

## **Télécommunications: les consommateurs et les entreprises pâtissent du manque de cohérence dans l'application de la réglementation de l'UE**

*Selon le rapport annuel de la Commission européenne sur le marché unique européen des communications électroniques, le manque de cohérence dans l'application de la réglementation de l'UE en matière de télécommunications empêche non seulement les consommateurs et les entreprises, mais aussi l'économie de l'UE dans son ensemble de profiter de tous les avantages économiques liés à un véritable marché unique et concurrentiel des télécommunications d'envergure européenne. La plupart des marchés des États membres sont devenus plus ouverts à la concurrence, mais ces marchés restent nationaux. En outre, le niveau de concurrence sur les marchés varie fortement selon les États membres. Bien que le secteur européen des télécommunications ait relativement bien résisté à la tourmente financière en 2009 (0 % de croissance, alors que l'économie de l'UE dans son ensemble connaissait un recul de 4,2 %), sa croissance va désormais dépendre d'une application cohérente des règles existantes et des investissements dans des services innovants. Dans sa stratégie numérique pour l'Europe ([IP/10/581](#)), une des initiatives phares destinées à mettre en œuvre la stratégie Europe 2020 ([IP/10/225](#)), la Commission invite instamment les entreprises du secteur des télécommunications et les gouvernements des pays de l'UE à unir leurs efforts pour mettre l'accès à l'internet à haut débit et les services de communications interactifs à la disposition de tous les citoyens et de toutes les entreprises.*

Mme Neelie Kroes, membre de la Commission chargée de la stratégie numérique, a déclaré: «La croissance rapide du haut débit mobile et la baisse des prix de l'accès à l'internet sont de bonnes nouvelles pour les consommateurs dans cette période économique difficile. Toutefois, la modestie des progrès accomplis en direction d'un véritable marché unique est source de déception. Les États membres doivent redoubler d'efforts afin que les règles en matière de télécommunications soient correctement appliquées et que les investissements nécessaires dans des services innovants soient réalisés, dans l'intérêt des 500 millions de consommateurs européens.»

## **Les marchés des télécommunications résistent à la crise économique**

Le marché européen des télécommunications a enregistré une croissance nulle en 2009, mais il s'agit d'une performance satisfaisante, dans la mesure où l'économie dans son ensemble a connu, elle, un recul de 4,2 %. Axer les efforts sur des services innovants qui connaissent une croissance rapide, tels que les services de données mobiles, pourrait permettre de stimuler le développement futur du secteur. Malheureusement, le manque de cohérence dans l'application de la réglementation de l'UE existante fragmente les marchés des télécommunications suivant les frontières nationales, privant ainsi les entreprises de l'accès à un véritable marché unique.

## **Le manque de cohérence dans la réglementation entrave la mise en place du marché unique.**

Des différences de prix substantielles persistent entre les États membres, au niveau du marché de détail comme du marché de gros. Dans les États membres où les tarifs sont les plus élevés, les prix de détail des appels mobiles sont plusieurs fois supérieurs aux prix constatés dans les pays où les prix sont les plus bas, par exemple 4 centimes d'euro la minute en Lettonie contre 24 centimes d'euro à Malte.

Cette situation s'explique, en partie, par la diversité des approches réglementaires dans l'UE. Les consommateurs et les entreprises sont toujours confrontés à 27 marchés nationaux fragmentés. Les autorités réglementaires nationales repoussent souvent, parfois de plusieurs années, l'application des règles de l'UE. Par exemple, sur les marchés de gros du haut débit, certains régulateurs nationaux contrôlent les réseaux de fibre optique des opérateurs historiques alors que d'autres ne réglementent que la technologie classique par fils de cuivre. La réglementation des marchés de gros du haut débit modèle le paysage concurrentiel et est donc déterminante pour le prix et la qualité des produits à haut débit proposés aux consommateurs et aux entreprises.

Il est indispensable que les règles en matière de télécommunications soient appliquées de manière cohérente si l'on veut favoriser le déploiement d'infrastructures demandant des investissements importants, telles que les réseaux d'accès de nouvelle génération (NGA). Comme l'indique la stratégie numérique, la Commission adoptera une recommandation relative aux réseaux NGA avant la fin de l'année.

Le nouvel organe des régulateurs européens des communications électroniques (ORECE) assistera la Commission dans ses travaux visant à faire disparaître les disparités qui subsistent et à veiller à ce que les États membres appliquent les règles de l'UE de manière cohérente.

## **L'utilisation de l'internet à haut débit est en hausse**

Pour le service fixe à haut débit, le taux de pénétration moyen par habitant en Europe atteignait 24,8 % en janvier 2010, soit plus de 123 millions de lignes. Les Pays-Bas et le Danemark occupent les premières places du classement mondial en ce qui concerne la pénétration du haut débit. En effet, près de 40 % de la population de ces pays bénéficie d'un accès à l'internet à haut débit. Le taux de pénétration du haut débit mobile a presque doublé dans l'UE entre janvier 2009 et janvier 2010, puisqu'il est passé à 5,2 %. En Finlande, au Portugal et en Autriche, ce taux de pénétration est supérieur à 15 %.

Avec la hausse de la demande de services internet à haut débit mobiles, la pression sur cette ressource limitée que constitue le spectre radioélectrique va s'accroître. En effet, l'augmentation du trafic de données nécessitera une capacité plus élevée.

La stratégie numérique contient des mesures spécifiques destinées à garantir à tous les Européens une couverture en haut débit totale au plus tard en 2013. Elle prévoit également un programme sur la politique européenne du spectre radioélectrique, qui permettra d'assurer que les fréquences libérées à la suite de l'abandon de la radiodiffusion analogique au profit de la radiodiffusion numérique (le «dividende numérique») seront mises à la disposition de nouveaux services, notamment le haut débit mobile.

### **Baisse des prix pour les consommateurs**

Les prix des connexions internet ont baissé en 2009 grâce au développement des offres à prix forfaitaires et à l'augmentation des vitesses de connexion à haut débit. Pour les consommateurs de l'UE, le prix moyen d'un appel mobile a baissé de 7 % par rapport à 2008, puisque le prix moyen par minute s'établit à 13 centimes d'euro au lieu de 14 centimes d'euro. Les consommateurs peuvent changer d'opérateur en conservant leur numéro de téléphone plus rapidement que par le passé. Le délai nécessaire était en effet de 4,1 jours pour un numéro mobile (contre 8,5 jours en 2008) et de 6,5 jours pour un numéro fixe (contre 7,5 jours en 2008). Même si des progrès ont été accomplis, il faudra déployer davantage d'efforts pour atteindre l'objectif du délai d'un jour fixé par les règles de l'UE en matière de télécommunications de 2009 ([MEMO/09/568](#)).

**Un dossier de presse contenant le 15<sup>e</sup> rapport d'avancement sur le marché unique européen des communications électroniques de 2009 ainsi que des résumés par pays de l'UE est disponible à l'adresse suivante:**

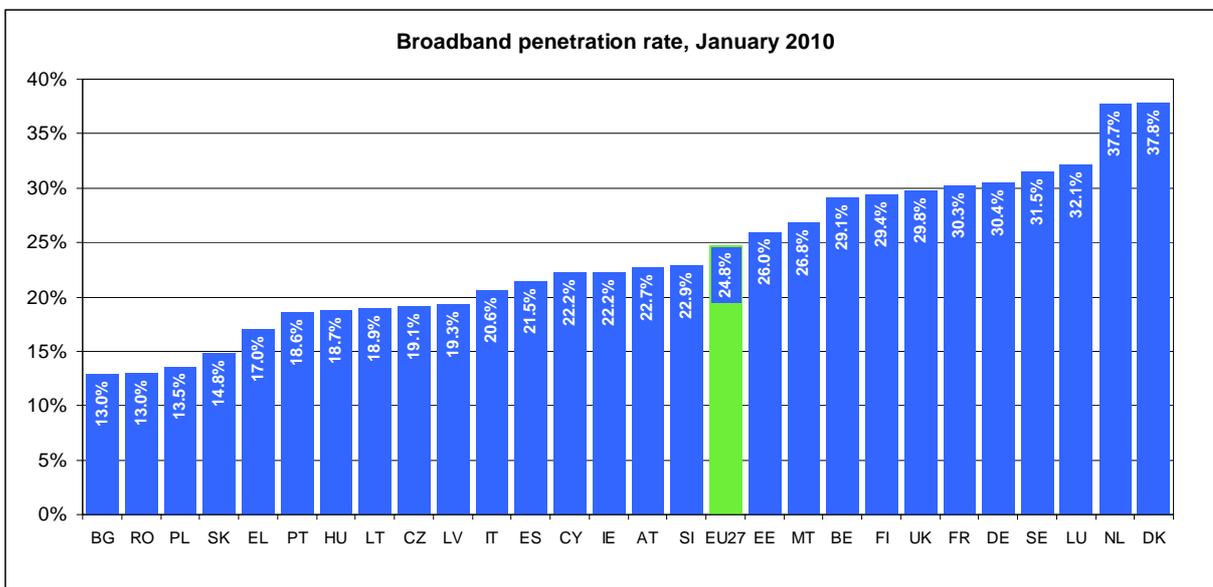
[http://ec.europa.eu/information\\_society/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item\\_id=5827](http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=5827)

Pour de plus amples informations, voir le [MEMO/10/211](#).

**Selected charts from the Commission's  
Single Telecoms Market Progress Report 2009**

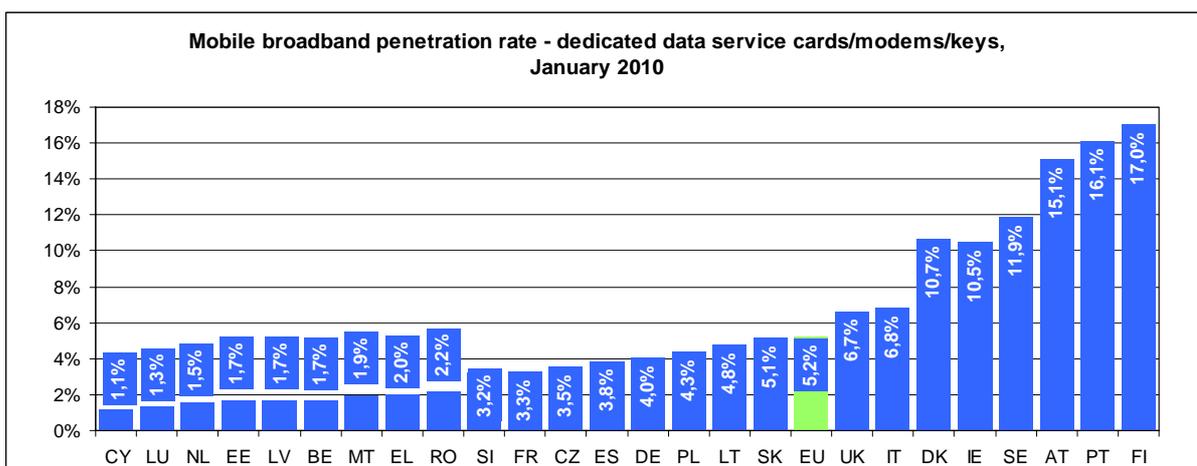
**Status of broadband take-up in the EU**

(Broadband means an always-on Internet connection with a bandwidth capacity of at least 144 kilobits per second)

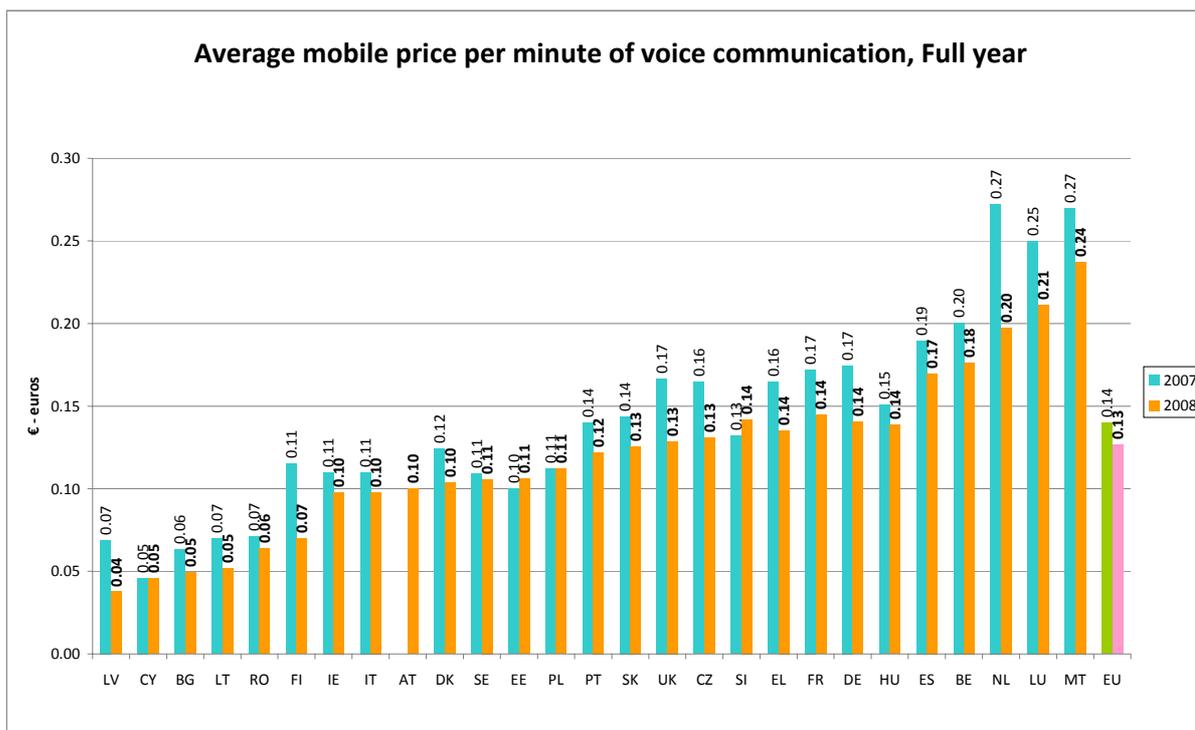


**Mobile broadband penetration**

(Mobile broadband refers to a wireless high-speed Internet connection via data cards and dongles that can be plugged in laptops, and does not include active mobile users accessing advanced data services via their handset)



## Consumer prices for mobile calls



**Germany:** Revenues are estimated and include service provider's revenues and revenues from basic charges. Value added services are not included (both minutes and revenues). Revenues include partially other services.

**Luxembourg:** Revenue includes all types of outgoing traffic (including international and in particular outgoing roaming) and revenues from basic/subscription charges.

**The Netherlands:** Revenues include other retail revenues like revenues for subscriptions, SIM cards and registration.

**Austria:** The values without the inclusion of the flat rates revenues are:

2007: €0.07

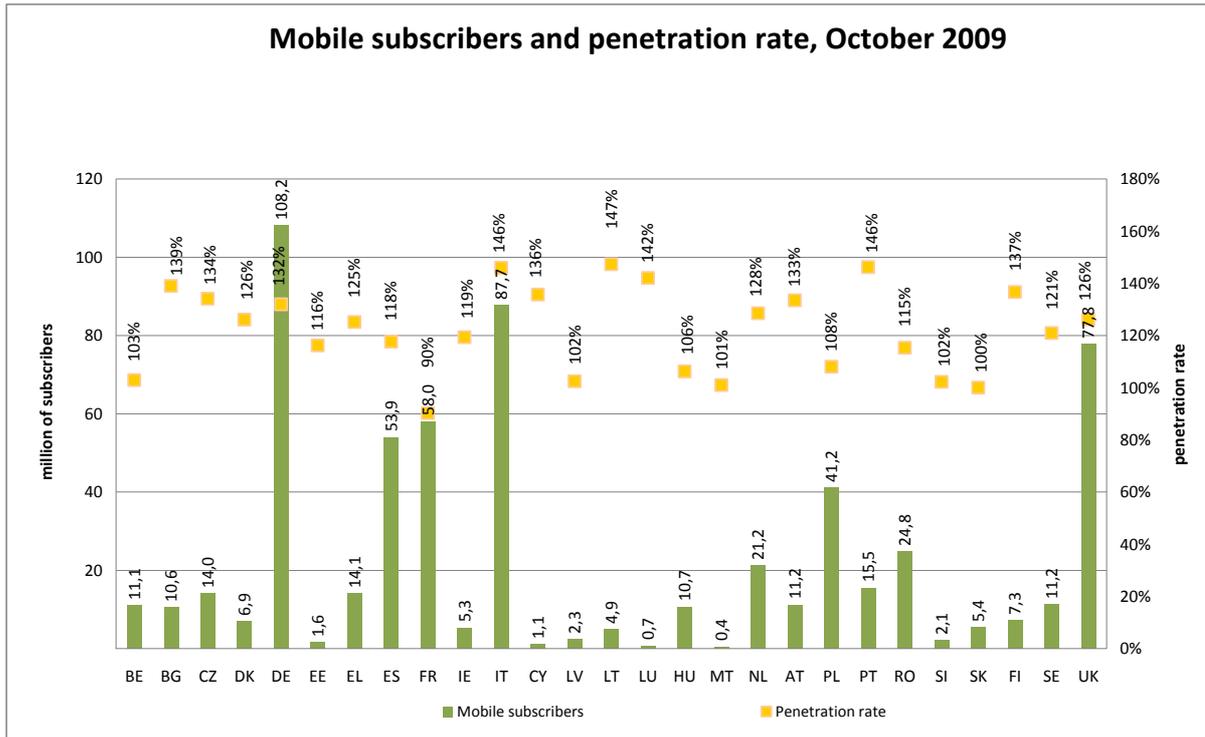
2008: €0.06

Q2/2009: €0.06

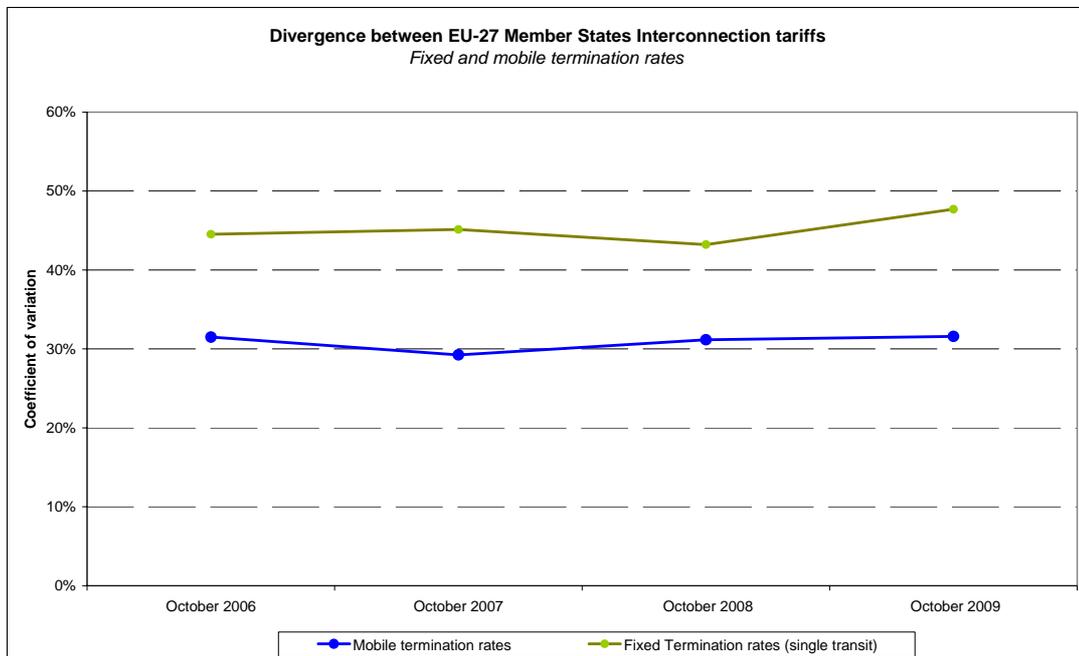
**Slovenia:** Revenues include access charges (i.e. monthly subscription fees not including connections fees). Monthly subscriptions for bundled services may in addition to free voice minutes include also free SMS, MMS, data services, etc. Retail roaming is also included.

**United Kingdom:** Revenues are estimated and include revenue from contract line rental fees and inclusive calls, texts and mobile data services.

## Mobile penetration rate

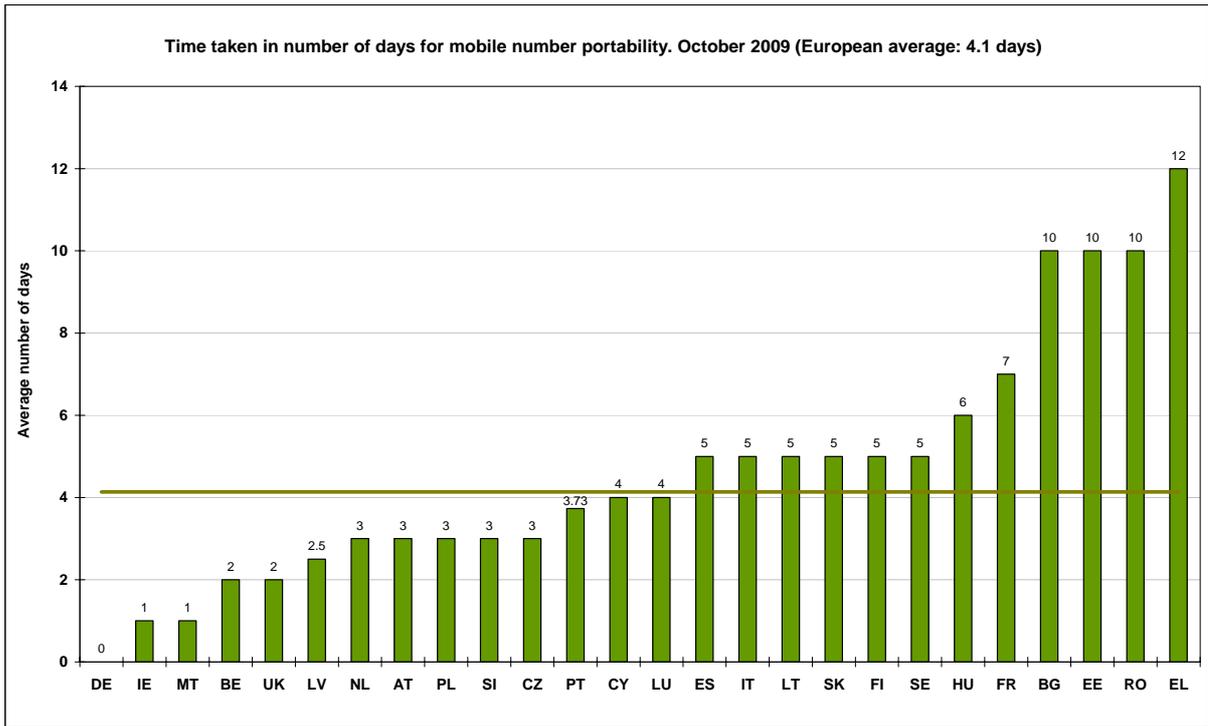


## Increasing price differences across the EU at wholesale level



### Mobile number portability

(= consumers switching the mobile operator while being able to keep their number)



### Fixed number portability

(= consumers switching the fixed operator while being able to keep their number)

