

RÉPONSE D'UPC BROADBAND FRANCE
A LA CONSULTATION PUBLIQUE DE L'ART SUR L'ANALYSE DES MARCHES
DU HAUT DEBIT LANCEE LE 23 JUIN 2004

Champs-sur-Marne, le 9 août 2004

Le présent document a pour objet de présenter à l'Autorité les commentaires d'UPC Broadband France sur la consultation publique sur les marchés du haut débit mise en ligne en date du 23 juin 2004 dans le cadre du processus de transposition et de mise en œuvre des directives du Paquet Télécom.

UPC Broadband France est le premier opérateur de réseaux multiservices (télévision, Internet haut débit, téléphonie fixe) en France avec 2,3 millions de RGUs (« Revenue Generating Units »), parmi lesquels plus de 230.000 abonnés à ses services Internet haut débit pour un potentiel de 3,1 millions de prises commercialisables. Depuis le 1^{er} juillet 2004, UPC Broadband France regroupe les réseaux Noos et UPC France et commercialise sur le marché national des Résidentiels une gamme variée de services d'accès Internet haut débit par le câble sous ses marques NoosNet et Chello.

L'actionnaire de référence d'UPC Broadband France est le groupe UnitedGlobalCom, principal fournisseur européen de services de télévision, de voix et d'Internet haut débit par câble. Au 31 mars 2004, les réseaux d'UGC comptaient près de 12,8 millions de prises construites et 9,2 millions de RGUs, dont près d'un million pour les services Internet haut débit.

UPC Broadband France souhaite, à titre liminaire, saluer le travail approfondi d'analyse effectué par l'Autorité et souligner qu'elle partage les analyses de l'Autorité, notamment en ce qui concerne les réseaux câblés.

Compte tenu de la spécificité de son activité qui réside exclusivement dans le déploiement et l'exploitation des réseaux câblés, les commentaires d'UPC Broadband France ne porteront pas sur des domaines hors de son champ d'activité. En conséquence, l'essentiel de nos observations se concentrera sur les éléments de définition des marchés évoqués par le document de consultation et ce tant du point de vue du marché de détail que du point de vue de l'exclusion des offres de gros Internet *via* le câble.

1. S'agissant de la définition du marché de détail

UPC Broadband France considère, à l'instar de l'Autorité, qu'une méthodologie adéquate de définition de marchés de gros suppose l'examen en amont des marchés de détail qu'ils doivent permettre de servir.

Bien qu'UPC Broadband France souscrive à l'analyse de l'Autorité à cet égard, UPC Broadband France souhaite apporter trois précisions spécifiques sur la définition des marchés de détail du haut débit :

- il s'agit, en premier lieu, de la substituabilité sur le marché de détail des offres de services débit fournis sur la base d'une technologie « Câble » et des offres haut débit fournis sur la base d'une technologie « xDSL » (1.1),
- en second lieu, de l'existence d'une différenciation entre le marché résidentiel et le marché professionnel (1.2), et,
- en dernier lieu, de la définition géographique du marché de détail (1.3).

1.1 Les offres de détail Câble / les offres de détail xDSL

En page 47 de son document de consultation, l'Autorité note que « *sur le marché de détail français, le câble permet d'offrir des services proches de ceux offerts par la paire de cuivre (accès Internet à haut débit, voire téléphonie dans certains cas)* ».

A ce titre, UPC Broadband France considère en effet que du point de vue du consommateur les services haut débit fournis sur la base d'une technologie « xDSL » sont substituables aux services haut débit fournis sur la base d'une technologie « Câble », notamment pour la clientèle résidentielle.

Cette substituabilité du point de vue de la demande est telle qu'une augmentation significative du prix des offres de détail « Câble » ou, à l'inverse, une baisse significative des offres de détail « xDSL », aurait pour effet d'entraîner un passage vers des offres « xDSL » pour de nombreux clients des opérateurs câblés ainsi qu'une réduction massive des nouveaux clients desdits opérateurs, en application du test du monopoleur hypothétique.

L'évolution respective des parts de marché des opérateurs commercialisant des offres haut débit par le biais de technologies « Câble », d'une part, et « xDSL », d'autre part, illustre cette hypothèse liée à la tendance actuelle de forte baisse des tarifs des offres « xDSL ».

Ainsi, sur la période décembre 2002-mars 2004, alors que les abonnés « Câble » progressaient de 47% pour atteindre 417.000, la part du marché du câble sur les abonnés « haut débit » passait de 18% à 9% alors que, dans le même temps, le nombre d'abonnés « xDSL » était multiplié par 3 pour atteindre 4 millions, représentant une part de marché de 91% contre 82% en 2002.

Si cette évolution s'explique notamment en raison d'une structure de coût bénéficiant d'économies d'échelles plus importantes et de l'utilisation d'infrastructures déjà amorties (le réseau de France Télécom), elle atteste en toute hypothèse la parfaite substituabilité des offres « xDSL » et « Câble » du point de vue du client final.

Cette substituabilité des offres de détail est également confirmée par l'évolution parallèle des gammes de débit proposées aux Résidentiels par le « Câble » et l'« xDSL », l'une et l'autre pouvant atteindre voir dépasser désormais 4 Mb/s, ce qui confirme la concurrence entre ces offres.

Cette substituabilité des offres de détail haut débit, indépendamment de la technologie employée, met d'ailleurs en exergue la nécessité d'une régulation technologiquement neutre consacrée par les directives du Paquet Télécom, laquelle trouve son application dans le document de consultation publié par l'ART.

En conclusion, UPC France estime, comme l'ART, que sur le marché de détail les offres « Câble » sont en concurrence avec les offres « xDSL ».

1.2 Les offres de détail résidentielles / les offres de détail professionnelles

UPC Broadband France souscrit également sans réserve à l'analyse de l'Autorité qui tend à distinguer un marché résidentiel d'un marché professionnel (cf. notamment p.47 de la consultation). En effet, les offres adressant le marché professionnel se caractérisent en général par des prix plus élevés, des garanties supérieures tant en termes de temps de rétablissement qu'en termes de services additionnels ou en débits. Les problématiques des offres multisites et de très haut débit concernent également plus spécifiquement les offres professionnelles.

UPC Broadband France estime donc, tout comme l'ART, qu'il convient de distinguer les offres résidentielles des offres professionnelles.

1.3 La définition géographique du marché de détail

UPC Broadband France considère que la zone géographique sur laquelle un opérateur de réseaux câblés est en mesure d'offrir ses services est clairement limitée à la zone couverte par son réseau. Toutefois, les marchés géographiques ne sont pas nécessairement définis par référence à l'offre potentielle d'un seul opérateur (tel qu'un opérateur de réseaux câblés) pas plus la demande potentielle par un seul consommateur.

A ce titre, UPC Broadband France estime qu'il ne peut être retenu qu'une dimension nationale pour les marchés du haut débit, comme pour les autres marchés métropolitains des télécommunications. En effet, aucun élément significatif ne permet de définir des marchés pertinents locaux tant en pratique que selon les critères habituellement retenus par la jurisprudence de l'ART.

S'agissant des aspects pratiques, il faut en effet relever que l'offre et la demande nationales de services de télécommunications sont, tant du point de vue des opérateurs que du point de vue des clients, appréciées selon des critères homogènes au point de vue national (offres disponibles, prix, promotions, campagnes marketing, etc).

La plupart des opérateurs commercialisent en outre une offre haut débit au niveau national.

A cet égard, l'existence de réseaux câblés locaux n'a aucun effet économique local ni sur les offres proposées par les câblo-opérateurs ni sur la demande de leurs clients. Ainsi, par exemple, France Télécom et d'autres opérateurs et FAIs sont déjà présents sur l'ensemble des zones où UPC Broadband France propose ses services.

A toutes fins utiles, UPC Broadband France souhaite souligner les risques potentiels d'une segmentation locale des marchés du haut débit.

Une telle segmentation loin de favoriser le développement du secteur ne pourrait qu'avoir des effets néfastes sur l'existence d'une réelle concurrence et ce notamment dans les régions où elle est justement le moins développée, en contribuant à leur enclavement et en facilitant même le recours à des pratiques anticoncurrentielles (de type subventionnement illicite) créant par là même une barrière insurmontable à l'entrée sur le marché d'opérateurs non subventionnés.

A l'inverse, une telle segmentation pourrait également favoriser France Télécom qui, sur certaines zones très spécifiques (en général très urbaines et très rentables), arguera de l'existence de micro-zones de concurrence (telles que Paris, La Défense, etc.) afin d'obtenir la levée sur ces zones des obligations *ex ante* qui pèsent sur elle, cette situation permettant à France Télécom de renforcer une position dominante qui ne souffre toujours aucune contestation sur l'ensemble des marchés considérés.

UPC Broadband France estime donc, tout comme l'ART, qu'il convient de définir un marché de dimension nationale.

2. S'agissant de l'exclusion du câble du marché de gros du dégroupage, du marché des offres de gros d'accès large bande au niveau régional et du marché des offres de gros d'accès large bande au niveau national

UPC Broadband France considère, tout comme l'ART qu'il y a lieu d'exclure le câble des marchés suivants :

- le marché de gros du dégroupage,
- le marché des offres de gros d'accès large bande au niveau régional,
- le marché des offres de gros d'accès large bande au niveau national.

En effet, UPC Broadband France ne fournit aucune offre de haut débit de gros à des tiers pour diverses raisons au rang desquelles :

- une architecture de réseau qui rendrait les coûts d'une telle offre (à supposer qu'elle soit possible) non attractive pour les opérateurs potentiellement clients,
- une zone de couverture limitée,
- une absence de viabilité technique et économique de ces offres du point de vue du câblo-opérateur concerné.

Cette absence d'une offre de gros ne signifie pour autant pas que les opérateurs de réseaux câblés n'exercent pas une pression concurrentielle sur les prix des offres de gros « xDSL », ni que les opérateurs de réseaux câblés ne sont pas soumis (ainsi qu'il a précédemment été exposé) à la pression concurrentielle des offres « xDSL ».

Cependant, ceci ne signifie pas non plus qu'une offre de gros haut débit « Câble » commercialisée par des opérateurs câblés aurait pour effet d'augmenter l'intensité concurrentielle des marchés de détail correspondant ou sur les marchés de gros « xDSL ». L'Autorité remarque avec justesse (page 84 de la consultation) qu'un « tel type d'offre n'a jamais été commercialisé par les câblo-opérateurs sur le marché de gros en France, alors même que France Télécom commercialisait dans les années 1999 à 2002 ses accès haut débit sur le marché de gros à un niveau tarifaire de 50 à 100% aux niveaux actuels. » Autrement dit, une offre des câblo-opérateurs apparaissait déjà à cette époque comme non viable, donc non crédible sur le marché de gros du haut débit ; la baisse des tarifs de gros de France Télécom depuis lors n'a fait que renforcer la « barrière à l'entrée » pour les câblo-opérateurs sur ce marché.

UPC Broadband France partage donc avec l'ART la vision que la fourniture de telles offres par les câblo-opérateurs est inappropriée tant du point de vue de l'offre que de la demande, ainsi que les motifs qui sous-tendent son raisonnement et ce pour les trois marchés considérés.

UPC Broadband France considère que cette prise en compte de la spécificité du câble illustre la connaissance approfondie du secteur par l'Autorité et participe d'une régulation qui a pour objectif de favoriser une concurrence la plus en amont possible : la concurrence par le déploiement d'infrastructures de boucles locales alternatives dont le principe est consacré par les directives du Paquet Télécom, et non par la seule location des infrastructures et réseaux de France Télécom..

Ainsi, la directive 2002/19/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à l'accès aux réseaux de communications électroniques et aux ressources associées, ainsi qu'à leur interconnexion (dite directive « accès ») indique que « *le fait que les autorités réglementaires nationales imposent un octroi de l'accès aux infrastructures qui se traduit par une intensification de la*

concurrence à court terme ne devrait pas compromettre l'efficacité des mesures qui incitent les concurrents à investir dans des ressources de substitution, garantes d'une concurrence accrue à long terme ».

A ce titre, UPC Broadband France rappelle qu'elle est parmi les seuls opérateurs de communications électroniques en France à avoir fait le pari du déploiement de leurs propres boucles locales résidentielles. C'est au prix de cet investissement considérable qu'UPC Broadband France a pu commercialiser une offre de téléphonie et d'Internet sur ses réseaux sans recourir d'une quelconque façon aux boucles locales de France Telecom et donc en concurrence totale avec l'opérateur historique.

La viabilité de ce positionnement suppose toutefois une réelle prise en compte de cette spécificité par le biais, conformément à la directive précitée, d'une régulation qui n'affaiblisse pas l'équilibre économique encore fragile des concurrents de l'opérateur historique mais au contraire les incite à investir dans des ressources de substitution, garantes d'une concurrence accrue et pérenne à long terme.

UPC Broadband France note avec satisfaction que la position de l'Autorité exprimée dans sa consultation sur le haut débit va dans ce sens.

* *
*