

Paul Champsaur
Président de l'Autorité de Régulation des
Communications Electroniques et des Postes
ARCEP
7, Square Max Hymans
75015 Paris Cedex

Vélizy, le mercredi 27 juillet 2005

Monsieur le Président,

Je vous prie de bien vouloir trouver ci-joint la réponse de Tele2 France à la consultation publique lancée par l'ARCEP et relative à la définition du marché de gros des offres d'accès large bande livrées au niveau national. Vous savez que Tele2 a vivement soutenu l'ARCEP quant à la nécessité de la régulation qu'elle a proposée, sur un marché qui nous semble pertinent, et où la puissance de France Telecom est incontestable.

S'agissant de la puissance de France Télécom sur ce marché, Tele2 entend souligner que, nonobstant l'analyse négative développée par Conseil de la concurrence et, semble-t-il, par les services de la Commission, s'agissant de l'inclusion de l'autoconsommation dans le marché, de nombreux éléments concurrentiels (et y compris de précédentes prises de position de la Commission dans le cadre de décisions adoptées sur le fondement de l'article 7 de la directive "Cadre") militent, au contraire, pour sa prise en compte aux fins de calculer la part de marché en volume de France Télécom.

S'agissant des obligations ex ante envisagées, le principal remède que l'ARCEP entend imposer à France Telecom est, au titre de l'obligation de transparence, la publication de ses offres internes de collecte nationale du haut débit. Or, cette transparence est fondamentale pour un opérateur tel que Tele2. En effet, France Telecom annonce la commercialisation prochaine d'offres de détail d'ADSL nu (ie ADSL vendu au détail sans abonnement téléphonique – cf. le plan "Next" de France Telecom annoncé le 29 juin 2005). Les conditions dans lesquelles est produite cette offre en interne doivent nécessairement être transparentes afin de permettre aux concurrents de France Telecom de s'assurer que celle-ci est bien répliquable. Ce point est d'autant plus important qu'il semble, aux termes du projet de décision de l'ARCEP relatif aux marchés de la téléphonie fixe, que cette dernière n'envisage pas de réguler la VoIP (ni les accès fournis dans le cadre d'offres "multiplay", ni les communications émises à partir de ces accès). Par ailleurs, aucun des remèdes imposés sur les marchés 11 et 12 ne permettra aux concurrents de France Telecom de s'assurer de la répliquabilité de ces offres, alors même que ces dernières, non régulées au niveau du marché de détail, constitueront pour France Telecom un outil de reconquête privilégié sur les marchés de la téléphonie fixe (la présélection du transporteur ne trouvant pas à s'appliquer à ces accès).

Le risque majeur pour les opérateurs de téléphonie et d'ADSL est aujourd'hui d'être concurrencés sur tout le territoire national par France Telecom, alors que les seules offres à leur disposition ne leur permettent pas d'entrer ou de se maintenir sur le marché ADSL dans les zones peu densément peuplées.

En effet, et de manière factuelle, les offres de gros de France Telecom livrées au niveau national créent un effet de ciseau tarifaire sur les zones peu denses, non dégroupées, pour les offres autour desquelles se structure le marché de l'ADSL¹. Quant aux offres de gros livrées au niveau régional, elles permettent certes un gain de quelques euros par mois sur le trafic, mais ce gain est perdu du fait des investissements nécessaires à l'exploitation de cette offre. Ainsi, aujourd'hui, les fournisseurs d'accès à Internet principaux se sont retirés des zones peu denses, comme vous le savez. Paradoxalement, le succès de l'ADSL et du dégroupage est mis en avant, alors que le dégroupage ne concerne de fait que 50% de la population.

Aussi, des barrières à l'entrée considérables demeurent sur le marché de collecte nationale du haut débit, du fait de l'absence effective d'offre concurrente à celle de France Telecom.

Certes, une véritable orientation vers les coûts du dégroupage ou de l'offre de collecte régionale (ce qui n'est pas actuellement le cas) permettrait peut être d'améliorer la situation concurrentielle sur le marché de détail des offres d'accès à Internet. Mais, elle ne permettrait pas de créer une offre nationale, à des prix identiques sur tout le territoire, comme le fait France Telecom, ni par des offreurs potentiels sur le marché de gros, ni évidemment sur le marché de détail.

Seule l'identification d'un marché pertinent des offres de gros livrées au niveau national permet donc, comme l'a proposé l'ARCEP, de prendre en compte les effets d'échelle massifs réalisés par des opérateurs capillaires, c'est-à-dire dont les réseaux sont développés jusque dans les zones les moins denses du territoire national. Sur ce marché subsistent de gigantesques barrières à l'entrée (coût de l'ordre de 200 millions d'euros selon l'Autorité pour créer un réseau de collecte régionale, coût de 1 à 3 milliards d'euros pour un réseau de dégroupage couvrant 90% de la population, d'après une interview de Thierry Breton donnée au journal le Monde le 14 septembre 2004), auxquelles seule la régulation de l'offre de gros interne de France Telecom permettra de répondre.

Espérant que ces remarques vous seront utiles, je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de ma plus haute considération.

Jean-Louis Constanza

Directeur Général

Tele2 France

¹ Les coûts de production d'une offre d'accès à Internet à 8Mb/s s'élèvent en zone peu dense à 36.5€/mois pour un fournisseur d'accès à Internet qui aurait souscrit à l'offre de collecte nationale de France Telecom. Le prix de détail de l'offre de France Telecom est aujourd'hui de 29.2 €HT/mois les 6 premiers mois et de 37.5 €HT/mois au-delà.

Offre collecte nationale France Telecom		Coût par client (€/mois, un an, offre 8Mb/s)
Ligne (zones peu denses)	17€/mois par ligne	17
Débit (1Mb/s)	330€/mois par Mb/s	16.5
Coûts internes du FAI	3€/mois	3