

**QUESTIONNAIRE QUALITATIF
SERVICES DE DIFFUSION AUDIOVISUELLE**

Note explicative

Conformément aux directives communautaires applicables au secteur des communications électroniques¹, l'Autorité a engagé la démarche d'analyse des marchés des services de communications électroniques au mois de mars 2003. Cette démarche consiste :

- à déterminer la liste des marchés du secteur dont les caractéristiques en termes de développement de la concurrence justifient l'imposition d'un dispositif de régulation spécifique ;
- à désigner les opérateurs disposant sur ces marchés d'une puissance significative ;
- à fixer leurs obligations spécifiques, adaptées et proportionnées à la situation de concurrence constatée.

I. Déroutement du processus d'analyse des marchés

I.1. Rappel des dispositions des directives encadrant l'analyse des marchés

L'article 15 de la directive « cadre » prévoit que la Commission établit une recommandation sur les « *marchés pertinents* », c'est-à-dire « *les marchés de produits et services dans le secteur des communications électroniques dont les caractéristiques justifient l'imposition d'obligations réglementaires fixées dans les directives* », et qu'elle publie des « *lignes directrices sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché qui sont conformes aux principes du droit de la concurrence* » ; ces deux documents ont été publiés sous les références suivantes : les lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché du 11 juillet 2002² et la recommandation de la Commission concernant les marchés pertinents de produits et services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une régulation *ex ante* du 11 février 2003³. L'Autorité a diffusé en mars

¹ Ces directives sont les suivantes :

- directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques (directive « cadre ») ;
- directive 2002/20/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à l'autorisation de réseaux et services de communications électroniques (directive « autorisation ») ;
- 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 (directive « accès ») ;
- directive 2002/22/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 concernant le service universel et les droits des utilisateurs au regard des réseaux et services de communications électroniques (directive « service universel »).

² JOCE n°C165 du 11 juillet 2002

³ JOCE n°L114/45 du 8 mai 2003

2003 un document analysant le contenu de la recommandation, et rendu publique le 9 mai 2003 la synthèse des commentaires qu'a suscités ce document.

L'article 16 de la directive cadre dispose que « *dès que possible après l'adoption de la recommandation ou de sa mise à jour éventuelle, les autorités réglementaires nationales effectuent une analyse des marchés pertinents, en tenant le plus grand compte des lignes directrices. Les Etats membres veillent à ce que cette analyse soit effectuée, le cas échéant, en coopération avec le Conseil de la concurrence* ». Ainsi, sans attendre la transposition complète des directives, l'Autorité a entrepris de conduire ces analyses de marchés de manière à ce que les conséquences des analyses puissent être concrètement tirées, rapidement après l'entrée en vigueur des textes de transposition.

1.2. Rappel des dispositions du Code des postes et des communications électroniques relatives au processus d'analyse des marchés

Conformément à l'article L.37-1 du Code des postes et des communications électroniques issu des dispositions de l'article 18 de la loi n° 2004-669 du 9 juillet 2004 relative aux communications électroniques et aux services de communication audiovisuelle⁴, l'Autorité doit déterminer, « *au regard notamment des obstacles au développement d'une concurrence effective, [...] les marchés du secteur des communications électroniques pertinents* » et établir « *après avoir analysé l'état et l'évolution prévisible de la concurrence sur ces marchés, [...] la liste des opérateurs réputés exercer une influence significative sur chacun de ces marchés* ». L'article L.37-2 du même code prévoit en outre que l'Autorité fixe, en les motivant et pour une durée limitée qu'elle définit, les obligations spécifiques, adaptées et proportionnées à la situation de concurrence constatée, qu'il convient d'imposer à ces opérateurs.

1.3. Les différentes étapes du processus d'analyse des marchés

Le processus sera conduit par l'Autorité dans les conditions suivantes :

- *Première phase : collecte d'informations*

Comme le précisent les lignes directrices de la Commission, « *pour procéder à l'analyse du marché, les ARN devront d'abord recueillir toutes les informations qu'elles jugent nécessaires pour apprécier la puissance des opérateurs sur un marché donné* »⁵. C'est l'objet des questionnaires joints à la présente note, qui se composent d'un volet quantitatif et d'un volet qualitatif. Les réponses à ces questionnaires, attendues pour le 15 septembre 2004, seront traitées dans le respect du secret des affaires.

- *Seconde phase : consultation publique sur la détermination des marchés pertinents, la désignation des opérateurs puissants et les obligations*

Conformément aux dispositions de l'article 16 § 6 et de l'article 6 de la directive « cadre », les décisions prises par les ARN en matière de détermination des marchés pertinents, de désignation des opérateurs puissants et d'imposition des obligations spécifiques qu'il convient de leur imposer doivent être préalablement soumises à

⁴ JORF n° 159 du 10 juillet 2004

⁵ point 131 des lignes directrices

consultation nationale. Conformément à l'article L.32-1-III du Code des postes et des communications électroniques, « *le résultats de [cette consultation sera] rendu public, sous réserve des secrets protégés par la loi* ».

L'Autorité entend engager cette consultation à l'automne 2004.

Elle devrait prendre la forme d'un projet de décision comprenant en premier lieu la liste des marchés pertinents et leur définition, laquelle sera établie en tenant le plus grand compte de la recommandation de la Commission mais sans préjudice de la faculté, dans les conditions fixées par l'article 7§4 de la directive, de déterminer des marchés qui ne seraient pas inclus dans cette recommandation ; il appartiendra en second lieu à l'Autorité de préciser son analyse des différents marchés en mettant notamment en évidence les obstacles, identifiés lors de l'enquête, à l'exercice d'une concurrence effective ; en troisième lieu, l'Autorité sera conduite dans le cadre de cette consultation à préciser quels opérateurs sont susceptibles d'exercer une puissance significative au sens de l'article 14 de la directive « cadre ». En quatrième lieu, l'Autorité devra préciser les mesures qu'elle envisage, y compris les éléments de justification qui y sont attachés (motivation, caractère proportionné et adapté aux obstacles à la concurrence identifiés lors de l'analyse du marché).

Cette consultation publique devrait se dérouler sur une période de six semaines.

Au terme de cette consultation publique, l'Autorité sera en mesure d'adapter le projet de décision relatif à l'analyse du marché considéré en tenant compte des observations apportées par les acteurs.

Troisième phase : saisine pour avis du Conseil de la concurrence

L'Autorité sera ensuite conduite, conformément à l'article L.37-1 du Code des postes et des communications électroniques, à saisir le Conseil de la concurrence. Cette saisine portera sur la délimitation des marchés pertinents, l'analyse des marchés, l'identification des obstacles à la concurrence, ainsi que sur la liste des opérateurs puissants.

Le Conseil de la concurrence devrait être conduit à se prononcer dans un délai de quatre semaines. Cette saisine formelle aura été précédée en amont d'une coopération par laquelle le Conseil aura été associé aux analyses conduites, de manière à prendre connaissance des principales problématiques posées avant d'être saisi officiellement.

Après que le Conseil ait rendu son avis, l'Autorité sera en mesure d'adapter le projet de décision en tenant compte des observations émises.

Clôture : notification des projets de décision à la Commission et aux autres ARN

Conformément à l'article L.37-3 du Code des postes et des communications électroniques, il appartient à l'Autorité d'informer la Commission et les ARN des autres Etats membres des projets de décisions relatifs à la détermination des marchés pertinents, à la désignation des opérateurs puissants et à la fixation des obligations spécifiques, « *et qui sont susceptibles d'avoir des incidences sur les échanges entre les Etats membres* ».

Les ARN et la Commission disposent d'un délai d'un mois à compter de la notification pour adresser leurs observations, en application de l'article 7§3 de la directive « cadre ».

Au terme de cette procédure, il appartiendra à l'Autorité de tenir le plus grand compte des observations formulées par la Commission et les autres ARN dans le projet de décision qu'elle sera conduite *in fine* à adopter.

Par ailleurs, conformément à l'article 7§4 de la directive « cadre », lorsque les projets de décision visent soit à définir un marché pertinent qui diffère de ceux listés dans la recommandation, soit à désigner un opérateur puissant, et que la mesure envisagée aurait des incidences sur les échanges entre les Etats membres, le délai précédent peut être prolongé de deux mois supplémentaires si la Commission estime que la mesure fera obstacle au marché unique ou qu'elle est incompatible avec le droit communautaire et notamment avec les objectifs généraux de la directive. En outre, la Commission peut prendre une décision demandant à l'ARN de retirer son projet de mesure.

L'Autorité envisage d'être en mesure de notifier le projet de décision relatif au marché considéré dans le courant du premier trimestre 2005. Ainsi, les décisions correspondantes pourraient, sous cette réserve, être définitivement adoptées par l'Autorité au début du printemps 2005.

II. Objet des présents questionnaires

II.1. Objectifs poursuivis

Les questionnaires poursuivent trois objectifs principaux :

- obtenir les informations de nature à préciser la délimitation, notamment géographique et fonctionnelle, des marchés pertinents tels que recensés dans la recommandation de la Commission, ainsi que, le cas échéant, mettre en évidence l'existence d'autres marchés susceptibles de justifier l'exercice d'une régulation *ex ante* ;
- obtenir les éléments (tels que la structure des marchés, les modalités d'entrée, la situation des acteurs) permettant d'évaluer la capacité des marchés à fonctionner de façon effectivement concurrentielle ou non et, dans cette seconde situation, conduisant à identifier les opérateurs puissants sur ces marchés ;
- obtenir les informations permettant d'établir un diagnostic précis du fonctionnement des marchés, c'est-à-dire notamment identifier les éventuels obstacles à la concurrence.

II.2. Cadre juridique

a) Fourniture d'information

En matière de fourniture d'information, le cadre réglementaire actuel prévoit que l'Autorité peut « *procéder aux expertises, mener les études, recueillir les données et mener toutes actions d'information sur le secteur des communications électroniques* » (article L.36-14 du Code des postes et communications électroniques).

Pour la conduite de l'analyse des marchés, la disposition précitée doit être lue à la lumière de celles figurant dans les directives en matière de fourniture d'information par les entreprises, et en particulier l'article 5 § 1 de la directive « cadre ».

b) Traitement des données et secret des affaires

L'article L.36-3 du Code des postes et des communications électroniques dispose que « les personnels des services de l'Autorité sont tenus au secret professionnel pour les faits, actes et renseignements dont ils ont pu avoir connaissance en raison de leurs fonctions ». Les collaborateurs impliqués dans les travaux relatifs aux analyses des marchés sont donc soumis à l'obligation de secret professionnel en ce qui concerne les informations dont ils auront connaissance dans ce cadre. Les informations recueillies seront donc traitées dans le strict respect du secret des affaires. Par ailleurs, s'agissant des informations quantitatives recueillies dans le cadre des analyses des marchés, il est rappelé que l'Autorité a mis en place une cellule quantitative spécifiquement chargée du traitement de ces données.

En ce qui concerne le traitement des informations au regard du secret des affaires, les lignes directrices de la Commission rappellent que « *en vertu de l'article 5 § 4 de la directive cadre, les ARN, agissant conformément à la réglementation nationale relative à l'accès du public à l'information et dans le respect de la réglementation communautaire et nationale en matière de secret des affaires, doivent publier les informations susceptibles de contribuer à l'instauration d'un marché ouvert et concurrentiel. Toutefois, en ce qui concerne les informations de nature confidentielle, les dispositions de l'article 5 § 3 de la directive cadre exigent des ARN qu'elles veillent à la confidentialité de ces informations conformément à la réglementation communautaire et nationale en matière de secret des affaires* ».

S'agissant de la publication, de manière générale, l'Autorité opérera, au moment des restitutions et publications relatives aux analyses des marchés, dans les mêmes conditions que celles qui ont régi par le passé les publications consécutives à des appels à commentaires. En particulier, les éléments relevant du secret des affaires ne feront l'objet d'aucune publication. La pertinence des analyses suppose cependant, au stade de la phase de collecte d'informations autant que lors des consultations ultérieures, une expression large des acteurs sur des éléments suffisamment précis ; dans cet esprit, les acteurs sont invités à circonscrire l'application du secret des affaires aux informations qu'ils considèrent effectivement comme les plus sensibles.

1. INTRODUCTION

Mode d'emploi

Le présent questionnaire s'adresse à tous les acteurs concernés par les marchés de services de diffusion audiovisuelle et recouvre à la fois le marché de détail et le marché de gros. L'Autorité tient à ce que tous puissent s'exprimer librement à cette occasion et vous invite à diffuser ce questionnaire le plus largement possible.

Certaines parties du questionnaire sont plus particulièrement destinées à une catégorie donnée d'acteurs. Toutefois, l'ensemble des contributeurs sont invités à s'exprimer sur les questions posées s'ils s'estiment concernés.

Société ou association interrogée

Questions à tous

- [1] Pouvez-vous préciser les coordonnées de votre société (ou association), ainsi qu'un contact pour l'analyse des marchés et les réponses au questionnaire (nom, fonction, numéro de téléphone, courriel) ?
- [2] Quelle est la position de votre société (ou association), actuelle ou future, sur les marchés des services de diffusion audiovisuelle (diffuseur, éditeur de services, opérateur de multiplexe, revendeur de capacités satellitaires, distributeur commercial, utilisateur, association de consommateurs ou d'acteurs, autres) ?

Questions aux éditeurs, opérateurs de multiplexe, distributeurs, diffuseurs, revendeurs de capacités stellitaires

- [3] Quelle est la taille de votre société sur l'ensemble du marché des services de diffusion audiovisuelle ?
- [4] Pouvez-vous décrire la composition du capital de votre société et indiquer quelle entité en détient le contrôle ?
- [5] Votre société a-t-elle des filiales ? Si oui, pouvez-vous préciser le pourcentage du capital et des droits de vote que votre société y détient ? Quelles sont leurs activités ?

Questions aux diffuseurs

- [6] Votre société comprend-elle un service de recherche-développement ? Si oui, pouvez-vous également indiquer le nombre de personnes qui y travaillent, ainsi que le budget qui lui est alloué ?

Question aux éditeurs

- [7] Quelles sont les caractéristiques de votre offre de programmes aux utilisateurs finals ? A quel type d'audience s'adressent vos programmes ? Est-ce une offre de programmes proposée à titre gratuit ou contre rémunération ? Dans ce dernier cas, quel est le prix payé par les utilisateurs finals pour accéder à vos programmes ?

[8] Quel est le mode de financement de votre société pour l'édition des programmes qu'elle propose aux utilisateurs finals ?

Processus d'analyse

Le déroulement du processus d'analyse de l'ensemble des marchés listés en annexe de la recommandation de la Commission en date du 11 février 2003 relative aux marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation *ex ante*⁶ est décrit étape par étape dans la note explicative jointe au présent document. Cette note détaille également les objectifs poursuivis par les questionnaires relatifs aux différents marchés, ainsi que le cadre juridique propre à la fourniture d'informations et au traitement des données dans le respect du secret des affaires.

Le présent questionnaire fait suite à une phase d'entretiens informels avec divers acteurs du secteur amorcée au mois d'octobre 2003. L'Autorité avait alors souhaité organiser de telles rencontres pour se voir fournir un premier éclairage sur le fonctionnement du marché et les problématiques qui y sont associées.

Les réponses que vous apporterez aux questions posées ci-après permettront à l'Autorité de détenir les éléments qualitatifs et quantitatifs indispensables pour conduire son analyse et la soumettre à consultation publique prochainement.

Périmètre de l'enquête

Le marché visé par le présent questionnaire est le dix-huitième marché listé en annexe de la recommandation de la Commission précitée. Ce marché est défini comme étant le marché de gros des « *services de radiodiffusion, destinés à livrer un contenu radiodiffusé aux utilisateurs finals* ». Il recouvre les réseaux et les installations associées permettant la livraison des services qui consistent à fournir des contenus ou à exercer une responsabilité sur ces contenus.

Le marché considéré étant un marché de gros, l'offre et la demande émanent de diffuseurs positionnés sur les différents supports de diffusion audiovisuelle.

Dans l'exposé des motifs de la recommandation précitée, il est précisé que les utilisateurs finals peuvent recevoir des programmes radiophoniques et télévisuels « *par le biais des réseaux de transmission terrestres, câblés ou satellitaires en fonction de leur situation particulière* » et « *qu'à l'avenir, d'autres voies de transmission devraient se généraliser, notamment les réseaux de télécommunications à bande passante élargie grâce à la DSL ou d'autres technologies* ». En l'occurrence, en France, l'infrastructure ADSL est devenue un réseau de diffusion audiovisuelle en décembre 2003 avec le lancement des premières offres d'accès télévisuel. Par conséquent, il conviendra d'analyser les quatre supports que sont l'hertzien, le satellite, le câble et l'infrastructure ADSL.

Cette définition large est retenue pour les besoins du présent questionnaire. Elle ne préjuge pas de la définition et du périmètre du marché qui pourraient être notifiés par l'Autorité à l'issue du processus d'analyse.

⁶ Recommandation de la Commission en date du 11 février 2003 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation *ex ante* conformément à la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques C(2003)497.

L'analyse du marché amont de gros des services de diffusion audiovisuelle suppose que soient analysés les marchés de détail aval. Compte tenu d'une part de l'évolution rapide des technologies et d'autre part de la multiplicité des usages, les marchés de gros étudiés ne correspondent pas de manière bi-univoque à des marchés de détail identifiés. Le questionnaire porte donc sur plusieurs segments de marchés de détail ou intermédiaires dont la définition ne présage pas des décisions ultérieures de définition des marchés pertinents ou régulés.

Les contributeurs sont libres, s'ils le souhaitent, de compléter leurs réponses par les éléments quantitatifs ou qualitatifs concernant le fonctionnement d'un segment de marché connexe, existant ou nouveau, sur lequel ils ne sont pas explicitement interrogés par le présent questionnaire.

Régulation actuelle

A ce stade, le secteur de la diffusion audiovisuelle ne fait pas l'objet d'une régulation sectorielle *ex ante*, mais seulement de la régulation *ex post* exercée par le Conseil de la concurrence. Plusieurs affaires relatives à des questions spécifiques de diffusion audiovisuelle ont ainsi été portées devant le Conseil de la concurrence ces dernières années.⁷ Il est à noter que le Conseil supérieur de l'audiovisuel, qui attribue aux éditeurs et, pour la diffusion hertzienne en mode numérique, aux opérateurs de multiplexe, les fréquences nécessaires à la diffusion de leurs programmes, a été amené à donner un éclairage au Conseil de la concurrence dans le cadre de certaines affaires touchant des questions de diffusion audiovisuelle.

Délimitation des marchés pertinents

La Commission considère *a priori* que l'ensemble des réseaux utilisés pour la diffusion de programmes radiophoniques et télévisuels appartient à un même marché. Toutefois, elle laisse la possibilité aux autorités réglementaires nationales de délimiter plusieurs marchés. Il appartiendra donc à l'Autorité d'identifier les éventuels marchés pertinents qu'il convient de définir dans le cadre de l'analyse du marché 18.

Le considérant 7 de la recommandation précise que le point de départ de la définition et du recensement des marchés pertinents est la caractérisation des marchés de détail sur une durée déterminée, compte tenu de la substituabilité du côté de la demande et de l'offre, « *utile pour délimiter les marchés de gros des services de radiodiffusion et déterminer si l'un de ces marchés devrait être recensé aux fins de la Recommandation* ».

Ainsi, ce n'est qu'après avoir défini et caractérisé les marchés de détail qu'il est possible d'aborder le recensement des marchés de gros correspondants, afin de rechercher la pertinence de la mise en place d'une régulation *ex ante*. En effet, une régulation des marchés de gros ne trouve de justification que si des dysfonctionnements ont pu être identifiés au niveau du marché de détail.

Dans l'exposé des motifs de la recommandation, la Commission précise que les marchés de détail auxquels peuvent avoir accès les utilisateurs finals correspondent aux services suivants :

⁷ Décision du Conseil de la concurrence n° 02-MC-04 en date du 11 avril 2002 relative à une demande de mesures conservatoires présentée par la société Antalis à l'encontre de pratiques mises en œuvre par la société TDF ; Affaire Towercast contre TDF ; Décision du Conseil de la concurrence n° 03-MC-03 en date du 1^{er} décembre 2003 relative à une demande de mesures conservatoires présentée par la société Towercast à l'encontre de pratiques mises en œuvre par la société TDF ; Décision n° 04-MC-01 en date du 15 avril 2004 relative aux demandes de mesures conservatoires présentées par les sociétés Free, Iliad, LDCOM et 9 Télécom à l'encontre de pratiques mises en œuvre par les sociétés TF1, Métropole Télévision et France Télécom.

- services de fourniture de programmes sonores et visuels gratuits et non codés ;
- services de fourniture de programmes sonores et visuels sous réserve d'un abonnement ou d'un paiement à l'acte ;
- services de livraison ou de transmission de services interactifs.

Afin de déterminer si les services diffusés sur les différents réseaux de transmission (hertziens terrestres analogique et numérique, hertziens satellitaires et filaires) constituent ou non des marchés de détail distincts et modifient de ce fait la définition des marchés amont de gros des services de diffusion, la Commission prévoit que différents facteurs doivent être observés.

Il est ainsi notamment nécessaire de rechercher l'existence d'une réelle possibilité de substitution du côté de la demande en termes de prix et de produit pour un nombre important d'utilisateurs finals. Il est également recommandé d'observer la couverture géographique et la disponibilité des différents réseaux de transmission, ainsi que la capacité des utilisateurs finals de passer d'une plate-forme de diffusion ou de transmission à une autre.

Au vu de ces éléments, il subsiste un certain nombre d'interrogations à la fois sur le périmètre précis de ce marché en ce qui concerne la situation française, sur la capacité du ou des marchés à fonctionner de manière effectivement concurrentielle ou non, ainsi que sur la position des différents acteurs sur ces marchés.

C'est la raison pour laquelle les questions suivantes vous sont posées.

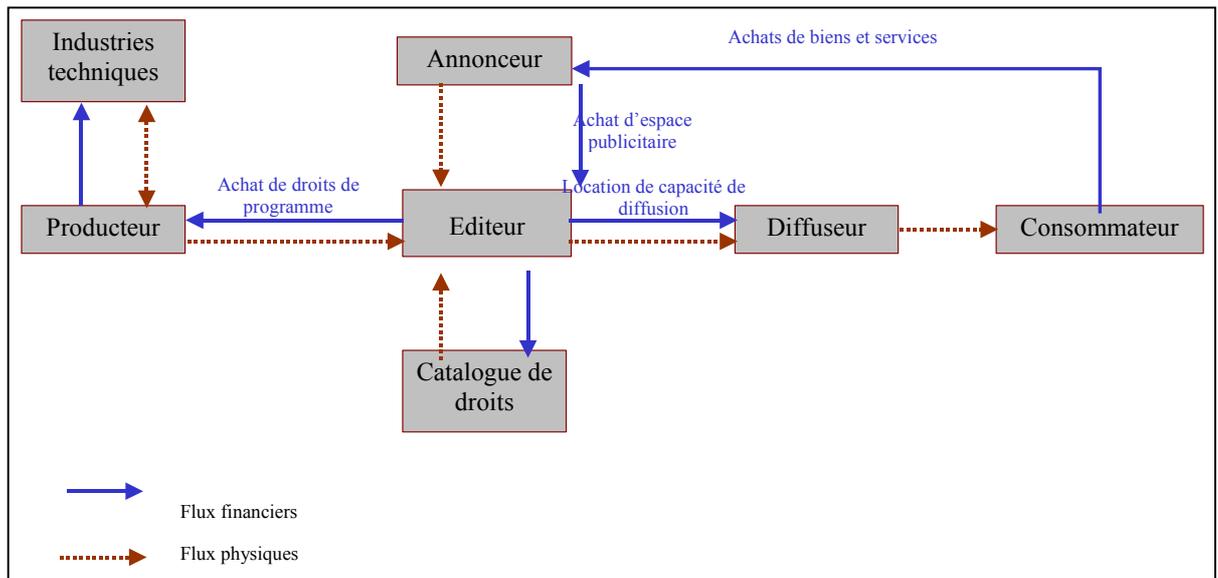
2. ELEMENTS DE CONTEXTE

a. La chaîne de valeur de la télévision et de la radio

Questions à tous

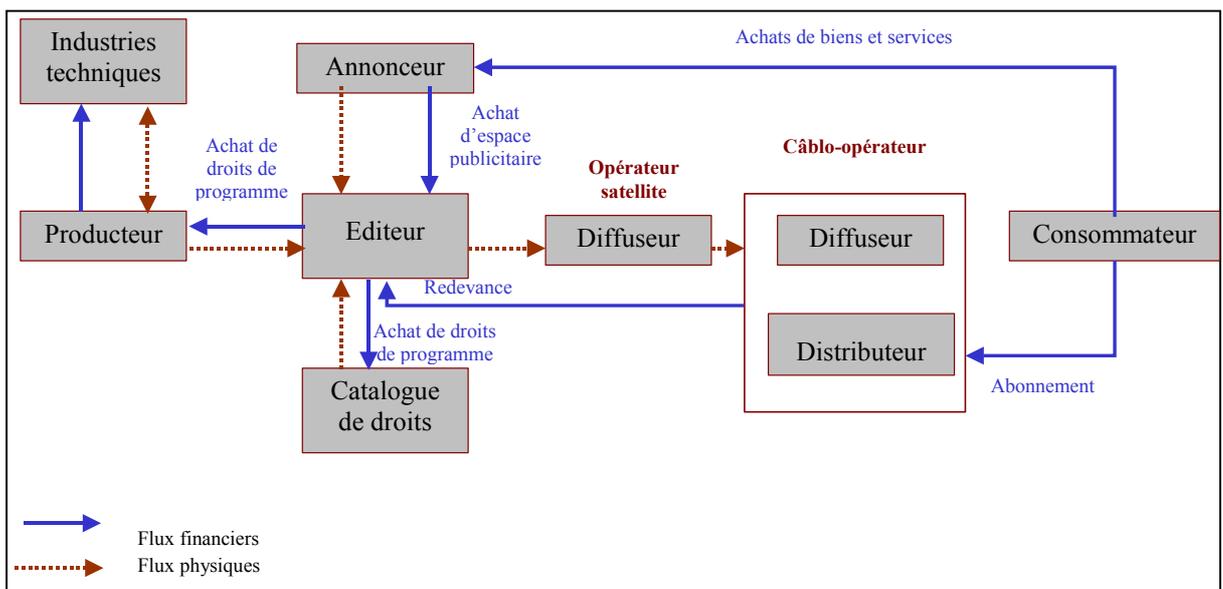
Dans son étude intitulée « *Economie de la diffusion de contenus audiovisuels sur réseaux DSL* » de juillet 2004, l'IDATE décrit la chaîne de valeur de la télévision de la manière suivante :

Chaîne de valeur de la télévision en clair hertzienne ou par satellite



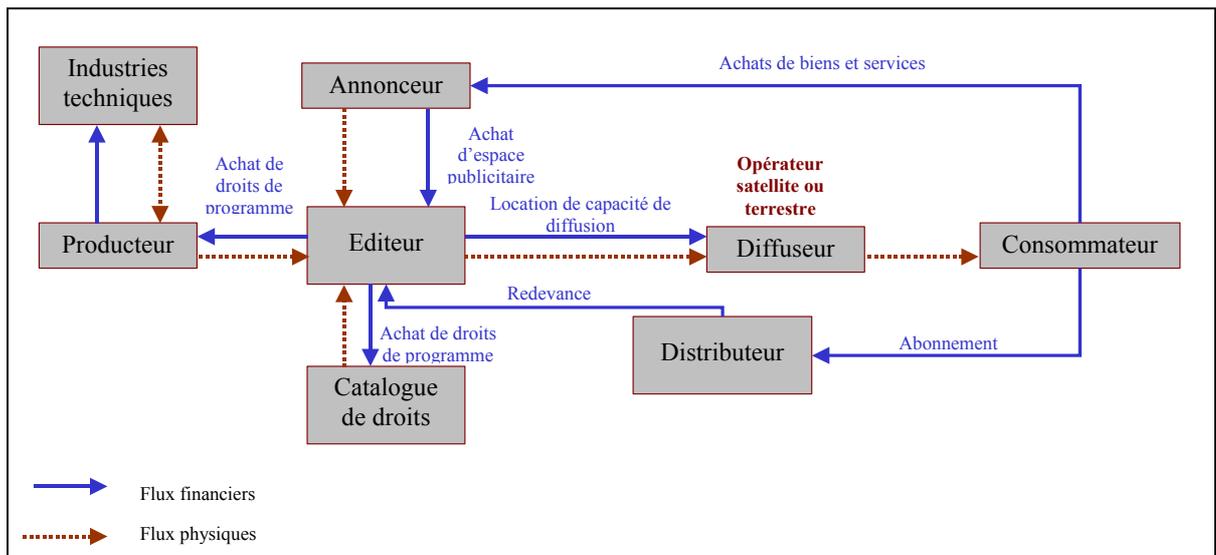
(source : IDATE)

Chaîne de valeur de la télévision à péage par câble



(source : IDATE)

Chaîne de valeur de la télévision à péage hertzienne (TNT) ou par satellite



(source : IDATE)

[9] L'Autorité considère que la description de la chaîne de valeur de la télévision effectuée par l'IDATE constitue une base de travail satisfaisante. Partagez-vous ce point de vue ?

[10] Pouvez-vous décrire la chaîne de valeur de la radio pour le(s) support(s) sur le(s)quel(s) vous êtes positionnés ?

b. Les acteurs positionnés sur les différents supports de diffusion télévisuelle et radiophonique

Questions aux diffuseurs

[11] Pouvez-vous donner une vue synoptique des diffuseurs positionnés sur le(s) support(s) de diffusion qui vous concerne(nt) et préciser votre part de marché pour les prestations de diffusion (en chiffre d'affaires, nombre d'heures de programmes diffusés ou toute autre unité d'œuvre pertinente) ?

Questions aux opérateurs proposant des offres de transport de signaux de la régie des éditeurs aux sites de diffusion hertzienne terrestre ou aux têtes de réseaux câblés

[12] Pouvez-vous donner une vue synoptique des acteurs effectuant des prestations de transport de signaux de vos régies aux sites de diffusion hertzienne terrestre ou aux têtes de réseaux câblés et préciser votre part de marché pour la fourniture de ces prestations (en chiffres d'affaires ou toute autre unité d'œuvre pertinente) ?

Question à l'ensemble des éditeurs

[13] Sur quel(s) réseau(x) de transmission vos programmes sont-ils diffusés ?

[14] Pouvez-vous donner une vue synoptique des éditeurs positionnés sur le(s) support(s) de diffusion qui vous concerne(nt) et préciser votre part d'audience (en pourcentage) ?

Questions aux distributeurs

- [15] Pouvez-vous donner une vue synoptique des distributeurs positionnés sur le(s) support(s) de diffusion qui vous concerne(nt) et préciser votre part de marché (en chiffre d'affaires) ?

c. Les services de diffusion proposés sur les différents supports de diffusion télévisuelle et radiophonique

Questions aux diffuseurs

- [16] Quel est le nombre de sites à partir desquels vous diffusez les programmes des éditeurs ? Quels sont les emplacements de vos sites de diffusion ou têtes de réseau ? Pouvez-vous fournir une carte de votre réseau de diffusion détaillant ces emplacements ?
- [17] Quel est le degré de couverture de la population et du territoire par votre réseau de diffusion ?
- [18] Envisagez-vous d'étendre la couverture de votre réseau de diffusion ou de lui faire subir des adaptations, notamment en vue :
- d'un positionnement sur le segment de la diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels, en mode analogique ou numérique ;
 - de sa mise à niveau pour la numérisation des contenus qu'il permet de faire parvenir aux utilisateurs finals ?
- [19] Si oui, pouvez-vous préciser le terme et le montant prévisionnel des investissements ?

3. ETUDE DE SUBSTITUABILITE

a. Entre les programmes radiophoniques et télévisuels

Questions aux diffuseurs

- [20] Quels sont les éléments techniques permettant de distinguer l'opération de diffusion de programmes radiophoniques de celle de programmes télévisuels ? Pouvez-vous expliquer pourquoi il est généralement plus aisé d'installer des sites de diffusion de programmes radiophoniques que des sites de diffusion de programmes télévisuels ? Quels sont les principaux éléments différenciant en termes de traitement du signal, d'émission, de multiplexage, d'alimentation, de nature des antennes ou de tout autre critère qui vous semblerait pertinent pour l'analyse ?

b. Entre les différents supports de diffusion audiovisuelle

Questions à tous

- [21] Quel est le degré de substituabilité entre les offres de programmes radiophoniques selon les différents réseaux de diffusion ? Entre les offres de programmes télévisuels transmises sur les différents réseaux de diffusion ? Dans quelle mesure ?
- [22] Pouvez-vous préciser la part de chaque support pour la diffusion de programmes radiophoniques ? Pour la diffusion de programmes télévisuels ? Comment cette part a-t-elle évolué ces dix dernières années ?

Questions aux associations de consommateurs

- [23] Quelle est votre analyse de la disponibilité, de la qualité de service et des tarifs éventuels des offres de programmes télévisuels et radiophoniques diffusés sur les différents supports ? Quels sont les obstacles à un éventuel passage d'un support à un autre en termes de coûts, de réception etc. ?
- [24] La disponibilité et la qualité d'écoute des programmes radiophoniques diffusés en mode FM vous semblent-elles uniformes sur l'ensemble du territoire ?

Questions aux éditeurs

- [25] Considérez-vous les différents réseaux de transmission comme étant substituables du point de vue des programmes que vous éditez, de la couverture géographique qu'ils offrent ou encore des obligations qui vous sont imposées ?

Question aux éditeurs, opérateurs de multiplexe et distributeurs

- [26] Quels frais pèsent sur les utilisateurs finals pour accéder aux offres proposées sur les supports de diffusion sur lesquels vous êtes positionnés (frais d'accès au service, achat ou location du terminal de réception ?
- [27] Quel est le taux trimestriel de désabonnement à vos offres ? Quelles sont les causes de ces désabonnements (notamment migrations vers une offre proposée sur le même support ou vers un support différent) et leur répartition (en pourcentage) ?

Questions aux opérateurs de satellite, revendeurs de capacités satellitaires, distributeurs et éditeurs

[28] Pouvez-vous compléter le tableau suivant ?

	2000	2001	2002	2003	2004
Marché potentiel du satellite (en nombre de foyers)					
Nombre de foyers abonnés à un bouquet satellite					
Revenu moyen par abonné (en euros TTC)					
Pénétration du satellite (%)					

Questions aux opérateurs de satellite, revendeurs de capacités satellitaires, distributeurs et éditeurs

[29] Pouvez-vous communiquer à l’Autorité une cartographie détaillée du taux de pénétration du satellite dans les agglomérations de France, le cas échéant détaillée jusqu’au canton ?

[30] Quels sont selon vous les obstacles éventuels à une pénétration accrue du satellite dans les zones urbaines ?

4. QUESTIONS RELATIVES AUX SERVICES DE DIFFUSION AUDIOVISUELLE EN MODE HERTZIEN TERRESTRE

a. Services de diffusion de programmes radiophoniques et/ou télévisuels

i. Le marché de détail

Questions aux éditeurs

[31] Envisagez-vous de diffuser vous-même vos programmes sur une partie des sites en y installant vos propres équipements ? Si oui, quels sont vos objectifs (nombre de sites, population couverte) à court, moyen et long termes ?

Questions aux éditeurs et/ou aux opérateurs de multiplexe

[32] Quel(s) est (sont) le(s) acteur(s) qui réalise(nt) les prestations de diffusion hertzienne terrestre de vos programmes (en mode analogique ou numérique) ? Quel(s) est (sont) le(s) acteur(s) qui réalise(nt) les prestations de transport de vos signaux, de votre régie aux sites de diffusion que vous avez retenus ?

[33] Quels sont les modes de transport principal et de secours de vos signaux ?

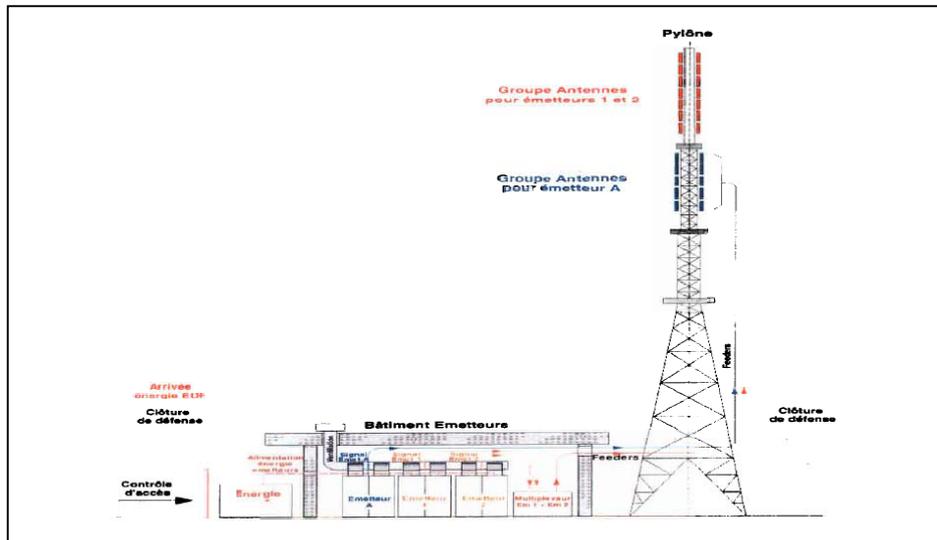
[34] Pouvez-vous compléter le tableau suivant en indiquant le montant du budget annuel (en milliers d'euros) que vous allouez aux prestations de transport et de diffusion hertzienne terrestre de vos programmes ?

		1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Transport	Principal										
	Secours										
Diffusion											

[35] Quelle est la durée des contrats que vous avez passés avec les diffuseurs pour la diffusion de vos programmes ? Cette durée a-t-elle évolué par rapport aux précédents contrats ? Quelles sont les conditions de sortie anticipée de ces contrats ? Quelle est la périodicité de renégociation des tarifs ?

Questions aux diffuseurs

- [36] Pouvez-vous décrire les éléments de la chaîne technique de diffusion de programmes radiophoniques en modes AM et/ou FM ? De programmes télévisuels en modes analogique et numérique ?



Les réponses pourraient faire apparaître les éléments suivants : nature des équipements de traitement du signal, type et puissance des émetteurs, nature des multiplexeurs, diamètre du feeder ou du guide d'onde, hauteur du pylône, nature et taille de l'antenne, ainsi que tout autre élément de nature à éclairer l'Autorité sur les aspects techniques de la diffusion.

- [37] Pouvez-vous communiquer à l'Autorité les éléments de coûts correspondant aux différents équipements précités ?
- [38] Quelles sont les caractéristiques de vos offres pour la diffusion de programmes ? Pouvez-vous fournir une copie des documents contractuels et/ou détailler les éléments suivants :
- la durée minimale d'engagement ;
 - les tarifs proposés pour les différentes prestations composant le service de diffusion, ainsi que leur évolution au cours des dix dernières années ;
 - le mode de facturation des services de diffusion hertzienne terrestre (site par site ou péréqués sur l'ensemble du territoire national) ;
 - l'insertion éventuelle d'une clause de révision de prix ;
 - l'insertion éventuelle d'une clause de sortie anticipée des contrats ;
 - les délais de réalisation des prestations de diffusion demandées ;
 - le temps de rétablissement du service en cas d'interruption et les pénalités qui y sont liées ?
- [39] Quelle est la durée des contrats que vous avez passés avec les différents éditeurs ? Cette durée a-t-elle évolué par rapport aux précédents contrats ? Quelle est la périodicité de renégociation de vos tarifs ?
- [40] Pouvez-vous compléter le tableau suivant en indiquant le chiffre d'affaires (en milliers d'euros) correspondant à la diffusion de programmes radiophoniques (AM et/ou FM) et télévisuels ?

		1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Radio AM	Transport										
	Diffusion										
Radio FM	Transport										
	Diffusion										
TV analogique	Transport										
	Diffusion										
TV numérique	Transport										
	Diffusion										

ii. Le marché de gros

Questions aux diffuseurs et aux éditeurs

- [41] En prenant en compte et en explicitant les questions liées à la planification du spectre des fréquences, les règles d'urbanisme, les réglementations propres à certaines collectivités, ainsi que les aspects économiques, quel est selon vous le degré de répliquabilité des sites de TDF pour la diffusion hertzienne terrestre de programmes en mode analogique ou numérique ?

Questions aux diffuseurs

- [42] Pourriez-vous décrire les éventuelles offres de gros que vous proposez à vos concurrents en vue de la diffusion de programmes télévisuels en mode analogique et/ou numérique ? S'agit-il d'une offre d'accès ou de revente ? Pouvez-vous fournir une copie des documents contractuels et/ou détailler les éléments suivants :
- la durée minimale d'engagement ;
 - les tarifs proposés pour les différentes prestations composant le service de diffusion, ainsi que leur évolution au cours des dix dernières années ;
 - l'insertion éventuelle d'une clause de révision de prix ;
 - l'insertion éventuelle d'une clause de sortie anticipée des contrats ;
 - les délais de réalisation des prestations de diffusion demandées ;
 - le temps de rétablissement du service en cas d'interruption et les pénalités qui y sont liées ?
- [43] Si vous ne proposez ou n'envisagez pas de proposer une offre de gros, est-ce pour des raisons techniques ? Commerciales ? Autres ?
- [44] Pourriez-vous fournir une estimation, pour chaque offre de gros, du coût de la prestation de gros proposée par vos concurrents ou vous ?

b. Services de diffusion de programmes radiophoniques

Questions aux éditeurs

- [45] Pouvez-vous compléter le tableau suivant ?

		2000	2001	2002	2003	2004
Part d'audience (%)	AM					
	FM					
Chiffre d'affaires (en milliers d'euros)	AM					
	FM					
Investissements (en milliers d'euros)	AM					
	FM					

c. Services de diffusion de programmes télévisuels

i. Le marché de détail

1. La distribution des programmes de télévision numérique

Questions aux éditeurs

[46] Quelles conditions faites-vous ou ferez-vous aux distributeurs pour la reprise de votre offre de programmes ?

2. La diffusion des programmes

Questions aux diffuseurs

[47] Pouvez-vous préciser les éléments techniques permettant de distinguer l'opération de diffusion de programmes télévisuels en mode analogique de celle en mode numérique ?

[48] En ce qui concerne la diffusion de la télévision numérique terrestre, pouvez-vous communiquer à l'Autorité vos objectifs, en terme de parts de marché, à court, moyen et long termes ?

Question à la société TDF

[49] Selon vous, lorsque la télévision numérique terrestre aura atteint le degré de couverture maximale de la population, quelle sera la part des sites de diffusion de télévision analogique terrestre qui ne sera pas exploitée pour diffuser les programmes de télévision numérique terrestre ?

Question aux diffuseurs de télévision numérique terrestre

[50] Quelle est ou sera la durée des contrats de diffusion ?

ii. Le marché de gros

Question à tous

[51] Souhaiteriez-vous porter à la connaissance de l'Autorité certains éléments en faveur, ou non, de la création d'un marché de gros pertinent des services de diffusion de télévision numérique terrestre ?

Questions à la société TDF

[52] Pouvez-vous exposer la structure tarifaire de l'offre dénommée « DigiSiTV » que vous proposez à vos concurrents ? Quel sont les nombres de clients actuel et prévisionnel à cette offre, à court, moyen et long termes ?

Questions aux diffuseurs autres que la société TDF

[53] Proposez-vous ou envisagez-vous de répliquer les sites de diffusion de TDF pour la diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels ? Ou à l'inverse, privilégiez-vous une solution d'accès aux sites de TDF ?

5. LA DIFFUSION SUR LES RESEAUX FILAIRES

i. La distribution de programmes

Questions aux éditeurs

- [54] Quelles conditions faites-vous aux câblo-opérateurs, aux opérateurs de télécommunications ou à de simples distributeurs pour la reprise de votre offre de programmes ?
- [55] Quelle est la durée des contrats que vous avez passés avec les distributeurs ? Cette durée a-t-elle évolué par rapport aux précédents contrats ? Quelles sont les conditions de sortie anticipée de ces contrats ? Le cas échéant, quelle est la périodicité de renégociation de vos tarifs ?

Questions aux câblo-opérateurs, opérateurs de télécommunications et distributeurs

- [56] Quelle est la durée des contrats que vous avez passés avec les différents éditeurs ? Cette durée a-t-elle évolué par rapport aux précédents contrats ? Quelles sont les conditions de sortie anticipée de ces contrats ? Quelle est la périodicité de renégociation de vos tarifs ?
- [57] Les chaînes ou radios locales sont-elles représentées dans l'offre de programmes que vous diffusez et/ou distribuez ? Si oui, quelles sont-elles ? Quelle part du bouquet représentent-elles ? Quelle est leur part d'audience ?

ii. La diffusion de programmes

Questions aux éditeurs

- [58] Quel(s) est (sont) le(s) acteur(s) qui réalise(nt) la prestation de diffusion par câble ou ADSL de vos programmes ?
- [59] Pouvez-vous compléter le tableau suivant en indiquant le montant du budget annuel (en milliers d'euros) que vous allouez à la prestation de diffusion par câble et/ou ADSL de vos programmes ?

		1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Câble	Transport										
	Diffusion										
ADSL	Transport										
	Diffusion										

Questions aux câblo-opérateurs et opérateurs de télécommunications

- [60] Quelles sont les caractéristiques de vos offres pour la diffusion de programmes radiophoniques ? Pouvez-vous fournir une copie des documents contractuels et/ou détailler les éléments suivants :
- la durée minimale d'engagement ;
 - les tarifs proposés pour les différentes prestations composant le service de diffusion, ainsi que leur évolution au cours des dix dernières années ;
 - l'insertion éventuelle d'une clause de révision de prix ;
 - l'insertion éventuelle d'une clause de sortie anticipée des contrats ;
 - les délais de réalisation des prestations de diffusion demandées ;

- le temps de rétablissement du service en cas d'interruption et les pénalités qui y sont liées ?

[61] Pouvez-vous compléter le tableau suivant en indiquant le chiffre d'affaires (en milliers d'euros) correspondant à la diffusion de programmes radiophoniques et télévisuels ?

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Radio										
TV analogique										
TV numérique										

[62] Dans quelle mesure est-il techniquement possible d'envisager le transport des programmes distribués par vos concurrents câblo-opérateurs sur votre réseau ? Est-ce économiquement envisageable ? Quelle est la bande passante maximale dans la configuration actuelle de votre réseau ?

Questions aux câblo-opérateurs

[63] Quel est le taux de numérisation des programmes diffusés par câble ?

[64] Pouvez-vous communiquer à l'Autorité des éléments de coûts relatifs à une éventuelle mise à niveau de votre réseau pour la numérisation des contenus d'une part, et les adaptations nécessaires pour proposer des offres d'accès à Internet par câble ?

[65] Pouvez-vous communiquer à l'Autorité le montant des investissements en CAPEX que vous avez consentis ces cinq dernières années ?

Questions aux opérateurs de télécommunications n'assurant pas la fonction de distribution des programmes

[66] Quelle est la durée des contrats que vous avez passés avec les distributeurs de bouquet de programmes ? Cette durée a-t-elle évolué par rapport aux précédents contrats ? Quelles sont les conditions de sortie anticipée de ces contrats ? Quelle est la périodicité de renégociation de vos tarifs ?

Questions aux distributeurs

[67] Quelle est la durée des contrats que vous avez passés en vue de la diffusion des programmes que vous distribuez ? Cette durée a-t-elle évolué par rapport aux précédents contrats ? Quelles sont les conditions de sortie anticipée de ces contrats ? Quelle est la périodicité de renégociation de vos tarifs ?

6. LA DIFFUSION PAR SATELLITE

i. Le marché de détail

1. *La distribution de programmes*

Questions aux éditeurs

- [68] Quelles conditions faites-vous aux distributeurs de bouquet pour la reprise de votre offre de programmes ?
- [69] Quelle est la durée des contrats que vous avez passés avec les distributeurs ? Cette durée a-t-elle évolué par rapport aux précédents contrats ? Quelles sont les conditions de sortie anticipée de ces contrats ? Le cas échéant, quelle est la périodicité des renégociations de vos tarifs ?

Questions aux distributeurs

- [70] Quelle est la durée des contrats que vous avez passés avec les différents éditeurs ? Cette durée a-t-elle évolué par rapport aux précédents contrats ? Quelles sont les conditions de sortie anticipée de ces contrats ? Quelle est la périodicité des renégociations de vos tarifs ?
- [71] Proposez-vous des offres destinées aux habitats collectifs ? Si oui, pouvez-vous les détailler et indiquer les tarifs applicables, ainsi que le nombre de clients ayant souscrit à ces offres ? Quel est le nombre de clients prévisionnels à court, moyen et long termes ?

2. *La diffusion de programmes*

Questions aux éditeurs

- [72] Etes-vous en relation directe avec l'opérateur qui effectue la prestation de diffusion de vos programmes ?
- [73] Quel(s) est (sont) le(s) acteur(s) qui réalise(nt) la prestation de diffusion de vos programmes par satellite ?
- [74] Pouvez-vous compléter le tableau suivant en indiquant le montant du budget annuel (en milliers d'euros) que vous allouez à la prestation de diffusion de vos programmes par satellite ?

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Budget (en milliers d'euros)										

Questions aux diffuseurs

- [75] Quelles sont les caractéristiques de vos offres pour la diffusion de programmes radiophoniques ? Pouvez-vous fournir une copie des documents contractuels et/ou détailler les éléments suivants :
- la durée minimale d'engagement ;

- les tarifs proposés pour les différentes prestations composant le service de diffusion, ainsi que leur évolution au cours des dix dernières années ;
- l'insertion éventuelle de clauses de révision de prix ;
- l'insertion éventuelle d'une clause de sortie anticipée des contrats ;
- les délais de réalisation des prestations de diffusion demandées ;
- le temps de rétablissement du service en cas d'interruption et les pénalités qui y sont liées ?

[76] Quelle est la durée des contrats que vous avez passés avec les distributeurs de bouquet de programmes ? Cette durée a-t-elle évolué par rapport aux précédents contrats ? Quelle est la périodicité de renégociation de vos tarifs ?

[77] Pouvez-vous compléter le tableau suivant en indiquant le chiffre d'affaires (en milliers d'euros) correspondant à la diffusion de programmes radiophoniques et télévisuels ?

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Radio										
Télévision										

Questions aux distributeurs

[78] Quelle est la durée des contrats que vous avez passés pour diffuser les programmes que vous distribuez ? Cette durée a-t-elle évolué par rapport aux précédents contrats ? Quelles sont les conditions de sortie anticipée de ces contrats ? Quelle est la périodicité de renégociation de vos tarifs ?

ii. Le marché de gros

Questions à tous

[79] Que pensez-vous de la création éventuelle d'un marché transnational des services de diffusion audiovisuelle par satellite ? Pouvez-vous exposer les problématiques qui vous semblent devoir être portées à l'attention du régulateur ?