¹⁰)

Autrement dit, le déséquilibre des flux d'interconnexion observé dans un premier temps est rapidement absorbé par l'évolution des comportements des premiers clients et par le recrutement de clients aux usages plus modérés. Mais surtout, le surcoût dû aux dépenses accrues de terminaisons d'appel est plus que compensé, et de très loin, par la croissance du chiffre d'affaires puisque les taux d'EBITDA a fortement progressé au premier trimestre 2007¹¹.

S'agissant du second point, il apparaît que Bouygues Telecom aurait pu proposer des offres attractives pour le consommateur en préservant son solde d'interconnexion à court terme. Les études à notre disposition indiquent ainsi que l'illimité vers 3 numéros tous opérateurs présente une utilité comparable à l'illimité vers tous les opérateurs. La raison en est simple : la concentration des appels vers les 3 numéros illimités est très élevée (environ [Secret des Affaires]).

Figure 10. Utilités comparées des caractéristiques des offres [Secret des Affaires]

Parmi les alternatives disponibles pour Bouygues Telecom figurait par conséquent la possibilité de proposer une offre de type « 3 numéros illimités tous réseaux » ou encore, de façon à limiter encore davantage l'effet à court terme sur son solde d'interconnexion, une offre de type « 1 numéro illimité tous réseaux + 2 numéros illimités Bouygues Telecom ». Selon nos estimations, la première alternative aurait permis à Bouygues Telecom de réduire l'impact Neo sur son solde d'interconnexion de [Secret des Affaires] sur la période mars 2006-mars 2007. La seconde l'aurait quant à elle réduit de plus de [Secret des Affaires].

¹⁰ Cf. annexe 2.

¹¹ Communiqué de presse de Bouygues du 6 juin 2007 : « *le résultat au premier trimestre 2007 atteint 143 millions d'euros (+55%) et l'EBITDA, à 360 millions d'euros, progresse de 18% par rapport au premier trimestre 2006, qui avait été marqué par le succès du lancement de Néo et Exprima. Cette amélioration de rentabilité est due à une croissance du chiffre d'affaires (+5%) supérieure à celle du marché, et à la réduction du montant des coûts d'acquisition de nouveaux clients* »

L'impact réduit d'une offre alternative repose en partie sur l'existence d'effets clubs pour Bouygues Telecom supérieur à sa part de marché clients, ce que néglige l'Autorité dans sa consultation. Elle expose sur ce sujet une étude (Datanova, baromètre Novascope Consumer) qui fait état d'une « mixité d'équipements » dans les foyers, sans toutefois l'analyser en profondeur. Ainsi :

- La mixité mentionnée par l'étude Datanova affecte Bouygues Telecom mais également Orange et SFR, ce qui remet en cause les conclusions de l'Autorité sur les effets clubs dont bénéficieraient exclusivement aux opérateurs disposant des plus grands parcs.
- Selon l'étude Novascope « *Dans les foyers équipés de plusieurs mobiles, Bouygues Telecom fait une entrée remarquée puisqu'il est présent dans plus de 27% des foyers* ». Cette valeur, supérieure à la part de marché clients de Bouygues Telecom, traduit l'existence d'effets clubs significatifs pour Bouygues Telecom. Ce point n'est malheureusement pas analysé par l'Autorité.

Au-delà des doutes sur le caractère probant des éléments exhibés pour juger du différentiel d'effets clubs, il nous semble regrettable que l'ARCEP n'ait pas analysé plus attentivement la portée de ces statistiques.

Bouygues Telecom bénéficierait ainsi d'effets clubs significatifs, et probablement d'un pourcentage de trafic on-net de l'ordre [Secret des Affaires]. C'est ce qui ressort par exemple d'une étude TNS Sofres dont le tableau *infra* est extrait. Ainsi, [Secret des Affaires]% des personnes équipées Bouygues Telecom vivant dans des foyers de plus de 2 personnes le sont dans des foyers possédant uniquement des offres Bouygues Telecom. En tout état de cause, l'écart entre les trois opérateurs ne reflète donc pas l'écart observé des parts de marché clients, ce qui indique l'existence d'effets clubs au sein de micro-réseaux sociaux (en l'occurrence ici, les foyers).

Tableau 5. Opérateurs mobiles des foyers de 2 personnes et plus [Secret des Affaires]

L'Autorité néglige l'étendue des effets clubs dont bénéficie également Bouygues Telecom. Ces effets ne peuvent être uniquement examinés sous l'angle des parts de marché volume, indépendamment du positionnement des opérateurs et de la structure de leurs parcs. Les études disponibles montrent ainsi sans équivoque que l'écart des effets clubs entre opérateurs ne correspond pas à l'écart observé entre les parts de marché parcs. Il en résulte que les problèmes concurrentiels dont découlerait la différenciation tarifaire on-net / off-net ne sont pas traités avec la rigueur qu'ils mériteraient et qu'en tout état de cause, l'argument de l'absence d'effets clubs significatifs pour Bouygues Telecom ne peut être mobilisé pour justifier l'asymétrie tarifaire.

c. Neo, une offre rentable et un outil de conquête clients à plus forte valeur

Enfin, l'offre Neo n'engendre pas de déséquilibre financier mesurable, contrairement à ce qu'affirme Bouygues Telecom ou à ce que laisse supposer l'Autorité lorsqu'elle examine la différenciation tarifaire on net / off net et les avantages supposés qu'elle octroierait aux « opérateurs disposant de parcs de clients plus grands ».

Bien au contraire, l'économie globale de l'offre Neo n'est pas à remettre en cause si l'on en juge par les déclarations faites à son sujet à l'occasion de la communication des résultats financiers de Bouygues.

Ainsi :

- « Lors du dernier trimestre, l'opérateur a affiché un chiffre d'affaires en hausse de 5% et un résultat net en progression de 55% à 143 millions d'euros : « Cela démontre la réussite de notre offre Neo lancée en 2006 et qui permet de téléphoner en illimité vers tous les mobiles. Nous avons dit qu'avec Neo, les marges seraient dégradées la première année, équilibrées cette année et rentables en 2008. Nous sommes en avance sur nos prévisions et sommes le seul parmi les trois grands opérateurs à avoir une croissance forte » se réjouit Philippe Montagner. » (La Tribune du 11 juin 2007¹²).
- « Avec ses offres illimitées Neo, Bouygues Telecom a affiché une croissance de 18% de son résultat brut d'exploitation au premier trimestre 2007, alors que celui de SFR a baissé de 3,5%. » (Les Echos du 11 juillet 2007¹³).
- « Surtout, Bouygues Telecom a vu sa part de marché, en valeur, « franchir pour la première fois le seuil symbolique de 20% », à 20,2%, s'est félicité Martin Bouygues, PDG du groupe. Il tire les bénéfices de ses nouveaux forfaits Néo et Exprima : « Beaucoup étaient dubitatifs, or, c'est un succès remarquable tant auprès des clients que pour la croissance de notre revenu et de nos marges », a-t-il ajouté. » (Le Figaro Economie du 1er septembre 2007¹⁴).

Le risque de distorsion concurrentielle mentionné par l'Autorité que produiraient les offres on-net sur le marché est ainsi invalidé par les faits.

5. Comparaison par rapport aux DOM

Orange France constate qu'en termes de contrôle tarifaire, la position de l'ARCEP est différente entre la métropole et les DOM.

En effet, en ce qui concerne le niveau de terminaison d'appel, Orange France note que le tarif imposé à Bouygues Telecom en 2009 est à égal à celui préconisé pour SRR pour la même année et à 2% en dessous de celui de Orange Caraïbe.

¹² Cf. annexe 3.

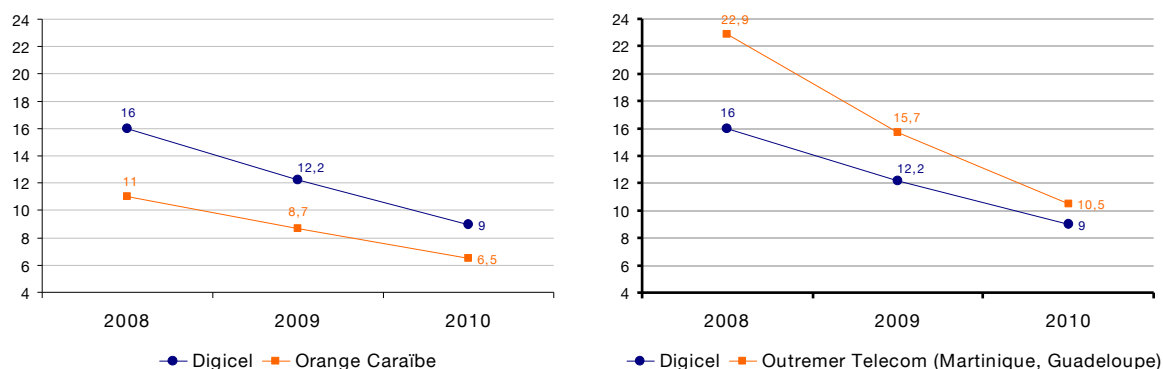
¹³ Cf. annexe 4.

¹⁴ Cf. annexe 5.

Orange France ne comprend pas la logique suivie par l'Arcep pour la fixation de ces niveaux. Il semble évident qu'au regard de la taille du marché métropolitain, Bouygues Telecom bénéficie de niveaux de coûts inférieurs à ceux des leaders domiens.

Pour ce qui est de l'asymétrie, l'Autorité semble vouloir réduire l'écart des TA dans les DOM, alors qu'en même temps elle propose de l'accentuer en métropole.

Figure 11. Évolution des tarifs de terminaison d'appel dans les DOM



Source : Orange France d'après décisions ARCEP

Pour conclure, Orange France s'inquiète du choix du régulateur français d'augmenter fortement l'asymétrie en métropole au bénéfice de Bouygues Telecom à hauteur de 30.8%, en contradiction avec les dernières recommandations de la Commission européenne et les décisions prises par la majorité de ses homologues (Royaume-Uni, Espagne, etc.) ; la décision française, inédite, sapant les principes essentiels d'harmonisation et de sécurité juridique que l'Autorité promeut par ailleurs avec raison.

Conclusion

Orange France estime que le projet de décision de l'Autorité est contraire aux recommandations de la Commission européenne et s'éloigne dangereusement des décisions prises par les autres régulateurs en Europe.

En effet, les niveaux de terminaisons d'appels vocal mobile préconisés par l'ARCEP sont :

- d'une part bas au regard des niveaux européens et des précédentes baisses mais aussi des impacts qu'une telle baisse pourrait avoir sur le marché de détail (fixe et mobile),
- et présentent d'autre part, une forte asymétrie en faveur de Bouygues Telecom, qui ne saurait se justifier par la situation actuelle de Bouygues Telecom.

L'augmentation de l'asymétrie repose sur des raisonnements économiques erronés s'agissant en particulier de la situation de Bouygues Telecom sur le marché.

Orange France regrette que par cette régulation, l'ARCEP puisse récompenser la stratégie commerciale d'un opérateur mobile particulier à travers le subventionnement de ce dernier par les autres acteurs mobiles et fixes du marché. Ceci n'apporte ni un signal d'efficacité au marché ni les conditions de développement d'une concurrence loyale au bénéfice de l'ensemble des consommateurs.

Annexe 1 : article Les Échos du 7 septembre 2006

Le succès de l'offre illimitée Neo pèse sur les marges des télécommunications

Le nouveau produit a recruté deux fois plus de clients que prévu. L'opérateur assure que la dégradation des bénéfices est sous contrôle.

Le lancement, le 1^{er} mars, de l'offre de téléphonie mobile illimitée Neo est « une offensive commerciale réussie », selon Martin Bouygues. De fait, ce nouveau produit a conquis 671.000 clients en quatre mois, soit deux fois plus que prévu. La moitié d'entre eux sont des nouveaux clients, les deux tiers s'engagent pour deux ans, et leur facture moyenne est supérieure de 20 euros à celle d'un forfait classique (57 euros en 2005). Mais ce « succès commercial » a un prix. Au premier semestre, la marge brute d'exploitation de Bouygues Telecom a reculé de 2,1 points (à 30,4 %) et la marge opérationnelle de 2,6 points (à 14,7 %), en raison des dépenses commerciales nécessaires pour acquérir ces clients (40 millions d'euros en six mois) et des versements effectués à Orange et SFR pour les appels qui leur sont destinés. « 2006 est une année d'investissement commercial », explique Philippe Monta-

gner, le PDG de l'opérateur. Cette détérioration des marges est donc une bonne nouvelle. « Selon lui, la dérive est « contrôlée » et la baisse de la marge opérationnelle restera comprise entre 2 et 3 points sur l'année. Martin Bouygues ajoute « ne pas envisager d'arrêter Neo, bien au contraire ». Les clients Neo sont « rentables » : leur rentabilité sera « équivalente » à celle d'un forfait classique. « Au départ, le client de Neo consomme beaucoup, puis se calme dans le temps. Les clients les plus récents consomment aussi moins. » Pour 2007, Philippe Montagner a juste promis que l'excédent brut d'exploitation « remonterait en valeur absolue ».

Futur service de convergence

La filiale du groupe de BTP a confirmé être désormais prête à ouvrir son réseau aux opérateurs mobiles virtuels (MVNO) « sur des niches extrêmement limitées comme les entreprises », selon son PDG. Des négociations sont aussi en cours avec des acteurs de la distribution, et Bouygues a notamment postulé auprès de Carrefour, finalement allié à Orange. Cela n'a pas empêché Martin

Bouygues de fustiger dans le même temps les MVNO, « démarche démagogique ». « Dans les années 1990, les sociétés de commercialisation de services ont été un échec formidable. Je ne vois pas pourquoi les mêmes causes ne produiraient pas les mêmes effets ».

Le troisième opérateur mobile a aussi annoncé un futur service de convergence avec le téléphone fixe destiné aux entreprises qui proposera un répondeur unique fixe et mobile, du renvoi d'appel d'un réseau vers l'autre... En revanche, son PDG « ne croit pas » à un tel service sur le marché résidentiel. Pour l'avenir, Martin Bouygues n'a « pas du tout le sentiment d'être dans un corner ». En 2007, des services de paiement sans contact seront « déployés commercialement ».

Puis l'UMTS sera lancé à grande échelle autour de Noël 2007. D'ici à trois ou cinq ans, l'opérateur veut fournir de l'accès Internet aux ordinateurs fixes ou portables pour être « une alternative crédible aux opérateurs fixes ».

JAMAL HENNI

Annexe 2 : article Les Échos du 7 septembre 2006

Le succès de l'offre illimitée Neo pèse sur les marges des télécommunications

Le nouveau produit a recruté deux fois plus de clients que prévu. L'opérateur assure que la dégradation des bénéfices est sous contrôle.

Le lancement, le 1^{er} mars, de l'offre de téléphonie mobile illimitée Neo est « *une offensive commerciale réussie* », selon Martin Bouygues. De fait, ce nouveau produit a conquis 671.000 clients en quatre mois, soit deux fois plus que prévu. La moitié d'entre eux sont des nouveaux clients, les deux tiers s'engagent pour deux ans, et leur facture moyenne est supérieure de 20 euros à celle d'un forfait classique (57 euros en 2005). Mais ce « *succès commercial* » a un prix. Au premier semestre, la marge brute d'exploitation de Bouygues Telecom a reculé de 2,1 points (à 30,4 %) et la marge opérationnelle de 2,6 points (à 14,7 %), en raison des dépenses commerciales nécessaires pour acquérir ces clients (40 millions d'euros en six mois) et des reversements effectués à Orange et SFR pour les appels qui leur sont destinés. « *2006 est une année d'investissement commercial* », explique Philippe Monta-

gner, le PDG de l'opérateur. *Cette détérioration des marges est donc une bonne nouvelle.* » Selon lui, la dérive est « *contrôlée* » et la baisse de la marge opérationnelle restera comprise entre 2 et 3 points sur l'année. Martin Bouygues ajoute « *ne pas envisager d'arrêter Neo, bien au contraire* ». Les clients Neo sont « *rentables* » : leur rentabilité sera « *équivalente* » à celle d'un forfait classique. « *Au départ, le client de Neo consomme beaucoup, puis se calme dans le temps. Les clients les plus récents consomment aussi moins.* » Pour 2007, Philippe Montagner a juste promis que l'excédent brut d'exploitation « *remonterait en valeur absolue* ».

Futur service de convergence

La filiale du groupe de BTP a confirmé être désormais prête à ouvrir son réseau aux opérateurs mobiles virtuels (MVNO) « *sur des niches extrêmement limitées comme les entreprises* », selon son PDG. Des négociations sont aussi en cours avec des acteurs de la distribution, et Bouygues a notamment postulé auprès de Carrefour, finalement allié à Orange. Cela n'a pas empêché Martin

Bouygues de fustiger dans le même temps les MVNO, « *démarche démagogique* ». « *Dans les années 1990, les sociétés de commercialisation de services ont été un échec formidable. Je ne vois pas pourquoi les mêmes causes ne produiraient pas les mêmes effets* ».

Le troisième opérateur mobile a aussi annoncé un futur service de convergence avec le téléphone fixe destiné aux entreprises qui proposera un répondeur unique fixe et mobile, du renvoi d'appel d'un réseau vers l'autre... En revanche, son PDG « *ne croit pas* » à un tel service sur le marché résidentiel. Pour l'avenir, Martin Bouygues n'a « *pas du tout le sentiment d'être dans un corner* ». En 2007, des services de paiement sans contact seront « *déployés commercialement* ».

Puis l'UMTS sera lancé à grande échelle autour de Noël 2007. D'ici à trois ou cinq ans, l'opérateur veut fournir de l'accès Internet aux ordinateurs fixes ou portables pour être « *une alternative crédible aux opérateurs fixes* ».

JAMAL HENNI

Annexe 3 : Article La Tribune du 11 juin 2007

Philippe Montagner, PDG malgré lui de Bouygues Télécom

TÉLÉCOMS

Avec le départ de son successeur Nonce Paolini pour TF1, le dirigeant de l'opérateur français se voit reconduit pour au moins deux ans. À moins que d'ici là, Bouygues Télécom ne change d'actionnaire.

À bientôt 65 ans, Philippe Montagner se serait bien vu préparer tranquillement son départ à la retraite. Mais avec la nomination le mois dernier de son successeur désigné, Nonce Paolini, à la tête de TF1, le patron de Bouygues Télécom a dû prolonger son activité pour au moins deux ans, le temps de former un autre dauphin. Un choix que ce fidèle de la maison Bouygues accepte, néanmoins, avec bonne humeur. Après tout, il a déjà connu pareille situation en 2005 lorsque le départ du directeur général Gilles Pélissier chez Accor l'avait obligé à reprendre des fonctions opérationnelles.

« Cette fois, j'ai pris mes précautions. En ayant deux directeurs généraux délégués, Emmanuel Forest et Olivier Roussat, je suis certain d'avoir au moins un successeur », s'amuse Philippe Montagner. Mais pour certains, la décision de ne pas nommer un directeur général chez Bouygues Télécom serait peut-être la preuve que la société ne veut pas trop se projeter dans le futur, alors qu'une cession paraît possible.

RUMEUR DE VENTE

Depuis l'élection présidentielle, les rumeurs sur la vente de Bouygues Télécom par son actionnaire principal, le groupe Bouygues, ne cessent d'enfler. Troisième opérateur mobile derrière France Télécom et SFR, ne disposant pas de réseau de téléphonie fixe et sans projets connus de croissance externe, Bouygues Télé-

com paraît bien isolé dans cette industrie des télécoms où la consolidation bat son plein.

Chez Bouygues Télécom, on reconnaît être régulièrement sollicité

par des acheteurs potentiels. Des noms ont déjà circulé comme ceux d'Orascom, Telefonica ou certains fonds d'investissement. Mais le prix potentiel de l'opérateur — autour de 10 milliards d'euros — et l'incertitude quant à la quatrième licence 3G (haut débit mobile), qui si elle est attribuée risque de modifier en profondeur le marché hexagonal, éloignent pour le moment les risques d'une cession. D'autant plus que Martin Bouygues, le PDG du groupe, assure qu'il ne veut pas se séparer de ce bijou de famille tant qu'il n'a pas d'autres projets importants d'investissement (Arcva, Alstom).

L'actionnaire est d'autant moins pressé que les bons résultats sont là. Lors du dernier trimestre, l'opérateur a affiché un chiffre d'affaires en hausse de 5 % et un résultat net en progression de 55 % à 143 millions d'euros : « Cela montre la réussite de notre offre Neo lancée en 2006 et qui permet de téléphoner en illimité vers tous les mobiles. Nous avons dit qu'avec Neo, les marges seraient dégradées la première année, équilibrées cette année et rentables en 2008. Nous sommes en avance sur nos prévisions et sommes le seul parmi les trois grands opérateurs à avoir une croissance forte », se réjouit Philippe Montagner.

DÉVELOPPEMENT DES BOUTIQUES

Pour maintenir cette cadence dans un marché où le taux de pénétration dépasse les 80 %, Bouygues Télécom doit réfléchir à de nouvelles offres susceptibles de reproduire le succès de Neo. Une tâche difficile quand toutes les nouveautés s'inscrivent dans la convergence fixe-mobile et que le rachat d'un fournisseur d'accès à Internet (FAI) n'est pas envisagé : « Nous venons de lancer, Business Synchro, une offre de convergence de services pour les PME. Pour le grand public, nous verrons plus tard », précise, sans plus

de commentaires, Philippe Montagner. Dans le milieu des télécoms, il se dit, toutefois, que Bouygues Télécom serait en discussion avec des FAI pour lancer d'ici quelques mois une offre d'accès virtuelle à l'Internet (FVNO).

La prudence est également de mise concernant les opérateurs mobiles virtuels (MVNO) alors que Bouygues Télécom est le seul des trois opérateurs à ne pas louer son réseau : « Notre porte est ouverte aux MVNO qui voudraient travailler avec nous. À condition, toutefois, de ne pas empiéter sur notre marché. Pour le moment, nous nous satisfaisons très bien de notre licence de marque avec Universal Mobile — plus de 600.000 clients — qui a récupéré pour nous le marché des forfaits bloqués. »

C'est surtout dans le développement des boutiques, élément clé de la croissance et qui ne représente que 30 % des ventes de Bouygues Télécom contre 70 % chez Orange, que Philippe Montagner veut maintenant imprimer sa marque.

FLORENCE PUYBAREAU ■

À l'affiche

PHILIPPE MONTAGNER

Président-directeur général de Bouygues Télécom

1942 Naissance à Nancy.

1968 Rejoint le groupe Bouygues en tant qu'ingénieur d'études.

1971-1978

Responsable de grands chantiers comme le Forum des Halles et l'université de Riyad.

1985 Entre au conseil d'administration de Bouygues.

1994 Création de Bouygues Télécom. Il en est nommé PDG.

Annexe 4 : article Les Échos du 11 juillet 2007

TÉLÉCOMS

Après enquête, le régulateur des télécoms serait arrivé à la conclusion que le réseau 3G de l'opérateur ne couvrirait pas, fin avril, 20 % de la population, contrairement à ses engagements. Bouygues Telecom encourt une sanction.

UMTS : Bouygues Telecom ne respecterait pas ses obligations

Le 30 avril dernier, Bouygues Telecom a ouvert son service mobile de troisième génération en catimini. Sans publicité ni communiqué. Et pour cause... Selon les investigations menées par l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (Arcep), le troisième opérateur mobile français ne respectait pas à cette date ses engagements de couverture. Le réseau UMTS de Bouygues Telecom devait couvrir 20 % de la population française fin avril, selon les obligations attachées à la licence que l'opérateur a acquise fin 2002 pour 619 millions d'euros. Or, de sources industrielles, il couvrirait moins de 20 % de la population à cette date.

L'opérateur risque donc une sanction de la part du gendarme des télécoms, ou une simple mise en demeure. Le sort de Bouygues Telecom n'a pas encore été tranché, et les discussions continuent avec le régulateur. Interrogé, Bouygues

Telecom déclare « avoir remis *mai un rapport à l'Arcep sur la couverture* » et n'avoir « *aucun commentaire supplémentaire à faire* ». Il ne confirme donc pas couvrir 20 % de la population. Quant à l'Arcep, elle se refuse à tout commentaire.

Investissements différés

Pourtant, Bouygues Telecom, tout comme Orange et SFR, a bénéficié d'un décalage de 28 mois de l'ouverture commerciale de son réseau et, donc, des obligations qui y étaient rattachées. Orange et SFR ont ainsi ouvert leurs services fin 2004 et leurs réseaux couvrent actuellement environ 65 % de la population. Le réseau de troisième génération de Bouygues Telecom est actuellement ouvert pour se connecter à l'Internet via un PC, mais pas pour téléphoner. Il estime que le marché n'est pas prêt pour le multimédia mobile et que la qualité de la voix n'est pas au rendez-vous.

Le fait est que Bouygues Telecom retarde ses investissements, ce que certains ne manquent pas d'interpréter comme une volonté de Bouygues de vendre l'opérateur. Martin Bouygues n'a certes jamais été un fan de l'UMTS et ne s'en est pas caché. En mars 2006, il déclarait ainsi que « *les performances actuelles de l'UMTS sont sans intérêt* ». C'est pourquoi il a opté directement pour sa version améliorée, le HSDPA. « *Le rythme de déploiement sera lié au développement du marché et les montants investis resteront raisonnables* », avait prévenu le patron à l'époque.

Cette entrée tardive dans la troisième génération de téléphonie mobile ne l'a pour l'instant pas desservi, bien au contraire. Avec ses offres illimitées Neo, Bouygues Telecom a affiché une croissance de 18 % de son résultat brut d'exploitation au premier trimestre 2007, alors que celui de SFR a baissé de 3,5 %. Autre statistique qui tend à

donner raison à la filiale de Bouygues, la facture moyenne par abonné. Celle-ci ressort à 45 euros par mois et par client, contre 38 euros chez SFR, et 34,2 euros chez Orange l'an passé. Enfin, le troisième opérateur est celui qui, en proportion, détient le plus grand nombre de clients ayant opté pour un forfait (71,5 % à la fin 2006).

Mais le régulateur est en situation inconfortable. D'un côté, il sait que les réseaux 3G d'Orange et SFR sont sous-utilisés aujourd'hui. De l'autre, les fréquences sont un bien public rare et l'aménagement du territoire risque d'en prendre un coup si les opérateurs ne respectent plus leurs obligations. Surtout à l'heure où certains opérateurs ayant acheté des fréquences pour l'Internet nomade, le Wimax, ne déploient toujours aucun équipement, et alors que leurs obligations de couverture seront vérifiées dans un an...

GUILLAUME DE CALIGNON

Annexe 5 : article Le Figaro Économie du 1er septembre 2007

Bouygues Telecom en forme, SFR à la peine

TÉLÉCOMS

Le numéro trois du mobile tire les bénéfices de sa politique commerciale agressive.

PREMIER contributeur au résultat net du groupe Bouygues, la filiale télécom se porte bien. Au premier semestre, son bénéfice net, hors cession de Bouygues Telecom Caraïbes, a grimpé de 48 %, à 289 millions d'euros. Dans un marché très concurrentiel, elle vise une croissance du chiffre d'affaires de 3 % sur l'année.

Bouygues Telecom semble moins souffrir qu'Orange et SFR de la concurrence des opérateurs mobiles virtuels (MVNO). Au 30 juin, Bouygues Telecom comptait 8,8 millions de clients, soit 16,8 % de part de marché, identique à celle qu'il avait au 30 mars et un peu inférieure à celle du début de l'année (16,9 %).

Par comparaison, Orange (France Télécom) affichait fin juin une part de marché de 44,5 %,

contre 44,6 % fin mars et 45 % fin décembre. SFR est, quant à lui, passé de 34,6 % en début d'année à 34,4 % fin mars et 34,2 % fin juin.

Surtout, Bouygues Telecom a vu sa part de marché, en valeur, « franchir pour la première fois le seuil symbolique de 20 % », à 20,2 %, s'est félicité Martin Bouygues, PDG du groupe. Il tire les bénéfices de ses nouveaux forfaits Néo et Express : « Beaucoup étaient dubitatifs, or, c'est un succès remarquable tant auprès des clients que pour la croissance de notre revenu et de nos marges », a-t-il ajouté.

Une offre Internet ADSL

Martin Bouygues reste « très réservé sur le développement des MVNO », apparu en France en 2004, rappelant que « c'est contre-nature ». Bouygues Telecom ouvrira son réseau « de manière très sélective à des MVNO ayant des positions commerciales réellement complémentaires de celles de Bouygues Telecom ». Il accueillera ainsi en 2008 le MVNO du câblo-opéra-

teur Numericable, ainsi que des MVNO spécialisés en partenariat avec Transatel.

Il promet aussi d'ouvrir ses services 3G (Internet haut débit par mobile) d'ici au 30 novembre 2007, comme le lui a demandé le régulateur des télécoms.

Enfin, Bouygues Telecom a annoncé qu'il lancerait une offre Internet ADSL grand public en 2008. L'opérateur a lancé un appel d'offres en juin afin de trouver un fournisseur d'infrastructure. « Nous sommes en pleine négociation et je pense qu'on aboutira au mois de septembre », a indiqué Philippe Montagner, PDG de Bouygues Telecom. L'offre sera d'abord proposée « de façon privilégiée sur notre base de clients », a-t-il expliqué, n'excluant pas qu'elle soit ouverte à tous par la suite. Sans fixer d'objectifs chiffrés, Martin Bouygues a estimé qu'« il y a un marché potentiel de 4 millions de connexions brutes en 2008 ».

Avec l'arrivée de Bouygues Telecom dans l'ADSL, les trois

grands opérateurs mobiles français proposeront désormais tous leur propre « box » Internet.

Son concurrent SFR, principale branche du groupe Vivendi, a accusé une baisse de 1,8 % de son bénéfice opérationnel ajusté (Ebitda) qui s'est élevé à 1,36 milliard d'euros. « La baisse de nombreux tarifs réglementés » n'a pas permis « de bénéficier de la croissance du trafic et des usages », a commenté le groupe. Toutefois, l'Ebitda (revenus avant intérêts, impôts, dotations aux amortissements et provisions), un résultat particulièrement suivi dans les télécommunications, est en légère amélioration. Et sur l'ensemble de l'année, SFR attend une stabilité de son chiffre d'affaires, contre un « léger retrait » prévu auparavant, même s'il maintient sa prévision de « léger déclin » des marges. Vivendi reste décidé à racheter, le jour venu, les 56 % détenus par le britannique Vodafone dans le numéro deux français du mobile.

MARIE-CÉCILE RENAULT