

La lettre

de l'Autorité

RÉSEAUX ET ACCÈS AUX CONTENUS : UN ESPACE DE COMPLÉMENTARITÉ À DÉVELOPPER, UN POINT D'ÉQUILIBRE À RECHERCHER

Denis Rapone,
Membre
de l'Autorité



Longtemps annoncé comme une conséquence prévisible du développement des technologies numériques, souvent attendu avec intérêt par certains acteurs pleinement engagés dans les potentialités nouvelles offertes par l'essor de l'économie numérique, parfois redouté par d'autres comme une menace pour la pérennité de leur activité traditionnelle, le processus de convergence entre des secteurs historiquement et culturellement disjoints -les télécoms, l'informatique, les contenus- est devenu aujourd'hui une réalité.

Le niveau d'équipement numérique des Français et sa large démocratisation (internet à haut débit accessible pour presque la moitié de la population), la multiplication des offres multiservices, le développement corrélatif des usages ainsi que l'évolution des modes de consommation des contenus contribuent à donner toute son ampleur au phénomène de la convergence.

Ainsi, les contenus audiovisuels trouvent dans les supports numériques des champs nouveaux de diffusion, au-delà des modes classiques de diffusion hertzienne, et des opportunités d'élargir leurs conditions d'accès à des publics attirés par des pratiques multimedia nouvelles dans lesquelles la non-linéarité, l'interactivité et la mobilité ont leur place.

Le défi de la convergence des réseaux et des contenus paraît donc pouvoir s'inscrire dans une logique de progrès au bénéfice du consommateur en ce qu'il lui permettrait de disposer d'une

... suite page 2

Réseaux et contenus : la révolution numérique

Les uns ne peuvent rien sans les autres et leurs relations ont toujours été tumultueuses. Mais à l'heure de la numérisation et de la convergence, les acteurs des contenus et des tuyaux sont condamnés à travailler ensemble. Il en va non seulement de la conquête de nouveaux territoires d'expression mais aussi de la croissance économique des deux secteurs. Ce grand chambardement s'opère sous l'oeil attentif des autorités sectorielles et de concurrence qui veillent à ce que les pouvoirs de marché des uns et des autres ne s'exercent pas au détriment des acteurs de l'un et l'autre secteur et, en bout de chaîne, du client final. Ou bien que ces pouvoirs de marché n'entraînent pas des effets de levier à l'encontre d'acteurs appartenant à un même secteur.

Une régulation économique compliquée...
Explications dans ce dossier spécial.

DE L'ORGANISATION CONCURRENTIELLE DES RELATIONS VERTICALES ENTRE OPÉRATEURS DE CONTENUS ET DE RÉSEAUX

Par Paul Champsaur, président de l'Autorité

Grâce à la montée des débits, les contenus audiovisuels et une gamme de plus en plus large de services fournis par des sociétés spécialisées sont accessibles par l'intermédiaire des réseaux de télécommunications. Sont ainsi mis en relation deux univers obéissant à des logiques différentes : d'un côté, les réseaux de télécommunications fonctionnent traditionnellement sur la base de l'interopérabilité, tout abonné à un opérateur ayant accès à tout autre abonné d'un autre opérateur et à tout service offert (par exemple : service de météo) ; de l'autre côté, au moins au stade initial de la création, ce sont les contrats d'exclusivité qui prédominent.

Néanmoins, sous certaines conditions, ces deux logiques n'entrent pas en conflit. L'analogie du livre permet de le

comprendre. Un éditeur paye chèrement l'exclusivité du dernier « Harry Potter ». Or, n'importe qui peut se procurer ce livre chez son libraire habituel comme chez n'importe quel autre libraire. L'éditeur détenteur de l'exclusivité a évidemment intérêt que son livre soit distribué par tous les libraires ou réseaux de distribution.

... suite p.2



SACD

francetélévisions

DANS CE NUMÉRO
free
arte

numericable
MONTEZ EN PUISSANCE

THE PROGRESS
& FREEDOM FOUNDATION

at&t

Google

Lagardère
ACTIVE

CANAL+

Netgem

orange

HOGAN &
HARTSON

AFORS
Télécom

adami

CONSEIL
DE LA CONCURRENCE

CSA
CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL



ARCEP

www.arcep.fr

AUTORITÉ DE RÉGULATION
des Communications électroniques
et des Postes

... suite de l'éditorial

offre de contenus plus riche et plus diversifiée conforme à des besoins de consommation plus personnalisés. De même, les capacités d'amélioration de l'exposition et de l'exploitation des œuvres que permettent les nouveaux modes de distribution des contenus doivent constituer un atout propre à relayer les attentes des auteurs et des producteurs, au service de la création. Enfin, le rendez-vous de la convergence ne sera totalement fructueux que s'il offre aux acteurs économiques des deux secteurs, celui des contenus et celui des réseaux, des perspectives de croissance partagée.

Se fixer un tel objectif de développement harmonieux des deux secteurs ne semble nullement irréaliste pour autant qu'on s'attache à l'instauration d'un point d'équilibre.

Ce point d'équilibre est celui permettant un accès équitable pour les consommateurs aux contenus du plus grand nombre de chaînes payantes, notamment les plus fortement attractives, quelle que soit la plate-forme de diffusion (câble, satellite, ADSL, Télévision Numérique Terrestre, fibre optique, réseaux mobiles) et quel que soit l'opérateur sur cette plate-forme. A ce titre, la mise en œuvre d'accords d'exclusivité en matière de distribution mérite d'être encadrée quant à la durée et aux périmètres des exclusivités, mais aussi quant aux garanties de non discrimination entre plate-formes de diffusion et quant aux risques de distorsion de concurrence en présence de toute plate-forme se trouvant en position dominante.

La convergence pourra alors, une fois assurée la relation d'équilibre entre l'industrie des contenus et celle des réseaux, se déployer dans le cadre d'un nouvel espace de complémentarité. D'une part, les acteurs du secteur des contenus seront à même, à travers les nouveaux modes de distribution numérique de leurs programmes, de partir à la conquête d'un public plus large et plus fidèle sur la base de programmes à forte valeur ajoutée. D'autre part, les opérateurs des réseaux de communication électronique verront s'ouvrir, grâce à la diffusion de contenus abondants et de qualité, des moyens propres à valoriser les investissements importants requis par l'évolution de leurs réseaux.

Denis Rapone

... suite de la p.1 Ceci résulte de ce que l'éditeur n'a pas lui-même d'activité de distribution significative : il y a séparation verticale entre édition et distribution.

Cependant l'analogie avec le livre est trompeuse pour au moins deux raisons. La première est que le secteur des télécommunications est concentré : au lieu d'un grand nombre de libraires, tout se passe dans ce secteur comme si n'existaient que quelques réseaux de libraires, les plus grands disposant alors d'un pouvoir de marché. De plus, le client final choisit un seul réseau avec lequel

il passe contrat ; changer de réseau est une décision lourde et d'exécution relativement compliquée. Ainsi, le ou les plus gros réseaux peuvent juger qu'il est de leur intérêt de posséder l'exclusivité de la distribution de certains contenus, voire de catalogues de certains éditeurs, de façon à renforcer leur attractivité vis-à-vis des réseaux concurrents.

La deuxième raison est plus complexe : beaucoup de contenus audiovisuels ou de services ne s'achètent pas à la pièce mais après regroupement. En aval des éditeurs, existent des assembleurs de catalogues et/ou de services. Ceci répond au souhait des clients finaux d'accéder à un ensemble préassemblé (par exemple bouquet de chaînes de télévision), quitte à conclure un contrat le liant pour un certain temps. Là encore, les principaux acteurs disposent d'un pouvoir de marché certain, d'autant plus grand qu'ils maîtrisent la relation contractuelle avec le client final.

Pouvoir de marché et effets de levier

Un fournisseur pur de contenus a intérêt à ce que ceux-ci soient accessibles sur le maximum de réseaux techniquement adaptés pour autant que sa rémunération soit proportionnée à l'exposition que lui offrent les réseaux distributeurs de ses contenus. Par ailleurs, la synergie opérationnelle entre production de contenus et gestion de réseaux est vraisemblablement très faible. Le projet de désinté-

gration verticale du groupe Time-Warner aux USA en témoigne.

Sous l'hypothèse que prévaut une situation raisonnablement concurrentielle dans chaque secteur, il est naturel que s'établisse une séparation entre producteurs de contenus et opérateurs de réseaux. Alors, il n'y a pas de raison pour qu'une autorité publique intervienne sur les relations entre producteurs de contenus et opérateurs de réseaux. Malheureusement (comme suggéré auparavant) cette hypothèse n'est pas vérifiée. Certains opérateurs de réseaux ont un pouvoir de mar-

« Si un gros assembleur de contenus est en mesure, soit d'accorder l'exclusivité des contenus qu'il contrôle à un opérateur de réseau particulier, soit d'offrir un accès ouvert à tous les opérateurs de réseaux mais à des conditions déséquilibrées, alors sont compromis, soit une concurrence normale entre opérateurs de réseaux, soit la capacité de ceux-ci à investir pour améliorer les performances de leurs réseaux. Il en est de même si un gros opérateur de réseau devient lui-même acheteur et assembleur de contenus pour son usage exclusif »

ché significatif (par exemple Orange en France). Les producteurs de contenus passent souvent par des intermédiaires, assembleurs de contenus (par exemple Canal + en France) qui eux aussi bénéficient d'un pouvoir de marché significatif. En outre certains fournisseurs de services

(par exemple Google) ont également un pouvoir de marché certain.

Les pouvoirs de marché dont il est question s'exercent d'une part au détriment des acteurs du même secteur, par exemple un gros opérateur de réseau à l'égard des autres opérateurs de réseau, et d'autre part au détriment de l'ensemble des acteurs de l'autre secteur, par exemple un gros assembleur de contenus à l'égard des opérateurs de réseaux. La limitation du premier effet relève à la fois des autorités sectorielles et des autorités horizontales de concurrence. Par contre, la limitation du deuxième effet relève exclusivement des autorités horizontales de concurrence, plus particulièrement en France du Conseil de la concurrence, car les autorités sectorielles n'ont aucun pouvoir en la matière.

Les instruments classiques dont dispose une autorité de concurrence horizontale (contrôle des concentrations, sanction des ententes) sont adaptés à l'objectif de maintien d'une concurrence raisonnable au sein d'un même secteur, même si l'interaction entre taille du marché et économies d'échelle

peut conduire à des arbitrages délicats. Par contre, ces instruments sont moins adaptés à la limitation des effets de leviers entre secteurs. Certes, les autorités horizontales de concurrence peuvent obtenir des engagements à l'occasion d'une fusion (exemple de la fusion Canal+ /TPS) mais cet instrument a une portée limitée.

Si un gros assembleur de contenus est en mesure, soit d'accorder l'exclusivité des contenus qu'il contrôle à un opérateur de réseau particulier, soit d'offrir un accès ouvert à tous les opérateurs de réseaux mais à des conditions déséquilibrées, alors sont compromis, soit une concurrence normale entre opérateurs de réseaux, soit la capacité de ceux-ci à investir pour améliorer les performances de leurs réseaux. Il en est de même si un gros opérateur de réseau devient lui-même acheteur et assembleur de contenus pour son usage exclusif.

Pouvoir de marché et "net neutrality"

En l'absence d'une séparation verticale entre fournisseurs de contenus (au sens large) et opérateurs de réseaux, la régulation économique de l'ensemble des deux secteurs est considérablement compliquée. Une telle séparation verticale prévalait en Europe, à quelques exceptions notables près. Ce n'est pas le cas aux USA, notamment parce que les principaux câblo-opérateurs sont également des producteurs-assembleurs importants de contenus. Ceci explique, au moins en partie, l'importance du débat outre-Atlantique concernant l'obligation de « net neutrality »^(*) c'est-à-dire une sorte d'obligation stricte de « must carry » imposée aux opérateurs de communications électroniques. On peut craindre que l'imposition du principe de neutralité d'Internet ne remédie à un symptôme plutôt qu'à la source du problème. Si certains assembleurs de contenus disposent d'un pouvoir de marché significatif, alors l'imposition du principe de neutralité déséquilibre la relation entre fournisseurs de contenus et opérateurs de réseaux au détriment de ces derniers qui risquent de ne plus avoir les moyens de financer les investissements nécessités par l'évolution technologique (par exemple le très haut débit). En effet, le principe de neutralité de l'Internet met en question la capacité à faire payer plus pour de meilleurs services qu'il s'agisse de priorités de trafic, de débits plus élevés ou de limites plus élevées pour certains usages. Inversement, si un gros opérateur de réseau devient un assembleur

de contenus au bénéfice exclusif de son réseau, il peut obtenir les moyens d'investir dans son réseau, mais la vie de ses concurrents, soit opérateurs de réseaux, soit assembleurs de contenus, deviendra plus difficile.

Relations verticales : une nécessaire intervention publique

On sait combien il est délicat de justifier *ex post* une intervention publique en matière de relations verticales. L'analyse sur laquelle repose une intervention publique éventuelle est contrainte par l'organisation des autorités publiques, en l'occurrence, en France et dans beaucoup de pays européens, autorités sectorielles distinctes et difficultés pour une autorité de concurrence horizontale à lier ses analyses et ses interventions dans deux marchés différents. Par ailleurs, si un rôle actif du niveau européen et une harmonisation poussée des régulations nationales sont bien engagés et souhaitables dans le secteur des réseaux de communications électroni-

« L'objectif est d'assurer que les clients finaux de chaque opérateur de réseaux puissent accéder à l'essentiel des contenus et services. Ceci suppose à la fois l'interdiction aux gros opérateurs de réseaux d'intervenir activement dans le secteur des contenus, et l'obligation aux gros assembleurs de contenus d'offrir un accès ouvert et égal à tous les opérateurs de réseaux »

ques, il n'en est pas de même dans le secteur de la production de contenus où les spécificités nationales restent fortes avec notamment la présence d'acteurs publics et l'objectif d'exception culturelle. Autrement dit, face aux relations verticales entre les deux secteurs, les USA pourraient peut-être envisager une régulation unique de l'ensemble des deux secteurs, avec concurrence entre un petit nombre de groupes verticalement intégrés, avec souvent une situation locale de duopole. Une telle option n'est pas ouverte en Europe.

Dans ces conditions et en l'absence de synergies opérationnelles avérées entre les deux secteurs, il apparaît préférable, en tout cas prudent, que l'Europe conserve comme référence pour les relations entre le secteur des communications électroniques et le secteur des contenus (contenus audiovisuels et servi-

ces sur Internet) le type de relation qui prévaudrait dans une situation de séparation verticale forte, juridique et capitalistique. L'objectif est d'assurer que les clients finaux de chaque opérateur de réseaux puissent accéder à l'essentiel des contenus et services. Ceci suppose à la fois l'interdiction aux gros opérateurs de réseaux d'intervenir activement dans le secteur des contenus et l'obligation aux gros assembleurs de contenus d'offrir un accès ouvert et égal à tous les opérateurs de réseaux.

Construire un pôle européen audiovisuel analogue au GRE

Pour réussir, une telle politique suppose un accord de principe et une coopération entre niveau européen et niveaux nationaux. Celle-ci doit être organisée et suppose un certain nombre de progrès. Tout d'abord, chaque pays européen devrait mieux distinguer en les séparant deux fonctions concernant le secteur audiovisuel : d'une part, la surveillance voire la tutelle du secteur audiovisuel public avec les attributions concernant l'ensemble du secteur liés aux objectifs de pluralisme politique, de protection des publics fragiles, et de respect de l'éthique dans une société démocratique ; d'autre part, la régulation technico-économique du secteur de l'audiovisuel. La première mission doit rester éminemment nationale. La deuxième mission prend de l'importance du fait de la numérisation et de la convergence. Le mélange des deux missions fait courir le risque que la deuxième soit mal assumée. Or, ces deux missions ne sont pas contradictoires notamment si la régulation technico-économique a vocation à favoriser la concurrence dans l'intérêt général. Beaucoup de services ayant pour but de faciliter l'échange de contenus de toutes natures sont devenus transnationaux. Un minimum d'harmonisation européenne et d'échange d'expérience est donc utile pour l'exercice de cette deuxième mission. Pour ce faire, il conviendrait de construire un pôle européen dans le domaine audiovisuel analogue au GRE dans le domaine des communications électroniques. Ce pôle regroupant les responsables des régulations nationales technico-économiques du secteur de l'audiovisuel aurait vocation à développer une compréhension partagée, au sein de l'Union Européenne, des évolutions technologiques et du fonctionnement économique du secteur des contenus, notamment audiovisuels. ■

* Cf. p. 24 et suivantes.

Paul Champsaur,
Président de l'Autorité

Distribution des contenus : la

Aujourd'hui l'ADSL, demain la fibre et les réseaux à très haut débit mobile... Le poids des réseaux de télécomm un accès de ces réseaux à une plus grande part de la valeur liée aux services audiovisuels permettrait **d'accélérer audiovisuels bénéficiant aux distributeurs, aux ayants droit et au financement de la création. A condition sur les marchés du haut et du très haut débit, qu'elles affectent. Décryptage.**

La convergence numérique bouleverse les secteurs de l'audiovisuel et des télécommunications. Les réseaux jouent en effet un rôle croissant dans la diffusion des contenus. En contrepartie, le développement et l'économie des réseaux dépendent de plus en plus des conditions d'accès à des contenus attractifs. Il y a donc lieu de rechercher les conditions d'un dynamisme conjoint pour ces deux secteurs, en particulier dans la perspective du déploiement des réseaux très haut débit.

De l'hertzien analogique à la fibre optique : les plateformes de télévision payante

Si, au début des années 1980, seule la diffusion hertzienne analogique permettait aux foyers français de recevoir la télévision, de nombreuses autres plateformes de diffusion sont apparues, permettant notamment le développement des offres de télévision payante : le câble et le satellite, puis l'ADSL et la TNT et, plus récemment, la fibre optique et les réseaux mobiles.

télévision payante. Ce mode de diffusion a notamment bénéficié d'un faible coût de diffusion au regard du nombre de chaînes diffusées et d'une couverture quasi-totale de la population. Sa pénétration est toutefois limitée par des contraintes d'urbanisme ou par le fonctionnement des copropriétés en zone urbaine. En outre, l'absence de voie de retour permanente ne permet pas la fourniture d'offres de vidéos à la demande, ce qui pourrait constituer un frein à l'avenir.

Dans ce contexte, l'apparition en 2003 des premières offres de télévision par ADSL via les offres « triple play » des FAI constitue une évolution majeure. On dénombre aujourd'hui 4,9 millions d'abonnés recevant la télévision par ADSL. En flux, grâce à une couverture supérieure à 45 % de la population, l'ADSL constitue désormais le principal vecteur de croissance de la télévision payante.

Canal+ Le Bouquet ou CanalSat ;
- des offres de vidéo à la demande ou de télévision de rattrapage.

En comparaison, la TNT payante, lancée en septembre 2005 avec 11 chaînes, connaît un développement très relatif, sans commune mesure avec celui de la TNT gratuite.

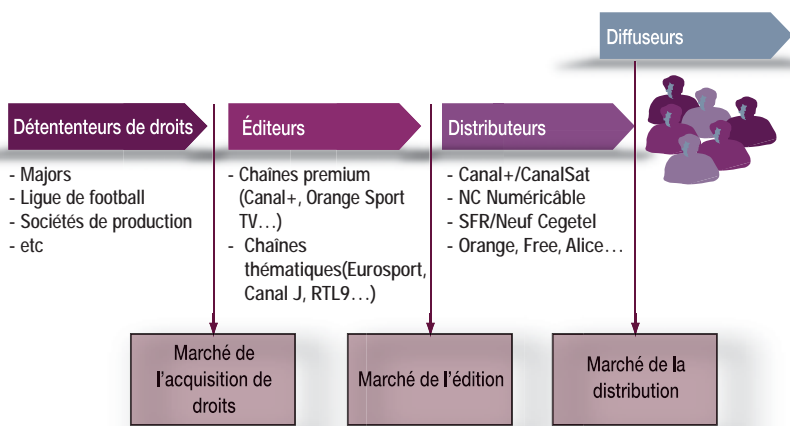
« Il est souhaitable que les consommateurs puissent avoir accès, quelle que soit la plateforme de diffusion et quel que soit l'opérateur sur cette plateforme, aux offres de contenus les plus riches, à des tarifs abordables. Cet objectif passe par une concurrence entre distributeurs de télévision payante, parmi lesquels les FAI »

La télévision sur mobile est encore peu développée en France. Le lancement de la télévision mobile personnelle (TMP) début 2009 pourrait changer la donne, grâce à sa diffusion en mode « broadcast ». Toutefois, si les 16 chaînes concernées ont d'ores et déjà été sélectionnées par le CSA, des incertitudes demeurent sur le modèle économique et l'architecture du réseau de diffusion.

A terme, le poids des réseaux fixes dans la diffusion de la télévision payante pourrait s'accroître avec le déploiement des réseaux très haut débit sur fibre optique. Ces réseaux, qui permettront d'atteindre des débits symétriques de l'ordre de 50 à 100 Mbit/s, sans commune mesure avec la diffusion hertzienne terrestre ou satellitaire, ou encore avec l'ADSL (dont la bande passante est limitée, notamment sur la voie montante), devraient en effet offrir de nouvelles perspectives dans la mise à disposition de contenus : programmes en haute définition, diffusion simultanée de plusieurs canaux, téléchargement de vidéo à la demande quasi instantané, etc.

Cette progression résulte notamment du dynamisme du marché du haut débit par ADSL qui compte près de 15,9 millions d'abonnés au 30 juin 2008. En effet, depuis quelques années, les offres multi-services, proposant Internet haut débit, téléphonie illimitée en voix sur large bande et services audiovisuels, sont devenues le standard du marché. Les services audiovisuels proposés par les FAI incluent notamment :

- l'accès à un bouquet dit « de base » distribué par le FAI, compris dans l'abonnement et regroupant plusieurs dizaines de chaînes ;
- l'accès à des options payantes de chaînes à la carte, distribuées directement par le FAI ;
- l'accès à un ou plusieurs bouquets de télévision payante distribués par des tiers, comme



Si le câble a été la première plateforme historique de télévision payante en France, suite à l'adoption du Plan Câble en 1982, il a été rapidement suivi par la création, en 1984, de Canal+, première et unique chaîne hertzienne analogique payante, puis, à partir de 1996, par l'apparition des bouquets numériques par satellite (Canal Satellite, TPS, AB), devenus très rapidement les principaux vecteurs de diffusion des offres de télévision payante multichaines.

Le satellite constitue encore aujourd'hui le principal mode d'accès des foyers français à la

Télévision payante : une concurrence en pleine mutation

Dans ce contexte de coexistence de multiples plateformes de distribution de télévision payante, Canal+ France apparaît comme un acteur majeur sur l'ensemble de la chaîne de valeur. Placée sous le contrôle exclusif de Vivendi, cette entreprise résulte de la fusion,

nouvelle donne concurrentielle

unications dans la diffusion de la télévision payante ne devrait pas cesser de s'accroître. Dans ce contexte, **les investissements des opérateurs dans le très haut débit et de favoriser l'émergence de nouveaux services d'éviter les distorsions concurrentielles, non seulement sur le marché de la télévision payante mais aussi**

début 2007, des deux bouquets CanalSat et TPS, après plusieurs années de forte concurrence. Ses offres multichaines « CanalSat » sont proposées sur l'ensemble des plateformes numériques de diffusion.

En outre, Canal+ France édite la chaîne Canal+ (le cas échéant via sa version numérique « Canal+ Le Bouquet »). Elle bénéficie d'une exclusivité d'autodistribution historique liée notamment à son rôle dans le financement de la production cinématographique française, dont elle constitue la principale source. Proposant une programmation axée sur le cinéma et le sport, la chaîne Canal+ regroupe à ce jour la majorité des contenus *premium* sur le marché français. Canal+ France édite par ailleurs en propre une vingtaine de chaînes thématiques dont les chaînes CinéCinéma, TPS Star, Sport+, i-Télé et Planète.

Canal+ France détient également de nombreux droits sportifs. Elle a notamment obtenu auprès de la Ligue de Football Professionnelle (LFP) dix des douze lots constituant l'appel à candidatures lancé à la fin de l'année 2007 pour les droits de diffusion des

d'environ 10,5 millions d'abonnements au 1er janvier 2008, dont 5,3 millions à Canal+ / Canal+ Le Bouquet et 5,2 millions à CanalSat, soit une part de marché supérieure à 65 %.

En pratique, au vu de la position de Canal+ France sur l'ensemble de la chaîne de valeur de la télévision payante, le groupe Vivendi a été amené à prendre un certain nombre d'engagements afin que l'opération de concentration Groupe Canal+ / TPS / CanalSat soit autorisée en août 2006 par le Ministre de l'Economie des Finances et de l'Industrie, au terme d'un processus auquel ont été associés l'ARCEP et le CSA, au travers d'avis rendus au Conseil de la concurrence. Par la suite, à l'occasion du rachat par SFR des activités fixes de Tele2 (juillet 2007)

puis de Neuf Cegetel (avril 2008), Vivendi et SFR ont été amenés à confirmer ou étendre certains de ces engagements.

En particulier, Vivendi a pris des engagements portant sur l'obligation de non discrimination entre plateformes pour l'autodistribution de Canal+ Le Bouquet – en clair, Canal+ doit distribuer Canal+

Le Bouquet en autodistribution sur tout support qui en fait la demande -, la reprise des chaînes TF1 et M6 par des distributeurs tiers, un encadrement des exclusivités accordées par Canal+ à des chaînes tierces, ainsi que la formalisation d'une offre de mise à disposition de sept chaînes éditées par Canal+ France (TPS Star, Sport+...) pour les FAI.

Les FAI se révèlent en effet aujourd'hui comme les principaux concurrents potentiels de Canal+ France pour la distribution de télévision payante. Sur l'ADSL, les bouquets distribués en propre par les FAI apparaissent toutefois limités, dans la mesure où la plupart des principales chaînes thématiques françaises (Eurosport, Canal J, Planète, etc) n'y figurent pas. En revanche, comme prévu par les engagements pris par Vivendi lors de l'acquisition de TPS, les FAI DSL peuvent tous transporter les offres auto-distribuées par Canal+ France. Par ailleurs, en recourant à l'offre de mise à disposi-

tion de sept chaînes éditées par Canal+ France, les FAI sont en mesure de distribuer eux-mêmes, généralement en option, des chaînes comme Sport+ ou TPS Star.

Sur le réseau câblé, Numéricable dispose d'une situation historiquement meilleure que les opérateurs DSL en matière d'accès aux chaînes de Canal+ France, dans la mesure où Numéricable

Abonnements à la télévision payante fin 2007 (estimation en millions d'abonnés)

BLOC	Canal+/Canal+ Le Bouquet	CanalSat	Autres distributeurs
Télévision analogique			
TNT payante			<0,01
Satellite	5,3	5,2	<0,1
ADSL			4,5
Câble			<2

distribue en propre l'ensemble des chaînes de Canal+ France (hors Canal+ Le Bouquet) et de ses actionnaires minoritaires.

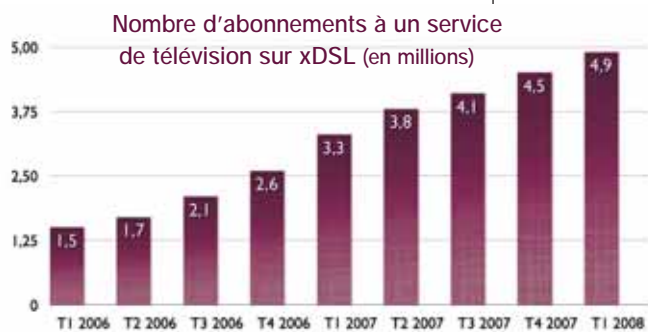
Depuis le début de l'année 2008, Orange cherche à intervenir, comme Canal+ France, sur l'ensemble de la chaîne de valeur de la télévision payante. Orange édite désormais ses propres chaînes, notamment grâce à des programmes achetés en exclusivité, comme certaines séries de HBO et des films produits par les studios Warner. Orange a par ailleurs acquis trois lots de la Ligue 1 de football, dont le lot « *premium* » du grand match du samedi soir, la distribution en vidéo à la demande et la diffusion vers les téléphones mobiles. Enfin, Orange coproduit un nombre croissant de films français à travers sa filiale Studio 37.

En outre, moins de 50 % de la population française étant éligible à la télévision par ADSL, Orange a lancé durant l'été 2008 une offre de télévision par satellite afin d'étendre la couverture de ses offres *triple play* à l'ensemble de ses abonnés haut débit, soit plus de 98 % de la population.

Mieux répartir la valeur pour favoriser les investissements dans le FTTH

De manière générale, il est souhaitable que les consommateurs puissent avoir accès, quelle que soit la plateforme de diffusion et quel que soit l'opérateur sur cette plateforme, aux offres de contenus les plus riches, à des tarifs abordables.

... suite p.10



Source : ARCEP

matches du championnat français de football de Ligue 1, pour 465 millions d'euros par an pour les saisons de 2008 à 2011. Canal+ France dispose également des droits de diffusion relatifs aux principaux championnats de football étrangers ainsi qu'aux championnats français de rugby et de basket-ball.

En matière de droits cinématographiques, Canal+ France cofinance, via ses filiales, la majorité des films français en échange des droits de diffusion en première et seconde fenêtres de télévision payante, et détient une part prépondérante de ces mêmes droits pour les films de nombreuses « *majors* » américaines.

Au total, Canal+ France dispose d'une base

Economie et création culturelle :

Qu'il s'agisse de la musique, du livre, du cinéma ou de l'audiovisuel, le modèle économique traditionnel des échanges numériques. Une nouvelle économie de l'information se met en place, dans laquelle la gratuité ou contenus numérisés et d'un financement par la publicité, ne revêt aucun caractère dévalorisant pour la création **et souhaitable, la protection de la propriété intellectuelle doit s'affirmer sous une forme adaptée. L'enjeu que certains comportements des internautes ne dégradent de larges pans de la production culturelle et de économique avec Nicolas Curien, membre de l'Autorité.**



Les communications électroniques rendent désormais possible la circulation et le stockage de l'information sans recourir à aucun marqueur physique. Il s'agit là de l'étape ultime d'un mouvement millénaire, qui n'a cessé de distendre le rapport du contenu au contenant.

De Gutenberg à Gates : la dématérialisation de l'information

Avant l'apparition de l'écriture, l'information était indiscernable de la parole, qui seule pouvait la véhiculer. Avant l'invention de l'imprimerie, un texte était rigidement attaché au support sur lequel il était inscrit et il n'était communicable que si l'original était consulté en bibliothèque ou recopié à la main sur un autre support. L'invention de Gutenberg a permis la réplique des textes à coût modéré, et donc leur diffusion élargie, en maintenant toutefois un lien physique entre l'information et une marchandise support, le livre composé. Il en va de même pour le disque, le CD puis le DVD, le lien devenant de plus en plus ténu à chacune de ces étapes technologiques de l'édition phonographique et audiovisuelle, car la copie s'avère de plus en plus aisée et de moins en moins coûteuse.

Aujourd'hui, sur les réseaux électroniques, la liaison entre contenant et contenu est totalement rompue : la numérisation a transformé

textes, sons et images en de purs minerais, dégagés de la gangue de tout contenant. L'information est devenue un bien autonome au plan technologique. Si, au plan économique, l'émancipation n'est pas achevée, on peut toutefois juger de ses effets potentiels en observant les secteurs les plus exposés, comme celui de l'édition musicale, dont le modèle d'affaires traditionnel, fondé sur la distribution de phonogrammes matérialisés, est remis en question par le foisonnement des échanges pair à pair de fichiers MP3. La « libération » de l'information engendre une mutation : à « l'ancienne économie de l'information », dans laquelle la valeur était renfermée dans des marchandises support, se substitue une « nouvelle économie de l'information », dans laquelle la valeur réside dans l'accès à un corpus culturel dématérialisé.

La mise en partage de fichiers musicaux entre micro-ordinateurs connectés est aujourd'hui dénoncée comme « piraterie » et fait à ce titre l'objet de vigoureuses actions correctrices, telles que les dispositions figurant dans la loi DADVSI⁽¹⁾ de 2006 et celles prévues par la future loi portant création de l'HADOPI⁽²⁾. Il importe de souligner que ces mesures, préventives ou répressives, ne s'attaquent pas au partage de fichiers en tant que tel, car celui-ci est socialement désirable et économiquement efficace, mais à ses modalités, qui entrent aujourd'hui en violent conflit avec la législation sur la propriété intellectuelle. Or, après une phase de prolifération « sauvage » des réseaux pair à pair, le développement d'une offre légale, préconisé par le rapport Olivennes, est parfaitement concevable et souhaitable. Nous y reviendrons plus loin, après avoir précisé les propriétés de l'information, vue en tant que bien économique.

L'information : un « bien public » ?

Dans la limite des effets d'encombrement du réseau, de très nombreux internautes peuvent accéder simultanément et en totalité à un même contenu numérisé. L'information présente ainsi le caractère fondamental de « non-rivalité » propre aux biens que l'analyse économique qualifie de biens publics : ces biens qui, contrairement aux « biens privés », n'engendrent aucune restriction de leur consommation par certains, du fait de leur consommation par d'autres.

Même s'agissant de l'information encore liée à des supports matériels, la non-rivalité prévaut quasiment. En effet, la copie sans perte sensible de qualité est aujourd'hui possible, non seulement à un coût marginal négligeable, mais encore à un coût moyen très

« La musique en ligne ne serait pas le premier bien culturel dont la facturation serait déliée du volume de la consommation. C'est le cas, depuis plusieurs années, pour les films projetés en salle, avec le développement des cartes illimitées »

modeste : des particuliers peuvent photocopier un texte, scanner une image, reproduire une cassette, un CD ou un DVD, au moyen d'équipements de moins en moins onéreux.

Dès lors, l'information est de la même nature qu'une idée : on ne la perd pas en la communiquant à autrui. Un agent qui cède à un autre un bien informationnel n'en est pas privé pour autant, ou du moins consent-il un coût très faible vis-à-vis de l'utilité qu'il transfère à l'acquéreur.

Il est vrai que la non-rivalité de l'information n'implique pas la non-exclusion, c'est-à-dire l'impossibilité d'exclure quiconque de la consommation d'un bien, un apanage des biens publics « purs » tels que la Défense nationale. A travers le marquage, le filtrage, et autres mesures techniques de protection de la propriété intellectuelle, la technologie rend





L'irrésistible ascension du numérique

médias, fondé sur la distribution de biens matérialisés, est remis en question par le foisonnement des quasi gratuité de l'acte de consommation, s'accompagnant d'un paiement forfaitaire de l'accès aux artistique. **Dans ce nouveau monde, où le développement d'une offre légale est parfaitement concevable est d'importance : il s'agit à la fois de promouvoir un patrimoine numérique de qualité, d'éviter préserver notre culture francophone sur la Toile. Les clefs pour comprendre ce nouveau modèle**

effectivement possible d'interdire certains types de consommations informationnelles, une telle exclusion visant à limiter les effets déstabilisateurs de la non-rivalité. Toutefois, il ne faut pas négliger le coût de mise en œuvre de l'exclusion, ni le dommage indirect qu'elle peut porter à l'économie de l'information : elle diminue en effet l'utilité des biens informationnels pour ceux qui les consomment de manière licite, les protections nécessaires pour empêcher la copie rendant l'usage de ces biens plus malaisé.

Coût et valeur

La chaîne de valeur informationnelle comporte trois maillons – production, distribution, consommation – et engendre donc trois types de coûts : en amont, ceux liés à l'élaboration de l'information ; au milieu, ceux liés à sa réplique et sa transmission ; en aval, ceux engendrés par son assimilation et son utilisation par les acteurs économiques. La phase amont de constitution des bases de contenus, ainsi que la phase aval de conception des outils logiciels permettant d'en tirer parti, engendrent des coûts fixes importants. Quant à la phase intermédiaire de circulation des contenus, elle est caractérisée par des coûts essentiellement variables, que les technologies numériques, notamment Internet, tendent à réduire considérablement. Regardée dans sa globalité, la « fonction de production » de l'information présente ainsi un fort coût fixe et un faible coût marginal, une structure génératrice d'économies d'échelle : le coût unitaire s'abaisse lorsque le volume s'accroît.

La déformation de la fonction de production de l'information, dont l'ordonnée à l'origine s'élève (augmentation des coûts fixes) et la pente s'abaisse (diminution des coûts variables), prête parfois à des interprétations incorrectes. En particulier, contrairement à ce que pourrait laisser hâtivement penser la seule prise en considération de l'abaissement drastique des coûts de transmission sur les réseaux, l'économie numérique n'est pas une économie exempte de coûts d'information. Elle est tout au contraire une économie où la valeur se crée et s'accumule en amont et en aval des réseaux électroniques, dans l'élaboration de contenus

et dans la transformation d'informations brutes en connaissances mobilisables, une élaboration et une transformation qui sont des processus coûteux. Mais ces processus étant collectifs, ils nécessitent une mise en réseau globale des agents économiques... qui serait irréalisable si Internet n'offrait précisément une telle interconnexion à un coût variable très faible et avec une très grande flexibilité.

Effets de club

Les biens informationnels et, par extension, les biens dont l'utilisation est liée à des réseaux, sont à l'origine « d'effets de club » : les consommations individuelles, loin de s'exclure mutuellement, en raison de la non-rivalité, se valorisent en outre les unes les autres, l'utilité de chaque consommateur étant renforcée du fait de la présence des autres sur un même réseau. Par exemple, plus un site Internet de relations sociales fédère un grand nombre d'adhérents, plus il se montre attractif pour chacun d'eux ; plus un système d'exploitation informatique est répandu, meilleures sont ses performances et plus large est la palette des logiciels compatibles.

Souvent, les effets de club sont démultipliés par l'existence d'un marché « biface », le gestionnaire de la plate-forme informationnelle assurant alors la mise en relation de deux groupes distincts d'agents économiques. Par exemple, une plate-forme de musique en ligne ou de vidéo-distribution met en rapport, d'un côté, des éditeurs de contenus et, de l'autre, des amateurs de musique ou de cinéma. Dans cet exemple, un accroissement de l'audience sur la « face amateurs » stimule la variété des contenus disponibles sur la « face éditeurs », et réciproquement. De manière similaire, plus un portail Internet est fréquenté, plus il attire de nouveaux internautes sur une des faces du marché et plus il séduit les annonceurs, sur l'autre face.

Les effets de club ne sont autres que des « économies d'échelle de consommation » qui, se cumulant aux économies d'échelle de production, favorisent l'émergence de standards dominants, voire de stratégies de barrières à l'entrée et de monopolisation, ainsi qu'on a pu par exemple l'observer pour les logiciels Microsoft.

La musique numérique

La compréhension de la nature économique de l'information contribue à éclairer les débats sur le devenir de l'industrie de la musique à l'ère numérique. Il ressort en effet des développements précédents que les deux impératifs suivants doivent être conciliés... sans oublier le second !

- La création artistique, en amont de la chaîne de valeur, doit être rémunérée en aval par la consommation, afin de préserver les incitations des artistes, favoriser l'émergence de nouveaux talents et ainsi garantir un degré de variété satisfaisant du répertoire musical numérique.

« Le fait que l'assiette de la rémunération des artistes ne soit plus indexée sur le volume global de consommation n'exclut nullement que la part revenant à chacun soit proportionnelle au volume de son audience propre »

- La consommation musicale doit être la plus large possible, puisque l'extension de cette consommation est génératrice d'effets de club et qu'elle peut s'opérer à un coût marginal négligeable.

Une conclusion s'impose alors immédiatement en matière de tarification : à l'optimum économique, le prix du téléchargement d'un morceau de musique doit être fixé au plus près du coût marginal de la distribution en ligne, c'est-à-dire avoisiner zéro.

Les coûts de création et d'édition, qui sont indépendants des volumes (coûts fixes), doivent quant à eux être financés à l'aide de prélèvements forfaitaires, du type taxe ou abonnement, ou encore par la publicité.

... suite p.8

¹ Droits d'auteur et droits voisins dans la société de l'information.
² Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet.

... suite de la p. 7

La musique en ligne ne serait pas le premier bien culturel dont la facturation serait déliée du volume de la consommation. C'est le cas, depuis plus d'un demi-siècle, des programmes diffusés par les chaînes de télévision financées par la publicité. C'est également le cas, depuis plusieurs années, pour les films projetés en salle, avec le développement des cartes illimitées. La gratuité ou la quasi-gratuité de « l'acte » de consommation, s'accompagnant du paiement *ex ante* d'un « droit » à consommer, ne revêt aucun caractère dénigrant ou dévalorisant à l'endroit de la création artistique. C'est là, bien au contraire, conférer à la musique numérique le caractère d'une « infrastructure immatérielle essentielle », à laquelle chacun doit pouvoir accéder librement, après s'être dûment acquitté d'un montant forfaitaire abordable.

Pourquoi alors, objecteront certains, ne pas imposer également une subvention aux boulangers et une distribution gratuite de la baguette de pain ? Tout simplement parce que, contrairement au fichier numérique, la baguette est un bien physique « rival », qui est détruit lorsqu'il est consommé. En outre, les coûts de la

personne ne comprendrait que des caisses ne soient pas installées à l'entrée, afin de facturer l'accès à une telle caverne d'Ali Baba ! En effet, ce que permet l'étonnante technologie de réplique physique, gratuite et automatique, c'est uniquement le renouvellement permanent du contenu de la caverne, et non pas la constitution préalable de ce contenu. Or, contrairement à sa réplique, la création du contenu comporte un coût et représente une valeur économique, que doit impérativement rémunérer un droit d'entrée. Dans cet apologue, la technologie providentielle n'est autre que la numérisation, l'inépuisable trésor de la caverne n'est autre que la musique numérique et le droit d'entrée n'est autre que l'abonnement à une plate-forme légale... ou la redevance associée à une licence globale sur Internet !

Si le montant collecté pour rétribuer la création musicale est assis sur le nombre des abonnés aux plates-formes de musique en ligne, ou sur le nombre des internautes prêts à s'acquitter de la licence globale, ou sur un budget publicitaire, le risque n'existe-t-il pas que soit ainsi rompu le lien entre l'artiste qui crée et le public qui choisit, que l'offre musicale ne puisse plus être guidée par la demande ? Non, car le fait que l'assiette de la rémunération des artistes ne soit plus indexée sur le volume global de consommation n'exclut nullement que la part revenant à chacun soit proportionnelle au volume de son audience propre. Il est en effet techniquement possible de marquer numériquement les œuvres, afin de mesurer statistiquement les flux de téléchargement et ainsi rémunérer les ayants droit à proportion de leur diffusion dans le monde numérique. Ceci constituerait d'ailleurs un progrès notable par rapport aux techniques de sondage utilisées pour les diffusions à la radio, dont on sait qu'elles introduisent un biais au détriment des artistes de notoriété modeste.

Vers une politique culturelle du numérique

Qu'il s'agisse de la musique, du livre, du cinéma ou de l'audiovisuel, la protection de la propriété intellectuelle ne saurait évidemment être réduite à un pur instrument « défensif », exclusivement destiné à préserver les intérêts de « l'ancienne économie de l'information ». Elle s'inscrit plus positivement dans une démarche proactive de constitution d'un patrimoine culturel numérique, dans laquelle la reconnaissance sociale des œuvres et leur labellisation jouent un rôle primordial.

Prenant l'exemple de l'édition littéraire, la commande et la sélection des manuscrits, le repérage des auteurs, l'aide à la création et à la

mise en forme, la collecte et le traitement d'informations documentaires ou journalistiques, autant d'aspects essentiels du modèle traditionnel, ne doivent pas disparaître, mais bien au contraire s'affirmer, avec la numérisation. Toutefois, cette affirmation n'est pas synonyme de *statu quo* : pour le livre, comme pour les autres biens culturels, le processus éditorial intégrera inéluctablement un modèle « partagé » (de plusieurs vers plusieurs ou de tous vers tous), complétant le modèle « diffusé » (de un ou de quelques uns vers tous) et s'y substituant en partie.

En vue d'assurer le financement équilibré de la production culturelle et la sélection de contenus enrichissant le patrimoine numérique collectif, plusieurs moyens alternatifs sont envisageables et peuvent être combinés : certes le droit d'auteur, par exemple collecté par un micro-paiement accompagnant les échanges en ligne ; mais aussi la publicité, la parafiscalité, comprenant notamment des taxes sur les équipements électroniques de stockage et de restitution des contenus, des fonds de soutien, etc..

Une politique culturelle de transition vers le numérique doit en définitive se donner deux objectifs : d'une part, donner une forte impulsion publique dans les domaines, tels que la

« Le meilleur remède contre le piratage, c'est la promotion de pratiques efficaces et vertueuses, bien davantage que la répression »

mise en ligne d'éléments indiscutablement patrimoniaux, où la numérisation ne rentre pas en conflit direct avec les modèles d'affaire existants ; d'autre part, dans les domaines sensibles, mener des expérimentations en concertation avec les industries de contenus, afin de tester sans a priori différentes formules innovantes. C'est dans cet esprit qu'il convient, à mon sens, de comprendre l'accord Olivettes et rédiger la future loi sur la diffusion des œuvres sur Internet : le meilleur remède contre le piratage, c'est la promotion de pratiques efficaces et vertueuses, bien davantage que la répression.

L'enjeu est d'importance, car il s'agit tout à la fois de promouvoir un patrimoine numérique de qualité, d'éviter que certains comportements des internautes ne dégrade de larges pans de la production culturelle, et de préserver une culture francophone qui risquerait à terme d'être marginalisée sur un Web – pardon, sur une Toile ! – de plus en plus dominé(e) par la culture anglo-saxonne. ■

Nicolas Curien, Membre de l'Autorité



fabrication et de la distribution du pain, proportionnels au volume des unités produites, sont loin d'être négligeables : une tarification à l'unité est donc dans ce cas le modèle adapté. La différence essentielle de nature entre un bien physique, comme le pain, et un bien numérique, comme la musique en ligne, permet de comprendre combien il est hâtif d'assimiler le téléchargement gratuit d'une œuvre musicale à un vol à l'étalage. Pour corriger cette image trompeuse, voici une image plus conforme, celle de la caverne d'Ali-Baba.

La caverne d'Ali-Baba

Supposons qu'ait été inventée une technologie « miracle » qui permette de remplacer physiquement, immédiatement, à l'identique et sans aucun coût, tout CD retiré des bacs d'une surface de distribution. Il apparaîtrait alors impensable que des caisses soient disposées en sortie de magasin afin de faire payer les CD emportés par les « clients » : celui qui emporte cent ou mille CD « cause » en effet exactement le même coût que celui qui n'en prend aucun, c'est-à-dire zéro ! En revanche,

Les évolutions technologiques récentes ont profondément bouleversé le secteur audiovisuel

par Marie Laure Denis, Conseiller au CSA

Depuis cinq ans, le secteur de la distribution de la télévision a été marqué par plusieurs évolutions majeures. Parmi les plus structurantes figurent le développement des premières offres de télévision par ADSL en décembre 2003, le lancement de la télévision numérique terrestre (TNT) gratuite, en mars 2005, puis payante, en mars 2006, ou encore l'apparition des offres de télévision sur téléphone mobile.

Ces évolutions ont permis l'émergence de plusieurs distributeurs de services de télévision payante, l'augmentation sensible du nombre des chaînes gratuites et le développement de la consommation de télévision en mode non linéaire (services de vidéo à la demande et de télévision de rattrapage sur les réseaux filaires). Il semble d'ailleurs que les services non linéaires, appelés à être régulés par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, constituent un facteur de croissance important, en particulier pour les distributeurs nouveaux entrants.

Grâce à la technologie xDSL, les opérateurs de communications électroniques ont pu agréger des contenus audiovisuels et développer, à des degrés divers, une activité de distributeurs de services. Ainsi, les offres multiservices qui combinent l'accès Internet haut débit, la téléphonie illimitée et l'accès aux contenus audiovisuels, rencontrent un succès certain auprès des consommateurs, qui sont aussi des téléspectateurs. Ces offres concurrencent directement les bouquets d'entrée de gamme des opérateurs du câble et du satellite.

Les acteurs de l'audiovisuel et des télécoms ont mis en œuvre des stratégies d'adaptation différentes

Confronté à l'émergence d'offres alternatives, le groupe Canal+, principal opérateur de la télévision payante, s'est efforcé de maintenir l'attractivité de ses offres *premium* et cinéma, dans le cadre des engagements souscrits devant le ministre chargé de l'économie lors de la fusion avec la société TPS.

Dans ces circonstances, les distributeurs xDSL ont aussi cherché à concurrencer le groupe Canal+ en retenant des stratégies différentes.

La société Free a mis en place une politique de partenariats privilégiés avec le groupe Canal+ pour la distribution des offres CanalSat et Canal+ Le Bouquet. Ainsi, l'opérateur a notamment proposé à ses nouveaux abonnés une offre d'accès à Canal+ Le Bouquet pour 1 € la première année, réservée aux 30 000 premiers abonnés.

De son côté, la société Orange / France Télécom a choisi de se positionner sur les segments amont de la chaîne de la valeur en acquérant des droits de diffusion et en éditant

« Le Conseil entend garantir une juste rémunération de la création audiovisuelle en veillant à ce que les chaînes éditées par les opérateurs xDSL soient soumises à des obligations comparables à celles des chaînes existantes »

elle-même ses propres chaînes. En septembre 2007, la société Orange a lancé sa propre chaîne d'information sportive, « *Orange Sports TV* », proposée en exclusivité dans ses offres de télévision. Elle a également lancé, en août 2008, le service « *Orange Foot* » diffusant les droits de la Ligue 1 de football acquis par France Télécom. L'opérateur a également annoncé le lancement, avant la fin de l'année 2008, d'une offre premium « *Orange cinéma séries* » constituée de six chaînes, disponibles par abonnement pour tous les clients d'Orange, sur l'écran de leurs choix (téléviseurs, ordinateurs et terminaux mobiles).

Cette stratégie est toutefois fortement contestée par le groupe Canal+ et les distributeurs xDSL concurrents, dans la mesure où les contenus acquis par Orange sont à l'heure actuelle réservés en exclusivité à ses abonnés, contrairement aux offres CanalSat et Canal+ Le Bouquet disponibles auprès de tous les opérateurs xDSL.

Les opérateurs télécoms entrent dans le champ de compétence du CSA

L'arrivée de nouveaux acteurs est de nature à dynamiser la concurrence sur le marché de la télévision payante. Leurs activités entrent dans le champ de la loi du 30 septembre 1986 sur la liberté de communication et relèvent

du régime juridique applicable à la distribution et à l'édition de services.

Dans ce cadre, le Conseil est appelé à exercer un contrôle sur ces opérateurs.

Les offres des nouveaux distributeurs, et les chaînes nouvellement créées, contribuent à améliorer la qualité et la diversité de l'offre de programmes mise à la disposition du public, dans l'intérêt des téléspectateurs.

Dans ce contexte, le Conseil entend garantir également une juste rémunération de la création audiovisuelle en veillant à ce que les chaînes éditées par les opérateurs xDSL soient soumises à des obligations comparables à celles des chaînes existantes.

Il veille également à l'établissement de relations objectives, équitables et non discriminatoires entre éditeurs et distributeurs. A ce titre, le Conseil a déjà été sollicité par des opérateurs de communications électroniques dans le cadre de sa compétence en matière de règlement des litiges.

Le Conseil veille ainsi à garder une approche équilibrée, combinant établissement d'un cadre propice au succès des offres innovantes et le respect des droits et devoirs des différents acteurs.



CSA
CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

www.csa.fr

... suite de la p.5

Cet objectif passe par une concurrence entre distributeurs de télévision payante, parmi lesquels les FAI. Un accès inéquitable aux contenus peut en effet induire une distorsion de concurrence sur les marchés de télécommunications, notamment sur les marchés de détail du haut débit et du très haut débit. Rendre accessible le plus grand nombre de chaînes à l'ensemble des abonnés des FAI, en particulier les plus attractives, permet de réduire de manière significative le risque de préemption de nouveaux abonnés au haut débit et au très haut débit ou de changement massif de fournisseur d'accès en faveur d'un éventuel distributeur exclusif.

En outre, la répartition de la valeur liée aux services audiovisuels proposés sur les réseaux ADSL et fibre optique n'apparaît pas favorable aux FAI. En effet, les abonnés aux offres de télévision distribuées en propre par les FAI le sont pour la plupart au simple bouquet de base inclus dans l'abonnement multiservices, ce qui engendre un faible revenu supplémentaire par abonné. En outre, les FAI interviennent comme simples transporteurs des offres de Canal+ France. La rémunération qu'ils perçoivent à ce titre semble constituer une source de revenus limitée.

Dans un contexte où les réseaux fixes constituent désormais la principale plateforme de croissance de la télévision payante, un accès à une plus grande part de la valeur liée aux services audiovisuels (en tant que distributeurs ou transporteurs) est susceptible d'accélérer les investissements des opérateurs dans le très haut débit, et par suite, de permettre l'émergence de nouveaux services audiovisuels. Ceci constituerait *in fine* un facteur de croissance du marché de la télévision payante dans son ensemble, bénéficiant ainsi aux distributeurs, aux ayants-droits et au financement de la création audiovisuelle française.

Encadrer le régime des exclusivités de distribution pour éviter les distorsions de concurrence

Une autre question essentielle concerne les conditions dans lesquelles peuvent être conclus des accords d'exclusivités. Il existe deux types d'exclusivités en matière de télévision payante : d'une part, les exclusivités accordées par un ayant-droit à une chaîne pour un programme donné (seule cette chaîne peut alors diffuser le programme concerné) et d'autre part, les exclusivités accordées par une chaîne donnée à un distributeur (pour accéder à cette chaîne, le client final est alors contraint de souscrire au bouquet de cet unique distributeur).

Si le premier type d'exclusivités n'empêche pas une large diffusion des contenus correspondants sur différentes plateformes (satellite, TNT, ADSL, mobile...) puisqu'il n'impacte pas a priori

la distribution, les exclusivités de distribution, en revanche, restreignent potentiellement le champ de la diffusion des contenus concernés. En effet, l'octroi de droits exclusifs de distribution est susceptible de limiter l'équité dans l'accès aux contenus et d'affecter l'économie des réseaux de diffusion sous-jacents. Des exclusivités portant sur plusieurs technologies de diffusion peuvent en effet limiter le jeu de la concurrence sur les marchés de l'audiovisuel et des télécommunications situés en aval.

Il convient toutefois de souligner que les exclusivités de distribution constituent une pratique courante du secteur, permettant une différenciation des offres proposées aux consommateurs, et sur laquelle s'est appuyée historiquement la concurrence entre Canal+ et TPS. De nombreuses chaînes font actuellement l'objet d'une distribution exclusive :

- L'offre « premium » Canal+ Le Bouquet bénéficie historiquement, via sa convention signée avec le CSA, d'une autodistribution exclusive par Canal+ Distribution ;
- CanalSat distribue près de 60 chaînes thématiques en exclusivité, en particulier les principales chaînes payantes éditées par le groupe Canal+ France, TF1 et Lagardère ;
- Orange distribue de manière exclusive ses chaînes Orange Sports TV, Orange Foot et Orange Cinéma Séries.

La généralisation de ces exclusivités répond à des intérêts économiques et stratégiques, tant du point de vue des chaînes thématiques que de celui des distributeurs. En effet, du point de vue d'un distributeur, la multiplication d'accords d'exclusivités augmente la qualité de son offre et son attractivité pour les téléspectateurs. D'un point de vue concurrentiel, la théorie économique a démontré qu'un distributeur donné est généralement prêt à payer davantage une prime d'exclusivité à une chaîne pour exclure des distributeurs rivaux, que ces distributeurs rivaux ne sont prêts à payer dans leur ensemble à cette même chaîne pour ne pas être exclus de sa distribution.

Par ailleurs, dans un contexte où la plupart des chaînes thématiques sont déficitaires ou à la limite de la rentabilité, la maximisation de leurs recettes passe de manière prioritaire par la maximisation des versements de leurs distributeurs, c'est-à-dire le plus souvent par une prime d'exclusivité de distribution.

Sans remettre en cause la légitimité des distributeurs à conclure des accords de distribution exclusive avec des chaînes thématiques, la question de leur encadrement, notamment en termes de durée et de périmètre, se pose néanmoins afin d'éviter les distorsions concurrentielles non seulement sur le marché de la télévision payante mais

aussi sur les marchés de communications électroniques qu'elles affectent, typiquement ceux du haut débit et du très haut débit.

En outre, en l'absence d'engagements de non discrimination et de mise à disposition de certaines chaînes, Canal+ France pourrait être en mesure d'utiliser sa position privilégiée en matière de télévision payante pour distordre la concurrence, soit en faveur de son bouquet satellite aux dépens notamment des réseaux fixes, soit en faveur de sa filiale Neuf Cegetel sur le marché du haut débit.

« Rendre accessible le plus grand nombre de chaînes à l'ensemble des abonnés des FAI permet de réduire de manière significative le risque de préemption de nouveaux abonnés au haut débit et au très haut débit »

Par ailleurs, l'entrée d'Orange dans les contenus a soulevé de nouvelles préoccupations concurrentielles du fait d'une part de la position prépondérante de France Télécom sur les marchés de communications électroniques, en particulier sur le haut débit, et d'autre part du mode de distribution retenu par Orange pour ses propres chaînes. De manière générale, deux principaux modèles de distribution exclusive coexistent aujourd'hui :

- Canal+ France distribue ses offres Canal+ Le Bouquet et CanalSat sur l'ensemble des plateformes qui le souhaitent, dans des conditions comparables, de manière équitable inter- et intra-plateformes ;
- Orange distribue à ce jour les chaînes qu'il édite à ses seuls abonnés haut débit, très haut débit et mobile.

Ces deux modèles ne présentent pas le même impact sur la concurrence des marchés du haut débit et du très haut débit. Si l'on prend l'exemple des matchs de football de la Ligue 1, cela signifie notamment qu'un abonné haut débit peut, quel que soit son FAI (Orange, Free, Neuf Cegetel, Numéricable, Darty...), sous réserve d'éligibilité, souscrire à Canal+ Le Bouquet afin de pouvoir regarder les matchs qu'il diffuse. En revanche, un consommateur qui souhaiterait pouvoir visionner le match diffusé chaque semaine sur Orange Foot devra nécessairement être abonné à une offre haut débit, très haut débit ou mobile d'Orange.

Plus généralement, les pouvoirs publics pourront être amenés à s'interroger sur les conditions dans lesquelles certaines exclusivités de distribution pourraient conduire à des distorsions de concurrence résultant, par effet de levier d'un marché sur l'autre, des positions prépondérantes de certains acteurs. ■

Convergence contenants-contenus : l'exclusivité inutile et incertaine ?

par **Thierry Dahan**, rapporteur général du Conseil de la concurrence

Le marché de l'accès aux services sur Internet a été depuis dix ans un secteur béni pour la concurrence. La substituabilité des offres des compétiteurs, élément cardinal de la concurrence, y était, en effet, quasi totale. Cette particularité tient au fait que les contenus auxquels les consommateurs souhaitent accéder (biens vendus en ligne, voyage et musique par exemple, consultation de sites d'information ou de recherche documentaire, ou services de communication, principalement la messagerie et les forums de discussion) sont :

« Les problèmes apparaissent lorsque l'exclusivité "descend" jusqu'à l'étage du transport (...) C'est le trop fameux "effet de levier" qui permet de gagner des clients, non pas sur ses mérites propres mais grâce au pouvoir tiré d'une situation de monopole »

Face à ce monde de la substituabilité reine, le paysage de l'audiovisuel payant se singularise par son goût pour l'exclusivité et la non substituabilité des offres. Le modèle économique de l'édition et de la distribution de la télévision payante est fondé sur le principe simple selon lequel le consommateur n'acceptera pas de payer pour un contenu qui peut être trouvé gratuitement ailleurs.

Répliquabilité totale et exclusivité

La rencontre de ces deux univers, télévision payante et internet/téléphone, à travers les offres *triple play*, a donc, dès l'origine, suscité des interrogations. Comment marier l'eau et le feu, la répliquabilité totale et l'exclusivité ?

La solution la plus simple est que chacun se cantonne à son métier d'origine. Si le fournisseur d'accès n'est ni éditeur ni distributeur, il transportera spontanément tous les signaux sans discrimination. Inversement, si tous les distributeurs acceptent d'offrir leurs produits à tous les transporteurs, le marché du *triple play* restera soumis à la règle de la substituabilité totale. Le même résultat, un peu dégradé, peut aussi être atteint si le fournisseur d'accès est lui-même distributeur d'une offre propre mais accepte de transporter les offres distribuées par d'autres.

Dans ce cas, tous les contenus restent accessibles auprès de tous les fournisseurs d'accès, même si la répartition de la marge commerciale entre opérateurs dans la chaîne de distribution peut varier. Ce modèle, dans lequel l'exclusivité est cantonnée aux étages de l'édition et de la distribution mais épargne l'étage du transport et de la diffusion, a été et reste encore largement dominant.

Les problèmes apparaissent lorsque l'exclusivité « descend » jusqu'à l'étage du transport et apparaît comme un moyen de faire échec à la substituabilité des offres *triple play*. C'est le trop fameux « effet de levier » qui permet de gagner des clients, non pas sur ses mérites propres mais grâce au pouvoir tiré d'une situation de monopole sur un bien connexe ou lié. D'un usage tentant si l'on veut profiter des avantages commerciaux réels ou supposés qu'on lui attribue, cet « effet de levier » a l'inconvénient majeur d'attirer l'attention des autorités de concurrence à proportion de son efficacité. Mieux il marche et plus il est suspect.

En reprenant le mot célèbre de Pascal sur Descartes, on pourrait alors dire de l'exclusivité qu'elle est « inutile et incertaine ». Insuffisamment efficace pour amener un volume d'affaire supplémentaire capable de couvrir les coûts d'investissement dans des contenus exclusifs, elle est inutile et sera à terme délaissée. Au contraire, assez efficace

pour capter des clients attirés par les contenus exclusifs, elle déséquilibre la concurrence, inquiète les rivaux et ouvre une zone de turbulence contentieuse avec toutes les incertitudes qui y sont attachées.

Une réalité en demi-teinte

Il est hélas probable, ce qui ne réjouira certes pas les régulateurs concernés, que la réalité sera en demi-teinte, les exclusivités que se réserveront les opérateurs dominants sur certains contenus ayant des effets ambigus sur les différents marchés concernés. La sortie de la zone grise aura, en outre, d'autant plus de chance de se faire attendre que le périmètre et l'attractivité de ces contenus exclusifs seront limités.

Le jeu est donc encore ouvert et le restera probablement tant que, sur ce terrain des contenus, les duels entre les grands opérateurs, chacun pouvant être dominant sur un des nombreux marchés connexes, se livreront à fleurets mouchetés. Il en ira tout autrement si la compétition se durcit, suscitant des contentieux qui conduiraient les autorités de concurrence à se prononcer au fond.

www.conseil-concurrence.fr

Avertissement

Ces propos n'engagent ni les membres du collège, ni l'instruction du Conseil de la concurrence à l'égard d'éventuelles affaires contentieuses en cours ou à venir.



Contenus exclusifs et accès : une opposition dénuée de sens

par **Bertrand Méheut**, président du directoire du groupe Canal+



CANAL+

Une idée fautive encombre depuis deux ans le débat sur l'accès aux contenus dans l'univers numérique : les exclusivités détenues par les opérateurs de télévision en matière d'édition ou de distribution de contenus nuiraient au développement des offres multiservices et entraveraient le développement des réseaux. Rappelons, pour dissiper ce malentendu, quelques vérités d'évidence.

L'exclusivité ou la raison d'être du métier d'opérateur de TV payante

La détention d'exclusivités est le fondement même du métier d'opérateur de télévision payante. La raison d'être d'un groupe comme Canal+ est en effet d'offrir aux téléspectateurs ce qu'ils ne sont pas susceptibles de trouver ailleurs, c'est-à-dire précisément des contenus exclusifs soit premium (comme ceux qui sont proposés au sein de Canal+ Le

Bouquet), soit organisés au sein de bouquets multi-chaînes (comme ceux que distribue CanalSat).

« L'exclusivité de distribution peut seule permettre aux ayants droit de percevoir une rémunération correcte et à bon nombre d'éditeurs d'assurer la survie de leurs chaînes »

Canal+ joue, en la matière, un rôle d'éditeur et d'assembleur, qui s'appuie sur un important savoir-faire et qui génère, pour les consommateurs, une évidente

valeur ajoutée : il s'agit de proposer à l'abonné une offre cohérente, en triant et en ordonnant les meilleurs contenus par thèmes, pour un prix optimisé.

La différenciation qui résulte de ce travail d'assemblage est indispensable dans le contexte actuel de vive concurrence entre opérateurs. La multiplication des voies d'accès aux contenus et la diversification des offres, en particulier gratuites⁽¹⁾, exigent plus que jamais d'un groupe qui se consacre à l'édition, à l'agrégation et à la distribution de contenus audiovisuels payants qu'il affirme la singularité de ses produits.

Un modèle vertueux pour l'industrie des contenus

Le modèle qui en découle est vertueux pour l'industrie des contenus. L'exclusivité de distribution peut seule permettre aux ayants droit de percevoir une rémunération correcte et à bon nombre d'éditeurs d'assurer la survie de leurs chaînes. Le montant versé par le distributeur à un éditeur de chaîne pour une distribution en exclusivité est généralement supérieur à la somme des redevances et revenus publicitaires qu'il percevrait dans le cadre d'une distribution non-exclusive. C'est spécialement vrai pour les chaînes qui doivent acquérir des droits rares et coûteux (notamment dans le cinéma et le sport) et qui, pour couvrir ces coûts, doivent obtenir la meilleure valorisation possible de leur contenu.

Canal+ joue, par ailleurs, un rôle décisif dans le lancement de nouvelles chaînes, en assumant à leur place l'essentiel de la prise de risque financier, en leur garantissant des revenus sur les premières années, sur la foi d'un simple cahier des charges, et en réalisant pour elles des efforts promotionnels substantiels, qui n'auraient pas lieu d'être dans le cadre d'une distribution non-exclusive et que les chaînes elles-mêmes ne pourraient pas assumer.

Un atout majeur pour la pénétration des offres multiple play

Favorable au développement de l'industrie des contenus, ce modèle l'est tout autant au développement de l'ensemble des plateformes de distribution. Il n'entend, en effet, privilégier aucune voie d'accès aux contenus par rapport aux autres : Canal+ Le Bouquet et CanalSat sont disponibles sur les plateformes de tous les distributeurs ; si certaines chaînes thématiques ne sont distribuées qu'au sein du bouquet CanalSat, ce bouquet est, lui, présent sur toutes les plateformes.

Loin de freiner le développement des plateformes des opérateurs d'accès, le modèle mis en œuvre par Canal+ en accompagne ainsi l'essor continu : les plateformes xDSL constituent désormais le mode de distribution le plus dynamique et le principal vecteur de croissance du marché de la télévision payante en France. Et la possibilité offerte aux fournisseurs d'accès de proposer les produits du Groupe Canal+ à des conditions tarifaires attractives constitue un atout majeur pour la pénétration de leurs offres multiple play.

Rechercher l'exposition la plus large possible

Ce modèle est, surtout, vertueux pour les consommateurs. Il garantit la continuité d'une offre de télévision pluraliste de grande qualité et il permet à chacun, quel que soit le mode de diffusion qu'il a choisi, d'accéder à toutes les offres de Canal+.

Il se distingue radicalement, en cela, de la logique qui paraît inspirer l'opérateur historique du marché des télécoms, qui vient d'effectuer une entrée remarquée dans le monde de l'édition et de l'agrégation de contenus. Orange met en effet en œuvre une exclusivité à deux niveaux : l'exclusivité que ce groupe détient sur certains contenus et certaines chaînes se double d'une distribution réservée exclusivement à ses seuls abonnés au téléphone et à l'internet haut débit. Pour la première fois, l'accès à des contenus (pour partie premium) est conditionné au choix préalable d'une technologie et d'un opérateur de réseau. Orange constitue de la sorte un écosystème clos, destiné à faire de l'abonné un client captif.

Cette logique n'est pas celle d'un opérateur de télévision, qui a vocation à rechercher pour ses offres la plus large exposition possible, de façon à amortir les coûts importants qu'il doit assumer pour constituer une offre télévisuelle de qualité. Elle est celle d'un fournisseur d'accès qui voit dans les contenus un produit d'appel destiné à accroître ses parts de marché dans la téléphonie et l'accès haut débit, et qui peut, dès lors, investir dans les contenus sans se préoccuper de les rentabiliser par la distribution de la seule télévision payante. Cette situation suscite d'autant plus d'interrogations que l'opérateur en cause jouit, du fait qu'il est propriétaire des réseaux filaires, d'avantages structurels considérables sur ses concurrents.

Le recours aux exclusivités ainsi entendues constitue une réelle perversion du système, et il conduit à recréer une antinomie qui n'a pas lieu d'être entre distribution de contenus exclusifs et développement des réseaux. Sans doute appelle-t-il, dès lors, des mesures correctrices.

www.canal+.fr

⁽¹⁾ Qu'il s'agisse des 18 chaînes vraiment gratuites de la TNT en clair ou des 50 chaînes que les fournisseurs d'accès internet incluent, sans supplément de prix, dans leurs abonnements multiple play

Télécom et création : « une union aussi indispensable que profitable »

par **Raoul Roverato**, directeur des activités de croissance chez Orange

Faut-il s'étonner de voir un opérateur de télécommunications se préoccuper des contenus qu'il achemine ? Faudrait-il même s'en inquiéter ? La mère de Graham Bell était sourde, c'est ce qui poussa l'inventeur du téléphone à chercher et chercher encore à transformer la voix en onde électrique. Quand enfin il y parvint, il confia une première mission à son invention : devenir un Théatrophone capable de transmettre des pièces ou des concerts. C'est ainsi que le téléphone naquit avec le contenu dans son ADN.

L'évolution technologique a changé le visage d'une industrie centenaire et pourtant, sa fonction première reste identique : abolir la notion de distance entre l'émetteur et le récepteur d'un message. La loi de Moore est passée par là et avec elle une augmentation spectaculaire de la capacité de transmission.

La stratégie du « contenu partout »

Dans ce contexte, la stratégie s'est inscrite dans la continuité. Il n'y a aucune rupture dans cette trajectoire qui vise à l'amélioration du service, à la satisfaction d'un public rendu plus exigeant par l'habitude de l'excellence.

« Les opérateurs sont une chance pour les contenus. En élargissant l'éventail d'exposition des contenus, ils irriguent l'économie de la création »

La révolution numérique a introduit de nouveaux paramètres. L'image et le son se sont évadés de leurs canaux de distribution originels. En franchissant la barrière de la diffusion hertzienne, ils ont conquis le câble, le satellite, et avant que quelques pionniers ne leur fassent l'honneur des réseaux téléphoniques, Internet changeait d'âme, l'ADSL se révélait un prodigieux vecteur pour accéder à une richesse inédite de services, de chaînes, accompagnés de ressources inconnues, d'innovations, d'apports interactifs offrant une expérience nouvelle pour chacun. En ajoutant les réseaux mobiles à l'ADSL se mit en place la stratégie du « contenu partout ».

Les pièces du puzzle réunies, il fallait alors les assembler en les dotant des images indis-

pensables. La politique de partenariat prit son essor. Chercher des contenus souvent édités par d'autres et les rendre différents grâce à la technologie devient une règle. Acquérir des droits, y compris des droits exclusifs, se révèle aujourd'hui incontournable. Dans un marché où l'offre se multiplie, la ressource est rare. Toujours plus d'acteurs se disputent les événements, les œuvres audiovisuelles, les films. Les acteurs en place gardent jalousement leurs trésors, bloquant les stocks à double tour sans même les utiliser.

Les pires reproches sont adressés aux nouveaux entrants. Même si la politique d'achat est résolument prudente, le fantasme d'une puissance dévastatrice nourrie par les ressources préjugées illimitées de la téléphonie hante les éditeurs et producteurs historiques. Mais la prudence et l'humilité sont de mise dans l'univers des talents et de la création. Et les acteurs venus par le biais de l'ADSL se plient évidemment aux règles spécifiques du secteur.

Une expérience inédite pour chacun

Les télécoms célèbrent le mariage de la création et de la technologie. L'expérience proposée à chaque abonné est inédite, il est en relation permanente avec l'émetteur. Ce lien prend de multiples formes selon les goûts et les programmes diffusés. Mais à chaque instant, il lui est possible d'en savoir plus, l'écran est proposé sous de multiples formes, ouvrant des fenêtres sur une richesse de services additionnels : statistiques pour le sport, informations ou échanges de commentaires sur le cinéma, etc.

En apportant cette originalité aux acteurs du marché audiovisuel, les nouveaux entrants ouvrent de nouvelles perspectives de croissance. C'est une manière de répondre à la demande d'un public qui réclame plus d'offres, plus de liberté, plus de diversité. C'est aussi le moyen d'exposer davantage les œuvres en leur conférant un pouvoir d'attraction supplémentaire.

En élargissant l'éventail d'exposition des contenus, les opérateurs irriguent l'économie

de la création. Que ce soit la production de cinéma, les opérateurs de télévision traditionnels, les producteurs d'œuvres audiovisuelles, les partenaires comme les festivals de cinéma, tous trouvent là un relais de croissance. Et bien au delà des diverses obligations portées par le statut de nouvel entrant, la relation entre les télécoms et le monde de la création est fondée sur la certitude que l'avenir passe par une union aussi indispensable que profitable.

De nouveaux territoires d'expression

Dans ce grand charbonnement où les cartes se redistribuent, l'arrivée de nouveaux acteurs est une chance pour la création. En amenant un savoir faire unique en matière d'innovation, l'opérateur de télécommunications permet à la production de trouver de nouveaux territoires d'expression. Et parce que là aussi on assiste à la mondialisation des échanges de contenus dans un monde qui s'accélère, la présence d'opérateurs de taille mondiale permet à la France de résister, de défendre son identité culturelle, son exception. Dans cette démarche nouvelle se manifeste la puis-

« Acquérir des droits, y compris des droits exclusifs, se révèle aujourd'hui incontournable »

sance protectrice des industriels rompus au respect de la différence.

Dans ce contexte de développement de nouveaux territoires d'expression, les pouvoirs publics doivent prendre conscience que les opérateurs sont une chance pour les contenus, et que ces nouveaux entrants dans le monde de la création représentent une opportunité, un souffle, une originalité et un relais de croissance. ■



Des infrastructures solides et des offres de contenus partagées au service de la convergence et de la délinéarisation

par **Pierre Danon**, président directeur général de Numericable



Nous sommes à la veille d'une révolution dans le domaine de la consommation de contenus audiovisuels. On a longtemps annoncé l'avènement de la « convergence » entre les médias et entre les écrans. Mais la conséquence ultime de la convergence, c'est la délinéarisation. En clair, comment bénéficier de la fluidité d'Internet et du confort de la télévision ?

Enjeux techniques, certes, mais également réglementaires... et sociétaux.

Depuis plus de vingt ans, le câble distribue en France de la télévision payante. Ce métier d'opérateur de services de communication audiovisuelle l'a conduit à contribuer fortement au développement du marché de la télévision payante en participant à la création de plusieurs chaînes thématiques, aujourd'hui emblématiques, et en assurant la distribution de toutes les chaînes thématiques depuis la fin des années 80.

« Il est indispensable que les plateformes de distribution aient accès à la totalité des offres disponibles sur le marché »

TV payante : un fort potentiel

L'activité de distribution de chaînes de télévision de Numericable, devenu depuis le seul opérateur national, consiste à acquérir du contenu auprès d'éditeurs de chaînes, regrouper ces contenus dans des bouquets et à commercialiser ses offres directement à ses abonnés. Dans ce contexte, Numericable est le deuxième distributeur de services de communication audiovisuelle en France. Numericable possède deux grandes particularités dans le marché :

- d'une part, c'est un opérateur investissant dans ses propres infrastructures, offrant ainsi

aux chaînes une distribution en qualité *broadcast* ;

- d'autre part, Numericable n'est pas intégré verticalement dans un marché de plus en plus concentré, où les groupes interviennent sur l'ensemble de la chaîne de valeur allant de la création de contenus à la distribution sur tout support.

Cette position originale nous conduit à proposer une offre de télévision riche et totalement indépendante des autres services de communications électroniques.

Notre expérience nous convainc que le marché de la télévision payante a encore de fortes possibilités de développement à deux conditions : les offres à fort contenu attractif ne peuvent être exclusives à une seule plateforme de distribution et la mise à disposition, pour les éditeurs de programmes, de plateformes techniques évoluées et performantes.

Grâce aux investissements réalisés dans les infrastructures et dans la rénovation des réseaux en fibre optique, Numericable dispose d'une plateforme performante de distribution de services de chaînes de télévision traditionnelles ou de services délinéarisés. Ces services de VoD, SVoD, catch-up TV, ... sont en pleine expansion et sont de nature à garantir la pérennité du succès du marché de la télévision payante. Le marché des éditeurs français ne s'y est pas trompé ; la France est aujourd'hui en tête des pays européens en termes d'offre de VoD et ses déclinaisons.

Des plateformes performantes et ouvertes

C'est dans cet esprit que Numericable a déployé sa propre plate-forme d'accueil pour les services à la demande, proposant ainsi à ses clients 16 boutiques VoD incluant plus de 5000 programmes, dont une centaine en Haute Définition, et 2500 films. Numericable propose donc aujourd'hui à ses clients : une offre de télévision riche de plus de 220 chaînes avec 16 chaînes HD d'ici la fin de l'année, diffusées en MPEG 4 à plus de 10 Mbit/s (jusqu'à 18 Mbits/s selon la nécessité du programme), l'accès à la VoD, à la SVoD et à la catch-up TV (sur les séries et les journaux télévisés).

Nous développons avec les détenteurs de droits un partenariat en leur offrant une plateforme technique performante et un espace dédié où les éditeurs viennent poser leur marque et éditorialiser leur service. Ce modèle est vertueux car il permet aux éditeurs de promouvoir leur marque et leurs contenus sur un univers de distribution exclusivement dédié aux services audiovisuels en qualité *broadcast*.

Si la télécommande a créé le zapping, la délinéarisation recollectivera la consommation de contenus. Elle mérite un cadre réglementaire à la hauteur des enjeux »

Néanmoins, pour assurer le développement du marché de la télévision payante, il convient également que les plateformes de distribution puissent avoir accès aux offres.

Le marché français est désormais caractérisé par l'émergence de groupes verticalement intégrés. L'existence de droits exclusifs entre éditeurs et plateformes de distribution du même groupe est très préjudiciable pour les autres distributeurs en particulier s'agissant des contenus les plus attractifs. L'impossibilité d'accéder à ces contenus entraîne une perte d'attractivité des offres.

Il est indispensable que les plateformes de distribution aient accès à la totalité des offres disponibles sur le marché ; c'est également profitable aux éditeurs qui voient leur distribution s'élargir et leur modèle économique se pérenniser.

C'est à cette condition que la « délinéarisation » pourra réellement monter en puissance. Les habitudes de consommation en seront profondément bouleversées. Si la télécommande a créé le zapping, la délinéarisation recollectivera la consommation de contenus, puisqu'elle alliera la facilité et la personnalisation d'Internet au caractère convivial et "communautaire" de la télévision. Elle mérite un cadre réglementaire à la hauteur de ces enjeux.

www.numericable.fr

Télécom/audiovisuel : de la rivalité à la complémentarité

par **Maxime Lombardini**, Directeur général d'Iliad

Durant des décennies, les secteurs des télécoms et des médias se sont ignorés. Quelques incursions des opérateurs historiques de télécommunication se sont terminées de manière peu glorieuse (Telefonica et Endemol, Telecom Italia et Stream ou encore France Télécom et TPS) ; les groupes médias, quant à eux, n'ont jamais vraiment trouvé de développement dans les télécoms depuis le Minitel.

Depuis deux ans, les deux secteurs sont régulièrement mis en opposition. Du débat offre légale/piratage au lobbying autour du dividende numérique en passant par les taxes diverses (COSIP, copie privée, demain peut être financement du secteur public de l'audiovisuel), l'audiovisuel et les télécoms sont trop souvent présentés comme des secteurs concurrents alors qu'ils sont, avec l'évolution des réseaux et des modes de consommation, devenus très complémentaires.

Des évolutions constructives

Le temps de la rareté des moyens de diffusion dont très longtemps les groupes médias se sont plaints (souvenons-nous de l'époque, où le câble facturait le transport sur ses meilleurs canaux) est révolu. Avec l'IP TV, même les modestes chaînes locales trouvent une diffusion nationale. A cela s'ajoutent l'interactivité parfaitement efficace des réseaux ADSL et FTTH, les fortes capacités de stockage et l'intelligence des « boxes ».

Ces fonctionnalités des réseaux de télécommunications, maintenant accessibles à près de 15 millions de foyers en France et en croissance constante, rendent leur liberté aux téléspectateurs qui sont de moins en moins disposés à se plier aux grilles de programmes des chaînes traditionnelles. Les audiences et le temps passé devant la télé-

vision, particulièrement chez les jeunes, s'en ressentent.

Jamais la création n'a été aussi dynamique et aussi bien financée ; jamais les réseaux n'ont été aussi performants et interactifs et jamais l'industrie des médias et l'industrie des télécoms n'ont autant eu besoin l'une de l'autre. En effet, les opérateurs de réseaux doivent trouver les contenus propres à valoriser les investissements considérables réalisés dans les « tuyaux » et les médias doivent impérativement faire évoluer la distribution de leurs programmes pour conserver leurs téléspectateurs de moins en moins fidèles.

Vers une complémentarité intelligente ?

L'opposition systématique des deux secteurs est aujourd'hui plus le fait du lobby culturel et de certains politiques que réellement la pratique des acteurs industriels qui, au quotidien, travaillent ensemble.

Néanmoins le respect de quelques principes simples pourrait être imposé pour assurer dans la durée une relation équilibrée entre l'industrie des contenus et celle des télécoms.

- Premier principe : les réseaux de distribution doivent garantir un accès équitable et non discriminatoire aux chaînes et services qui souhaitent trouver une distribution.

- Deuxième principe : les programmes doivent être disponibles sur tous les réseaux, soit à l'unité, soit dans le cadre d'offres packagées. Les téléspectateurs ne doivent pas être otages d'un distributeur. La démarche de l'opérateur historique qui oblige aujourd'hui les français souhaitant avoir accès au match de football de Ligue 1 du samedi à souscrire à son offre *triple play* est très critiquable. Est-il normal que seuls quelques milliers d'abonnés aient accès à un spectacle qui passionne 20 millions de français ?

Aujourd'hui un match, demain tout le championnat, le tout financé par les *cash flow* hérités du monopole ?

- Troisième principe : un juste partage de la valeur entre industriels du contenu et distributeurs. Si un acteur se trouve en situation de quasi monopole, il ne doit abuser de sa position, ni par des prix de vente trop élevés, ni par un partage de la marge défavorable aux

distributeurs.

- Quatrième principe : un traitement équitable de tous les distributeurs. Le câble dispose aujourd'hui d'un régime privilégié (contribution au COSIP modeste, distribution des chaînes à l'unité...) qui n'a pas de fondement et créé une distorsion de concurrence.

- Cinquième principe : la lutte contre le piratage doit être envisagée dans le respect des libertés individuelles. La protection de quelques « majors » dont les profits continuent de croître ne justifie pas le « flicage » de tous les français. La lutte contre le piratage doit se faire sous le contrôle du juge et doit être accompagnée du développement d'une offre légale digne de

« Le secteur des télécoms contribue de manière considérable au financement de l'audiovisuel au travers des taxes nombreuses qu'il supporte et des chaînes distribuées »

ce nom. Et n'oublions pas que le secteur des télécoms contribue de manière considérable au financement de l'audiovisuel au travers des taxes nombreuses qu'il supporte et des chaînes distribuées.

Si ces principes sont respectés par les acteurs, si besoin est sous le contrôle des régulateurs, un développement harmonieux des deux industries est assuré, dans le respect de l'exception culturelle et plus encore dans le respect des consommateurs. ■



free

www.free.fr

« L'audiovisuel et les télécoms sont trop souvent présentés comme des secteurs concurrents alors qu'ils sont, avec l'évolution des réseaux et des modes de consommation, devenus très complémentaires »

Des ondes au Web 2.0

par Jérôme Clément, Président d'ARTE France



arte

Tassement des recettes publicitaires, baisse de l'audience des chaînes généralistes, montée en puissance de nouveaux acteurs, développement de nouveaux usages : les temps sont durs pour les chaînes historiques... Pourtant elles ont de l'or entre les mains : l'expérience dans la production et la programmation de contenu. C'est un savoir-faire essentiel à l'heure de la surconsommation des images et de la multiplication des canaux de diffusion, et un atout formidable à condition de bien penser la stratégie, pour la mettre au service du public et du programme.

Internet, outil de démocratisation

En février 2006, ARTE a été précurseur en lançant son offre VOD payante sur Internet. Elle met aujourd'hui plus de 1300 programmes à disposition. En 2007, ARTE créait une plateforme de blogs et lançait une offre de *catch up TV* gratuite : ARTE+7. Un an après le lancement, ses résultats sont excellents avec 800 000 visionnages par mois. Après avoir longtemps accompagné les programmes de l'antenne sur son site *arte.tv*, ARTE décuple maintenant sa créativité dans ce nouvel univers en y déclinant sa ligne éditoriale avec des productions exclusives et inédites... en attendant de créer des « chaînes » dédiées au web.

Au départ, notre objectif était de donner le plus de visibilité possible aux programmes et de toucher le plus de téléspectateurs possible. C'est ainsi qu'ARTE a été présente sur les premières expérimentations par ADSL, sur les offres *triple play* et la téléphonie 3G. Fin 2003, France Télécom lançait « Maligne TV », son offre de VOD payante, et Free, la première offre *triple play* en France. Dès le premier jour, nous étions sur l'offre VOD de la première et en flux, dans l'offre gratuite de la seconde.

Nous avons suivi avec beaucoup d'attention le succès de nos programmes sur « MaligneTV » ainsi que leur circulation sur de nombreuses plateformes *peer to peer*. Dans le même temps nous nous préoccupions du vieillissement de notre public. Il nous est rapidement apparu que le mode de consommation des images – en particulier celle des jeunes générations – était en train de changer profondément, et que nos programmes étaient adaptés à une consommation différée du fait de leur pérennité et de leurs thématiques. Attentifs aux intérêts des auteurs et des producteurs, et en étroite liaison avec eux, nous avons donc lancé notre propre offre VOD sur Internet puis ARTE + 7.

Nous étions face à une vraie révolution qui allait nous permettre de démocratiser la chaîne via Internet. Nous ne pouvions pas être absents, nous nous sommes mobilisés et nous avons surmonté des difficultés techniques, juridiques, financières. La suite vous la connaissez, ARTE VOD et ARTE + 7 sont des succès et nous avons rencontré d'autres publics qui n'avaient pas l'habitude de venir sur la chaîne.

Le web, un espace complémentaire

L'étape suivante, celle que nous traversons, a été de comprendre qu'avec le web 2.0, Internet ne cannibalise pas la télévision, qu'il peut la nourrir, en devenant une nouvelle fenêtre de diffusion, en permettant d'approfondir le sujet, d'interagir, de communiquer.

Internet doit devenir un lieu de diffusion pour des programmes qui méritent être vus, mais ne peuvent trouver leur place à l'antenne. Il doit devenir un lieu d'échange

et de partage pour les communautés d'intérêts qui nous sont proches. A nous de donner à voir, à partager, à échanger. A nous de proposer de nouveaux services. Cette vision globale et complémentaire entre les ressources d'Internet et celle de l'antenne est une priorité de la chaîne. Fidèle à sa ligne de soutien à la création, ARTE investit logiquement dans ce nouvel espace créatif que représente le web.

Durant l'été 2008, grâce aux relations privilégiées qu'elle entretient depuis sa création avec les plus grands festivals culturels européens, ARTE a considérablement enrichi la réactivité de son offre sur Internet en ouvrant un portail dédié au spectacle vivant. Parallèlement à la programmation de l'antenne, et bien au-delà de celle-ci, ARTE a couvert une quinzaine de festivals d'été et proposé plus de 50 concerts en direct sur son site. D'Avignon à Aix-en-Provence, en passant par Calvi, Roquefort, Werchter, ou encore Arles ou Verbier, l'offre web d'ARTE a touché un large public, constitué de passionnés d'art lyrique, de rock, de théâtre, de musique de chambre, de jazz, d'électro... Ce sont près de 250 programmes spécifiques au web qui ont été proposés.

La pérennisation de cet effort, tout au long de l'année, débouchera sur une offre « spectacles » particulière, riche, proche d'une « chaîne du net » pour le plus grand bien des œuvres et le plus grand bonheur du public.

Au fil des expériences, le secteur s'est intéressé à nos initiatives tandis que la tutelle, le Ministère de la culture et la DDM, nous félicitait pour la vitalité et la modernité de la chaîne, avant de lui attribuer un canal HD sur la TNT et un canal TMP.

Ainsi encouragée, portée par l'ambition européenne des partenaires français et allemands unis au sein du groupe, ARTE poursuit résolument son développement global. Les contenus ont toujours été et restent au cœur de sa stratégie. Car les modes de consommation de l'image changent vite mais la demande de programmes de qualité est constante.

ARTE est le garant d'un savoir-faire créatif inégalé et donc un acteur incontournable dans le nouveau monde numérique. ■

www.arte.tv

Catch-up TV : le partenariat France Télévisions-Orange, un accord gagnant-gagnant

par **Camille Pascal**, Secrétaire Général de France Télévisions

L'accord passé entre France Télévisions et Orange que j'ai eu l'honneur de négocier pour le compte du groupe audiovisuel public a fait couler beaucoup d'encre ; surtout, il est vrai, dans les cabinets de lobbying chargés de le combattre. Aujourd'hui, alors que le Parlement s'apprête à discuter une nouvelle loi sur l'audiovisuel, il pourrait bien faire parler de lui à

« La signature de ce partenariat pose la question de la circulation des contenus de service public dans un contexte technologique particulier, celui de la dématérialisation et de la convergence »

nouveau. Cet accord dérange, il nourrit même certains phantasmes soigneusement entretenus. Ce partenariat entre la télévision publique et le groupe Orange porterait atteinte à la mission même de service public en privant une partie des téléspectateurs de l'accès aux contenus et aux programmes de France télévisions. Les images de la télévision publique devraient être accessibles gratuitement sur tous les réseaux car elles sont « publiques ». Cet argument défendu avec l'aplomb des sophistes n'a pas été jugé convaincant par les membres de l'ARCEP, du CSA et enfin du Conseil de la Concurrence qui ont validé ce partenariat.

Poser concrètement la problématique de l'accès aux contenus

L'agitation qui a entouré et qui entoure encore la signature de cet accord a au moins une vertu : elle permet de poser clairement la problématique de l'accès aux contenus, qui fait l'objet de cette publication, à partir d'un exemple concret.

De quoi s'agit-il exactement ? L'accord vise à distribuer simultanément sur tous les réseaux d'Orange (site internet, ADSL, Mobile) une partie des images diffusées sur les antennes du groupe France Télévisions.

Ainsi, chaque abonné peut voir ou revoir des programmes qui ont été diffusés sur les antennes du groupe entre 18h et 24h. Une partie seulement de ces programmes dans la mesure où le sport, l'information, - par la nature même du contenu -, et les émissions jeunesse peuvent être inclus dans l'offre d'Orange mais ne peuvent, en aucun cas, faire l'objet d'une exclusivité. Ainsi, le site d'information qui vient d'être lancé par les rédactions du groupe est-il d'ores et déjà accessible à tous. Par ailleurs, France Télévisions s'est réservé le droit d'exploiter directement sur ses sites internet un service de VOD accessible à tous les téléspectateurs et qui inclut la quasi-totalité des programmes objets de l'accord avec Orange.

Anticiper les nouveaux modes de consommation de l'image

Ce service de « catch-up TV » ou de télévision de rattrapage, pour l'écrire en français, né de l'accord entre Orange et France Télévisions, offre un dispositif unique en son genre. Il est précurseur sur le plan technique, anticipe la profonde mutation des modes de consommation de l'image par les téléspectateurs et offre une nouvelle source de revenus au groupe de télévision public à un moment où son modèle économique est en pleine mutation. Il aurait dû recueillir tous les suffrages ; or, comme souvent en France, il a déclenché la polémique. Certes, tout accord privilégié crée la frustration chez ceux qui en sont exclus, c'est la loi du marché, mais au-delà de cette simple réaction d'intérêts particuliers, la signature de ce partenariat pose une nouvelle fois la question de la circulation des contenus de service public dans un contexte technologique particulier, celui de la dématérialisation et de la convergence. Lorsque France Télévisions cède à Orange la possibilité de diffuser une partie de ses programmes, la télévision publique cède des droits qu'elle a elle-même acquis auprès des différents acteurs économiques

de la chaîne de production, y compris et cela va de soi, auprès des créateurs. Quant à Orange, elle propose un service qui va au-delà des obligations de service public. Le consommateur, qui n'est plus simplement un téléspectateur, achète la possibilité d'échapper aux contraintes de la programmation télévisée et de les visualiser sur des réseaux (ADSL, téléphonie mobile) différents des réseaux de diffusion classique, hertzien en premier lieu. Certes, Orange valorise ces droits auprès de ses abonnés mais France Télévisions, quant à elle, valorise ses investissements. Si demain, le groupe public était contraint de céder l'ensemble de ses programmes à tous les opérateurs qui en feraient la demande, sans possibilité de passer le moindre accord privilégié, le groupe public verrait immédiatement ses investissements dévalorisés car cédés au plus

« Orange valorise certes auprès de ses abonnés les droits acquis par France Télévisions auprès des acteurs de la chaîne économique, mais France Télévisions valorise ses investissements »

bas prix pour ne pas dire quasi gratuitement. En revanche, les opérateurs et les fournisseurs d'accès à internet, détenteurs des plateformes de catch-up TV, verraient immédiatement leur valeur capitalistique augmenter grâce à la diffusion de programmes financés par le service public. ■

www.francetelevisions.fr



En finir avec la fable des gentils et des méchants au profit d'une réflexion économique

par **Richard Lalande**, délégué général de l'AFORS Télécom



AFORS
Télécom

Les secteurs des télécommunications, des médias et des contenus sont des acteurs majeurs de notre économie. Ils sont un facteur de bien-être social et de croissance économique durable, peut-être le fameux point de croissance qui nous manque plus que jamais.

En dépit de cette contribution, les décisions appliquées aux deux secteurs ne semblent pas toujours marquées par une pure logique économique, ce qu'il faut peut-être expliquer par un héritage commun de gestion régalienne, le premier au sein du ministère de l'information, le second sous l'égide de l'ancienne administration des postes et des télécommunications.

En effet, si un corpus économique du secteur existait, nul ne songerait à instaurer une taxe sur un secteur pour combler le déficit qu'on vient de créer chez un autre, sans évidence d'une politique industrielle sous-jacente.

Au même titre, il serait préférable que les acteurs responsables de la protection d'un bien s'accordent sur sa valeur et les moyens de la maximiser plutôt que de s'affronter dans un combat stérile de responsabilité.

Qui plus est, la convergence qui devrait rapprocher les deux secteurs éclaire au contraire, et brutalement, les différences de leur modèle économique :

- Le monde des télécommunications, dédié à l'origine à la correspondance privée, repose sur des principes d'échanges et d'interopérabilité universels où chacun doit pouvoir communiquer librement. Il était jusqu'à présent très largement neutre et ouvert vis-à-vis des contenus ;
- A l'inverse, les médias se sont bâtis sur un accès fortement discriminé permettant de financer la création des œuvres diffusées et dont la valeur réside largement dans des exclusivités de distribution ; la réglementation y a par ailleurs favorisé les pratiques de restrictions verticales cloisonnant l'exploitation des œuvres dans le temps et selon leur support de diffusion (i.e. : la chronologie des médias).

Ces pratiques ne sont plus adaptées aux nou-

veaux usages qui émergent : personnalisation et délinéarisation de l'offre (catch-up TV; VOD, bientôt télévision mobile personnelle...), nomadisation des modes de consommation qui deviennent indépendants des terminaux et des plates-formes⁽¹⁾.

Dans ce contexte, on ne peut que regretter d'assister à un jeu de rôles entre les acteurs où les uns crient à la spoliation par les autres au lieu d'entreprendre une réflexion commune sur la réorganisation industrielle et réglementaire conduisant au meilleur équilibre économique et social. A titre d'exemple :

Le financement de l'audiovisuel public

Le gouvernement supprime la publicité sur les chaînes publiques, ce que nous n'avons pas à juger ici. Sans que la logique en ait été explicitée, une ponction sur les revenus des opérateurs télécoms (0,9 % de leur CA) est alors retenue comme principal moyen de financement⁽²⁾ du manque à gagner ainsi créé.

Or, s'il serait légitime que les opérateurs télécoms participent financièrement à la production des images au fur à mesure qu'ils en tireraient des revenus, on comprend mal le principe d'une taxe sur la totalité de leurs revenus.

De surcroît, il faut rappeler que les opérateurs télécoms participent déjà au financement de la création, lorsqu'ils exercent une activité audiovisuelle (taxe COSIP, etc⁽³⁾), ce qui est normal.

Enfin, taxer un secteur pour en financer un autre parce que le premier pèse plus lourd que le second et génère - pour l'instant - plus de croissance, c'est prendre le risque de ralentir le dynamisme d'une profession qui tire la croissance et de compromettre les investissements nécessaires à sa poursuite, ce qui serait in fine dommageable à tous. C'est aussi contribuer à un climat d'affrontement entre des acteurs dont l'intérêt serait de coopérer.

La protection des œuvres

Il fut peut-être un temps où les FAI furent plus soucieux de constituer leur parc de clients que de protéger et valoriser les œuvres auxquelles ils donnaient accès. Mais ce temps est révolu et les opérateurs comme l'industrie des médias ont besoin de trouver de nouveaux modèles économiques pérennes.

Les discussions de la mission Olivennes étaient utiles en rassemblant l'ensemble des acteurs pour chercher des solutions afin de dissuader les utilisateurs de télécharger illégalement. Malheureusement, le projet de loi transposant ces accords réveille les inquiétudes des opérateurs comme du public sans apporter l'équilibre nécessaire entre la protection des œuvres et leur promotion dans le cadre d'un modèle économique et social viable.

Il eût mieux valu inciter à la recherche d'accords collectifs permettant des offres légales attractives, ainsi qu'un élargissement des catalogues d'œuvres, la révision de la chronologie des médias, la fin des discriminations dans l'accès à ces catalogues.

Ce débat qui paraîtra peut-être compliqué au lecteur habitué au discours restreint de la répression des fraudeurs et de la responsabilité des FAI, est pourtant nécessaire.

Pour bâtir un nouveau modèle économique viable et partagé, seule issue à la panne de croissance, chacun devra prendre ses responsabilités : l'industrie audiovisuelle pour s'adapter aux opportunités et pas seulement aux risques liés à la numérisation des contenus, les ayants droit pour protéger leurs œuvres avec les meilleures techniques de marquage disponibles, les opérateurs pour financer et protéger les contenus à l'aune d'une vision partagée de leur valeur, la réglementation pour décloisonner leur exploitation afin de favoriser la diffusion la plus large des œuvres tout en protégeant leur valeur économique et culturelle.

Refuser d'entreprendre cette réorganisation industrielle et réglementaire, ce serait rater les opportunités de croissance et de diversité culturelle qu'offrent la numérisation et les investissements faits par les opérateurs dans les réseaux. ■

⁽¹⁾ Cf. Rapport de la Commission Copé p. 10 : « Le monde des médias va entrer dans l'ère de la télévision où je veux, quand je veux, comme je veux »

⁽²⁾ Revenus auxquels devrait s'ajouter une très hypothétique augmentation des revenus publicitaires des chaînes privées sensées se répartir la manne publicitaire perdue pour France Télévisions.

⁽³⁾ Les FAI participent en effet au financement de la création et la production audiovisuelle en tant qu'éditeurs de services de vidéo à la demande (VOD), par la taxe sur les ventes et les locations de vidéogrammes destinés à l'usage privé du public (en voie d'être étendue aux smartphones) et en tant que distributeurs de chaînes, par la taxe sur les services de télévision en application de la loi n° 2007-309 du 5 mars 2007 (COSIP).

Réglementer l'accès aux contenus audiovisuels pour soutenir la concurrence

par **Jacques Peskine**, Délégué général de l'Union syndicale de la Production audiovisuelle (USPA)

Tout distributeur de contenus audiovisuels se voit proposer, pour « nourrir » son offre, deux modalités d'approvisionnement : le marché « primaire » – c'est-à-dire la commande, à des producteurs de contenus audiovisuels, de programmes qui lui soient spécifiquement destinés –, ou le marché « secondaire » – c'est-à-dire l'achat de droits d'usage sur des contenus préexistants. Ses choix se fondent sur de multiples facteurs, dont trois au moins sont en rapport avec la question posée ici : la disponibilité effective de contenus sur le marché secondaire, le coût d'approvisionnement, l'attente du public (ou plus précisément l'idée qu'il se fait de l'attente spécifique de son public).

Des inconnues à dissiper

Le nouvel intervenant sur un mode de distribution déjà en activité voit ses choix éclairés par le comportement de ses prédécesseurs. Mais celui qui se lance dans l'exploitation de nouveaux « tuyaux » doit inventer son modèle économique, alors que la relation du public avec les contenus, via ces nouveaux tuyaux, est inconnue. Or les marchés qui nous intéressent ici, ceux de la distribution de contenus audiovisuels à la demande et/ou sur les récepteurs mobiles, vont s'organiser, pour les nouveaux intervenants, en tenant compte du comportement non seulement des distributeurs « traditionnels », mais aussi de celui des consommateurs et des producteurs de contenus.

S'agissant de ces nouveaux marchés, deux questions essentielles n'ont pas encore leur réponse :

- les nouveaux modes de distribution serviront-ils d'abord à élargir les modalités d'accès aux contenus existants (selon le modèle classique du cinéma, celui de la « chronologie des médias »), ou plutôt à générer une demande de contenus nouveaux, adaptés à leur nature spécifique ? Dans la réalité, les deux fonctions se combineront très probablement, mais dans quelle proportion ?
- dans le premier cas, il s'agit de savoir qui sera le mieux à même de dialoguer avec les utilisateurs : de nouveaux opérateurs, liés à la nature

du nouveau média (en l'espèce les opérateurs du téléphone), ou les anciens, liés à la nature du contenu ?

A ces éléments d'analyse s'ajoutent les questions de coût : pour les programmes les plus chers (et en particulier pour la fiction), il est presque exclu que les ressources générées par les nouveaux modes d'exploitation permettent de financer des volumes significatifs de production. Pour ces programmes, c'est donc nécessairement un régime d'exploitations successives qu'il va falloir mettre en place. Le passé montre que cela n'est possible que dans le cadre d'un marché encadré par une réglementation adaptée.

Dans ce contexte, les producteurs ont un triple objectif :

- comprendre la demande nouvelle, et y répondre, pour ce qui est des éventuels nouveaux contenus. Par exemple, faut-il concevoir et produire des formats courts dans le domaine du documentaire, pour répondre à un mode de consommation spécifique des images sur les récepteurs mobiles ?
- maximiser la collecte de ressources générées par l'exploitation des contenus sur l'ensemble des supports où ils peuvent être distribués.
- en leur nom, et plus encore au nom des créateurs qu'ils représentent, maximiser l'exposition elle-même, et assurer à chaque programme l'accès à tout le public qu'il est susceptible d'intéresser.

Réglementer les droits de diffusion

Les producteurs de contenus audiovisuels ont donc besoin d'un dialogue direct avec les opérateurs de nouveaux modes de distribution. Compte tenu de leur dépendance à l'égard des opérateurs de télédiffusion traditionnelle, ce dialogue ne peut s'installer que dans le cadre d'une réglementation de ce marché. Ces opérateurs n'ont en effet aucun intérêt à faciliter l'essor de leurs concurrents, ni même l'essor de modes de distribution qui contribuent à accélérer l'obsolescence de leur propre modèle économique.

Cependant, compte tenu des objectifs exposés ci-dessus, il n'est pas évident que ce dialogue conduise *in fine* à privilégier de nouveaux acteurs pour l'exploitation des

« anciens programmes » sur les nouveaux modes de distribution. Ce qui est important, c'est que les programmes et le public se rencontrent. Pour atteindre cet objectif, il n'y a pas pour les producteurs de meilleure réponse que la mise en concurrence de leurs clients. Cette mise en concurrence doit être distincte pour chaque mode d'exploitation, faute de quoi il est inévitable que la position dominante des diffuseurs sur le marché des droits de télédiffusion (position qui n'est pas illégitime par elle-même) conduira à l'accaparement de tous les droits d'exploitation.

Il faut donc, par une intervention réglementaire, dissocier les droits sur les nouveaux supports des droits de télédiffusion traditionnelle, interdire aux télédiffuseurs d'acquiescer ces droits sous forme de « paquets » avec les droits dont ils ont besoin pour leur usage propre.

Il ne faut pas, en revanche, leur interdire l'accès aux nouveaux modes d'exploitation, dont rien ne dit qu'ils ne seront pas de bons utilisateurs. Cependant, cet accès doit être organisé pour empêcher tout gel des droits. Plusieurs moyens sont à la disposition du pouvoir réglementaire ou du régulateur compétent, comme la limitation de la durée des droits exclusifs, ou l'obligation d'exploiter effectivement les droits acquis (avec restitution au producteur en cas de défaillance).

Dans les prochaines années, la capacité à produire des contenus audiovisuels abondants et de qualité sera l'un des critères de la mesure du poids et de l'influence d'une nation. C'est à cet objectif qu'il faut juger de l'opportunité ou de l'efficacité de l'intervention publique. Les relations entre producteurs et distributeurs de contenus audiovisuels doivent être encadrées de manière à drainer vers la production les ressources nécessaires, ce qui suppose que soient soutenus les distributeurs qui y contribuent, ou qui y contribueront, le mieux. ■



Moderniser le cadre réglementaire audiovisuel sans nuire à la création

par **Pascal Rogard,**

Directeur général de la Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques (SACD)



Il y a encore 10 ans, la question de l'accès des acteurs aux contenus audiovisuels et cinématographiques ne soulevait pour autre difficulté que de trouver le point d'appui entre les organisations d'auteurs et de producteurs et quatre groupes publics et privés qui se partageaient l'audience télévisuelle.

Autant dire que nous pouvons ranger ces épisodes de négociation dans les archives de la politique audiovisuelle et que nous devons savoir

analyser avec précision et appréhender avec justesse les mutations qui ont traversé le paysage audiovisuel et qui vont continuer à en modifier l'économie générale.

Il ne faut pas en douter, la fragmentation des audiences que connaissent les chaînes historiques, sous l'effet de l'apparition des nouveaux acteurs de la TNT mais aussi d'Internet qui sont de sérieux concurrents dans la captation de l'audience comme des ressources publicitaires, constitue un phénomène qui va perdurer. Face à cette recomposition plus rapide qu'elle n'était envisagée, il est évident que l'accès aux contenus audiovisuels et cinématographiques constitue un enjeu fort. Un enjeu pour les opérateurs audiovisuels à la recherche, dans un univers de plus en plus concurrentiel, de programmes à valeur ajoutée et d'exclusivités à même d'attirer un public large et fidèle. Un enjeu également pour les auteurs et la création qui peuvent y voir une chance supplémentaire de voir leurs œuvres être exploitées et circuler.

Toiletter le cadre réglementaire

C'est aussi dans ce contexte que la redéfinition actuelle des décrets « Tasca » prend place. S'ils ont posé en 2001, non seulement les règles du soutien à la création en prévoyant une contribution des éditeurs de service de télévision au financement des œuvres audiovisuelles et cinématographiques, mais aussi les conditions d'exploitation des œuvres dans le cadre de

relations encadrées entre producteurs et diffuseurs, ils n'ont évidemment pas pu prévoir la multiplication du nombre d'acteurs audiovisuels, pas plus que le développement rapide de nouveaux modes d'exploitation des œuvres.

Un toilettage se justifie donc pour adapter la réglementation à un paysage audiovisuel qui s'est considérablement diversifié et qui permet des consommations individualisées des programmes audiovisuels. Toutefois, cette modernisation ne saurait négliger les impératifs d'une politique audiovisuelle qui doit garder au cœur de sa logique le développement de la création originale française. Au contraire, elle devrait s'accompagner d'une généralisation des engagements d'investissement dans la création pour l'ensemble des opérateurs audiovisuels plutôt que d'un nivellement par le bas qui saperait les bases d'une politique favorable à l'expression de la diversité culturelle.

Ce maintien d'une ambition culturelle forte nous paraît d'autant plus indispensable qu'aujourd'hui se retrouvent face à face des chaînes historiques qui sont soumises à des obligations fortes – et légitimes – dans la création et des acteurs, en particulier de la TNT et d'Internet, qui ne sont pas, ou peu, soumis à des dispositions d'investissement dans les œuvres audiovisuelles et cinématographiques. Une récente étude du CNC montrait que les nouvelles chaînes de la TNT n'avaient contribué en 2007, malgré une montée en charge beaucoup plus rapide qu'envisagée au démarrage de la TNT, qu'à hauteur de 0,09 % du financement de la fiction.

Le remodelage de la réglementation ne doit donc avoir pour objet ni le « détricotage » d'une réglementation qui doit éviter le règne de la loi du plus fort qui conduirait inévitablement à la « congélation » des droits ni à une ouverture tous azimuts des conditions de circulation des œuvres qui ne tiendrait plus compte des niveaux de financement et d'investissement des opérateurs.

Favoriser la « circulation » des œuvres

L'enjeu est bien là : loin de dénoncer l'exclusivité des droits et de promouvoir une « interopérabilité » totale, nous devons collectivement trouver les conditions d'un équilibre juste entre l'existence légitime d'exclusivités et des impératifs indiscutables de circulation des œuvres.

Avec, par exemple, 23% des fictions primodiffusées par les chaînes hertziennes qui ne sont pas rediffusées, la situation n'est évidemment pas satisfaisante. Tant le CSA que l'observatoire de la production indépendante a pointé du doigt l'incapacité des décrets « Tasca » à atteindre l'objectif qu'ils s'étaient fixés d'améliorer la circulation des œuvres. Privés de parts coproducteur (pour les œuvres audiovisuelles) ou de tout intéressement, les diffuseurs n'ont pas manifesté une farouche volonté d'assurer

l'exploitation des œuvres sur d'autres supports que celui qu'ils proposaient. Si le souci d'éviter l'exploitation des droits d'une série qu'elle a largement contribué à financer par un autre diffuseur se comprend au regard de la valeur identitaire que cette série peut avoir pour une chaîne, en revanche, le blocage de la circulation d'un certain nombre d'œuvres unitaires est dommageable pour tous.

Pour autant, si la réponse n'est pas simple, il serait sans doute envisageable, comme l'avait esquissé le CSA d'ailleurs, d'entreprendre un travail de réflexion et de toilettage des contrats entre producteurs et diffuseurs afin de limiter les clauses de nature à favoriser le gel des droits, de repenser le système des mandats de commercialisation et enfin de prévoir des clauses de déchéance des droits en cas de non-exploitation des œuvres.

La réforme des décrets « Tasca » offre cette possibilité d'améliorer la circulation des œuvres dans un monde qui, de surcroît, n'est plus uniquement linéaire. Gageons qu'elle y parvienne, sans sacrifier le soutien à la création, pierre angulaire de notre système ! Car pour que les œuvres circulent, il faut préalablement qu'elles aient été créées.

« Aujourd'hui se retrouvent face à face des chaînes historiques soumises à des obligations fortes dans la création, et des acteurs (TNT, Internet), qui ne sont pas ou peu soumis à de telles dispositions. »

Une juste rémunération pour l'accès aux contenus

par **Bruno Boutleux**, Directeur général-Gérant de société civile pour l'Administration des Droits des Artistes et Musiciens Interprètes (ADAMI)

Jusqu'à une période récente, la circulation des biens culturels était conditionnée par leur reproduction sur des supports matériels. Les délais et les coûts nécessaires à la mise en œuvre de ces reproductions et les contraintes structurelles de leur distribution contenaient la circulation de ces biens et limitaient la contrefaçon. Avec le développement de standards numériques et de réseaux de communication en ligne, la reproduction des œuvres est

L'écueil de la répression
Avec la loi DADVSI, adoptée le 1^{er} août 2006, puis le projet de loi « Création et Internet » qui sera présenté prochainement au Parlement, les pouvoirs publics et certains ayants droit adoptent une démarche répressive qui vise à endiguer la circulation illicite des œuvres.

Si la lutte contre la contrefaçon est nécessaire, le mécanisme de la riposte graduée ne semble toutefois pas proportionné aux atteintes en ce qu'il autorise l'adoption de sanctions par une autorité autre que judiciaire et parce qu'il organise sans garantie la collecte et l'accès à des données personnelles par cette autorité et par les fournisseurs d'accès à Internet.

Cette initiative très controversée à l'échelle européenne, notamment sur le plan de l'atteinte aux libertés individuelles, semble sérieusement remise en cause à l'occasion de l'examen par le Parlement Européen des directives du « paquet télécom » (cf. encadré).

S'adapter pour mieux rémunérer la création

L'ensemble des ayants droit aurait au contraire un plus grand intérêt à favoriser une meilleure appréhension des contenus en circulation et à encourager une plus grande diversité et une meilleure accessibilité des œuvres, notamment en développant des plateformes indépendantes et universelles d'échange, en exigeant l'interopérabilité des technologies proposées et en redéfinissant la chronologie

des médias, afin d'offrir aux œuvres un cadre de diffusion légale adapté aux spécificités des réseaux de communication en ligne et à la demande des consommateurs.

Ce nouveau contexte économique de diffusion des biens culturels soulève surtout la problématique de la rémunération des ayants droit et plus particulièrement de celle des artistes-interprètes à laquelle aucun dispositif n'a apporté jusqu'à présent de réponse satisfaisante. De nouveaux modèles économiques, balbutiants ou confirmés, ne cessent de se multiplier sur les réseaux en ligne sans que les artistes, une fois encore, ne participent à la croissance de ces revenus dont les échanges d'œuvres sont la principale cause.

Ignorer cette question d'une juste rémunération des artistes comme des auteurs conduirait à priver la création de ses ressources et de toute possibilité de développement des contenus.

Les différents acteurs de la diffusion des contenus doivent donc se concentrer sur de nouvelles manières de rémunérer équitablement les ayants droit.



« Le mécanisme de la riposte graduée ne semble pas proportionné aux atteintes en ce qu'il autorise l'adoption de sanctions par une autorité autre que judiciaire »

devenue presque parfaite et s'est simplifiée à moindre coût, facilitant ainsi leur diffusion.

Cette évolution des modèles de diffusion des œuvres amène plusieurs constats.

Tenir compte des ayants droit

Tout d'abord, cette croissance importante des flux semble inéluctable. Toutes les tentatives passées visant à opposer un frein à ces flux ont échoué et rien semble-t-il n'est parvenu, à ce jour, à ralentir la croissance du trafic des données sur Internet.

Cette croissance des transferts d'œuvres a laissé pour compte les artistes interprètes dont la rémunération est dérisoire pour ce qui est des exploitations licites de leurs enregistrements et inexistante en ce qui concerne les œuvres échangées en toute illégalité.

Pour que cette expansion de la diffusion des œuvres bénéficie à tous, tant aux consommateurs qu'aux acteurs de la diffusion de biens culturels, ceux-ci devraient mener ensemble une réflexion globale sur l'accès aux contenus.

Cette concertation doit notamment s'intéresser aux problématiques de la circulation des œuvres sur les réseaux de communication en ligne et de la rémunération des ayants droit pour l'utilisation de leurs œuvres.

Le modèle répressif remis en cause par le Parlement européen ?

A l'occasion de l'examen en première lecture du "paquet télécom", le 24 septembre dernier, le Parlement européen a adopté l'amendement n° 138 suivant : « *applying the principle that no restriction may be imposed on the fundamental rights and freedoms of end-users without a prior ruling of the judicial authorities, notably in accordance with Article 11 of the Charter of Fundamental Rights of the European Union on freedom of expression and information, save when public security is threatened, in which case the ruling may be subsequent.* »

La version officielle en français de ce texte n'était pas disponible à la date d'édition de La Lettre

www.adami.fr

Les terminaux au cœur de la chaîne de valeur des contenus

par **Julien Billot**, Directeur général Numérique et New Business de Lagardère Active



Lagardère
ACTIVE

Le bouleversement que vit l'industrie des contenus aujourd'hui trouve ses racines dans l'apparition des premiers terminaux nomades dans les années 1980-90 : premiers Walkman (à cassettes audio), premiers postes FM miniaturisés, et pour quelques privilégiés, téléphones de voitures ou récepteurs de radiomessagerie, Eurosignal ou Radiocom2000. Enfin, c'est en 1992 que la norme GSM est lancée en Europe.

Evidemment, le monde d'aujourd'hui a bien changé à travers l'explosion des terminaux numériques nomades. En 2008, plus de 55 millions de téléphones mobiles sont actifs en France et plus de 7 millions de baladeurs MP3 audio et vidéo vont être vendus. A fin décembre 2007, Nintendo a vendu plus de 4,4 millions de consoles de jeu portables. Et demain s'annonce encore plus novateur. Nouveaux terminaux permettant la réception de la télévision mobile, nouveaux récepteurs de

« La valeur de contrôle du contenu se déplace du réseau vers le terminal d'accès »

pour nous proposer toujours plus de consommation personnelle et nomade où que nous soyons.

Le terminal : maillon fort

L'explosion de ces terminaux crée les conditions d'une révolution sans précédent dans l'univers des médias en révolutionnant durablement l'accès au contenu. En effet, le terminal devient absolument central dans la chaîne de distribution des contenus et c'est sans doute la principale révolution de ce

nouveau monde médiatique. La brèche ouverte par Intel et Microsoft a permis l'émergence d'une industrie formidable des loisirs qui s'exprime à travers une profusion de terminaux nomades : téléphones mobiles, ordinateurs portables ou ultra portables, PDA, terminaux GPS, consoles de jeux, baladeurs MP3.

De plus, cette évolution est allée de pair avec l'extraordinaire développement des réseaux de communication mobile et l'amélioration exponentielle des capacités de stockage. L'impact sur les usages a été considérable : tout consommateur peut porter sur lui dans son ipod par exemple la totalité de sa vie numérique : musique, films, photos et bientôt livres et rester connecté au monde entier via son téléphone mobile.

Le marché de l'électronique est ainsi devenu en une décennie un marché de masse qui a graduellement éduqué les consommateurs partout dans le monde aux nouveaux usages médiatiques nomades.

Au cœur de cette révolution, le monde du logiciel est contrôlé par quelques acteurs clés : Microsoft, Google, Apple, Nokia. Et dans ce monde nomade, celui qui contrôle le logiciel qui pilote les terminaux contrôle l'accès aux contenus numériques. C'est un point fondamental de la révolution du nomadisme : la valeur de contrôle du contenu se déplace du réseau vers le terminal d'accès. Le logiciel du terminal permet en effet de tout contrôler : l'accès aux services en ligne (portails des opérateurs mobiles, bouquet de chaînes de télé IP, services VOD), l'utilisation de la mémoire embarquée (I-Tunes sur i-pod), mais aussi les accès directs aux contenus sur l'interface opérateur (YouTube sur Apple TV, Yahoo ! Bourse sur l'iPhone....). Dans la chaîne de valeur de la distribution des contenus, l'accès au terminal et à ses logiciels d'exploitation devient un élément critique pour les groupes de contenus.

« Dégrouper » les terminaux

Pour la première fois, le monde du contenu et le monde du logiciel se rencontrent et se confrontent. Or, la bataille est déséquilibrée : le logiciel des terminaux est de plus en plus maîtrisée par des groupes qui opèrent à l'échelle mondiale : constructeurs

de terminaux comme Apple ou HP, fabricants de téléphones mobiles comme LG ou Nokia, vendeurs de logiciels comme Microsoft et demain fournisseurs de services se rémunérant par la publicité comme Google à travers Android.

Pour un groupe média, l'irruption du logiciel dans la distribution du contenu impose de repenser en profondeur la stratégie d'approche de la distribution de contenus. Tout d'abord, il doit recruter de nouvelles compétences métiers « Le "dégroupage" des terminaux est à coup sûr le sujet concurrentiel de demain »

à travers des logiciels spécifiques (*widgets* ou « *on device portals* ») qui s'intègrent dans les différentes suites logicielles ou systèmes d'exploitation nomades qui deviennent critiques dans toute stratégie de distribution numérique.

Ensuite, les groupes médias doivent s'interdire de penser local dans ce nouvel espace médiatique. Discuter avec Nokia ou Microsoft d'un partenariat autour d'un service ou d'un terminal ne peut avoir de sens qu'autour d'une marque globale, que cette marque s'appelle « Elle » ou « Madonna ».

Enfin, et c'est peut être le plus important, le poids des terminaux dans la nouvelle chaîne de distribution des contenus impose aux groupes médias une nouvelle approche de leur stratégie concurrentielle. Traditionnellement en effet, les groupes médias ont défendu leurs intérêts auprès des différentes autorités pour obtenir une distribution non discriminatoire des contenus auprès des distributeurs de services, opérateurs de télévision ou de téléphonie. Le nouveau champ de bataille se déplace dans la distribution des contenus des réseaux vers les terminaux. Les nouveaux concurrents ne sont plus Canal + ou Sky, mais Google, Microsoft, Apple ou Nokia. Nouveaux acteurs, nouvelle régulation de la distribution des contenus. Le « dégroupage » des terminaux est à coup sûr le sujet concurrentiel de demain. ■

www.lagardere.com

Garantir la diversité des modes de diffusion

par **Marc Tessier**, Directeur général de Glowria, Administrateur de NetGem

La multiplication des plateformes de diffusion et les nouveaux modes d'exploitation des programmes modifient en profondeur les conditions d'accès aux contenus audiovisuels (films, séries, documentaires mais aussi jeux, informations et sports télévisuels).

Chacun peut l'observer : de nouvelles exclusivités ont vu le jour récemment (sur Orange notamment) ; certaines chaînes de télévision ne sont plus accessibles que sur telle ou telle plateforme (contrats Canal Satellite avec certaines thématiques) ; l'usage se répand d'imposer de nouvelles obligations contractuelles sous forme de minima garantis pas toujours proportionnés à la capacité réelle du diffuseur intéressé et donc uniquement accessibles aux plus puissants d'entre eux (discussions en cours sur les *catch-up* et *replay-TV*).

De plus, la montée en puissance des modes d'exploitation à la demande crée une nouvelle concurrence pour les télévisions dites « traditionnelles », lesquelles tendent à se protéger en négociant des périodes d'exclusivité de diffusion de plus en plus larges, alors que jusqu'à présent, elles toléraient la poursuite des autres modes d'exploitation, tel que le DVD ou le *Pay per view*, même pendant leur propre « fenêtre » de diffusion.

Une nouvelle donne

Ces évolutions sont bien connues. Elles donnent lieu naturellement à polémiques. Mais n'oublions pas que la question de l'accès aux contenus n'est pas nouvelle. Elle a également suscité dans le passé de nombreuses controverses. Le législateur est souvent intervenu pour réguler ce secteur et fixer le cadre des négociations. Mais jamais, le changement n'a été aussi brutal, au point que nombre d'acteurs réputés dominants, tels que les diffuseurs hertziens, sont aujourd'hui sur la défensive.

Pour les ayant droits, éditeurs ou producteurs, la question est aussi délicate, tant les pressions sont fortes, les propositions financières alléchantes, mais les risques à terme tout aussi élevés.

Prenons un exemple. Céder le droit de diffusion d'un film en mode VoD sous forme gratuite dès la fin du délai de protection de l'exploitation en salle, soit six mois, peut relever de la bonne affaire si la plateforme concernée s'engage à acquitter un prix forfaitaire élevé. Mais c'est aussi détruire la chaîne de valeur laborieu-

sement établie, puisqu'on voit mal des modes d'exploitation payants se développer postérieurement à cette diffusion gratuite. Or, c'est un fait que certains y songent et que même un « discounter » a anticipé le changement. Pour le cinéma, comme pour nombre d'œuvres audiovisuelles, une telle diffusion gratuite serait certainement contraire aux intérêts des producteurs et ayant droits.

Encadrer les droits d'exclusivité

Comment aborder cette question en combinant aussi habilement que possible la liberté de négociation, les règles de la concurrence et l'intérêt collectif des secteurs visés ? En bref, trouver de nouvelles recettes qui viendraient se substituer à celles qui avaient fait leur preuve dans le passé ?

Personne n'a intérêt à une concentration excessive des plateformes de diffusion, même si celles-ci s'engagent à apporter des financements significatifs à la production. Personne non plus ne peut renoncer aux règles d'exclusivité contenues dans les contrats, sans entraîner, pour de nombreux contenus, une baisse significative de leur valorisation. Alors, que faire ?

D'abord, limiter le recours à l'exclusivité pour toute plateforme se trouvant en situation dominante, sauf à s'inscrire dans un cadre réglementaire fixant des contreparties rigoureuses à cette exclusivité.

Ensuite, favoriser toute mesure permettant l'exploitation du même contenu de manière séquentielle sur des supports différents (chronologie des médias).

Enfin, veiller à ce que les règles en question ne privent pas nombre de téléspectateurs de l'accès aux œuvres pour un motif connexe à l'exploitation des programmes eux-mêmes. Concrètement ne pas réserver ces mêmes contenus à des consommateurs ayant souscrit un abonnement à une plateforme dont l'objet principal serait distinct de l'exploitation d'œuvres audiovisuelles (typiquement, les opérateurs de réseaux ADSL).

Cette dernière question est controversée ; mais il faut bien voir que les exemples du passé plaident pour éviter toutes formes de segmentation du marché du numérique au profit de tel ou tel sous-ensemble et pour retenir plutôt l'exemple ouvert auquel nous ont accoutumés les diffusions hertziennes ou Internet.

Les opérateurs de plateforme penseront sans doute le contraire, mais l'intérêt de la création et du développement culturel ne se confondent pas avec une approche qui reviendrait à faire de l'audiovisuel un produit d'appel au profit d'une stratégie plus globale.

La question de l'accès aux contenus est donc fondamentalement politique. Comment éviter le retour à l'oligopole de quelques plateformes, lesquelles détermineraient de manière absolue, le contenu, le format et le prix des programmes pour l'utilisateur ? On comprendrait bien que ces plateformes en contrepartie puissent contribuer au financement collectif de la création ; mais cela ne suffirait pas, car elles auraient trop vite fait d'accaparer la totalité des revenus.

Il faut donc penser à fixer un cahier des charges, qui tout en respectant le nécessaire droit de priorité d'usage au profit de ceux qui ont coproduit tel ou tel contenu, interdirait tout retour progressif à une situation de monopole de diffusion.

Pour une diffusion diversifiée

En conclusion, le traditionnel round de négociations entre producteurs et diffuseurs, organisé et supervisé par les pouvoirs publics, auquel nous sommes habitués, doit laisser la place à un encadrement plus global permettant une libre circulation des œuvres sur toutes les plateformes, un équilibre des obligations et des droits au profit de ceux qui financent les programmes, des dispositions visant à éviter tout gel des droits pendant certaines fenêtres d'exploitation et un corps de doctrine facilitant l'accès de tous au marché.

Ce ne sera pas facile, mais c'est le prix à payer pour éviter de passer de l'oligopole existant dû au nombre réduit de diffuseurs, voire au monopole sur la télévision payante, à un nouvel oligopole, celui des opérateurs de réseau, alors même que les supports se multiplient et la volonté de diversité se manifeste chaque jour plus dans les comportements des utilisateurs. ■



Netgem

www.netgem.com

Etats-Unis : la Net Neutrality fait débat

par **Barbara Esbin⁽¹⁾**, Directrice du Centre pour la politique des communications et de la concurr



Les Etats-Unis viennent de faire un pas vers la régulation de la « *Net Neutrality* ». La FCC a en effet récemment considéré qu'en limitant le trafic *peer-to-peer*, le câblo-opérateur Comcast avait violé les principes de gouvernance d'Internet qu'elle avait adoptés en 2005.

Cette décision a été le point culminant de dix ans de tentatives : c'est en 1998, lorsque la FCC a examiné l'acquisition par AT&T du câblo-opérateur TCI, qu'apparaît la première demande visant à ce que les FAI aient un « accès ouvert » au câble sur le marché de gros. Le régulateur avait alors rejeté cette demande, mais la question a rapidement refait surface à l'occasion d'une procédure visant à déterminer à quelle classification réglementaire devait être rattaché Internet par le câble. Devait-il être soumis aux obligations des opérateurs de télécommunications, à celles des câblo-opérateurs, ou considéré comme un « service d'information », alors non régulé par la FCC ?

De la non-intervention

En 2002, la FCC définit Internet par le câble comme un « service d'information », le dispensant de ce fait des obligations imposées aux opérateurs télécoms⁽²⁾. La décision est confirmée par la Cour Suprême⁽³⁾. Par la suite, les partisans d'un « accès ouvert » concentrent leurs efforts sur l'élaboration de règles garantissant le droit des consommateurs à la neutralité du réseau plutôt qu'à défendre l'accès des FAI au marché de gros.

En 2005, la FCC étend sa définition du « service d'information » à la fourniture de services Internet haut débit fixes, libérant ainsi les opérateurs de téléphonie de leurs obligations pour ces services. Ces décisions étaient le reflet d'une politique visant à encourager le déploiement des infrastructures.

Dans le même temps, la FCC publie une déclaration de principe⁽⁴⁾ qui permet aux internautes de 1/ accéder librement aux contenus de leur choix (sous réserve qu'ils soient licites) ; 2/ utiliser les applications et services de leur choix ; 3/ connecter les appareils de leur choix sur le réseau (tant qu'ils ne l'endommagent pas) ; 4/ bénéficier d'une concurrence entre les fournisseurs de réseaux, d'applications et de contenus. Ce texte affirme explicitement que la FCC

n'adopte pas de règles contraignantes, les principes appliqués relevant d'une gestion « raisonnable » du réseau.

Par la suite, la FCC déclare qu'elle est prête à recevoir les plaintes concernant les violations de ces principes, et début 2007, elle ouvre une « enquête⁽⁵⁾ » sur les pratiques des opérateurs haut débit, recherche des informations sur la manière dont sont gérés les réseaux et s'interroge pour savoir si elle doit imposer des règles. Fin 2007, une plainte est déposée aux motifs que Comcast aurait violé la déclaration de principe de la FCC en « dégradant secrètement » le trafic de BitTorrent, contrevenant ainsi aux droits de ses

abonnés, et que ces pratiques ne constituent pas une « gestion raisonnable » du réseau.

... à la régulation implicite

Plusieurs mois plus tard, Comcast et BitTorrent acceptent de collaborer pour tenter de résoudre les problèmes de congestion de réseau en gérant celui-ci de façon neutre du point de vue des protocoles. Le 20 août 2008, la FCC statue sur cette plainte. Dans son ordonnance, elle estime que Comcast viole les principes de gouvernance d'Internet et rejette la défense du câblo-opérateur qui allègue que sa manière de gérer le réseau est « raisonnable ».

Affaire Comcast aux Etats-

par **Winston Maxwell** et **David Sieradzki ***,

Les faits dans l'affaire Comcast sont bien connus. Comcast a coupé ou ralenti les transmissions des abonnés qui utilisaient des applications *peer-to-peer* telles que BitTorrent. Comcast a d'abord nié les faits et a ensuite prétendu qu'il s'agissait d'une mesure de bonne gestion du réseau. La FCC a conclu qu'il s'agissait en réalité d'une discrimination illicite destinée à pousser les abonnés de Comcast à utiliser les services VOD de Comcast. L'autorité de régulation a ordonné à Comcast de changer ses pratiques de gestion de réseau, afin de les rendre plus objectives, transparentes et non discriminatoires. Comcast a fait appel de cette décision en soulevant l'argument que la FCC manquait de base juridique pour ordonner une telle mesure.

Le concept de *common carriage*

Que peut-on apprendre de l'affaire Comcast par rapport au débat européen sur la *net neutrality* ? Elle nous oblige à examiner les concepts de *common carriage*, de non-discrimination et de *net neutrality*, et à s'interroger sur leur pertinence dans le contexte des nouveaux réseaux IP. Derrière le concept de *common carriage* et son cousin, le concept de *net neutrality*, se cachent en réalité deux sujets qu'il ne faut pas confondre : le premier concerne la protection des consommateurs contre toute pratique d'un opérateur qui enfreindrait des libertés fondamentales de l'utilisateur telles que le respect de la vie privée ou l'accès à tout contenu légal disponible sur le net. Le deuxième sujet relève de l'exploitation abusive, par un opérateur, d'une situation de

puissance économique. Le premier sujet peut faire l'objet d'une régulation symétrique, le deuxième d'une régulation asymétrique. Dans la décision Comcast, la FCC s'est surtout penchée sur le premier sujet, susceptible de faire l'objet d'une régulation symétrique.

Le président de la FCC a comparé l'action de Comcast à celle d'un postier qui ouvrirait les lettres pour décider s'il a envie ou non de les livrer. L'analogie du postier est également utilisée en Europe par les opérateurs de réseau qui ne souhaitent pas entrer dans une logique de filtrage des contenus illicites. L'idée qu'un opérateur doit impérativement transporter tout contenu sans ouvrir les colis qu'il transporte provient du concept de « *common carriage* » né au 17^{ème} siècle en Angleterre. Les *common carriers* étaient chargés d'une mission de service public et avaient des obligations de non-discrimination et de tarification non-excessive. Ces obligations s'appliquaient quelle que soit la puissance économique de l'acteur.

Aux Etats-Unis, à la fin du 19^{ème} siècle, le concept de « *common carriage* » a été utilisé dans les concessions accordées par l'Etat aux opérateurs privés. On retrouve les mêmes obligations dans le cahier des charges des opérateurs télécoms historiques européens au moment de leur privatisation. Les directives de 2002 ont scindé la régulation en deux grandes familles : une régulation asymétrique réservée aux opérateurs puissants et une régulation symétrique applicable à tous les opérateurs. Dans les directives de 2002, les obligations de non-discrimination étaient surtout réservées aux opérateurs puissants.

ence de la Progress & Freedom Foundation.

La FCC juge que Comcast : 1/ crée une discrimination entre les applications et protocoles Internet au lieu de les traiter tous de manière égale ; 2/ bloque effectivement le trafic Internet ; 3/ présente des risques significatifs d'abus anticoncurrentiels ; 4/ use de pratiques non cohérentes avec « un Internet ouvert et accessible ». Elle estime aussi qu'en ne révélant pas ses pratiques, Comcast a accentué le problème. En effet, pour décongestionner le réseau, d'autres moyens étaient possibles, qui avaient reçu l'aval de la FCC : la limitation à l'usage (« metered usage ») et la dégradation des vitesses de connexion des utilisateurs excessifs.

L'ordonnance de la FCC a eu pour effet d'établir un cinquième principe de « non-discrimination » en matière de gouvernance d'Internet, mis en œuvre par voie jurisprudentielle et non par des règles définies *ex ante*. Ainsi, 10 ans plus tard, et sans le reconnaître explicitement, la FCC a de fait abandonné son approche non-interventionniste et a finalement imposé aux FAI la même régulation que celle des opérateurs télécoms.

Mais l'histoire ne s'arrêtera pas là ! Comcast a fait appel de la décision de la FCC, en contestant le fondement sur lequel le régulateur s'est appuyé pour juger qu'il avait violé la politique fédérale. Dans le même temps, plusieurs opérateurs télé-

coms ont annoncé qu'ils plafonnaient la bande passante ou avaient l'intention de le faire. Par ailleurs, certains demandent que la FCC établisse des règles *ex ante* et que soit adoptée une loi accordant à la FCC une autorité explicite sur les câblo-opérateurs. En bref, le débat juridique et politique sur la « Net Neutrality » se poursuit. ■

⁽¹⁾ Le point de vue exprimé dans cet article ne reflète que la position de Barbara Esbin et n'engage pas la PFF

⁽²⁾ telles que la fourniture du service à la demande, sans discrimination en matière de tarifs et de modalités de service

⁽³⁾ affaire NCTA v. Brand X

⁽⁴⁾ « Policy Statement »

⁽⁵⁾ « inquiry »

Unis : quelles leçons pour l'Europe ?

avocats associés, Hogan & Hartson

Contenus légaux et illicites

Aux Etats-Unis, la FCC a déclaré que les fournisseurs d'accès à Internet n'étaient pas soumis aux contraintes du chapitre 2 de la loi américaine applicable au « common carriage ». D'où l'objection de Comcast à propos de la base juridique de la décision de la FCC. Mais au-delà de cet argument, on peut s'interroger sur la légitimité d'une règle de non discrimination dans un monde de réseaux IP. La FCC a bien précisé qu'un FAI est fondé à bloquer des contenus illicites, tels que les images pédopornographiques ou des fichiers échangés en violation du droit d'auteur. En Europe, cette question est au cœur du débat autour de l'accord Olivettes, les FAI prétendant qu'ils n'ont pas le droit de regarder le contenu qu'ils transportent pour détecter d'éventuels contenus illicites. Aux Etats-Unis, ils ont ce droit à condition d'informer les utilisateurs.

La FCC a condamné en partie les pratiques de Comcast parce que son système de détection bloquait tout échange de contenus, y compris des contenus parfaitement légaux. En outre, le blocage s'opérait quelque soit l'heure et quelque soit la taille du fichier. Puisqu'il bloquait des contenus légaux, le système était disproportionné en regard des objectifs de lutte contre le téléchargement illicite, et interférait avec le droit de chaque individu d'avoir accès à tout contenu légal de son choix sur Internet. En outre, le système n'était pas transparent. Comcast n'expliquait pas au consommateur la nature de la détection qui s'opérait.

On peut extraire de la décision de la FCC une règle de proportionnalité, d'objectivité et de trans-

parence : aux yeux du régulateur, une mesure de discrimination serait licite si (i) elle visait un objectif de « gestion raisonnable du réseau » (la lutte contre les contenus illicites étant compris dans ce concept) ; si (ii) elle était proportionnée à l'atteinte de cet objectif, et si (iii) elle était clairement expliquée aux consommateurs.

Le concept de net neutrality

La décision de la FCC n'aborde pas le deuxième volet du débat sur la *net neutrality*, à savoir l'exploitation abusive, par l'opérateur, de sa puissance économique. Une des caractéristiques des nouveaux réseaux IP est la possibilité de créer des qualités de service différentes. Pour utiliser l'analogie routière, il est possible de créer au sein d'une même infrastructure une autoroute pour certaines applications prioritaires, et une route nationale pour les autres applications. Cette forme de discrimination est déjà utilisée dans les réseaux d'entreprises et ne soulève aucune difficulté.

La question clé est de savoir si l'opérateur est en droit de limiter l'accès de son autoroute à certaines applications de son choix et d'obliger les applications d'autres fournisseurs de service (Google par exemple) à emprunter la voie normale, moins rapide. On est ici au cœur d'un souci de régulation économique destiné à éviter une exploitation abusive de puissance économique du type « vertical leveraging » visé par le droit de la concurrence et surtout par l'article 10 de la directive Accès. Dès lors, on peut imaginer que ce type de discrimination serait condamnable pour un opérateur qui serait déclaré puissant, mais que la discrimination serait tolérée pour tout autre opéra-

teur. Dans le cas de Comcast, la FCC n'a fait aucune allusion à l'éventuelle puissance économique du câblo-opérateur, et laisse entière la question de savoir si une discrimination de ce type serait possible.

Quelles leçons pour l'Europe ?

L'une des leçons de l'affaire Comcast est qu'il faut bien identifier le fondement d'une mesure réglementaire du type *net neutrality* avant d'agir. S'agit-il d'une action destinée à protéger certains droits fondamentaux des consommateurs ou bien d'une action destinée à empêcher l'exploitation abusive d'une puissance sur le marché ? Les deux sujets peuvent être liés, surtout lorsque l'on parle d'interopérabilité.

La décision de la FCC montre une tendance croissante à privilégier la régulation symétrique lorsque la régulation asymétrique ne permet pas d'atteindre les résultats recherchés. Cependant, la régulation symétrique doit être utilisée avec réserve, afin d'éviter que des mesures de régulation économique du type opérateur puissant ne s'y introduise insidieusement. Car il ne faut pas perdre de vue la philosophie partagée tant aux Etats-Unis qu'en Europe : la régulation économique sectorielle doit s'effacer progressivement pour faire place uniquement au droit commun de la concurrence. ■

www.hhlaw.com

* ancien chef de service de la FCC



HOGAN & HARTSON

La « net neutrality » : un combat d'arrière garde

par **James W. Cicconi**, Senior Executive Vice President - External and Legislative Affairs d'ATT



Le 21^{ème} siècle a commencé depuis moins de 10 ans et déjà, nous pouvons remarquer que les pays développés et les pays émergents ont fait progresser considérablement leurs infrastructures de télécommunication au profit du commerce, de l'éducation, de l'information ou de la communication entre proches. Récemment, l'ONU déclarait que l'accès à un Internet à haut débit était aussi vital que l'eau et l'électricité pour la réussite au 21^{ème} siècle.

Contempler l'évolution de ce monde en ligne est passionnant.

Ce monde est prêt à nous apporter la Télé Haute Définition pour tous, la photo à encore plus haute résolution, des moyens sophistiqués pour relier entre eux les peuples et les cultures, et probablement d'autres applications et services que nous pouvons à peine imaginer aujourd'hui. Mais il y a des défis importants à relever pour profiter au maximum de l'Internet. L'objectif commun est d'accroître le nombre de personnes connectées aux services « haut débit ». C'est une de nos priorités au sein

« Les législateurs peuvent atteindre leurs objectifs légitimes sans imposer des restrictions aux ingénieurs et aux hommes d'affaires sur la manière de gérer leurs réseaux »

d'AT&T et nous investissons lourdement pour la tenir. Les bénéfices attendus dans les domaines éducatifs, économiques et sociaux sont tels que personne ne devrait en être exclu.

Supporter la croissance du trafic

Un enjeu tout aussi important est de s'assurer que les réseaux haut débit pourront supporter la croissance exponentielle de ce trafic. Les clips vidéo et les fichiers de musique en ligne

consomment de plus en plus de bande passante et mettent à dure épreuve la capacité de l'infrastructure. YouTube consomme aujourd'hui autant de bande passante que tout l'Internet en l'an 2000. Le téléchargement d'un seul film haute définition consomme plus de capacité que la visualisation de 35 000 pages Web.

Avec tout ce trafic, nous devons assurer à nos clients la qualité de service et le débit qu'ils sont en droit d'attendre. Ceci ne va pas simplement exiger plus de bande passante, mais une bande passante « intelligente ». Nous avons besoin de réseaux capables de répondre de manière optimale à des exigences de performance extrêmement variées pour des applications aussi diverses que des diagnostics en temps réel de télémédecine, des communications d'urgence, des films vidéo en ligne, des emails traditionnels. La gestion de réseau devra être flexible et innovante pour satisfaire une demande aussi multiforme.

Non à une réglementation dogmatique

Ces réseaux nécessiteront un investissement continu. C'est pour ces raisons et pour tant d'autres qu'AT&T s'est opposé à une réglementation dogmatique « de neutralité de réseau ». En un sens, nous avons le sentiment que la neutralité de réseau est un combat d'arrière-garde, presque un refus de la modernité. AT&T et la plupart des opérateurs ont déjà accepté de se conformer à tout un ensemble de règles en faveur des consommateurs, tel que l'interdiction de

bloquer l'accès à un site ou de tout autre acte qui viserait à ralentir ou dégrader le trafic licite sur Internet.

Tout le monde est d'accord sur le principe de prévention de tels actes illicites ou anticoncurrentiels et nous avons, avec d'autres opérateurs, renouvelé cet engagement à maintes reprises. Bien plus, personne n'a rapporté à ce jour d'abus qui pourrait justifier une nouvelle réglementation bien malvenue.

Malheureusement, certains partisans de la neutralité de réseau n'ont pas été dissuadés par l'absence de problème sérieux pour presser les gouvernements d'intervenir. Au contraire, ils ont imaginé les dommages potentiels – et chacun sait que les hypothèses sont plus dures à contredire que les faits avérés. Cela a conduit à des propositions de neutralité de réseau si extrê-

mes qu'elles empêcheraient les opérateurs d'offrir une qualité de service différenciée pour n'importe quel trafic. Ou qu'elles interdiraient à un réseau d'offrir un service à un site web, à moins qu'il ne soit prêt à le fournir gratuitement à tous les autres sites. Franchement, de telles idées ne peuvent avoir pour résultat que d'étouffer l'innovation et l'investissement dans les réseaux, les deux seuls éléments qui sont vraiment nécessaires à l'Internet pour continuer à croître et tenir ses promesses.

Garantir un Internet à prix raisonnable

Ces idées verrouilleraient les opérateurs sur le plan réglementaire, et à la place de réseaux intelligents, elles imposeraient des « tuyaux bêtes ». Cela obérerait fortement notre capacité à investir de façon responsable dans un réseau intelligent, pour créer des technologies nouvelles et novatrices conçues pour acheminer le trafic Internet de façon rapide et efficace. Alors que ces réseaux intelligents sont précisément ce dont nous avons besoin pour transporter la charge croissante et le trafic à haut débit, pour le faire d'une manière efficace et pour garantir un prix raisonnable pour les consommateurs.

Les réseaux intelligents pourraient aussi nous permettre d'offrir de nouveaux services « à valeur ajoutée » qui amortiraient les coûts du réseau et diminueraient les frais fixes à répartir sur les autres consommateurs. C'est cela qui nous paraît équitable ! Tous les utilisateurs qui bénéficient d'Internet devraient payer une quote-part justement répartie de ses coûts. Autrement, ceux-ci seront supportés uniquement par les consommateurs d'accès Internet, (accès aux performances certainement dégradées), et les moins argentés n'auront plus les moyens de se l'offrir.

Les législateurs peuvent atteindre leurs objectifs légitimes sans imposer des restrictions aux ingénieurs et aux hommes d'affaires sur la manière de gérer leurs réseaux ; sans décourager non plus le développement de nouveaux services ou de nouvelles fonctions qui étalent le coût des réseaux et réduisent la charge financière pour les consommateurs. Agir autrement se traduirait par un Internet plus cher et de moins bonne qualité pour l'utilisateur moyen – et un Internet futur moins prometteur pour nous tous.

www.att.com/emea

Maintenir un Internet ouvert pour le prochain Google

par **Richard Whitt**, Senior Policy Counsel, **Derek Slater**, Policy Analyst,
Sebastian Mueller, European Policy Manager, et **Olivier Esper**, Relations Institutionnelles

Depuis ses premiers jours, Internet a fonctionné sur le principe que les opérateurs ne bloquent ou ne discriminent pas entre les contenus, services ou applications. Les réseaux de nouvelle génération sont essentiels pour soutenir le potentiel innovant de l'Internet et apporter de réelles avancées pour les consommateurs, les entreprises et les économies à travers le monde. Mais ces avancées ne seront possibles que si les fondements de l'Internet sont non seulement robustes, mais reposent toujours sur un modèle ouvert.

Pour une innovation libre et novatrice

La puissance d'innovation attachée à la nature fondamentalement ouverte et non discriminatoire de la Toile est au cœur de l'histoire de Google. Quand Google est né du projet commun de deux amis à l'université de Stanford, ceux-ci n'ont pas eu à demander la permission des opérateurs de réseaux pour lancer un moteur de recherche sur Internet. En fait, ils ont été en mesure de mettre en œuvre leur idée novatrice eux-mêmes et de la rendre accessible aux utilisateurs.

Maintenir un Internet ouvert, c'est penser au prochain Google, YouTube, Dailymotion, eBay ou PriceMinister - en permettant une innovation libre et en préservant un écosystème où les idées novatrices peuvent réussir et les nouveaux modèles économiques peuvent fleurir sur leurs propres mérites. A l'heure où les législateurs européens conçoivent un cadre réglementaire pour les acteurs européens de l'économie numérique, la capacité des jeunes pousses Internet européennes à émerger et croître sur la scène mondiale repose sur un accès à l'Internet robuste, ouvert et non discriminatoire.

De tels principes bénéficient à tous les acteurs. L'innovation en termes d'applications et de contenus sur Internet tire la demande des utilisateurs en termes de bande passante ; cette demande accrue signifie davantage de revenus pour les opérateurs de réseaux et répond donc au

risque perçu d'investir dans une nouvelle infrastructure ; un très haut débit conduira à davantage encore d'innovation au niveau applicatif. Ce cercle vertueux nous a menés au taux de pénétration actuel, et il n'y a pas d'argumentation crédible pour modifier cet équilibre.

Laisser de la flexibilité aux opérateurs

Aujourd'hui, il est critique de définir les mécanismes appropriés pour soutenir la croissance numérique. Le défi réside ici dans le faible degré de concurrence au niveau infrastructure dont souffrent généralement les marchés de télécommunications.

Dans l'Union européenne, la régulation des télécommunications a rendu le marché relativement concurrentiel dans un certain nombre d'Etats membres, et il est crucial que le cadre des communications électroniques actuellement en cours de révision renforce une véritable concurrence au niveau des services sur le haut débit et permette un accès équitable aux réseaux d'accès de nouvelle génération.

En parallèle, le cadre européen des communications électroniques doit aussi comporter des garde-fous quant aux droits des utilisateurs et garantir que les pratiques de gestion des réseaux sont raisonnables et non discriminatoires, tout en laissant aux opérateurs la flexibilité nécessaire. Par exemple, un fournisseur d'accès haut débit peut être autorisé à « prioriser » les paquets IP qui requièrent une latence faible, mais une telle « priorisation » doit s'appliquer de la même manière pour tous les trafics nécessitant une faible latence, pas seulement pour ceux de fournisseurs d'applications particulières.

Il nous semble également souhaitable que les fournisseurs de services de la société de l'information soient en mesure de recourir aux régulateurs nationaux (ARN) en cas de différend avec les opérateurs de réseaux sur l'accès aux utilisateurs finaux, et que les ARN se voient confier le pouvoir d'obtenir les informations relatives à la gestion du trafic afin de vérifier le respect des principes évoqués ci-dessus.

Protéger les consommateurs

Sous les feux de l'actualité, un cas de discrimination aux Etats-Unis peut illustrer comment de tels principes peuvent fonctionner. Le mois dernier, la FCC a enjoint l'opérateur Comcast de mettre fin au blocage de l'utilisation du protocole BitTorrent sur son réseau. L'action de Comcast était problématique parce que bloquant non seulement des usages légaux de BitTorrent, mais aussi parce que le bridage d'une application spécifique menace le choix du consommateur, la concurrence et l'innovation plus largement.

Nous pensons que la décision de la FCC contribuera à garantir que les réseaux haut débit restent des plateformes ouvertes.

En parallèle, Google apprécie la manière dont Comcast a prouvé sa disponibilité à discuter, débattre et ajuster sa politique de gestion du trafic Internet. Les leçons tirées de cette affaire peuvent éclairer le développement de cadres réglementaires adaptés et équilibrés dans l'optique de protéger les droits des consommateurs et de permettre l'innovation.



Google™

www.google.fr

La loi de modernisation de l'écon

La loi de modernisation de l'économie (LME) du 4 août 2008⁽¹⁾ vise à renforcer l'attractivité économique de la France. Elle des logements en fibre optique, soutenir les efforts des collectivités territoriales, compléter la couverture mobile...

Un cadre juridique sécurisé pour déployer la fibre dans les immeubles

Faciliter le raccordement des logements en fibre optique tout en préservant les droits des propriétaires et l'exercice d'une concurrence loyale, tel est l'un des objectifs assignés au titre III de la loi de modernisation de l'économie. Pour favoriser le raccordement des logements en réseaux très haut débit en fibre optique, le nouveau cadre législatif s'articule autour de quatre axes :

- l'instauration d'une faculté d'accès à la fibre (modification de l'article 1^{er} de la loi n° 66 457 du 2 juillet 1966 relative à l'installation d'antennes réceptrices de radiodiffusion sur le droit à l'antenne) ;
- le principe d'une mutualisation entre opérateurs des réseaux en fibre optique déployés dans les immeubles (nouvel article L. 34-8-3 du code des postes et des communications électroniques - CPCE) ;
- un encadrement conventionnel obligatoire de la relation entre les propriétaires (ou les bailleurs) et les opérateurs (nouvel article L. 33-6 du CPCE) ;
- le pré-équipement des immeubles neufs (modification de l'article L. 111-5-1 du code de la construction et de l'habitation).

La combinaison de la première mesure destinée à faciliter l'entrée des opérateurs dans les immeubles et du principe de mutualisation des réseaux entre les opérateurs est un élément clef de ce dispositif.

Le droit à la fibre

Un propriétaire ne peut s'opposer au raccordement des immeubles au réseau très haut débit, sauf « motif sérieux et légitime ».

Dans les immeubles neufs, le précâblage en fibre optique sera obligatoire, et ce, à partir de 2010 pour les immeubles de plus de 25 logements et en 2011 pour les autres⁽²⁾. Dans les immeubles anciens, l'installation de la fibre optique par les opérateurs est facilitée par le fait que, désormais, toute proposition d'un opérateur

pour installer à ses frais la fibre

dans les parties communes d'un immeuble pour le desservir par un réseau de télécommunications est inscrite de droit par le syndic à l'ordre du jour de la prochaine assemblée générale des copropriétaires. La décision d'accepter est prise à la majorité des voix exprimées des copropriétaires présents ou représentés⁽³⁾.

Le propriétaire d'un immeuble ne peut pas s'opposer à ce qu'un occupant soit raccordé à un réseau très haut débit, sauf pour motif « sérieux et légitime ». Constituent des motifs sérieux et légitimes, le fait que l'immeuble soit déjà raccordé au très haut débit en fibre optique (dans ce cas le propriétaire peut demander que le raccordement soit fait au moyen des dites lignes), ainsi que la décision du propriétaire d'installer lui-même la fibre dans les six mois suivant la demande des locataires ou occupants de bonne foi.

Toutefois, l'inscription des propositions de câblage à l'ordre du jour des assemblées de copropriété est une garantie pour les copropriétés de pouvoir contrôler la qualité des demandes d'autorisation de travaux qui sont à la charge des opérateurs. En outre, une convention passée entre les propriétaires (ou syndicat de propriétaires) et l'opérateur installateur de fibre optique détermine les conditions d'installation ainsi que la gestion, l'entretien et le remplacement des lignes⁽⁴⁾. Les travaux menés par l'Autorité avec l'ensemble des acteurs concernés depuis plus d'un an ont permis l'élaboration d'une convention type.

L'obligation de mutualisation de la partie terminale des réseaux en fibre optique

Pour limiter les travaux et nuisances et pour garantir une concurrence dans les immeubles, la loi prévoit la mutualisation entre les opérateurs de la partie terminale des réseaux en fibre optique.

Un opérateur qui aura déjà « fibré » un immeuble devra partager son infrastructure avec les opérateurs concurrents qui lui en font la demande. Le passage à la fibre optique devrait être ainsi plus rapide, plus économique et engendrer moins de travaux et de nuisances.

En effet, le nouvel article L. 34-8-3 du CPCE oblige toute personne ayant établi dans un immeuble (ou exploitant) un réseau en fibre optique de faire droit aux demandes d'accès raisonnables d'autres opérateurs. Cet accès est fourni dans des conditions transparentes et non discriminatoires, permettant un raccordement effectif à des conditions économiques, techniques et d'accessibilité « raisonnables ». Une convention détermine les conditions techniques et financières d'accès entre les personnes concernées. Tout refus d'accès doit être motivé. La loi renvoie à l'ARCEP le soin de trancher tout différend et de préciser les conditions techniques et tarifaires de cet accès par une décision soumise à homologation du ministre.

Ainsi, la loi a posé les premières pierres de l'édifice du déploiement du très haut débit et a renforcé les prérogatives de l'ARCEP.

L'Autorité devra publier, deux ans après la promulgation de la loi, c'est-à-dire avant le mois d'août 2010, un rapport sur le déploiement du très haut débit et son ouverture à la concurrence, tout en faisant des propositions pour la montée en débit dans les zones rurales.

⁽¹⁾ Loi n° 2008-776, publiée au JO du 5 août 2008

⁽²⁾ Article L. 111-5-1 du nouveau code de la construction.

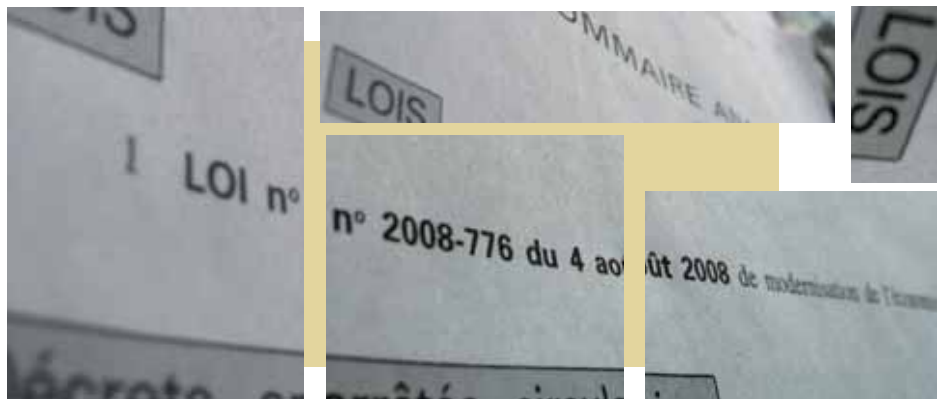
⁽³⁾ Article 24-2 de la loi n° 65-557 du 10 juillet 1965 fixant le statut de la copropriété des immeubles bâtis.

⁽⁴⁾ Un décret en Conseil d'État fixant les modalités d'application de l'article L. 33-6 du CPCE viendra préciser les clauses de la convention, notamment le suivi et la réception des travaux, les modalités d'accès aux parties communes de l'immeuble, la gestion de l'installation et les modalités d'information, par l'opérateur, du propriétaire ou du syndicat de copropriétaires et des autres opérateurs.

Énergie et les télécommunications

présente plusieurs dispositions relatives au secteur des télécommunications : faciliter le raccordement
Explications de texte.

Les autres dispositions de la loi



Outre la mise en place du dispositif visant à favoriser la mutualisation de la partie terminale des réseaux en fibre optique, la LME a consacré plusieurs autres dispositions aux télécommunications.

Plus de pouvoirs pour les collectivités territoriales

- Les gestionnaires d'infrastructures et les opérateurs de télécommunications doivent communiquer gratuitement aux collectivités territoriales, à leurs groupements et à l'Etat les informations relatives à l'implantation et au déploiement de leurs infrastructures et de leurs réseaux sur leur territoire. Un décret d'application précise les modalités d'application, notamment au regard des règles relatives à la sécurité publique et à la sécurité nationale⁽¹⁾.

- Les autorités organisatrices de la distribution d'eau et d'électricité peuvent poser des fourreaux pour favoriser le déploiement de la fibre lors des travaux qu'elles réalisent. Une convention est signée avec la collectivité compétente au titre de l'article L.1425-1 du code général des collectivités territoriales (CGCT) sur le territoire concerné pour éviter les conflits de compétence⁽¹⁾.

- Des précisions ont été apportées sur les modalités de mise en œuvre par les communes et leurs groupements du principe d'utilisation partagée des infrastructures publiques de génie civil des réseaux câblés, prévu par la loi du 5 mars 2007⁽²⁾. Les collectivités concernées peuvent organiser ce partage par simple décision. En cas de refus du câblo-opérateur, la collectivité peut reprendre la pleine jouissance de ces infrastructures moyennant une indemnisation limitée, après mise en demeure dans le respect

d'une procédure contradictoire. L'ARCEP peut être saisie en règlement des différends portant sur les conditions techniques et tarifaires de la mise en œuvre de cette utilisation partagée⁽³⁾.

- L'ARCEP doit remettre au Parlement et au Gouvernement, avant la fin de l'année 2008, un rapport présentant un premier bilan des interventions des collectivités territoriales en application de l'article L.1425-1 du CGCT. Des propositions doivent être faites pour favoriser l'accès de tous au haut débit et envisager son financement⁽⁴⁾.

Compléter la couverture mobile

- Les opérateurs 2G doivent publier chaque année les zones couvertes au cours de l'année et communiquer à l'ARCEP leurs projets de couverture pour l'année à venir. L'ARCEP doit établir dans les 12 mois qui suivent l'adoption de la loi un bilan global de la couverture portant notamment sur les perspectives de résorption des zones non couvertes par tous les opérateurs⁽¹⁾.

- Ils doivent également fournir une offre de tarifs sociaux, dont les conditions seront fixées par une convention avec l'Etat⁽⁵⁾.

- Dans les six mois suivant l'adoption de la loi, l'ARCEP détermine, après consultation publique, la mesure dans laquelle sera mis en œuvre, en métropole, un partage des installations de réseaux mobiles 3G, et notamment le seuil de couverture de la population au-delà duquel ce partage sera mis en œuvre⁽⁶⁾.

Dégrouper la sous-boucle locale

- Les opérateurs puissants sur le marché de la sous-boucle locale doivent proposer une offre d'accès à ce segment de réseau à un tarif raisonnable. L'offre technique et tarifaire

doit contenir les dispositions nécessaires pour que les abonnés puissent bénéficier de services haut et très haut débit⁽⁷⁾.

Compétences de l'ARCEP

- L'ARCEP doit publier dans les deux ans suivant l'adoption de la loi un rapport sur le déploiement effectif du très haut débit, qui doit également faire des propositions pour favoriser le déploiement du très haut débit en zone rurale⁽¹⁾.

- L'article L. 36-11 du CPCE a été modifié pour permettre à l'ARCEP d'imposer des sanctions mieux proportionnées en cas de non respect par les titulaires de ressources rares (notamment les fréquences) de leurs obligations de couverture (possibilité d'assortir la mise en demeure d'étapes intermédiaires accordées au titulaire pour respecter ses obligations ; retrait partiel d'une autorisation, dans l'espace ou dans le temps ; sanction financière tenant compte de la population ou du territoire non couvert par le titulaire)⁽⁸⁾.

Des fréquences aux enchères

- La loi prévoit désormais explicitement la possibilité de recourir à une procédure d'enchères pour attribuer des ressources en fréquences lors d'un appel à candidatures, c'est-à-dire en cas de rareté des fréquences⁽⁹⁾.

Encadrer l'usage des numéros surtaxés

- La loi prévoit une interdiction de recourir à des numéros surtaxés pour accéder aux *hotlines* des entreprises, dès lors qu'elles sont destinées à recueillir l'appel d'un consommateur en vue d'obtenir la bonne exécution du contrat ou le traitement d'une réclamation, et ce pour l'ensemble des secteurs d'activité. ■

⁽¹⁾ Art. 109 de la loi.

⁽²⁾ Loi n° 2007-309 du 5 mars 2007 relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur.

⁽³⁾ Art. 113.

⁽⁴⁾ Art. 118.

⁽⁵⁾ Art. 111.

⁽⁶⁾ Art. 119.

⁽⁷⁾ Art. 110.

⁽⁸⁾ Art. 112.

⁽⁹⁾ Art. 114.

Aménagement numérique du territoire :

La quatrième réunion plénière du Comité des réseaux d'initiative publique (CRIP), qui s'est tenue le 17 septembre **structurante dans l'aménagement numérique du territoire** ⁽¹⁾.

L'objectif du gouvernement est de couvrir 100% de la population en haut débit fixe et mobile en 2012 » a indiqué Luc Rousseau, directeur général des entreprises au MINEFE dans son discours d'ouverture. Il a rappelé à cette occasion le bilan très satisfaisant de l'action des collectivités avec plus de 85 projets majeurs engagés, couvrant chacun plus de 60 000 habitants pour un investissement public total de plus de 1,4 milliard d€.

Zones blanches, fibre : la solution passe par les collectivités

Cette année, les débats du CRIP se sont structurés autour de deux tables rondes. La première, consacrée à la couverture du territoire en haut débit et présidée par Denis Rapone, membre de l'Autorité, a permis de rappeler que les zones blanches représentent encore environ 500 000 lignes (soit moins de 2 % de la population). Les débats ont montré que la question de la résorption des zones blanches se faisait d'autant mieux qu'elle s'inscrivait dans une démarche d'aménagement globale du territoire. A cet égard, Paul Champsaur a insisté sur l'importance du déploiement des réseaux de collecte.

Aucune technologie ne permet à elle seule de répondre à toutes les attentes des territoires. A ce titre, les participants ont souligné l'utilité de combiner les technologies mobilisables : réaménagement de la boucle locale – avec la mise en œuvre de la solution NRA ZO, pour laquelle l'Autorité a obtenu la publication d'une offre de gros par France Télécom le 15 septembre dernier, permettant ainsi à tous les opérateurs de proposer cette solution lors des appels d'offres des collectivités – ou encore des technologies hertziennes comme le Wimax.

Par ailleurs, le président de l'ARCEP a indiqué que « le service universel ne constitue pas nécessairement un outil adapté pour l'extension du haut débit », estimant qu' « il serait préférable d'accompagner les initiatives locales pour couvrir les zones blanches [...] dans un souci d'efficacité et de cohérence de l'investissement public. »

La seconde table ronde, dédiée aux nouveaux réseaux très haut débit et animée par Gabrielle Gauthey, membre de l'Autorité, a tout d'abord permis aux opéra-



VERBATIM

1. Paul Champsaur, président de l'ARCEP : « Le service universel ne constitue pas nécessairement un outil adapté pour l'extension du haut débit. »

2. Alain Rousset, Président du Conseil régional d'Aquitaine, Président de l'Association des Régions de France : « La pure logique de marché a créé l'essentiel de la fracture numérique ; les seules logiques concurrentielles ne peuvent résoudre un objectif d'aménagement du territoire. »

3. Jean-François Le Grand, Sénateur de la Manche, président du Conseil général : « Le très haut débit dans les petites villes est possible ; il n'y a pas de fatalité à la fracture territoriale. »

4. Thierry Solère, Premier adjoint au maire de Boulogne-Billancourt, Vice-Président du Conseil général des Hauts-de-Seine : « L'enjeu, pour nous, ce sont les services. C'est aussi que notre

territoire, poumon économique du pays, rivalise à armes égales avec ses voisins européens. »

5. Christian Paul, député de la Nièvre, Vice-président du Conseil régional de Bourgogne : « Le très haut débit nous force à nous poser deux questions : le marché peut-il tout à lui tout seul ou bien faut-il de l'intervention publique ? Comment l'intervention des collectivités peut-elle être efficace ? »

6. Bruno Retailleau, Sénateur de la Vendée, Président de la commission du dividende numérique : « Le dividende numérique doit être mis au service de la réduction de la fracture numérique" (...) Il se matérialisera en 2012, date à laquelle 99 % de la population pourra avoir des débits moyens de 10 Mbits, dans des usages mobiles ou nomades. »

7. Gabrielle Gauthey, membre de l'ARCEP : « La clef du développement



teurs présents de faire le point sur leurs projets de déploiements et leurs intentions d'investissement. De leur côté, les collectivités ont présenté leurs interventions en

faveur du déploiement de la fibre : recueil d'informations de terrain, autorisation du génie civil allégé, mise à disposition d'infrastructures de génie civil aux opérateurs et

Les collectivités en première ligne

2008, a permis de constater que l'implication des collectivités devenait de plus en plus



S'agissant de la couverture des zones blanches du haut débit, les modalités d'intervention des collectivités sur les points hauts seront étudiées. En matière de très haut débit, les travaux entamés sur le génie civil se prolongeront, avec l'élaboration d'une convention type de mise à disposition.

Enfin, la loi de modernisation de l'économie (LME) du 4 août 2008⁽²⁾ a confié à l'ARCEP la mission d'établir un rapport dressant un premier bilan de l'intervention des collectivités territoriales, qui doit être remis au Parlement et au gouvernement avant le 31 décembre 2008. Un séminaire associant les acteurs du CRIP sera organisé à l'automne pour préparer ce bilan.

Enfin, Paul Champsaur a également rappelé que, conformément aux dispositions de la loi, un projet de décret portant sur la publication des informations sur la couverture du territoire par les services de communications électroniques est également en cours de préparation au sein du Comité pour la couverture numérique du territoire.

⁽¹⁾ Retrouvez les interventions des conférenciers du CRIP en vidéo sur le site Internet de l'ARCEP : <http://www.arcep.fr/index.php?id=9773#14414>.

⁽²⁾ Les dispositions de la LME qui concernent les collectivités territoriales sont détaillées pages 28 et 29 de ce numéro de La Lettre.

de très haut débit dans les zones blanches, ce sont les réseaux de collecte. »

8. René Souchon, Président du Conseil régional d'Auvergne : « 99,6% de la population auvergnate accèdera au haut débit à Noël (...). Il n'y aura aucun exclu du haut débit en Auvergne, même une maison isolée. »

9. Yves Rome, Président du Conseil général de l'Oise : « Notre département a atteint 99,3 % de lignes éligibles ADSL. Avec NRA ZO, NRA zones grises et le dégroupage, les 100 % sont à notre portée. »

10. Philippe Leroy, Sénateur de la Moselle, Président du Conseil général : « Il n'est pas facile de piloter un marché qui n'est pas mature aux plans technique et juridique. »

11. Eric Doligé, Sénateur du Loiret, Président du Conseil général : « Je demande à l'Etat et à l'ARCEP de nous aider pour rendre accessibles les

informations qui nous paraissent indispensables à la connaissance du réseau. Nous avons bien du mal à les obtenir. »

12. Michel Chanel, Vice-président du syndicat intercommunal d'électricité de l'Ain : « Les fourreaux installés avant 1996 nous posent problème : il convient de confirmer pour les communes un droit d'usage sur ces fourreaux. De même, le déploiement de la fibre jusqu'à l'abonné n'est envisageable que si les collectivités gèrent les fourreaux sur le domaine public. »

13. Denis Rapone, membre de l'ARCEP : « Les élus sont confrontés à des inégalités de couverture qui suscitent d'autant plus d'exaspération qu'elles s'inscrivent dans un contexte où les usages nécessitent des débits importants, inégalités vécues avec d'autant plus d'incompréhension que les zones blanches tendent à se raréfier, accroissant ainsi le sentiment d'injustice. »



pose de fourreaux de réserve à l'occasion de tous travaux de voirie, déploiement d'un réseau public en complément de l'initiative privée.

Un bilan de l'action des collectivités avant la fin de l'année
Paul Champsaur a conclu le comité en présentant les prochains dossiers du CRIP.

Le CRIP, c'est quoi ?

Créé par l'Autorité fin 2004, le CRIP est un espace d'échanges, qui rassemble les collectivités territoriales, les opérateurs et les acteurs concernés par l'aménagement numérique du territoire. La séance plénière du CRIP est l'occasion pour les élus qui le souhaitent et l'Autorité de dresser le bilan des travaux réalisés et de fixer le programme de travail de l'année à venir.

A l'occasion du CRIP, l'Autorité a publié deux documents qui peuvent être téléchargés sur www.arcep.fr/collectivites :

- le compte rendu des travaux du CRIP en 2007-2008 ;
- une étude d'Emmanuel Glaser, Conseiller d'Etat, sur la mise en œuvre du principe d'utilisation partagée des infrastructures publiques de génie civil.

BLR-Wimax : l'Autorité met le marché sous surveillance

L'ARCEP a conduit au cours de l'été 2008 le contrôle des obligations de déploiement des réseaux de boucle locale radio dans la bande 3,5 GHz. **Résultats, état des lieux et perspectives.**

L'ARCEP a conduit au cours de l'été 2008 le contrôle des obligations de déploiement des réseaux de boucle locale radio dans la bande 3,5 GHz conformément aux autorisations délivrées en juillet 2006. Des auditions menées en parallèle à ce contrôle ont permis d'apprécier les circonstances qui affectent le développement des projets et d'établir une vision actualisée du marché.

Des déploiements inférieurs aux engagements

Le premier constat établi par l'Autorité est un déploiement effectif de la boucle locale radio avec plus de 500 sites opérationnels, la disponibilité d'offres commerciales et quelques milliers de clients particuliers et professionnels. Cependant, ces déploiements varient fortement selon les titulaires et les zones géographiques et sont globalement modestes et, en tout état de cause, inférieurs aux engagements des titulaires.

Cette situation s'explique en partie par le

retard industriel et le défaut de maturité des équipements à la norme 802.16e vers laquelle, suivant une tendance mondiale, se sont majoritairement orientés les acteurs nationaux. Selon les opérateurs, les performances des équipements actuellement disponibles sont en effet inférieures, de 10 à 20 % en ce qui concerne la couverture, aux prévisions. L'autre frein majeur souligné par les acteurs est le manque d'interopérabilité des terminaux avec les stations de base pour un usage fixe et *a fortiori* nomade.

Des modèles économiques très différents

Le second constat a trait à la persistance de deux modèles économiques très différents : un modèle de FAI national visant à offrir des services hauts débits nomades comme l'illustre le rachat par Bolloré Télécom de 8 des 11 autorisations de HDRR France, et un modèle orienté spécifiquement vers l'aménagement numérique du territoire dans le cadre de réseaux d'initiative publique. Ce modèle est toutefois nuancé par le retrait de HDRR France qui n'a pas su trouver d'équilibre économique dans son projet de couverture multirégional visant exclusivement les zones blanches de l'ADSL, en raison, notamment, de la concurrence de la solution NRA-ZO (Nœud de raccordement d'abonnés - Zone d'ombre). En effet, un NRA-ZO installé dans ces zones capte environ 25% des lignes du marché adressable sans par ailleurs réduire le nombre d'équipements Wimax (en particulier stations de base) à installer pour assurer la

couverture des zones résiduelles.

Sur la base des résultats du contrôle et de ces éléments d'analyse, l'Autorité a décidé de mettre le marché de la boucle radio sous surveillance. Les titulaires lui transmettront tous les six mois l'état d'avancement de leurs déploiements. Ces informations actualisées seront publiées sur le site de l'Autorité. Cet encadrement se poursuivra jusqu'à la prochaine échéance d'obligations de déploiement prévue par les autorisations en décembre 2010.

Un rôle clef pour les collectivités locales

Au chapitre des perspectives, il ressort que le modèle d'un FAI sans fil visant à offrir des services hauts débits nomades avec une couverture nationale est toujours d'actualité. Pour réussir, un tel modèle économique devra toutefois trouver sa place entre les offres d'accès fixe à haut débit et les offres d'accès mobile à haut débit.

En outre, les technologies Wimax dans la bande 3,5 GHz pourraient apporter leurs contributions aux projets d'aménagement numérique du territoire en tant que composante d'une combinaison de technologies. Si l'équilibre économique d'un projet Wimax spécifique sur de telles zones paraît difficile en dehors d'une prise en compte au sein des Réseaux d'Initiative Publique, il convient en effet de souligner que les seuls endroits où les objectifs de déploiement ont été tenus sont ceux où les collectivités locales avaient déployé des réseaux de collecte. ■



INTERNATIONALES

BRÈVES

L'ARCEP reçoit le président de NTT

Le 19 septembre, Paul Champsaur, président de l'ARCEP, et Joëlle Toledano, membre du Collège, ont présenté les principaux enjeux de la régulation en France à une délégation de l'opérateur japonais NTT, menée par Kaoru Kanazawa, vice-président du Groupe. Les échanges ont essentiellement porté sur les perspectives d'évolution de la régulation, et en particulier en ce qui concerne les NGA (fibre optique).

La 3G en France : échanges avec la NTC (Thaïlande)

Le 24 septembre, une délégation du régulateur thaïlandais (NTC) emmenée par le professeur Sudharma Yoonaidharma, commissaire du *board*, a été accueillie par Patrick Raude, membre du Collège de l'Autorité. Les échanges ont principalement porté sur le mode d'attribution des licences 3G, la réutilisation des fréquences et le passage à la 4G.



Kaoru Kanazawa, vice-président du Groupe NTT

SMS et données mobiles : L'ARCEP rend sa copie

Le 3 juillet dernier, l'Autorité a remis au secrétaire d'Etat à l'Industrie et à la Consommation, une étude sur l'évolution des tarifs et des conditions commerciales des offres de SMS et d'échange de données mobiles. Résumé.

Bien qu'initialement conçus comme des services accessoires à la voix, les services de SMS et d'échange de données mobiles représentent désormais une part importante de l'activité des opérateurs, mais aussi une part croissante de la facture téléphonique mobile. Pourtant, il semblerait que la concurrence ne joue pas pleinement sur les prix, notamment lorsque ces services ne sont pas inclus dans les forfaits. La tarification de ces services apparaît alors comme un enjeu crucial pour leur développement, mais aussi pour le consommateur, tant en terme de prix que de capacité à maîtriser sa dépense.

Les gros consommateurs de SMS favorisés

Premier constat de l'étude réalisée par l'Autorité : même si l'utilisation du SMS a explosé, son prix vendu à l'unité n'a pas évolué depuis 2005 chez les opérateurs de réseau, que ce soit hors-forfait ou au sein des forfaits bloqués et des cartes prépayées : 13 c€ chez Orange, 15 c€ chez SFR et 12 c€ chez Bouygues Telecom. Seuls les MVNO ont pratiqué une tarification de rupture dès leur lancement, en proposant des tarifs à l'unité inférieurs de 25 % à 30 % à ceux pratiqués par les opérateurs.

Si les prix à l'unité n'ont pas évolué, le marché des SMS n'en a pas moins subi une évolution majeure avec le développement d'offres d'abondance à destination de tous les réseaux. Conduisant à un accroissement significatif des volumes échangés, tendance qui devrait se poursuivre. L'évolution du marché profite donc sans surcoût aux gros consommateurs en volume de SMS, notamment aux jeunes, et non à ceux qui les achètent à l'unité.

Le maintien de prix élevés à l'unité, en dépit de la diminution des charges de terminaison d'appel SMS, montre que la diffusion de ce service participe d'une concurrence davantage centrée sur les quantités offertes que sur les prix, en tout état de cause, seul un accroissement de la concurrence sur les marchés de détail pourrait permettre aux tarifs à l'unité de baisser. Cette situation peut être obtenue par une amélioration des conditions faites aux MVNO et par un renforcement de la concurrence par les infrastructures.

SMS en itinérance : vers une intervention de la Commission

Selon les données du Groupe des régulateurs européens, le prix moyen du SMS facturé au client final en itinérance au sein de l'Union par les opérateurs européens est d'environ 29 c€ HT. Les opérateurs français facturent ce SMS au prix moyen de 23 c€, ce qui donne des tarifs TTC grand public de 28 c€ pour Orange France et 30 c€ pour SFR et Bouygues Telecom.

Ce niveau élevé – et stable – des tarifs des prix de détail et de gros n'est pas satisfaisant et le jeu concurrentiel n'est pas en mesure de remettre en cause cette situation de fait. En conséquence, une intervention réglementaire est fortement envisagée par la Commission européenne qui a annoncé un règlement visant à réduire, d'ici au 1^{er} juillet 2009, de 70 % en moyenne le tarif des SMS envoyés d'un autre pays de l'Union.

Une articulation entre régulation des tarifs de gros et de détail devrait alors être mise en place, car si ces tarifs sont effectivement près de deux fois supérieurs aux tarifs nationaux, ils sont fortement conditionnés par le prix des prestations inter-opérateurs dont le tarif moyen est de 16-17 c€.

Offres data en national : une transparence à améliorer

Les opérateurs pratiquent une segmentation tarifaire entre les prestations destinées aux consommateurs occasionnels, acheteurs de petits forfaits ou d'offres au compteur, et les offres d'abondance, apparues récemment et amenées à se développer. Ces offres d'abondance contribuent à une diffusion plus massive des usages.

Cependant, leur succès sera conditionné par le respect par les opérateurs de conditions de transparence et de simplicité, ainsi que par une moindre restriction des possibilités de navigation offertes. Or cela ne semble pas toujours être le cas aujourd'hui. Ainsi, le consommateur n'est pas (ou peu) en mesure de quantifier les volumes effectivement consommés et n'est pas toujours pleinement conscient du caractère conditionnel de certaines offres dites « illimitées ». Par ailleurs, les opérateurs mobiles peuvent imposer des

restrictions d'usage en verrouillant par exemple certains paramètres de configuration des terminaux et des portails (I-mode, Orange World ou Vodafone Live !). Dans le monde du fixe, la fin de ces restrictions avait permis le fort décollage de la navigation internet. Pour l'Autorité, il sera donc nécessaire de veiller à une meilleure information des clients et de leur donner les moyens de maîtriser leurs dépenses.

Offres data en itinérance : phénomènes de « bill shock »

En situation d'itinérance, les services d'échange de données reposent encore pour l'essentiel sur des tarifications au compteur, à un prix facial élevé (de l'ordre de 4 € par Megabit en moyenne) bien que légèrement en baisse. L'hétérogénéité des pratiques commerciales nationales et en situation d'itinérance engendre une mauvaise lisibilité des tarifs, notamment dans le contexte national de développement des offres illimitées.

Comme au plan national, le client ne bénéficie que d'une transparence très réduite du suivi de ses consommations. Par ailleurs, des sessions d'échange de données en itinérance (notamment sur les écrans tactiles) peuvent avoir lieu sans même qu'il les ait initiées volontairement. Une telle absence de maîtrise est d'autant plus dommageable que les tarifs en itinérance sont très élevés. La presse s'est d'ailleurs fait l'écho de nombreux témoignages de « bill shock », c'est-à-dire de factures portant sur des montants très élevés (plusieurs centaines voire plusieurs milliers d'euros) et en tout état de cause en disproportion flagrante par rapport à la perception qu'avait le consommateur des montants qui lui seraient facturés du fait de sa consommation.

Une telle situation appelle une meilleure cohérence des politiques tarifaires nationales et internationales des opérateurs, ainsi qu'une transparence accrue afin de préserver le client final d'une facturation non-voulue ou manifestement hors de proportion. En revanche, pour l'Autorité, une intervention tarifaire serait dommageable pour un marché encore immature, en développement rapide et dans un contexte de baisse régulière des prix. ■



Terminaison d'appel mobile : L'Autorité consulte les acteurs

L'Autorité a lancé ses travaux pour fixer les nouveaux tarifs de terminaison d'appel vocal mobile, **qui doivent s'adapter aux nouvelles problématiques concurrentielles.**

L'Autorité a engagé en 2007 son second cycle d'analyse de marché de la terminaison d'appel vocal mobile pour les années 2008 à 2010. Dans la continuité de l'exercice précédent, elle a alors imposé à Orange France, SFR, Bouygues Télécom, SRR et Orange Caraïbe une obligation d'orientation vers les coûts, assortie d'un encadrement tarifaire de cette prestation. Elle a par ailleurs imposé une obligation de non excessivité à Orange Réunion, Outremer Télécom, Digicel, Dauphin Télécom, UTS Caraïbe et SPM Télécom. L'encadrement fixé par l'Autorité court jusqu'au 1er juillet 2009 pour les trois opérateurs métropolitains et jusqu'au 1er janvier 2010 pour les deux opérateurs d'outre-mer. L'Autorité doit donc désormais prendre des décisions concernant les encadrements tarifaires des opérateurs mobiles pour la fin du cycle d'analyse de marché.

Les références pertinentes de coûts

Afin de préparer ses futurs projets de décision, l'Autorité a engagé des travaux afin de

définir l'encadrement tarifaire que devront respecter les opérateurs mobiles métropolitains pour la période allant du 1er juillet 2009 au 31 décembre 2010 et les opérateurs mobiles d'outre-mer pour la période allant du 1er janvier au 31 décembre 2010. Dans un souci de transparence, l'Autorité a lancé le 4 septembre dernier une consultation publique sur les éléments pertinents pouvant servir de référence à la tarification du service de terminaison d'appel vocal des opérateurs mobiles, en s'appuyant sur le niveau de coûts d'un opérateur générique efficace. Dans sa consultation, l'Autorité propose de se référer à l'analyse comparative des tarifs de terminaison d'appel mobile au niveau européen du GRE (Groupe des régulateurs européens) et aux deux références de coûts que constituent les états de comptabilisation des coûts réglementaires des opérateurs et les modélisations technico-économiques calibrées des coûts de réseau d'un opérateur mobile.

Le modèle métropolitain, qui a été construit en 2007 et a déjà fait l'objet d'une consultation publique, a permis d'affiner le

calibrage des données d'entrée du modèle de l'opérateur générique efficace. Le modèle outre-mer a été développé cette année, en concertation avec les acteurs concernés. Il s'appuie sur la structure du modèle métropolitain et y intègre les spécificités de l'outre-mer, en spécifiant deux zones : Antilles-Guyane d'un côté, Réunion-Mayotte de l'autre.

Vers un changement d'approche ?

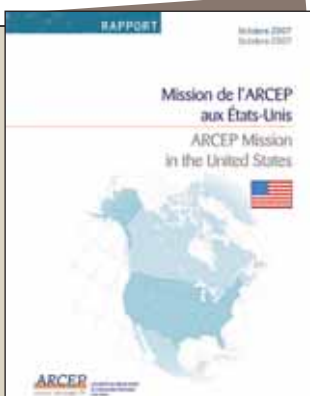
Dans sa consultation publique, l'Autorité s'interroge également sur un changement de concepts de coûts de référence qui permet de prendre en compte, dans un souci pro-concurrentiel, les coûts variables avec le trafic de terminaison d'appel (approche dite incrémentale). A l'appui de l'ensemble de ces éléments, l'Autorité donne quelques éléments chiffrés mettant en relief son propos. Ainsi, en 2008, et suivant la méthode actuelle, les coûts d'un opérateur générique efficace sont compris entre 2,4 et 2,9 centimes d'euros par minute. Avec l'approche incrémentale, ces coûts sont plutôt dans une fourchette de 1 à 2 centimes d'euros par minute. ■

Rapport sur les Etats-Unis

Caractéristiques et tendances des marchés du fixe, téléphonie et haut débit, 2G, 3G, télévision mobile, Wimax, 4G, politique du spectre, relations opérateurs de réseaux-fournisseurs de contenus, dégroupage de l'offre audiovisuelle, offre légale et *net neutrality*... Joëlle Toledano et Nicolas Curien, membres de l'Autorité, se sont rendus fin 2007 aux Etats-Unis afin d'y étudier tous ces sujets et de rencontrer les acteurs du secteur. Leur rapport de mission bilingue est en ligne sur notre site.

Offres de référence

Conformément aux décisions d'analyse de marché de l'Autorité, France Télécom a publié le 15 septembre les offres de références d'accès à la boucle locale [dégroupage], d'accès et de collecte DSL [bitstream] et d'accès aux installations de génie civil [fourreaux] ainsi que les offres commerciales LFO de raccordement des répartiteurs distants et NRA ZO de réaménagement de la boucle locale incluant la liste des sous-répartiteurs



éligibles. Un lien vers ces offres est en ligne sur le site de l'Autorité.

GSM dans les avions

Le 7 avril dernier, la Commission Européenne a adopté une recommandation (2008/295/CE) et une décision (2008/294/CE) qui visent à harmoniser les conditions dans lesquelles les services GSM pourront être offerts à bord des avions en vol dans l'espace aérien de l'Union Européenne. Afin de transposer ces textes au plan national, l'Autorité a lancé une consultation publique sur ces deux projets de décisions.

Service universel

Par un arrêt en date du 30 juillet 2008, le Conseil d'Etat a rejeté les requêtes de Bouygues Telecom et Télé 2 France, tendant à l'annulation du décret n° 2007-563 du 16 avril 2007 relatif aux modalités d'évaluation, de compensation et de partage des coûts nets définitifs du service universel des télécommunications pour les années 1997, 1998, 1999 et 2000. Le Conseil d'Etat a rejeté les requêtes, notamment au motif que la rétroactivité du décret attaqué se justifie par un motif d'intérêt général suffisant, caractérisé par la nécessité d'assurer la continuité du service universel. Le décret du 16 avril 2007 permet ainsi aux autorités compétentes de déterminer les contributions demeurer exigibles des opérateurs pour le financement du service universel au titre des années 1998 à 2000.

Zones blanches mobiles

Entouré des opérateurs, de l'ARCEP et de représentants de l'AMF et de l'ADF, le secrétaire d'Etat à l'aménagement du

territoire a annoncé le 10 septembre que le programme de couverture des zones blanches de téléphonie mobile sera achevé en 2011. Le programme a été complété par 364 communes supplémentaires, qui n'avaient pas été identifiées en 2003 et qui seront couvertes à 80 % d'ici fin 2010 et à 100 % d'ici fin 2011.

Fréquences et aéromodélisme

Les décisions n° 08-0516 attribuant des fréquences aux systèmes de radiocommandes de modèles réduits et n° 08-0517 fixant les conditions techniques d'utilisation de ces fréquences sont parues au *Journal Officiel* le 16 septembre. Elles autorisent l'utilisation des deux premiers canaux de 10 MHz centrés sur 35,000 et 35,010 MHz à l'intérieur de la bande 34,995-35,225 identifiée par la décision ERC/DEC(01)11 pour ce type d'usage. Ces deux décisions, très attendues par les aéromodélistes, sont un premier pas vers la reconquête des fréquences à 35 MHz que l'ARCEP tente de récupérer auprès du ministère de l'équipement depuis 2001.

Le Conseil de la concurrence au chevet des MVNO



La ministre de l'Economie a saisi le Conseil de la concurrence pour connaître les raisons du développement relativement limité des opérateurs mobiles virtuels (MVNO) en France. Le Conseil a publié son avis le 31 juillet. Fiche de lecture.

Le Conseil de la concurrence a examiné le positionnement actuel des opérateurs mobiles virtuels sur le marché de détail de la téléphonie mobile. Il constate que les MVNO améliorent la diversité de l'offre en s'adressant à des segments de clientèle délaissés tels les primo-accédants (clients souscrivant pour la première fois à une offre de téléphonie mobile), les utilisateurs qui consomment peu de services mobiles, ou encore les régions à faibles taux de pénétration. Néanmoins, il relève que la concurrence entre les MVNO et les opérateurs de réseaux n'est pas frontale, d'autant que les offres de ces opérateurs virtuels s'insèrent dans les créneaux de marché délaissés par les opérateurs de réseaux.

En valeur et en volume, les parts de marché des MVNO sont très limitées (4,67 % en volume fin juin 2008). Au quatrième trimestre 2007, leurs offres ne représentaient que 2,4 % du total du chiffre d'affaires de la téléphonie mobile et 1,4 % du trafic.

Conditions d'hébergement contraignantes

Le Conseil met aussi en cause les relations contractuelles entre opérateurs de réseau et opérateurs virtuels sur le marché de gros. En effet, les faibles performances des MVNO s'expliqueraient largement par les conditions d'hébergement proposées par les opérateurs de réseau.

Notamment, les liens contractuels d'exclusivité entre les opérateurs virtuels et leurs opérateurs hôtes respectifs pèsent directement, selon le Conseil, sur le développement des MVNO présents sur le marché dans la mesure où ils rendent très difficiles la mise en concurrence des opérateurs hôtes et la renégociation des conditions initiales. Cette situation est par ailleurs de nature à renforcer les barrières à l'entrée sur le marché pour un quatrième opérateur de réseau dont le développement pourrait pourtant être accéléré par l'accueil de MVNO.

En outre, les clauses d'intuitu personae ou portant sur la cession des bases clients

des opérateurs rendent l'activité de MVNO peu attractive pour les investisseurs. En effet, la base clients représente le principal actif d'un opérateur mobile virtuel mais les contraintes imposées à la cession de cette base pèsent sur sa valorisation et donc sur celle des sociétés concernées et sur la rentabilité des investissements dans cette branche d'activité. Ceci est aussi un frein à l'amélioration du pouvoir de négociation des MVNO vis-à-vis de leurs opérateurs hôtes.

Stratégie commerciale bridée

Le Conseil souligne également que toutes les conditions techniques et tarifaires des contrats conclus depuis 2004 avec Orange et SFR contraignent les MVNO dans la conception de leurs offres. Les opérateurs hébergés ne maîtrisent aucun élément de réseau, ce qui bride leur capacité d'innovation, les contraint à transmettre des informations stratégiques à leurs opérateurs hôtes et offre à ces derniers une maîtrise totale du calendrier de lancement des offres correspondantes.

Sur le plan tarifaire, le Conseil relève enfin que les taux de réduction négociés permettent aux opérateurs hôtes de cibler les clientèles qu'ils dédient aux MVNO et de cantonner de ce fait les MVNO au seul rôle de partenaire complémentaire.

Pour une 4^e licence 3G

Dans ce contexte, le Conseil indique qu'il est impératif de créer de nouvelles incitations concurrentielles pour améliorer les conditions dans lesquelles les MVNO peuvent être hébergés par leurs opérateurs hôtes afin que ceux-ci animent réellement la concurrence sur le marché de détail de la téléphonie fixe. Par-delà les évolutions qui pourraient venir du marché lui-même, le Conseil relève que l'attribution d'une quatrième licence peut créer une dynamique positive en faveur des MVNO, à condition là encore qu'elle s'accompagne d'un « déverrouillage » des conditions techniques, tarifaires et contractuelles faites aux opérateurs virtuels.

Saisi uniquement pour avis et non dans le cadre d'une saisine contentieuse, le Conseil ne se prononce pas sur la licéité des contrats au regard des règles de concurrence applicables. Il recommande néanmoins d'emblée un allègement significatif de la durée des contrats et des clauses d'exclusivité ainsi qu'un encadrement, voire une suppression, des clauses de préemption et de préférence portant sur la cession des actifs des MVNO.

L'avis du Conseil de la concurrence est disponible sur : www.conseil-concurrence.fr/pdf/avis/08a16.pdf
L'ARCEP avait rendu un avis sur saisine du Conseil. Il est consultable sur : www.arcep.fr/uploads/tx_gsavis/08-0702.pdf

Les MVNO en France

A la différence des opérateurs mobiles de réseau (Bouygues Télécom, Orange et SFR), les MVNO ne disposent pas de ressources en fréquences. Pour fournir le service mobile au client final, ils utilisent donc le réseau radio d'un

opérateur mobile de réseau, dit opérateur « hôte ». Au 1^{er} septembre 2008, 12 MVNO indépendants (c'est-à-dire ni contrôlés ni détenus par leur opérateur hôte) sont présents sur le marché français des

télécommunications : Afone, Altitude Telecom, A-Mobile, Breizh Mobile, Carrefour Mobile, Coriolis Mobile, Mobisud, Noos-Numéricable, NRJ Mobile, Tele2 Mobile, Transatel, Virgin Mobile.

Evolution des parts de marchés des MVNO depuis 2005

	31/12/2005	31/12/2006	31/12/2007	30/06/2008 *
Parc MVNO agrégé	0,60 %	2,79 %	4,88 %	4,67 %

Source : ARCEP

* le chiffre au 30/06/2008 n'est pas *pro forma*, les MVNO Ten, Débitel et Neuf Mobile étant considérés comme dépendants commercialement des opérateurs les contrôlant désormais.

Envois de presse : le portage gagne du terrain

Plus d'un milliard de journaux ont été portés en 2007, contre 1,7 milliard distribués par voie postale. Comme en 2005 et 2006, le portage de presse gagne du terrain : désormais, 37 % des journaux et magazines vendus sur abonnement sont portés à domicile, et même 44 % pour la PQR. Zoom sur les derniers chiffres de l'Observatoire postal de l'ARCEP.

Avec 2,7 milliards d'envois en France en 2007, la presse par abonnement distribuée tant par voie postale que par portage est en très légère hausse (+ 0,5 %) par rapport à 2006. Cette évolution s'inscrit dans un contexte de résistance de la presse grand public qui s'infléchit de seulement 0,3 % selon l'OJD, l'organisme qui certifie la diffusion des journaux et périodiques. La presse grand public représente près de 98% des ventes de presse payante en France. Les ventes en kiosque, en progression de 0,7% entre 2006 et 2007, restent le premier canal de diffusion de la presse payante avec 50 % environ des volumes distribués.

Un circuit postal moins utilisé en envoi urgent

Dans cet ensemble, le volume de presse diffusée par voie postale baisse de 0,5 % en 2007. Cette diminution est toutefois moins forte qu'en 2006 (-5,4 %) et 2005 (-3,1 %). Le chiffre d'affaires de la distribution d'envois de presse par voie postale atteint 483 millions d'euros en 2007, la baisse des

Revenus	2004	2005	2006	2007	Evolution 2006-2007
Chiffre d'affaires « Presse »	486	492	484	483	- 0,2 %
Contribution de l'Etat	290	242	242	242	0,0 %
Total	758	734	726	725	-0,1 %

Sources : Observatoire statistique des activités postales 2007 et Observatoire de la presse de l'OJD – Portage de presse payante grand public

volumes s'accompagnant d'une très légère baisse des revenus associés : - 0,2 % en 2007, après un fléchissement de 1,7 % en 2006. L'impact de la hausse des tarifs de distribution de la presse sur le revenu est faible.

En 2007, plus de la moitié de la presse diffusée par le circuit postal est distribuée au tarif urgent, c'est-à-dire en J+1 ou en J+2. La Poste propose, depuis 2004, trois types de tarifs pour les envois de presse, chacun lié à un

décalage de distribution : l'urgent (J+1), le non urgent (J+4) et l'économique (J+7). L'introduction du tarif économique a impacté la structure du trafic dès 2005. La part de l'urgent a perdu près de treize points, au profit du non urgent et de l'économique, qui gagnent respectivement trois et dix points.

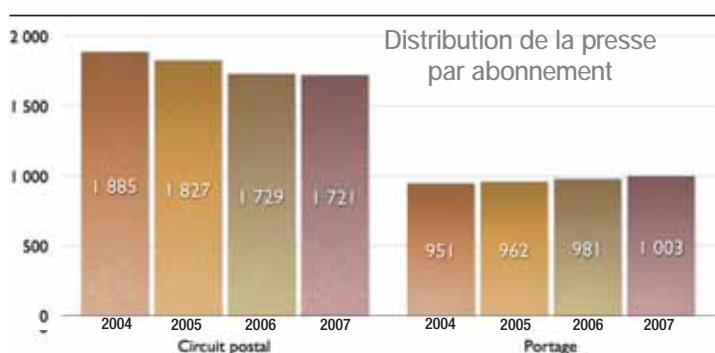
Encadrée par les accords pluriannuels Etat-Presses-Poste, la contribution de l'Etat à l'acheminement des envois de presse par La Poste s'est élevée à 242 millions d'euros en 2007. Le dernier accord Etat-Presses-Poste signé (cf. page 37) prévoit que l'Etat continuera de soutenir la Poste dans sa mission de transport de la presse, à hauteur de 242 millions jusqu'en 2011, puis 232 millions en 2012 pour parvenir à 180 millions en 2015.

L'augmentation des tarifs de distribution, prévu par cet accord, sera progressive sur sept ans. Pour la presse d'information politique et générale, elle sera légèrement inférieure à 25 % entre 2009 et 2015. Pour le reste de la presse, elle sera proche de 34 % entre 2009 et 2015.

Le portage à domicile progresse

A l'inverse de la distribution postale, le portage se développe de plus en plus depuis 2004. En 2007, les porteurs de presse ont passé le cap du milliard de journaux ou de magazines distribués aux abonnés, suivant une progression de 2,3 % entre 2006 et 2007. Depuis 2004, la croissance annuelle des volumes de presse portés s'accroît : elle était de 1,1% en 2005 et de 2 % en 2006.

En 2007, le portage de presse concerne 37 % des journaux et magazines distribués sur abonnement. La presse quotidienne



Sources : Observatoire statistique des activités postales 2007 et Observatoire de la presse de l'OJD – Portage de presse payante grand public

départementale et régionale est la presse la plus portée avec 44 % des volumes distribués, en augmentation de près de quatre points depuis 2004. La presse quotidienne du dimanche est le deuxième type de presse le plus porté (27 %) avec des volumes stables depuis 2004. Loin derrière, la presse magazine et la presse quotidienne nationale sont peu portées (respectivement 9 % et 8 %), ces parts n'évoluant que faiblement depuis 2004.

Les éditeurs de presse reçoivent aussi une subvention de l'Etat au titre d'aide au portage de presse. Distribuée par le fonds d'aide au portage, elle se monte à 8,25 millions d'euros en 2007 et est réservée aux quotidiens d'information politique et générale.

Postage, portage et kiosque

Plusieurs acteurs se partagent le marché de la diffusion de la presse payante en France.

La Poste offre une prestation de distribution au titre du « service public de transport et de distribution de presse ». Deux acteurs sont actifs sur ce marché : La Poste et Press-Tissimo.

Face au postage (la voie postale), le portage vise la distribution à domicile des journaux et périodiques avant 8 heures du matin. Contrairement à la distribution par voie postale où une adresse est apposée sur le journal et où le facteur le distribue comme un courrier adressé, le portage de presse est réalisé à partir d'une liste de destinataires et d'une pile de journaux indifférenciés. Aussi, n'est-il pas une activité postale au sens de la directive E97/67/CE qui suppose de distribuer des objets adressés. Il existe environ 250 porteurs de presse en France (certains éditeurs ayant créé leur propre réseau de distribution).

Enfin, la vente au numéro en kiosque, qui représente 50 % des volumes distribués, reste le premier canal de diffusion de la presse payante en France.

De nouveaux tarifs postaux pour la presse

Les accords Etat-Poste-Presse ont un objectif simple : réduire le déficit de La Poste lié au transport de la Presse sans nuire à l'activité. Entretien avec Marc Schwartz, conseiller référendaire à la Cour des Comptes, qui a mené les négociations.



Les nouveaux tarifs de la presse issus de l'accord Etat-Poste-Presse vont-ils donner un signal économique efficace, au regard notamment du service universel ?

Les tarifs pratiqués par La Poste pour le transport de la presse sont fixés par

la presse) de ce qui relève de la mission de service universel de La Poste ?

Absolument. D'un côté, La Poste fixera des tarifs de service universel répondant à ses obligations, telles qu'elles sont définies par les textes communautaires, c'est-à-dire abordables et orientés vers les coûts. Leur champ d'intervention sera limité, au moins au début, puisque les titres de presse relèvent aujourd'hui dans la quasi-totalité du champ des tarifs de service public.

Par ailleurs, l'Etat continuera de fixer, pour les titres relevant du champ de la commission paritaire des publications de presse, des tarifs de service public, qui resteront inférieurs aux tarifs de service universel. Et il subventionnera cette activité, au titre de la mission de service public.

Enfin, on distinguera, au sein de ces tarifs de service public, la presse d'information politique et générale, qui continuera à bénéficier de tarifs « super-réduits ». Il faut savoir que, pour cette catégorie de presse, le prix payé est actuellement de 22 centimes en moyenne pour un quotidien (de 170g) et de 28 centimes pour un magazine de 240g, à comparer au prix du timbre : 55 centimes pour une lettre de 20g.

Peut-on espérer voir se dessiner un paysage concurrentiel transparent et équitable entre les différents canaux de distribution de la presse (portage...) ?

La diffusion de la presse française se répartit à parts égales entre la vente au numéro (dans les kiosques, les points presse, les marchands de journaux), et les abonnements, qui sont eux-mêmes distribués par La Poste (30% des ventes) ou portés à domicile (20% des ventes).

Cette structure de diffusion est particulière à notre pays. A l'étranger, on trouve soit des pays où la

vente au numéro domine très largement (Royaume-Uni, Italie), soit des pays où l'abonnement est le mode de diffusion majoritaire. Le portage à domicile représente une part plus importante : les quotidiens sont portés à hauteur de 70% dans les grands pays étrangers, contre 30% seulement en France. Cela se comprend aisément. Le portage permet de recevoir son journal très tôt le matin, ce qui est une nécessité pour les quotidiens ; alors que la tournée du facteur, qui distribue en même temps le courrier et les journaux, arrive plus tard dans la matinée. Il est donc important de créer, en France, les conditions d'un développement harmonieux du portage de la presse. Ce sera l'un des enjeux des Etats généraux de la presse, qui se dérouleront en octobre et novembre.



l'Etat car ils relèvent d'un service public. Ils couvrent actuellement moins de 50% des coûts engagés par La Poste pour la distribution de la presse, ces coûts étant audités et validés par l'ARCEP tous les ans. L'Etat contribue, par une subvention budgétaire, à combler cet écart, mais il reste un déficit significatif dans les comptes de l'opérateur postal.

L'accord signé entre l'Etat, La Poste, et toutes les organisations professionnelles de la presse le 23 juillet 2008 prévoit des efforts symétriques des trois parties : l'Etat maintient son aide au service public de transport postal de la presse, La Poste s'engage à réaliser des gains de productivité et les éditeurs acceptent de leur côté une revalorisation des tarifs postaux.

La combinaison de ces trois efforts parallèles devrait effectivement permettre de rétablir une plus grande vérité des prix, qui vont se rapprocher des coûts. Cela était nécessaire dans la perspective de l'ouverture totale à la concurrence du marché postal en 2011, et en raison des contraintes juridiques qui s'imposent. Ce dispositif est complété par la création d'un tarif de service universel, qui sera fixé comme tous les autres tarifs régulés par l'ARCEP, et selon ses prescriptions.

Permettront-ils de distinguer clairement ce qui relève de l'aide au pluralisme de l'information (la

Un livre sur l'économie postale des pays en développement

C'est parce que la réflexion économique sur les sujets postaux est essentiellement cantonnée aux pays industriels que Joëlle Toledano, membre de l'ARCEP, vient de publier, avec José Anson, un livre intitulé : « *Economie postale dans les pays en développement, Les postes, infrastructure du XXI^e siècle ?* ». Chapitre après chapitre, les auteurs tentent de faire émerger une économie postale des pays en développement ou émergents.



Ils tirent aussi les leçons des réformes menées dans ces pays dans les autres industries de réseaux et y ajoutent les enseignements que l'on peut tirer des réformes postales entreprises dans les pays industriels. Un ouvrage publié aux éditions de l'Union Postale Universelle.

Second Comité des consommateurs consacré au postal

L'Autorité a mis en place un Comité des consommateurs pour les sujets postaux dont la seconde réunion

s'est tenue le 29 septembre. Les questions soulevées par les consommateurs sur les conditions générales de vente de La Poste ont été abordées. Du point de vue de l'Autorité, il s'agit de s'assurer que les conditions d'usage de l'offre du service universel ne sont pas modifiées. Egalement au menu de cette réunion : l'envoi de petits objets au tarif lettre, les conditions d'utilisation des produits du service universel dans les points de contact gérés en partenariat et le point sur le tableau de bord du service universel.



Aides d'Etat dans les télécoms : le jeu restreint des exceptions

Etant donné les dérapages français notoires en matière de subventions à l'opérateur historique⁽¹⁾, de fixation du prix des licences UMTS⁽²⁾, mais surtout à l'occasion du déploiement de réseaux d'initiative publique, **la politique communautaire de contrôle des aides d'Etat prend une acuité particulière dans le secteur des télécommunications. Explications.**

Contrairement à ce que semblent parfois suggérer certaines accusations dont les institutions européennes font l'objet, le traité CE ne prescrit pas le « laissez-faire » complet. Il n'interdit pas aux Etats membres de pratiquer une politique économique active. Toutefois, si les mesures économiques générales – comme les aides accordées à une catégorie d'entreprises identifiée par référence à un critère sectoriel – sont permises⁽³⁾, l'article 87.1 CE énonce une interdiction de principe des aides individualisées aux entreprises⁽⁴⁾. Le critère de qualification déterminant le jeu de l'interdiction est purement concurrentiel. Une mesure est une aide d'Etat si elle favorise une entreprise particulière aux dépens de ses concurrentes et qu'elle n'aurait vraisemblablement pas été accordée par un opérateur privé opérant sur un marché concurrentiel.

L'exception au principe concurrentiel se traduit par un mécanisme de rachat contrôlé par la Commission et, à titre subsidiaire, par le Conseil. Les critères (article 87.3 a à d) sur le fondement desquels la Commission – laquelle dispose d'un large pouvoir d'appréciation relativement à leur concrétisation – peut autoriser une aide « contraire au marché commun » sont variés : cohésion économique et sociale (effet favorable de l'aide sur le niveau de l'emploi ou le niveau de vie dans les régions défavorisées) ; promotion de projets importants d'intérêt européen ; nécessité de remédier à une perturbation grave de l'économie d'un Etat membre ; développement d'une activité économique particulière et promotion de la culture ou conservation du patrimoine. Le Conseil, statuant à la majorité qualifiée et sur proposition de la Commission (article 87.3 e), peut, en outre, décider d'allonger la liste des critères en passant des règlements d'exemption par catégorie. Le Conseil a également la faculté (article 88.2 al. 3) de déclarer une aide, instituée ou à instituer, compatible avec le marché commun. Mais l'exigence d'unanimité prive cette disposition de portée pratique.

Une appréciation restrictive de la Commission

La Commission, faisant usage de son pouvoir d'appréciation, a dégagé quelques

principes auxquels elle subordonne l'acceptation des projets d'aide d'Etat qui lui sont notifiés. La Commission refuse ainsi systématiquement les aides permanentes aux entreprises en difficulté. Elle n'autorise que les aides temporaires visant à les restructurer ou à les sauver, dans la perspective d'un retour aux conditions normales de concurrence⁽⁵⁾. En résumé, à moyen ou long terme, le fonctionnement d'une entreprise ne doit pas dépendre de l'aide publique. C'est en conformité avec ce principe que la Commission a condamné l'Etat français le 2 août 2004 pour l'octroi d'une ligne de crédit de 9 milliards d'euros à France Télécom qui connaissait une situation financière dégradée⁽⁶⁾. La Commission considérait que cette aide publique risquait d'entraîner une dépendance durable aux deniers publics et que les prêts à long terme étaient assimilables à des aides permanentes.

Si la Commission se montre vigilante pour empêcher les entraves au libre jeu de la concurrence, elle reconnaît aussi la nécessité d'une intervention publique, par exemple dans l'aménagement numérique du territoire⁽⁷⁾. Une collectivité prendra d'autant moins de risque au regard du droit des aides d'Etat que son projet aura pour objet de déployer un réseau dans une zone où il est peu crédible que des opérateurs déploient le très haut débit à court ou moyen terme⁽⁸⁾.

Toujours est-il que la pratique de l'institution bruxelloise, dans le secteur des communications électroniques comme dans les autres, reste fidèle à l'idée du primat de l'évaluation concurrentielle des opérations. Elle est même plus restrictive à l'égard des critères extra-concurrentiels que ne l'exige le droit communautaire primaire. Les opérateurs peuvent, le cas échéant, faire valoir les avantages économiques (progrès technique notamment⁽⁹⁾), sociaux ou territoriaux susceptibles de découler de leurs opérations qui menacent la liberté concurrentielle. Mais les chances de succès de moyens fondés sur une telle argumentation sont *de lege lata* relativement minces. ■

⁽¹⁾ La Commission a condamné France Télécom le 2 août 2004 à payer à l'administration fiscale française entre 800

millions et 1,1 milliards d'euros hors intérêts au titre du remboursement d'une aide d'Etat illégale octroyée sous la forme d'un régime dérogatoire de taxe professionnelle (2005/709/CE).

⁽²⁾ Bouygues Telecom n'avait pas participé aux enchères initiales pour l'octroi de ces licences en 2000, jugeant le prix d'alors – 4,95 milliards d'euros pour quinze ans – trop élevé. L'opérateur avait obtenu une licence en 2002 après une révision à la baisse du prix par le Gouvernement, qui avait revu sa copie en 2001 et porté à vingt ans la durée des licences, tout en ramenant leur prix à 619 millions d'euros, augmenté d'un pourcentage du chiffre d'affaires généré par l'utilisation de la licence. La France avait ensuite décidé d'appliquer rétrospectivement les nouvelles conditions et le nouveau prix aux licences emportées par France Télécom et SFR, ce que Bouygues avait jugé déloyal et constitutif d'une aide d'Etat illégale. La Commission a rejeté sa plainte, une décision confortée le 4 juillet 2007 par le Tribunal de première instance des Communautés européennes (T-475/04).

⁽³⁾ Les entreprises structurellement non rentables peuvent être subventionnées si : 1) l'entreprise bénéficiaire a été effectivement chargée de l'exécution d'obligations de service public qui ont été clairement définies ; 2) les paramètres sur la base desquels est calculée la compensation ont préalablement été établis de façon objective et transparente ; 3) la compensation ne dépasse pas ce qui est nécessaire pour couvrir tout ou partie des coûts occasionnés par l'exécution des obligations de service public ; 4) lorsque le choix de l'entreprise en charge de l'exécution d'obligations de service public n'est pas effectué dans le cadre d'une procédure de marché public, le niveau de compensation nécessaire a été déterminée sur la base d'une analyse des coûts qu'une entreprise moyenne bien gérée et adéquatement équipée afin de pouvoir satisfaire aux exigences de service public, aurait encouru pour exécuter ces obligations (CJCE, 24 juillet 2003, Altmark Trans GmbH, C-280/00).

⁽⁴⁾ Le texte indique que « sont incompatibles avec le marché commun dans la mesure où elles affectent les échanges entre Etats membres, les aides accordées par les Etats ou au moyen de ressources d'Etat sous quelques formes que se soient qui faussent ou menacent de fausser la concurrence en favorisant certaines entreprises ou certaines productions ». Une mesure constitue une aide d'Etat au sens du traité si elle satisfait à quatre conditions cumulatives. Elle doit : avoir une origine étatique, entraîner un avantage pour l'entreprise bénéficiaire, revêtir un caractère sélectif, et produire un effet sur le commerce entre Etats membres.

⁽⁵⁾ Communication sur les lignes directrices pour les aides d'Etat au sauvetage et à la restructuration des entreprises en difficulté, JOCE, C 283, 19/09/97.

⁽⁶⁾ C(2004) 3060.

⁽⁷⁾ Par ex. la Commission a approuvé le 11 décembre 2007 l'investissement effectué par la ville d'Amsterdam et d'autres investisseurs dans un réseau en fibre optique (C 53/2006).

⁽⁸⁾ ARCEP Points de repère sur l'intervention des collectivités dans le déploiement du très haut débit, 2008.

⁽⁹⁾ Communication sur l'encadrement communautaire des aides d'Etat à la recherche, au développement et à l'innovation (2006/C 323/01). Voir aussi le plan d'action dans le domaine des aides d'Etat 2005-2009 publiée par la Commission en 2005.

Nomination du président de l'Autorité : de nouvelles règles

La loi du 5 mars 2007 relative à la télévision du futur a modifié le mode de nomination du président de l'ARCEP.

L'article L. 130 du code des postes et des communications électroniques dispose que le président de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes est nommé par décret. La loi du 5 mars 2007 relative à la télévision du futur a modifié cet article : désormais, la nomination du président de l'Autorité intervient après avis des commissions du Parlement compétentes en matière de postes et de communications électroniques.

Pouvoir de veto

En l'espèce, les commissions concernées sont les deux commissions des affaires économiques, la commission des affaires culturelles du Sénat, ainsi

que la commission des affaires culturelles, familiales et sociétales de l'Assemblée Nationale. La loi constitutionnelle n° 2008-724 du 23 juillet 2008, qui entrera en vigueur dès l'intervention des lois organiques nécessaires à son application, prévoit également que : « Une loi organique détermine les emplois ou fonctions [...] pour lesquels, en raison de leur importance pour la garantie des droits et libertés ou la vie économique et sociale de la Nation, le pouvoir de nomination du Président de la République s'exerce après avis public de la commission permanente compétente de chaque assemblée. Le Président de la République ne peut procéder à une nomination lorsque l'addition des votes négatifs dans chaque commission représente au moins trois

cinquièmes des suffrages exprimés au sein des deux commissions (...) ».

Ainsi, si la loi organique mentionnée désigne la présidence de l'Autorité comme l'une des fonctions soumises à la procédure précitée, le Parlement disposera d'un pouvoir de veto sur le choix du président. Il est toutefois peu probable que cette loi organique intervienne avant janvier 2009, date de la prochaine nomination. Le président de l'Autorité, Paul Champssaur, a en effet été nommé par décret du Président de la République en date du 3 janvier 2003. Les membres de l'Autorité étant nommés pour un mandat de 6 ans, non renouvelable, un nouveau président doit entrer en fonction le 4 janvier 2009. ■



Barbara Feledziak

Barbara Feledziak est diplômée de Télécom Lille 1 et du Master recherche en économie numérique de Paris X. Après avoir conseillé les collectivités territoriales en matière de télécommunications et d'aménagement

du territoire pour le cabinet Comptoir des Signaux, elle a rejoint le laboratoire de recherche en économie de Paris X où elle s'est notamment intéressée aux modèles d'affaires émergents dans la musique en ligne. Elle travaille sur la mutualisation et le marché des services de capacités dans l'unité « infrastructures haut débit et très haut débit » de l'ARCEP depuis septembre.



Guillaume Meheut

Ancien élève de l'Ecole Polytechnique et de Télécom Paris Tech, Guillaume Meheut est ingénieur du Corps des Télécoms. Depuis le 1^{er} septembre, il travaille sur la terminaison d'appel mobile et les modèles de coûts au sein de l'unité « mobile » de l'Autorité.

Auparavant, il a effectué un stage à l'INRIA sur la capacité des réseaux sans-fil ad hoc, puis un autre au sein de la Regulatory Technology Division de la banque Goldman Sachs, à Londres, comme analyste-développeur informatique.



Rémy Jacquier

Ingénieur et économiste de formation, Rémy Jacquier est diplômé de Télécom Bretagne, de l'University College London et de Sciences Po Paris. Il a travaillé comme consultant pour le cabinet de conseil Accenture dans le secteur des télécommunications, puis a participé à

l'élaboration de projets de rationalisation des processus administratifs à la Direction générale de la modernisation de l'Etat. Depuis juillet, il est notamment chargé de l'analyse des coûts, de l'impact des NGN sur la régulation et de la VGAST au sein de l'unité « marché fixe » de l'Autorité.



Emmanuel Roux

Emmanuel Roux est le nouveau chef de l'unité « contrôle tarifaire et comptable » du service de la régulation postale de l'ARCEP. Diplômé du DESS « stratégie, planification, contrôle » de l'université Paris IX Dauphine, il a débuté sa carrière comme contrôleur de gestion au sein du

Groupe Hachette Filipacchi. Il a ensuite rejoint le HR Gardens France (Havas) en tant que directeur financier avant d'assurer la fonction de directeur du contrôle de gestion pour la filiale française du Groupe SCH UK. Il a pris ses nouvelles fonctions à l'Autorité le 1^{er} septembre.



Lionel Janin

Economiste, diplômé de l'Ecole normale supérieure et de l'ENSAE, Lionel Janin est administrateur de l'INSEE. Il a travaillé sur l'évaluation de l'impact concurrentiel des concentrations au laboratoire d'économie industrielle du centre de recherche en économie et statistique

(CREST), avant d'être chargé de l'analyse économique des secteurs des télécoms et des postes à la Direction générale du Trésor et de la politique économique. En septembre, il a rejoint l'unité « mobile » de l'ARCEP où il s'intéresse notamment aux MVNO et à l'itinérance internationale.



Loïc Tanniou

Diplômé de Telecom Bretagne et de l'IEP de Rennes, Loïc Tanniou a débuté sa carrière d'ingénieur chez Alcatel où il a travaillé sur les offres de services à valeur ajoutée de la téléphonie mobile. Il s'est ensuite spécialisé dans la régulation des marchés des télécommunications, en

particulier en matière d'analyses économiques et financières, au sein du cabinet de conseil ICEA. Depuis septembre, il est chargé des questions liées à l'Internet mobile et aux infrastructures 3G au sein de l'unité « opérateurs mobiles » de l'Autorité.

NOMINATIONS

4^e licence 3G : dernière ligne droite

L'ARCEP a publié les résultats de sa consultation publique sur l'attribution de licences 3G dans la bande 2,1 GHz et se tient prête à engager rapidement une procédure d'appel à candidatures.

À la demande du Gouvernement, l'Autorité a publié le 22 septembre une synthèse ainsi que l'ensemble des contributions à la consultation publique sur l'attribution de licences 3G dans la bande 2,1 GHz en France métropolitaine. Cette consultation s'inscrivait dans le prolongement du dernier appel à candidatures de 2007, qui n'avait pas permis d'attribuer les fréquences résiduelles de la bande 2,1 GHz.

La consultation publique, qui s'est clôturée mi-juillet, a permis de recueillir de nombreuses contributions – 23 au total – faisant apparaître l'existence de marques d'intérêt pour ces fréquences, tant de la part de candidats nouveaux entrants que d'opérateurs existants. Ces marques d'intérêt confirment la nécessité d'un appel à candidatures, dont l'ensemble des contributeurs s'accordent à reconnaître l'urgence.

Stimuler la concurrence

L'entrée rapide d'un quatrième opérateur de réseau apparaît pour de nombreux contributeurs – à l'exception principalement des opérateurs de réseaux mobiles – comme le levier privilégié pour stimuler la concurrence au bénéfice du consommateur. Elle serait de nature à produire des effets positifs sur le marché de détail, en particulier en termes d'attractivité tarifaire, d'innovation dans les services, mais également sur le marché de gros via une stimulation au profit des MVNO (amélioration de leurs conditions d'accueil notamment).

De leur côté, les opérateurs de réseaux mobiles existants jugent que le marché est suffisamment dynamique et concurrentiel, et considèrent qu'ils feraient un usage plus efficace des fréquences encore disponibles dans la bande 2,1 GHz qu'un opérateur nouvel entrant.

Réserver une place à un nouvel entrant

Parmi les types de procédure soumis aux commentaires des contributeurs, le schéma d'attribution en plusieurs lots ouvert à tout opérateur – c'est-à-dire sans réservation de fréquences à un nouvel entrant – a été unanimement rejeté. Les procédures conservant une priorité sur tout ou partie des fréquences à un nouvel entrant, selon des modalités analogues aux précédents appels à candidatures, sont préférées par les contributeurs.

Réviser

les conditions financières

Toutefois, une large majorité d'entre eux juge qu'une révision significative des conditions de redevances est indispensable pour permettre l'entrée effective d'un quatrième opérateur. Au-delà de ce critère déterminant, la quantité de fréquences à réserver au nouvel entrant est également un sujet majeur car elle conditionne le potentiel de développement offert à ce nouvel acteur.

L'Autorité pourra proposer rapidement l'engagement de la procédure d'appel à candidatures dans la bande 2,1 GHz, dès que les modalités financières en auront été définies par le Gouvernement, après le débat parlementaire prévu par la loi pour le développement de la concurrence au service des consommateurs. ■

Stéphane Lhermitte, Cécile Moreno,
Julien Mourlon, Igor Primault.

Crédits photos : Dominique Simon (pages 30-31)

Maquette : E. Chastel.

Impression : Corlet Imprimeur, Condé-sur-Noireau.

Abonnement : com@arcep.fr.

ISSN : 1290-290X

SUR L'AGENDA DU COLLÈGE

Septembre

- **10 septembre** : Paul Champsaur est auditionné par Michel Herbillon, député, vice-président de la commission chargée des affaires européennes, sur la révision du cadre réglementaire européen des télécommunications, à l'Assemblée nationale.
- **10 septembre** : Paul Champsaur s'exprime à la conférence de presse organisée par Hubert Falco, le secrétaire d'Etat à l'Aménagement du territoire, sur la couverture des zones blanches de la téléphonie mobile.
- **16 septembre** : Paul Champsaur et le Collège de l'ARCEP remettent le rapport d'activité 2007 de l'Autorité à Hubert Falco.
- **17 septembre** : Paul Champsaur, Gabrielle Gauthey et Denis Rapone pilotent la réunion plénière du Comité des réseaux d'initiative publique (CRIP) sur la couverture haut débit du territoire et les nouveaux réseaux à très haut débit.
- **18 septembre** : Paul Champsaur et les Membres de l'Autorité remettent le rapport annuel de l'institution au président du Sénat.
- **19 septembre** : Paul Champsaur et Joëlle Toledano reçoivent une délégation du groupe japonais NTT, menée par Kaoru Kanazawa, vice-président du Groupe.
- **22 septembre** : Gabrielle Gauthey intervient à la conférence EURIM Information Society Alliance, organisée par Malcolm Harbour, Membre du Parlement Européen, sur le thème « Delivering High Capacity Broadband », à Paris.
- **23 septembre** : Gabrielle Gauthey prononce un discours lors de l'inauguration du Grenelle du Très Haut Débit, à Paris.
- **24 septembre** : Nicolas Curien donne une conférence sur « l'Analyse des coûts », lors de la séance inaugurale du séminaire Antoine-Augustin Cournot, à l'Ecole des Mines de Paris.
- **24 septembre** : Gabrielle Gauthey est auditionnée par le Conseil économique et social sur les enjeux de la politique numérique.
- **26 septembre - 3 octobre** : Paul Champsaur rencontre son homologue indien de la TRAI lors d'un voyage d'étude à New Dehli.

Octobre

- **1^{er} octobre** : Nicolas Curien intervient à l'IFRI sur la « Dynamique de la régulation » dans le cadre d'une séance consacrée à « L'avenir de la communication électronique ».
- **1^{er} - 3 octobre** : Joëlle Toledano est à Lima pour intervenir au XI^e forum latino-européen des régulateurs de télécommunications puis au VII^e sommet des régulateurs européens et latino-américains.
- **3 octobre** : Nicolas Curien préside la session « Mutation des filières et des marchés » lors des 3^e journées d'Economie de la Culture.
- **7 octobre** : Paul Champsaur et le Collège de l'Autorité se rendent à l'Élysée pour remettre le rapport d'activité 2008 de l'ARCEP.
- **9 octobre** : Paul Champsaur et les Membres de l'Autorité remettent le rapport annuel 2008 de l'ARCEP à Maitignon.
- **9-10 octobre** : Gabrielle Gauthey se rend à Dublin pour participer à la réunion plénière du GRI/GRE.
- **13 octobre** : 12^e Entretiens de l'Autorité sur le thème « investissement, innovation et concurrence : en route vers le très haut débit ».
- **14 octobre** : Paul Champsaur et les Membres de l'ARCEP remettent le rapport d'activité de l'institution à Eric Besson, secrétaire d'Etat au développement de l'économie numérique.
- **15-17 octobre** : Joëlle Toledano et Nicolas Curien interviennent à la 6^e réunion annuelle de Réseau francophone de la régulation des télécommunications (FRATEL) organisée à Tunis.
- **16 octobre** : Gabrielle Gauthey s'exprime à la réunion-débat sur « le dividende numérique : quelle rationalité pour les pouvoirs publics, quels enjeux pour les acteurs en présence ? » organisée par l'IREST, à Paris.
- **17 octobre** : Gabrielle Gauthey intervient à la conférence organisée par l'European University Institute sur le thème « Relation between public and private regulation », à Florence.
- **21-22 octobre** : Gabrielle Gauthey s'exprime à la table ronde « Regulation and Governance Initiatives » du Global Forum 2008.
- **22 octobre** : Paul Champsaur intervient lors du colloque organisé par l'IFRI à Bruxelles sur le thème « l'avenir de la communication électronique ».
- **23 octobre** : Paul Champsaur et le Collège de l'ARCEP remettent le rapport annuel de l'Autorité à Bernard Accoyer, président de l'Assemblée nationale.
- **31 octobre** : Gabrielle Gauthey est invitée au 25^e anniversaire du Columbia Institute for Tele-information (CITI), à New-York.