

**Avis n° 2012-1455**  
**de l’Autorité de régulation des communications électroniques et des postes**  
**en date du 13 novembre 2012**  
**sur la demande d’avis de l’Autorité de la concurrence**  
**relatif à la situation des opérateurs de réseaux mobiles virtuels (MVNO)**  
**sur le marché français de la téléphonie mobile**

**Document non confidentiel**

Les passages relevant du secret des affaires ont été remplacés par la mention [...].

L’Autorité de régulation des communications électroniques et des postes ;

Vu le code des postes et des communications électroniques et notamment son article L. 36-10 ;

Vu l’arrêté du 29 juillet 2009 relatif aux modalités et aux conditions d’attribution d’une autorisation en France métropolitaine pour un système mobile de troisième génération ;

Vu l’arrêté du 23 février 2010 relatif aux modalités et aux conditions d’attribution d’autorisations d’utilisation de fréquences dans la bande 2,1 GHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un système mobile de troisième génération ;

Vu l’arrêté du 14 juin 2011 relatif aux modalités et aux conditions d’attribution d’autorisations d’utilisation de fréquences dans les bandes 800 MHz et 2,6 GHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un système mobile terrestre ;

Vu l’avis n° 2008-0702 de l’Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 24 juin 2008 sur la demande d’avis du Conseil de la concurrence portant sur les freins au développement des opérateurs mobiles virtuels sur le marché de détail de la téléphonie mobile ;

Vu l’avis 08-A-16 du 30 juillet 2008 du Conseil de la concurrence relatif à la situation des opérateurs mobiles virtuels (MVNO) sur le marché français de la téléphonie mobile ;

Vu la décision n° 2009-0610 de l’Autorité en date du 16 juillet 2009 proposant au ministre chargé des communications électroniques les modalités et les conditions d’attribution d’une autorisation d’utilisation de fréquences dans la bande 2,1 GHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un système mobile de troisième génération ;

Vu la décision n° 2009-1067 de l'Autorité en date du 17 décembre 2009 relative au compte rendu et au résultat de la procédure d'attribution d'une autorisation en France métropolitaine pour un système mobile de troisième génération ;

Vu la décision n° 2010-0043 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 12 janvier 2010 autorisant la société Free Mobile à utiliser des fréquences pour établir et exploiter un réseau radioélectrique de troisième génération ouvert au public ;

Vu la décision n° 2010-0199 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 11 février 2010 proposant au ministre chargé des communications électroniques les modalités et les conditions d'attribution d'autorisations d'utilisation de fréquences dans la bande 2,1 GHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un réseau radioélectrique de troisième génération ouvert au public ;

Vu la décision n° 2010-0633 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 8 juin 2010 autorisant la société française du radiotéléphone à utiliser des fréquences pour établir et exploiter un réseau radioélectrique de troisième génération ouvert au public ;

Vu la décision n° 2010-0634 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 8 juin 2010 autorisant la société Orange France à utiliser des fréquences pour établir et exploiter un réseau radioélectrique de troisième génération ouvert au public ;

Vu la décision n° 2011-0598 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 31 mai 2011 proposant au ministre chargé des communications électroniques les modalités et les conditions d'attribution d'autorisations d'utilisation de fréquences dans la bande 2,6 GHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un réseau radioélectrique mobile ouvert au public ;

Vu la décision n° 2011-0600 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 31 mai 2011 proposant au ministre chargé des communications électroniques les modalités et les conditions d'attribution d'autorisations d'utilisation de fréquences dans la bande 800 MHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un réseau radioélectrique mobile ouvert au public ;

Vu la décision n° 2011-1168 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 11 octobre 2011 autorisant la société Bouygues Telecom à utiliser des fréquences dans la bande 2,6 GHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un réseau radioélectrique mobile ouvert au public ;

Vu la décision n° 2011-1169 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 11 octobre 2011 autorisant la société Free Mobile à utiliser des fréquences dans la bande 2,6 GHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un réseau radioélectrique mobile ouvert au public ;

Vu la décision n° 2011-1170 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 11 octobre 2011 autorisant la société Orange France à utiliser des fréquences dans la bande 2,6 GHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un réseau radioélectrique mobile ouvert au public ;

Vu la décision n° 2011-1171 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 11 octobre 2011 autorisant la société française du radiotéléphone à utiliser des fréquences dans la bande 2,6 GHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un réseau radioélectrique mobile ouvert au public

Vu la décision n° 2012-0037 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 17 janvier 2012 autorisant la société Bouygues Telecom à utiliser des fréquences dans la bande 800 MHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un réseau radioélectrique mobile ouvert au public ;

Vu la décision n° 2012-0038 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 17 janvier 2012 autorisant la société Orange France à utiliser des fréquences dans la bande 800 MHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un réseau radioélectrique mobile ouvert au public ;

Vu la décision n° 2012-0039 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 17 janvier 2012 autorisant la société française du radiotéléphone à utiliser des fréquences dans la bande 800 MHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un réseau radioélectrique mobile ouvert au public ;

Vu la demande d'avis de l'Autorité de la concurrence enregistrée le 19 septembre 2012 par laquelle l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes a été saisie des freins au développement des MVNO sur le marché de détail de la téléphonie mobile ;

Après en avoir délibéré le 13 novembre 2012 ;

## **I. La saisine**

Par une lettre en date du 10 septembre 2012, l'association Alternative Mobile<sup>1</sup> a saisi l'Autorité de la concurrence d'une demande d'avis concernant le fonctionnement concurrentiel des marchés de gros et de détail de la téléphonie mobile en France.

Il est ainsi demandé à l'Autorité de la concurrence de rendre un avis concernant le fonctionnement concurrentiel des marchés de gros et de détail de la téléphonie mobile en France, notamment en examinant le niveau des prix de gros au regard des prix de détail pratiqués par les opérateurs et, plus largement, en éclairant les acteurs du marché et le régulateur sur les mesures à apporter en vue de permettre aux MVNO d'animer réellement la concurrence sur le marché de détail de la téléphonie mobile.

Par une lettre enregistrée en date du 19 septembre 2012, l'Autorité de la concurrence a communiqué pour avis cette saisine à l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes, (ci-après « l'Autorité » ou « l'ARCEP »).

---

<sup>1</sup> Association regroupant les opérateurs mobile virtuels suivants : Afone, Auchan Télécom, Carrefour Interactive, Coriolis Télécom, Lebara, NRJ Mobile, Omea Télécom, Ortel Mobile, Prixtel et Transatel

## **II. Introduction**

Né au début des années 90, le marché de la téléphonie mobile grand public métropolitain<sup>2</sup> comprend un nombre réduit d'opérateurs de réseau, tenant à la rareté des ressources en fréquences employées pour fournir le service et aux très fortes économies d'échelle. Il est dominé par trois opérateurs de réseau (Orange France, SFR et Bouygues Telecom) présents depuis le début des années 90, et a récemment vu apparaître, début 2012, un quatrième opérateur de réseau (Free Mobile). Par ailleurs, les opérateurs mobiles virtuels (MVNO), utilisant totalement ou en partie le réseau d'un des opérateurs susmentionnés, sont entrés sur le marché mobile métropolitain à compter de 2005.

Le marché mobile métropolitain présente un taux de pénétration actif à mi-2012 de 104% et un parc en croissance nette de plus de 6,5% en glissement annuel.

Le marché a récemment connu plusieurs évolutions significatives successives :

- l'émergence, courant 2010, des offres dite « éco », vendues sans terminal (ou « SIM only »), puis courant 2011, des offres sans engagement, allant donc à rebours des pratiques historiques basées sur des offres avec engagement (12 ou 24 mois) et subvention du terminal ayant pour but la rétention et la montée en gamme d'une clientèle existante plutôt que l'acquisition de nouveaux clients ;
- l'anticipation, par les opérateurs de réseau historiques, du lancement des offres commerciales de Free Mobile, prévu en janvier 2012 avec le lancement courant 2011 des secondes marques des opérateurs (B& You pour Bouygues Telecom, Sosh pour Orange France et Red pour SFR) ;
- le lancement commercial de Free Mobile en janvier 2012, avec deux offres très compétitives, sans engagement et sans terminal.

Dans un tel contexte caractérisé par une dynamique concurrentielle renouvelée et une explosion de l'internet mobile, les opérateurs virtuels s'interrogent sur le rôle qu'ils peuvent encore jouer dans l'animation concurrentielle du marché par les services, notamment compte tenu des conditions tarifaires et techniques auxquelles ils font face sur le marché de gros.

Dans le cadre du présent avis, l'Autorité va s'attacher, dans un premier temps, à présenter les évolutions récentes survenues sur le marché de détail ainsi que sur le marché de gros, pour analyser, dans un second temps, les conditions tarifaires et techniques de gros actuelles et leurs effets éventuels sur le rôle concurrentiel joué par les MVNO sur le marché de détail mobile grand public métropolitain.

---

<sup>2</sup> L'ensemble du présent avis porte principalement sur le marché mobile grand public métropolitain. L'Autorité présentera brièvement la situation sur les marchés mobiles d'outre-mer où le développement d'opérateurs mobiles virtuels y est quasiment sans objet du fait de l'absence de rareté des fréquences et des faibles barrières à l'entrée sur le marché de détail qui en découle contrairement à la métropole. Le marché entreprise ne sera également que brièvement abordé étant donné que l'Autorité dispose de nettement moins d'éléments d'appréciation que pour le marché grand public.

### **III. Le marché de la téléphonie mobile**

#### **III.1 Eléments généraux**

##### ***III.1.1 Les services mobiles***

Les services de téléphonie mobile offerts sur le marché de détail comprennent principalement la voix et les SMS, mais aussi les prestations d'échange de données (ou « data »), dont l'usage s'est fortement développé ces dernières années.

La téléphonie mobile s'est historiquement développée avec des offres de service de téléphonie vocale. Ces services demeurent au cœur de l'offre des opérateurs mobiles métropolitains à la fois en termes d'importance dans la facture et de critères de choix des consommateurs. Si les communications vocales concernent principalement les appels nationaux, il convient de souligner que les appels vers l'international se développent fortement, notamment grâce aux offres prépayées des MVNO dits « ethniques ». Les appels vers l'international ont ainsi représenté 3,6% des appels mobiles sortants au deuxième trimestre 2012 contre 1,4% quatre ans auparavant.

Le nombre de SMS émis est en forte augmentation annuelle et a atteint environ 15 milliards d'unités par mois au premier semestre 2012. Au-delà des échanges interpersonnels, les SMS servent également de support d'informations ciblées par les opérateurs mobiles ou autres prestataires de services à destination de leurs clients. L'essor des SMS, aujourd'hui considérés comme un service mobile indispensable, est fortement lié au développement des offres incluant une composante d'abondance pour ces derniers.

Les prestations d'échange de données concernent principalement l'utilisation de l'internet sur téléphone mobile, qui représente aujourd'hui la majorité du volume de données échangées sur les réseaux mobiles. Les principales utilisations de l'internet mobile sont les communications interpersonnelles (email, messagerie instantanée, réseaux sociaux), la navigation sur internet, le visionnage de vidéos en streaming et la consultation d'applications mobiles (actualité, jeux, banque, *m-commerce*...). Par ailleurs, des services d'échange de données « historiques », tels que les MMS ou les usages non-vocaux à valeur ajoutée (sonneries, fonds d'écran), continuent d'exister, mais dans une moindre mesure.

L'Autorité note qu'en décembre 2011, 47% des possesseurs de téléphone mobile ont utilisé au moins un service utilisant de la data (e-mail, MMS, portails des opérateurs ou sites internet). De plus, les utilisateurs des réseaux mobiles de 3<sup>ème</sup> génération (3G) progressent de 5 à 6 millions chaque année. Enfin, l'accès à internet par le mobile, rendu notamment possible par une pénétration croissante des *smartphones*, se développe rapidement avec une multiplication par trois des volumes de données consommées, de 7021 To à 21462 To par trimestre, en deux ans (entre les deuxièmes trimestres 2010 et 2012).

### **III.1.2 Les acteurs sur le marché**

#### **III.1.2.1 Les opérateurs de réseau mobiles métropolitains**

En métropole, seul territoire national comprenant des opérateurs virtuels, trois opérateurs mobiles exploitent chacun un réseau mixte GSM/UMTS (Orange, SFR et Bouygues Telecom) et un opérateur exploite un réseau UMTS (Free Mobile). Entre octobre 2011 et janvier 2012, ces opérateurs se sont également vus attribuer des fréquences dans les bandes 800 MHz<sup>3</sup> et/ou 2,6 GHz<sup>4</sup> pour déployer un réseau à très haut débit mobile, qui n'est, à ce jour, pas encore commercialisé

La société Orange France est ainsi autorisée à utiliser les fréquences dans les bandes 800 MHz, 900 MHz, 1800 MHz, 2,1 GHz et 2,6 GHz pour établir et exploiter un réseau radioélectrique mobile ouvert au public sur l'ensemble du territoire métropolitain.

La société française du radiotéléphone (SFR) est ainsi autorisée à utiliser les fréquences dans les bandes 800 MHz, 900 MHz, 1800 MHz, 2,1 GHz et 2,6 GHz pour établir et exploiter un réseau radioélectrique mobile ouvert au public sur l'ensemble du territoire métropolitain.

La société Bouygues Telecom est ainsi autorisée à utiliser les fréquences dans les bandes 800 MHz, 900 MHz, 1800 MHz, 2,1 GHz et 2,6 GHz pour établir et exploiter un réseau radioélectrique mobile ouvert au public sur l'ensemble du territoire métropolitain.

La société Free Mobile est ainsi autorisée à utiliser les fréquences dans les bandes 900 MHz, 2,1 GHz et 2,6 GHz pour établir et exploiter un réseau radioélectrique mobile ouvert au public sur l'ensemble du territoire métropolitain.

#### **III.1.2.2 Les opérateurs virtuels métropolitains**

Les opérateurs virtuels fournissent sous leur propre responsabilité des services mobiles sans disposer de ressources en fréquences et donc de réseau radio. Le terme « opérateur » renvoie au fait que le fournisseur est effectivement responsable du service de détail qu'il conçoit et commercialise en toute indépendance ; le terme « virtuel » renvoie au fait que le fournisseur, n'ayant pas d'infrastructures radio en propre, doit conclure un accord d'accès avec un opérateur de réseau, alors appelé « opérateur hôte ». Les opérateurs virtuels sont couramment désignés par l'acronyme de MVNO (*mobile virtual network operator*).

Les termes de l'accord d'accès traduisent notamment le degré d'autonomie de l'opérateur virtuel vis-à-vis de son opérateur hôte (durée du contrat, propriété des cartes SIM, de la clientèle, éléments de cœur de réseau, etc.). Dans les différents pays où des opérateurs virtuels se sont développés, ces accords ont pu être signés, selon les cas, sur des bases uniquement commerciales ou *via* l'intervention de la puissance publique.

Les MVNO acheteurs de prestations de gros exercent une concurrence par les services en tant qu'opérateurs à part entière, dans la mesure où ils fournissent leurs propres offres de services de communication électronique sur le marché de détail, reposant sur des prestations de gros mais indépendantes de leurs opérateurs hôtes.

---

<sup>3</sup> Bouygues Telecom, Orange France et SFR

<sup>4</sup> Bouygues Telecom, Free Mobile, Orange France et SFR

En France, à l'exception de la société Transatel, l'apparition de fournisseurs de services sans réseau radio sur la base de négociations commerciales avec les opérateurs mobiles a été inexistante avant juin 2004, en dépit de demandes, notamment de la part de Tele2 dès la fin 2002.

Les premiers accords ont donc été signés en juin 2004 entre SFR et Debitel, puis en juillet 2004 entre Omer Telecom SAS et Orange France, suivis par une vague de nouveaux accords signés entre 2005 et 2008. Ainsi, d'autres accords de MVNO ont été signés en 2005 (NRJ Mobile et SFR, Neuf Telecom et SFR, Tele2 et Orange France, Coriolis et SFR, Saham Telecom et SFR), en 2006 (Auchan Telecom et SFR, Carrefour Hypermarché SAS et Orange France, Altitude Telecom et Bouygues Telecom, Afone et SFR), puis en 2007 (Noos-Numéricable et Bouygues Telecom) et 2008 (Auchan Télécom et Bouygues Telecom, NRJ Mobile et Orange France).

Il convient toutefois de noter que deux opérateurs virtuels, Debitel et Ten Mobile, ont fait l'objet courant 2008 d'opérations de rachat par leurs opérateurs hôtes respectifs, à savoir SFR, d'une part, et Orange France, d'autre part. De même, Neuf mobile est inclus dans le périmètre des actifs de Neuf Télécom ayant fait l'objet d'une prise de contrôle par SFR.

Par ailleurs, les sociétés Transatel (en 2007) et Sisteer (en 2009) ont respectivement signé un contrat d'agrégateur avec Bouygues Telecom et SFR. Un agrégateur (ou « MVNA ») achète les prestations de gros (voix, SMS, Data) à un opérateur de réseau pour les revendre à des opérateurs virtuels, sans que ces derniers n'aient besoin de signer de contrat directement avec un opérateur de réseau. Récemment, la société Alphalink a signé un contrat similaire avec SFR. Ce modèle a permis le développement de plusieurs MVNO qui, après avoir acquis une taille critique, ont pu contractualiser directement avec un opérateur de réseau. Ce fut notamment le cas de Prixtel en 2009.

En 2010 et 2011, l'arrivée de Lebara et Lycamobile, opérant sur le réseau de Bouygues Telecom, dynamise le marché des MVNO avec un modèle économique sur le marché de détail orienté vers les communications internationales et visant spécifiquement les étrangers ou les Français d'origine étrangère. Ces opérateurs sont communément qualifiés d'« ethniques ». Lebara et Lycamobile se sont également démarqués de leurs concurrents, qu'ils soient opérateurs de réseau (les MNO) ou MVNO, en proposant majoritairement des offres dites « *sim-only* » vendues sans terminaux ou avec des terminaux non subventionnés.

L'année 2011 a marqué le développement d'un nouveau modèle économique de gros pour certains MVNO avec la signature de contrats full-MVNO. Ainsi, Lycamobile, Virgin Mobile et NRJ Mobile sont devenus les premiers full-MVNO en disposant d'une partie du cœur de réseau (a minima la base de données de localisation des abonnées « HLR »). En tant que tels, ils n'achètent à leur opérateur hôte qu'une prestation d'accès à la boucle locale radio pour les appels ou SMS entrants et sortants, maîtrisant complètement leur interconnexion avec les opérateurs tiers. En disposant d'une infrastructure en propre, moyennant un investissement certain, les *full-MVNO* bénéficient d'une plus grande autonomie commerciale et technique.

L'Autorité relève par ailleurs que quelques ventes ou acquisitions d'opérateur virtuel ont eu lieu sur le marché métropolitain. On peut notamment rappeler que KPN France a vendu sa marque Simyo à Bouygues Telecom<sup>5</sup> (qui était l'opérateur hébergeur de KPN France), que

---

<sup>5</sup> KPN continue par ailleurs son activité de MVNO en France via sa marque Ortel Mobile

Bouygues Telecom a racheté DartyBox et DartyMobile et que Carrefour Mobile a cédé son activité à Orange France, devenant ainsi une licence de marque de ce dernier.

Ainsi, à ce jour, la liste des MVNO ou MVNA (agrégateur) en activité, présentée par leur marque sur le marché de détail, est la suivante:

MVNO	Opérateur hôte	Lancement commercial	Parc au T2 2012
Afone (Afone Mobile et Leclerc Mobile)	SFR	2007	[...]
Alphalink (MVNA)	SFR	-	
Auchan Telecom	SFR et Bytel	2009	[...]
Bazile Telecom	OF	2009	[...]
Buzz Mobile (ex Mobisud)	SFR	2006	[...]
Coriolis (Coriolis Mobile, Saint-Hubert Mobile)	SFR	2006	[...]
KPN (Ortel Mobile)	OF		[...]
France Télécom	OF	2009	[...]
Futur Telecom	SFR	2006	-
IC Telecom	SFR	2011	[...]
La Poste Mobile	SFR	2006	[...]
Lebara Mobile	Bytel	2010	[...]
Legos	SFR	-	-
LTI Telecom	SFR	2011	-
Lycamobile	Bytel	2011	[...]
Mundio Mobile (Delight Mobile, Vectone)	SFR	-	-
NRJ Mobile (NRJ Mobile, CIC Mobile, Crédit Mutuel Mobile)	OF et SFR	2005	[...]
Numericable	Bytel	2008	[...]
Oméa Telecom (Breizh Mobile, Casino Mobile, Télé 2 Mobile, Virgin Mobile)	OF et SFR	2004	[...]
Prixtel	SFR	2009	[...]
SCT Telecom	SFR et Bytel	2010	[...]
SISTEER (MVNA)	SFR	2009	[...]
SNBL (Joe Mobile)	SFR	2012	-
Symacom	OF	2009	[...]
Transatel (MVNO et MVNA)	OF	2002	[...]

Source : données ARCEP

Ces MVNO sont indépendants des opérateurs de réseau à l'exception de Joe Mobile et Buzz Mobile (SFR).

### ***III.1.3 Interventions des pouvoirs publics sur le marché de détail***

#### ***III.1.3.1 Contexte avant 2008***

Le rapport de M. Philippe NASSE<sup>6</sup>, vice-président du Conseil de la concurrence, réalisé en 2005, a fait ressortir que, eu égard aux freins existants pour changer de prestataire de service, le secteur des communications électroniques présentait des coûts de sortie très importants, restreignant par voie de conséquence la fluidité du marché et limitant ainsi son animation concurrentielle, en particulier sur le segment de la téléphonie mobile.

En effet, la lenteur et la complexité pour obtenir la portabilité du numéro, les durées d'engagement élevées, le subventionnement des terminaux (dégradant la transparence tarifaire), le verrouillage des terminaux ou encore les délais de résiliation trop longs, ont ainsi été identifiés comme constituant des barrières à la sortie artificiellement élevées au regard de leur justification économique. Ces indicateurs traduisaient l'existence de coûts de sortie significatifs sur le marché mobile permettant aux opérateurs de pratiquer des prix supra-concurrentiels.

Pour y remédier, il est apparu nécessaire d'améliorer l'information des consommateurs. L'objectif était de rompre le cercle vicieux qui voyait l'absence de concurrence permettre d'élever abusivement les coûts de sortie pour passer de la fidélisation de la clientèle à sa capture, la captivité de cette clientèle permettant d'augmenter les coûts de sortie.

A cette fin, les premiers travaux de l'ARCEP et des pouvoirs publics ont principalement portés sur l'amélioration de la procédure de portabilité du numéro<sup>7</sup>, la réduction des préavis de résiliations ainsi que l'amélioration de la transparence (ex. des Fiches d'Information Standardisées)<sup>8</sup>.

#### ***III.1.3.2 La loi Chatel et les propositions de l'ARCEP***

Face à ce constat, le Parlement a adopté la loi n°2008-3 du 3 janvier 2008, pour « le développement de la concurrence au service des consommateurs » (ci-après « loi Chatel »), adoption au cours de laquelle l'ARCEP fut amenée à donner un avis<sup>9</sup>. L'article 17 de la loi<sup>10</sup> a

---

<sup>6</sup> Rapport sur les « coûts de sortie », Philippe NASSE, 22 septembre 2005.

<sup>7</sup> Dernière décision de l'ARCEP : Décision n°2012-0576 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 10 mai 2012 précisant les modalités d'application de la conservation des numéros mobiles

<sup>8</sup> CNC, avis du 15 mars 2006 relatif à la mise à disposition des fiches d'information standardisées dans les communications électroniques. Cet avis a été modifié par l'avis du 30 novembre 2011 portant sur l'amélioration de la compréhension des services d'internet mobile par le consommateur.

<sup>9</sup> Avis n° 06-0847 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes, en date du 7 septembre 2006, sur trois articles du projet de loi en faveur des consommateurs et relatifs au secteur des communications électroniques.

<sup>10</sup> En particulier, aux termes de l'article L. 121-84-6 du code de la consommation : « *Tout fournisseur de services subordonnant la conclusion ou la modification des termes d'un contrat qui régit la fourniture d'un service de communications électroniques à l'acceptation par le consommateur d'une clause contractuelle imposant le respect d'une durée minimum d'exécution du contrat de plus de douze mois est tenu : 1° De proposer simultanément la même offre de services assortie d'une durée minimum d'exécution du contrat n'excédant pas douze mois, selon des modalités commerciales non disqualifiantes ; 2° D'offrir au consommateur la possibilité de résilier par anticipation le contrat à compter de la fin du douzième mois suivant l'acceptation d'une telle*

introduit, dans le code de la consommation, les articles L.121-84-6 et L.121-84-7, visant à améliorer la fluidité du marché de détail des communications électroniques. En application de ces dispositions, entrées en vigueur le 1er juin 2008, pour toute offre ayant une durée d'engagement de plus de douze mois, les opérateurs ont l'obligation de proposer simultanément la même offre avec un engagement de douze mois maximum, selon des modalités commerciales « non disqualifiantes ». Les consommateurs doivent également avoir la possibilité de résilier leur contrat par anticipation, à compter de la fin du douzième mois, moyennant le paiement d'au plus le quart du montant total restant à payer jusqu'à la fin de l'engagement. Les opérateurs ont par ailleurs l'obligation de ne facturer au consommateur que les frais correspondant aux coûts qu'ils ont effectivement encourus au titre de sa résiliation (sans préjudice de l'engagement restant à courir) ; de plus, ces frais de résiliation ne sont exigibles que s'ils ont été explicitement prévus par le contrat et dûment justifiés.

En 2010, l'ARCEP a fait le constat que le jeu concurrentiel restait limité sur le marché de la téléphonie mobile. Au premier semestre 2011, elle a dressé, à la demande du Parlement, un bilan de l'application de l'article 17 de la loi Chatel au premier semestre 2011. L'Autorité y indique qu'il est délicat de mesurer l'impact direct et spécifique des dispositions introduites par la loi Chatel sur la fluidité du marché mobile. En effet, si la fluidification du marché ne s'accompagne pas d'un renforcement du dynamisme concurrentiel, la faculté qu'ont les consommateurs de changer d'opérateur ne reste que théorique.

L'Autorité avait ainsi relevé les faits suivants :

- une très légère augmentation des résiliations provenant de clients engagés auprès de leur opérateur<sup>11</sup>,
- la croissance du marché de la téléphonie mobile grand public s'orientant de plus en plus vers des contrats de type post-payé, représentant 65% des contrats d'abonnement à fin 2009,
- un manque de fluidité de ce segment du post-payé compte tenu de durées d'engagement longues, voire rigides, avec toujours de plus en plus de clients sous engagement :
  - les ventes brutes d'abonnements post-payés avec engagement représentant 98% des ventes brutes d'abonnement post-payées, parmi lesquelles 73% correspondaient à un engagement supérieur à 1 an,
  - un plus grand nombre de ventes d'offres post-payées avec engagement et, en particulier un engagement long, se traduit mécaniquement par une dégradation du parc d'abonnés libre d'engagement, qui ne représentait plus que 20% au début de l'année 2010. En conséquence, 80 % des abonnés post-payés étaient engagés auprès de leur opérateur mobile depuis plus d'un an.

A la suite de ce rapport, l'Autorité a poursuivi ses analyses et publié, en février 2011, 30 propositions<sup>12</sup> visant à améliorer les offres de services de communications électroniques, les propositions 7 à 12 ayant pour but d'améliorer, au bénéfice des consommateurs, la fluidité du marché de la téléphonie mobile :

---

*clause moyennant le paiement par le consommateur d'au plus le quart du montant dû au titre de la fraction non échue de la période minimum d'exécution du contrat »*

<sup>11</sup> Augmentation de 44% fin 2007 à 48% fin 2009, niveau qui prend notamment en compte les résiliations liées au *churn* interne et les résiliations à l'initiative de l'opérateur

<sup>12</sup> Propositions et recommandations visant à « Améliorer les offres faites aux consommateurs de services de communications électroniques et postales », Février 2011

- la proposition n° 7 portant sur une meilleure information du consommateur sur le montant des frais dus en cas de résiliation ;
- la proposition n° 8 visant à ce que les opérateurs offrent, pour chacune de leurs offres de services de communications électroniques, une variante équivalente sans engagement à un prix raisonnable au regard de l'offre avec engagement ;
- la proposition n° 9 portant sur la gratuité du déverrouillage des téléphones mobiles au bout de trois mois ;
- la proposition n° 10 concernant les conditions de ventes d'offres multiservices, combinant un abonnement à une offre de services fixes double play ou triple play et un abonnement à des services mobiles, en particulier les modalités de résiliation de chacune des composantes de l'offre ;
- la proposition n° 11 annonçant des travaux portant sur le découplage de la vente des terminaux et des services mobiles, l'impact du plafonnement à douze, voire six mois, de la durée maximum d'engagement des offres de services mobiles, les systèmes de points de fidélité et leur impact sur le réengagement et les cas où un réengagement ne pourrait être considéré comme légitime.

L'analyse suivante vise à présenter les évolutions de la fluidité sur le marché mobile depuis 2008.

## **III.2 Evolution du marché de la téléphonie mobile**

### ***III.2.1 Evolution de la concurrence et de la fluidité sur le marché mobile depuis 2008***

Le nombre de clients aux services mobiles en métropole était de 67,8 millions<sup>13</sup> en juin 2012, soit une augmentation de 6,7% par rapport à juin 2011. Ce taux de croissance relativement soutenu, se maintient depuis huit ans entre 5% et 8% de progression annuelle.

Le taux de pénétration en France métropolitaine s'élevait à 107,3% au deuxième trimestre 2012. Malgré les récentes augmentations sensibles de ce taux (6,3 points sur 1 an), la France, pour ce qui concerne la métropole, demeure le pays avec le plus faible taux de pénétration de l'Union européenne, où le taux moyen s'élevait à 127% fin 2010<sup>14</sup>. Un tel écart peut notamment s'expliquer par un développement plus faible du segment prépayé (plus propice au foisonnement des cartes SIM) par rapport aux autres pays membres. En métropole, sur le marché grand public, le prépayé ne représente que 30% du parc total.

---

<sup>13</sup> Clients prépayé et post-payé, grand public et entreprises

<sup>14</sup>Scoreboard 2012 de la Commission européenne : [https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/Telecom\\_Horizontal\\_Chapter.pdf](https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/Telecom_Horizontal_Chapter.pdf)

Ainsi, pour analyser l'évolution de la fluidité sur le marché mobile métropolitain, il convient, compte tenu des caractéristiques des deux segments de marché le composant<sup>15</sup>, d'insister sur le segment du post-payé grand public métropolitain.

### **III.2.1.1 Synthèse**

L'intensité concurrentielle du marché post-payé grand public métropolitain n'a que peu évolué entre 2008 et 2011, comme le montrent les trois indicateurs que sont l'évolution de la répartition du parc des clients par acteur, les ventes brutes et le taux de résiliation.

Ainsi, en analysant les données collectées auprès des acteurs au cours des années 2010 et 2012, l'Autorité relève notamment qu'entre début 2010 et la fin 2011 :

- les résiliations sous engagement représentent 40 à 45 % du total des résiliations durant toute l'année 2010. Ce phénomène s'est accru au premier trimestre 2011 pour atteindre 51%, avant de revenir autour de 35% aux deuxième et troisième trimestres 2011 pour de nouveau croître à 51% au quatrième trimestre<sup>16</sup>;
- le taux d'abonnements post-payés est resté stable autour de 67% ;
- le taux de ventes brutes d'abonnements post-payés avec engagement s'est maintenu autour de 95%, tandis que le taux de ventes brutes avec engagement supérieur à 1 an est passé de 65% à 81% sur la période, avec un maintien autour de 80% entre le troisième trimestre 2010 et le quatrième trimestre 2011 ;
- le taux d'abonnés post-payés engagés auprès de leur opérateur, principalement pour une durée supérieure à douze mois, est resté stable autour de 80% sur la période ;
- le taux d'ancienneté du parc post-payé grand public depuis plus d'un an est resté stable autour de 80% sur la période.

Toutefois, il apparaît que cette intensité concurrentielle s'est légèrement accrue au cours de l'année 2011, puis a connu une rupture au premier trimestre 2012 du fait de l'arrivée sur le marché d'un quatrième opérateur de réseau, avec notamment une très forte augmentation des ventes brutes post-payées sans engagement au premier trimestre 2012.

### **III.2.1.2 Les parts de marché**

L'évolution des parts de marché des acteurs permet d'avoir une vision macroscopique de la dynamique concurrentielle du marché mobile. Ainsi, l'Autorité constate que sur la période 2009-2012, la part de marché des opérateurs virtuels sur le segment du post-payé grand public a augmenté, pour passer de 4% à 9%, et s'est stabilisée depuis le début de l'année.

[...]

---

<sup>15</sup> Sur le marché grand public, le parc prépayé, qui n'est soumis à aucun engagement, aucune subvention sur les terminaux, etc., est stable autour de 17 millions de clients depuis plus de 2 ans, et a contrario le parc post-payé a lui fortement augmenté sur cette même période (32,3 millions à mi-2009 pour 39,5 millions à mi-2012).

<sup>16</sup> L'augmentation du taux de TVA survenu en cours d'année 2011 a, pendant un temps, été répercuté par Orange France et SFR. Cela a provoqué une hausse des prix, constitutive de modification significative de contrat, ce qui a donné l'opportunité aux clients de résilier leur abonnement sans frais.

### ***III.2.1.3 La répartition des ventes brutes post-payées en fonction de la durée d'engagement***

La répartition des ventes brutes post-payées en fonction de la durée d'engagement est un des indicateurs permettant d'analyser l'évolution de la fluidité du marché. Abstraction faite de l'effet de saisonnalité de celles-ci, on constatait, jusqu'à fin 2011, une prédominance des ventes de forfaits avec engagement de 24 mois et même une croissance de leur nombre au détriment des ventes de forfaits à engagement moindre. Ce phénomène est dû aux prix plus attractifs de ces offres (renforcé par la loi Chatel) ainsi qu'à la généralisation de l'utilisation de smartphones au prix particulièrement élevé et pour l'acquisition desquels les consommateurs privilégient les formules avec subventionnement de terminal.

Les chiffres des deux premiers trimestres 2012 révèlent un changement majeur sur le marché post-payé grand-public résultant de l'entrée sur le marché de Free Mobile, avec une part des ventes brutes sans engagement passant de [...] % à [...] % entre le dernier trimestre 2011 et le premier trimestre 2012, pour un volume de ventes brutes deux fois supérieur à la normale. Cette augmentation des ventes brutes sans engagement se confirme au second trimestre 2012 puisqu'elles représentent désormais [...] % des ventes, sur un total de ventes brutes qui a baissé par rapport au trimestre précédent mais qui reste sensiblement supérieur aux valeurs habituelles.

[...]

Il convient de noter que [...] % de ces ventes sans engagement sont réalisées par le quatrième opérateur de réseau au premier trimestre 2012, ce qui traduit un effet lié à l'intrusion sur le marché de ces nouvelles offres et à la bascule d'une partie du parc ; cet effet se maintient au deuxième trimestre 2012 puisque Free Mobile comptabilise [...] % des ventes post-payées sans engagement. Néanmoins les données des prochains trimestres permettront de déterminer s'il s'agit d'un changement profond et durable sur le marché ou d'un phénomène plus transitoire.

L'Autorité constate ainsi que le lancement commercial de Free Mobile avec deux offres très compétitives, sans engagement et sans terminal, constitue une évolution significative du marché de détail.

### ***III.2.1.4 Le taux de résiliation des abonnés post-payés***

Le taux de résiliation de contrats post payés est un autre indicateur permettant, dans une certaine mesure et sous certaines réserves, d'analyser l'évolution de la fluidité du marché. On constate que ce taux est resté relativement stable, malgré quelques évolutions de saisonnalité, entre 2008 et 2010. Au premier trimestre 2011, ce taux a connu une croissance de plus de 1 point, a priori principalement du fait du changement de la TVA, que les opérateurs ont choisi ponctuellement de répercuter sur le consommateur, ce qui a, à la fois libéré certains consommateurs de leur engagement et entraîné un regain d'animation concurrentielle. Ce taux s'est ensuite maintenu sur le reste de l'année, à l'exception du quatrième trimestre, probablement en raison de l'effet d'attente lié à l'imminence de l'entrée sur le marché du 4<sup>ème</sup> opérateur de réseau.

Tout comme pour la part des ventes brutes, le taux de résiliation a fortement évolué au cours du premier trimestre 2012, du fait de l'arrivée d'un quatrième opérateur de réseau sur le marché, pour atteindre un taux de plus de [...] %, soit une augmentation de [...] points par

rapport au dernier trimestre 2011. On constate toutefois qu'après ce pic, ce taux revient proche de sa valeur du quatrième trimestre 2011, à [...] %.

[...]

Néanmoins, il faut noter qu'une migration vers une autre offre d'un même opérateur est comptabilisée comme une résiliation. Ainsi, le nombre de résiliations indique le nombre de changements d'offre et non d'opérateur. En effet, un changement d'offre ou d'opérateur peut résulter aussi bien du choix par le consommateur d'une offre plus adaptée à ses usages que d'une action commerciale de l'opérateur auprès de l'abonné (ex. changement de terminal, option réengageante). Un tel indicateur ne met donc pas en lumière si le consommateur a fait son choix après remise en concurrence des différentes offres d'un même opérateur ou des différents opérateurs entre eux.

Cependant, cette hausse du taux de résiliation au premier trimestre 2012 traduit un dynamisme nouveau du marché en ce qu'elle est concomitante à la forte augmentation des souscriptions de contrats sans engagement et à un nombre record de demandes de changement d'opérateur avec conservation du numéro. En effet, le marché mobile a enregistré un pic du nombre de portabilités au premier trimestre 2012, s'élevant, à cette date, à 2,6 millions<sup>17</sup> ; au deuxième trimestre 2012, le nombre de numéros conservés par les clients atteint 1,4 million<sup>18</sup>, soit un volume deux fois supérieur à l'année précédente.

Par ailleurs, on peut noter que la part des résiliations des abonnés sous engagement dans le total des résiliations de contrats postpayés varie, sur la période, entre [...]%, avec quelques pics. En effet, aux premier et quatrième trimestres 2011, ce taux a dépassé [...]%. Cette évolution peut s'expliquer, au premier trimestre, par l'augmentation du taux de TVA (pendant un temps répercuté par Orange France et SFR) et, au quatrième trimestre, par la commercialisation des offres dites « low – cost » (B&You, Sosh et Red) des opérateurs de réseau pour anticiper l'arrivée de Free Mobile.

### ***III.2.1.5 L'engagement du parc des abonnés post-payés***

L'engagement du parc de clients post-payés est un autre indicateur de la fluidité du marché.

Le constat est que, malgré les évolutions récentes, une majorité du parc post-payé grand public demeure liée par une durée d'engagement (plus de [...]% sur les années 2010 et 2011).

Ce phénomène s'explique par le fait qu'avant le second semestre 2011, peu d'offres sans engagement étaient proposées par les opérateurs ainsi que par la forte croissance du marché des smartphones particulièrement onéreux, qui poussent les consommateurs à s'engager afin de bénéficier d'un subventionnement et d'un paiement étalé du terminal.

Cependant, la part de clients libres d'engagement a augmenté de [...] points ([...]% à [...]%) entre le dernier trimestre 2011 et le deuxième trimestre 2012, faisant suite à l'explosion des ventes d'offres sans engagement. [...]

En incluant le segment des entreprises, le parc de clients libres d'engagement (contrats postpayés) a augmenté en septembre 2011, passant de 18,1% à 18,5% en un trimestre, alors

---

<sup>17</sup> Chiffre pour l'ensemble du marché mobile : prépayé et post-payé, grand public et entreprises

<sup>18</sup> Idem

qu'il baissait jusque-là. La part des forfaits libres d'engagement atteint désormais [...] % en juin 2012 contre [...] % entre 2008 et 2011 ([...] million entre mars et juin 2012) avant l'arrivée de Free mobile.

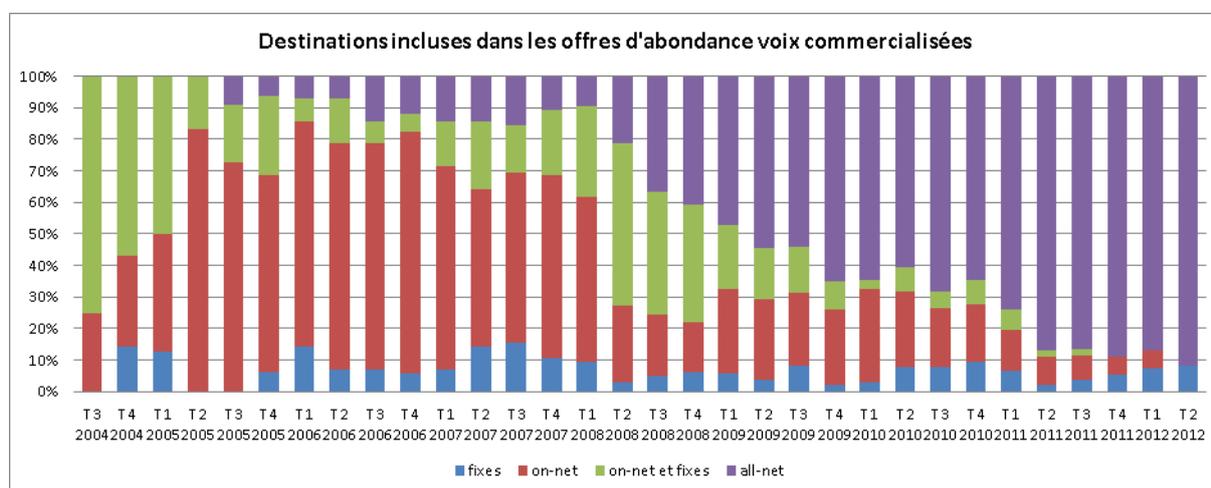
Les données des trimestres à venir permettront de vérifier si les tendances observées en début d'année 2012 s'agissant des durées d'engagement sont la manifestation d'un changement profond et durable sur le marché ou un phénomène plus transitoire.

### III.2.2 Evolution des consommations et des offres

#### III.2.2.1 Le développement des offres d'abondance (voix, SMS) tous réseaux

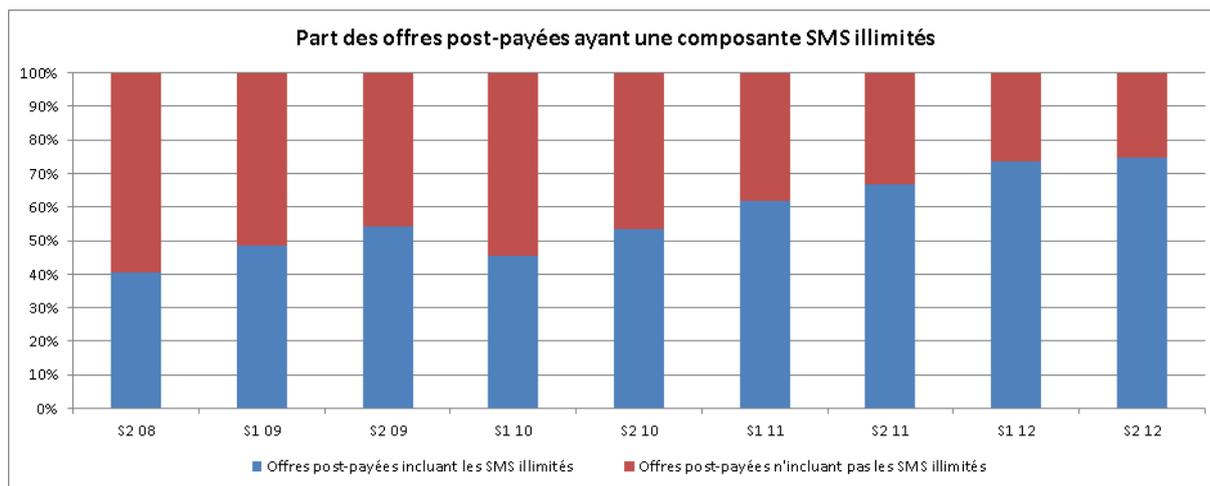
Le marché mobile de détail a connu depuis 2004, sur le segment post-payé un développement progressif des offres d'abondance voix, SMS. Ces offres permettent de communiquer de façon illimitée pour un prix forfaitaire. Des contraintes associées à la plage d'abondance peuvent toutefois exister et varier d'une offre à l'autre (limitation aux communications soir, soir et weekend, vers plusieurs numéros choisis, à destination des abonnés du réseau de l'opérateur, vers les numéros fixes ou vers tous les opérateurs, etc.).

Les offres d'abondance voix, initialement centrées sur des communications illimitées à destination des abonnés du réseau de l'opérateur (*on-net*), se sont développées à partir de 2008, notamment avec l'essor des offres d'abondance à destination de tous les opérateurs (*all-net*), comme l'illustre le graphique ci-dessous. Il convient de noter que des composantes d'abondance ont aussi été peu à peu intégrées aux offres prépayées.



*Sources : Etude « Suivi des tarifs » pour le compte de l'ARCEP, sites internet des opérateurs, communiqués de presse, sites internet spécialisés (Limité aux offres grand public - Une gamme est comptée comme une seule offre)*

La composante SMS en illimité s'est également généralisée. Pour le segment du post-payé, la part des offres comportant des SMS en abondance 24h/24 et vers tous les réseaux est passée de 40% fin 2008 à 75% fin 2012. S'agissant du segment prépayé, cette part est passée de 4 % fin 2008 à 22% fin 2012, signe que les SMS en abondance deviennent de plus en plus populaires chez les consommateurs.



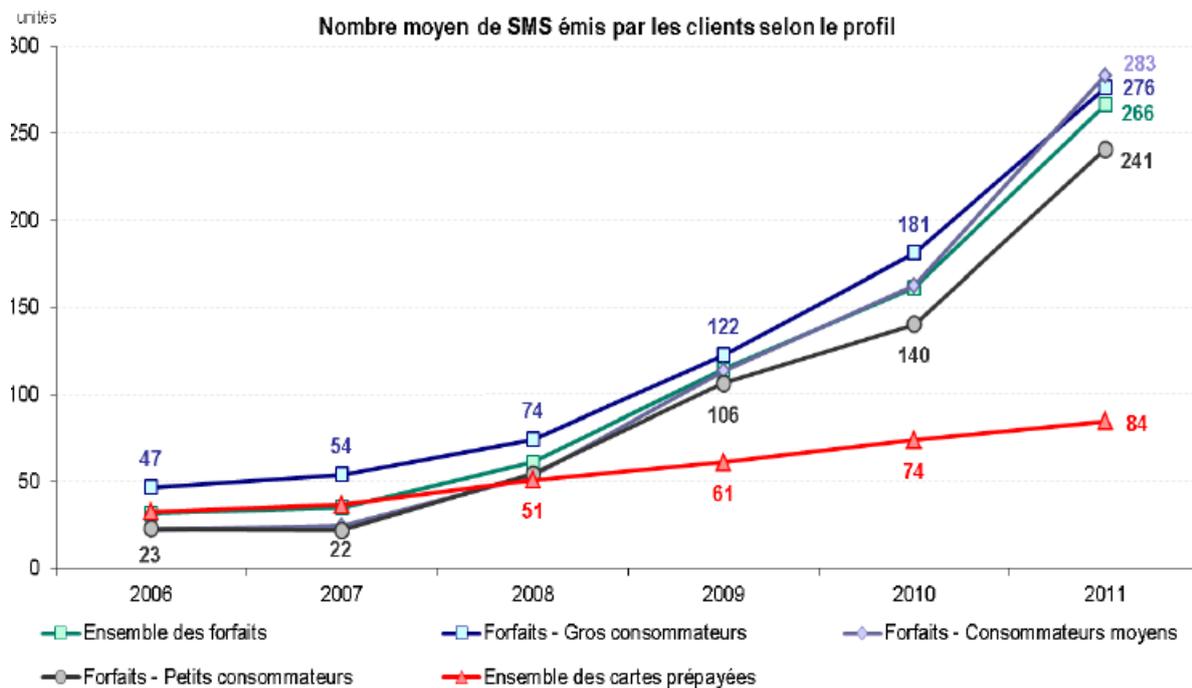
*Sources : Etude « Suivi des tarifs » pour le compte de l'ARCEP, sites internet des opérateurs, communiqués de presse, sites internet spécialisés (Limité aux offres grand public)*

Une des conséquences du développement des offres d'abondance, est d'augmenter les volumes de trafic et ainsi de baisser le revenu moyen. Ainsi, l'Autorité avait observé une baisse générale de l'indice des prix pour les offres post-payées entre 2006 et 2011 dans ses publications antérieures<sup>19</sup>.

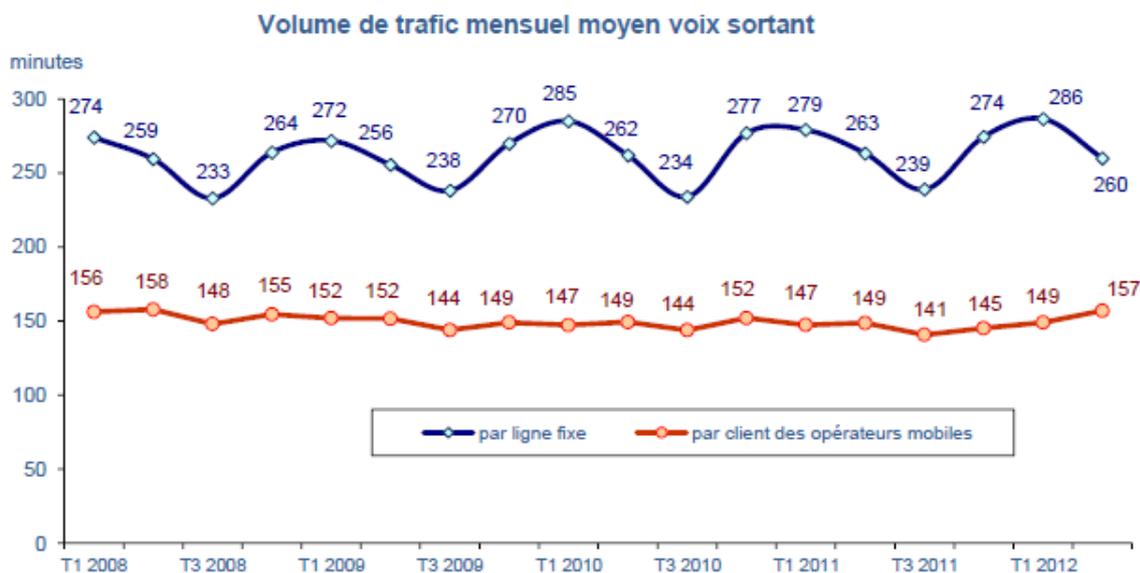
Pour autant, si le nombre de SMS émis ainsi que le volume de données consommées en moyenne par client ont effectivement fortement augmenté depuis 2008, dû au développement des offres incluant des SMS en illimité, le nombre moyen de minutes de voix sortantes par client est resté constant sur la même période, comme le montrent les graphiques ci-dessous. De plus, l'Autorité a observé une diminution globale du nombre de minutes consommées pour des clients post-payés<sup>20</sup>. Cette diminution s'explique, d'une part, par l'augmentation des migrations des abonnés de contrats prépayés (qui sont traditionnellement de petits consommateurs de services vocaux) vers des contrats post-payés et, d'autre part, par une croissance du nombre d'abonnés (taux d'équipement en téléphones mobiles de plus en plus élevé au sein de la population quels que soient les modes de consommation).

<sup>19</sup> Evolution des prix des services mobiles en France (2006-2010) et Evolution des prix des services mobiles en France (2010-2011)

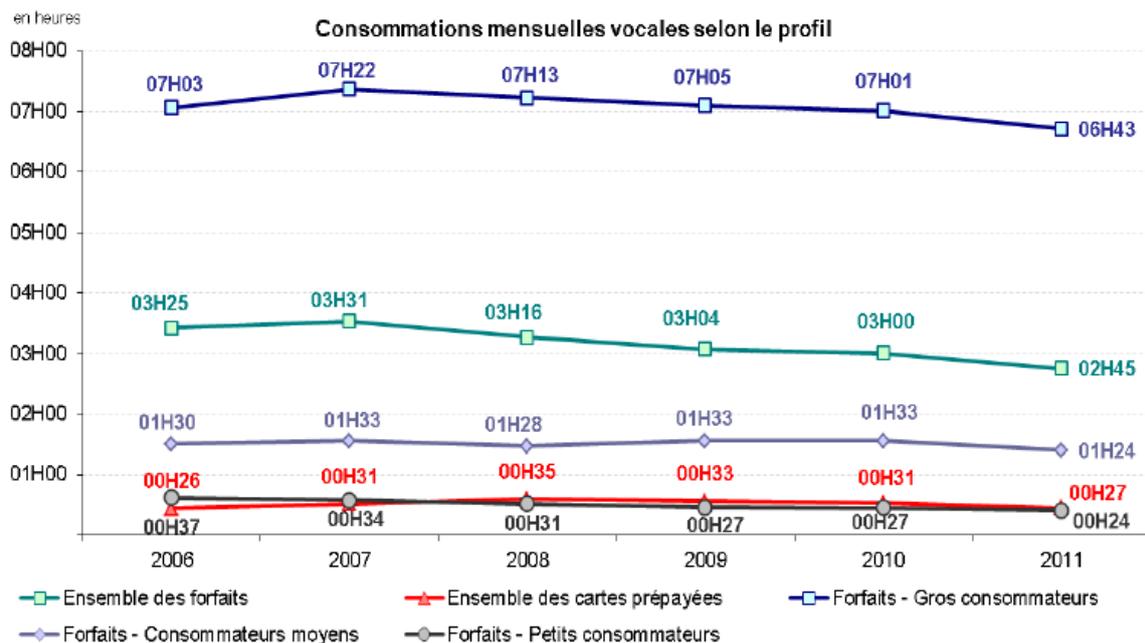
<sup>20</sup> idem



Source : données ARCEP, publication de l'évolution de l'indice des prix



Source : données ARCEP, publication de l'observatoire des communications électroniques



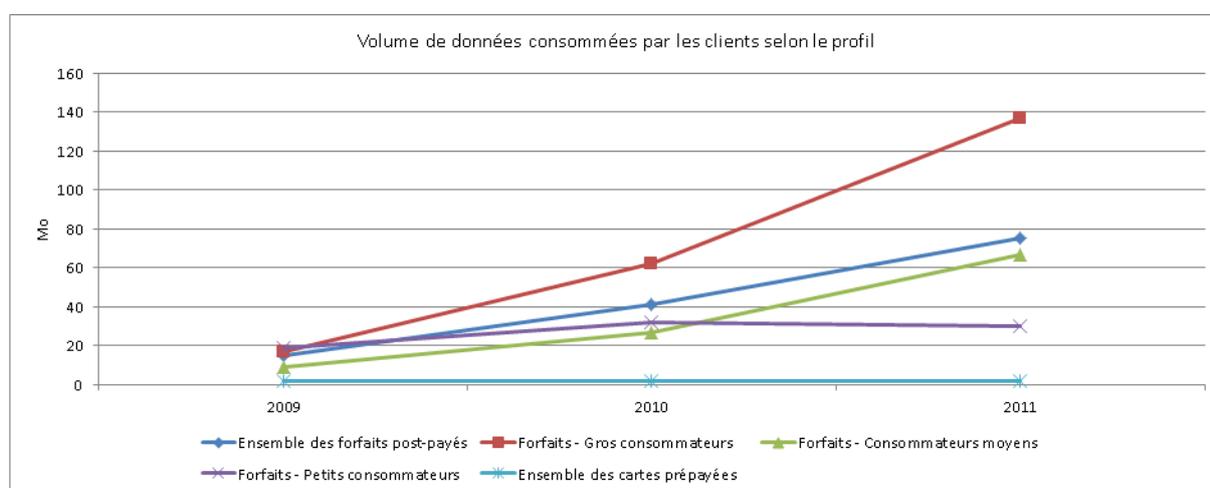
Source : données ARCEP, publication de l'évolution de l'indice des prix

Ainsi, l'effet de perte de revenu lié aux offres d'abondance semble jusqu'à présent davantage lié aux SMS illimités et à la data, dont les usages ont fortement progressé, qu'aux appels sortants, dont la consommation moyenne n'a pas sensiblement évolué. Toutefois, l'Autorité a observé une augmentation moyenne des appels émis depuis l'arrivée de Free Mobile au premier trimestre 2012, certainement le signe d'une évolution des modes de consommation liée à des offres illimitées bon marché et donc accessibles aux petits consommateurs, qui souscrivaient par le passé à des offres d'entrée de gamme comportant peu de minutes de communication (en prépayé comme en post-payé).

### III.2.2.2 Le développement de la data et de l'internet mobile

La consommation de la data sur mobile, et en particulier l'internet mobile, a connu un fort essor ces dernières années. Les volumes de données consommées au départ des réseaux mobiles pour les contrats post-payés sont passés en moyenne de 15 Mo en 2009 à 75 Mo en 2011. L'augmentation des volumes de data consommés s'accompagne également d'une diversification des usages (navigation internet, accès aux emails, téléchargement d'applications, vidéo sur mobile, messagerie instantanée, etc).

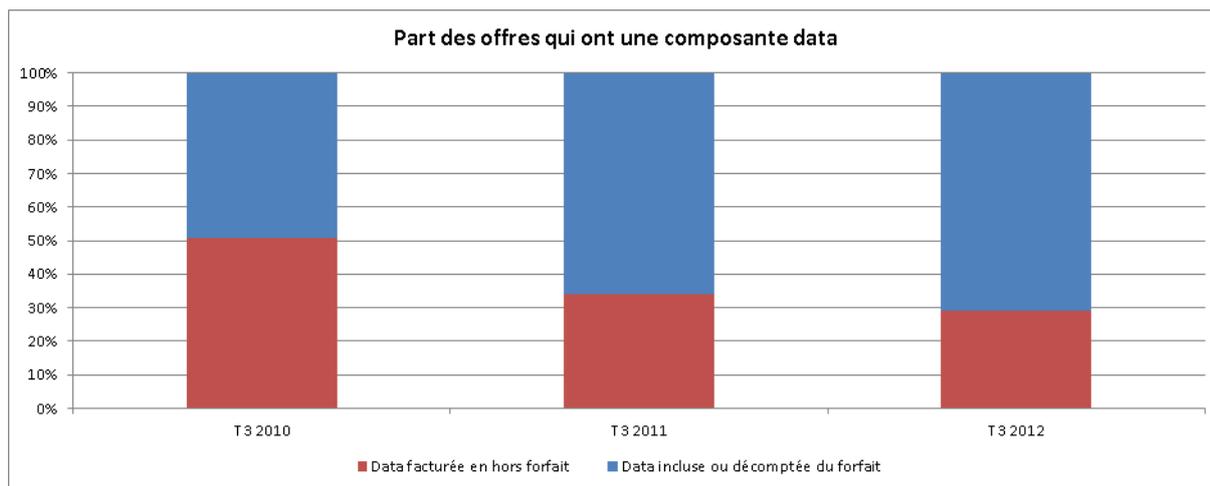
Cependant, de fortes disparités existent selon les profils de consommation de services mobiles, comme le montre le graphique ci-dessous. Depuis 2009, les volumes de communications vocales se sont ainsi fortement accrus pour les gros et moyens consommateurs de forfaits post-payés, mais stagnent pour les petits consommateurs de post-payé et les consommateurs de prépayé.



Source : données ARCEP

La progression de l'accès à l'internet mobile est à mettre en relation avec deux tendances récentes. D'une part, la diffusion des terminaux mobiles dédiés à l'usage de la data, et notamment les smartphones qui représentent 71% des terminaux s'étant connecté en mobilité à internet en 2011. D'autre part, l'évolution générale des offres mobile qui proposent de plus en plus de services de données, et dont les volumes alloués augmentent régulièrement.

Au troisième trimestre 2012, 70% des offres disponibles sur le marché incluent une composante internet mobile, contre 49% en 2010, que ce soit sous forme d'allocation ou sous forme d'offre d'abondance avec une limite au-delà de laquelle le débit est bridé. Par ailleurs, 36% des offres post-payées incluent de l'internet avec un volume supérieur à 1Go.



*Sources : Etude « Suivi des tarifs » pour le compte de l'ARCEP, sites internet des opérateurs, communiqués de presse, sites internet spécialisés (limité aux offres grand public)*

### **III.2.2.3 Le développement des marques « low cost » des opérateurs mobiles historiques**

En anticipation l'arrivée de Free Mobile sur le marché, les opérateurs de réseau en place ont procédé à des évolutions tarifaires tranchant avec les pratiques précédentes. Dès 2010, les premières offres sans terminal dites « éco », c'est-à-dire dont le tarif est inférieur à l'offre commercialisée avec un terminal subventionné, apparaissent sur le marché. Ainsi, Bouygues Telecom innove en mars 2010 avec sa version éco sur la gamme Evasio et Classic, puis généralise en novembre 2010 pour les forfaits Neo ; SFR suit en octobre 2010 (Avantage éco sur les Illimythics) tout comme Orange un mois plus tard (Version SIM sur les Origami Zen). L'innovation tarifaire s'est poursuivie en 2011 : Bouygues Telecom a été le premier opérateur à lancer sa marque, B&You, en juillet 2011, puis Orange et SFR ont commercialisé leurs offres Sosh et Red au mois d'octobre 2011.

Free Mobile, le quatrième opérateur de réseau, a débuté la commercialisation de ses offres sous une seule marque en janvier 2012.

D'une manière générale, ces nouvelles marques des opérateurs historiques, dites « low cost », ont la particularité de n'être disponibles que sur internet<sup>21</sup>, de proposer des tarifs de détail inférieurs à ceux pratiqués habituellement, d'être sans engagement et de ne pas proposer de subvention de terminal, venant étoffer le segment des offres dite « SIM-only ». En particulier, les marques B&You, Red et Sosh ont chacune positionné une offre proche de l'offre premium de Free Mobile, en termes de prix et services mobiles offerts (voix et SMS illimités, et internet mobile). En outre, ces marques ont également positionné une offre d'entrée de gamme, comprenant un nombre limité de minutes de communication et de SMS.

L'Autorité ne dispose pas en propre de détails émanant de chacun des opérateurs de réseau sur leurs parts respectives de clients ayant souscrit à ces offres ou marques dites « low cost ». Néanmoins, l'Autorité a pu estimer qu'au deuxième trimestre 2012, le nombre de forfaits « low cost » des opérateurs historiques représentait près de [...] % de l'ensemble du parc. En

<sup>21</sup> Actuellement, ces offres (B&You, Sosh, Red et Free mobile) sont vendues majoritairement sur internet, à quelques exceptions près : les formules Red de SFR peuvent être proposées par téléphone.

comparaison, les offres de Free Mobile représentaient à la même date près de [...] % du parc total.

[...]

### ***III.2.3 Evolution des prix***

L'Autorité a publié<sup>22</sup> pour les périodes 2006-2010 et 2010-2011<sup>23</sup> un indice des prix décrivant l'évolution des prix sur le marché grand public, tout en neutralisant les effets liés au volume et aux nouvelles pratiques de consommation. Cet indice consiste en l'agrégation d'un premier indice pour les offres avec subvention du terminal et d'un second pour les offres sans subvention, tous les deux corrigés des effets volume.

L'indice des prix indique une diminution annuelle moyenne des prix de 2,9% la période 2006-2010, puis un ralentissement à 1% de baisse en 2011. Ce ralentissement est à mettre en relation avec deux éléments structurants de l'année 2011. D'une part, les opérateurs n'ont pas répercuté la hausse de la TVA en février 2011 sur les tarifs des offres existantes, ce qui a pu limiter leur marge de manœuvre sur les évolutions tarifaires. D'autre part, si l'anticipation de l'arrivée de Free Mobile s'est traduite par le développement des offres sans subvention, en particulier les gammes à bas prix, elle a également pu induire un certain attentisme de la part des opérateurs, sur les offres avec subvention du terminal.

Dans l'ensemble, les reculs constatés sur les périodes 2006-2010 et 2010-2011 sont principalement lié à la baisse des prix des forfaits post-payés, comme le montrent les graphiques ci-dessous :

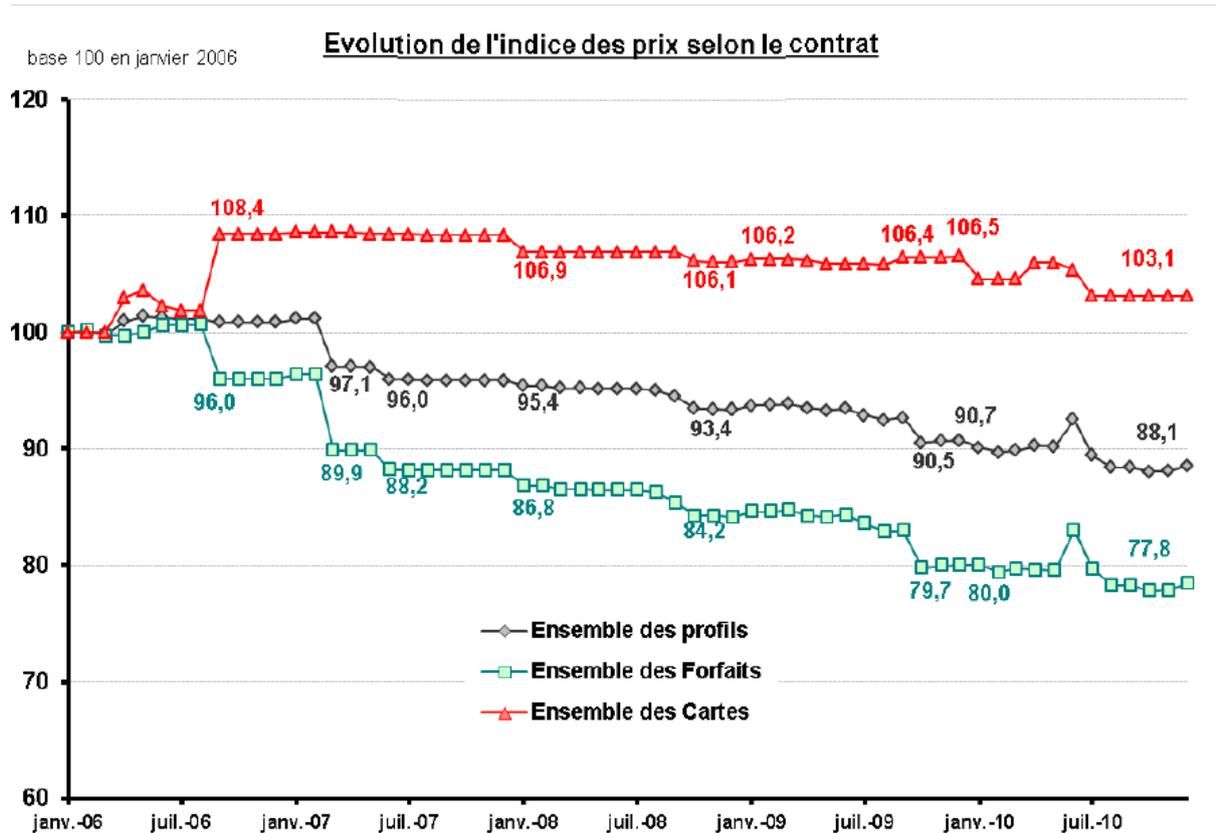
- Cartes prépayées : les prix sont stables en moyenne annuelle entre 2006 et 2011, en raison du maintien, par les opérateurs, des gammes d'offres destinées à ces consommateurs tout au long de la période.
- Forfaits post-payés : le segment a connu une baisse des prix annuelle de 5,3% sur la période 2006 – 2010 et de 1,5% en 2011.

Etant donné que la méthodologie a changé en 2011, cette dernière n'a été réappliquée qu'à l'année 2010, ce qui explique la présentation d'un graphique pour la période 2006 à 2010 et un graphique pour la période 2010 à 2011.

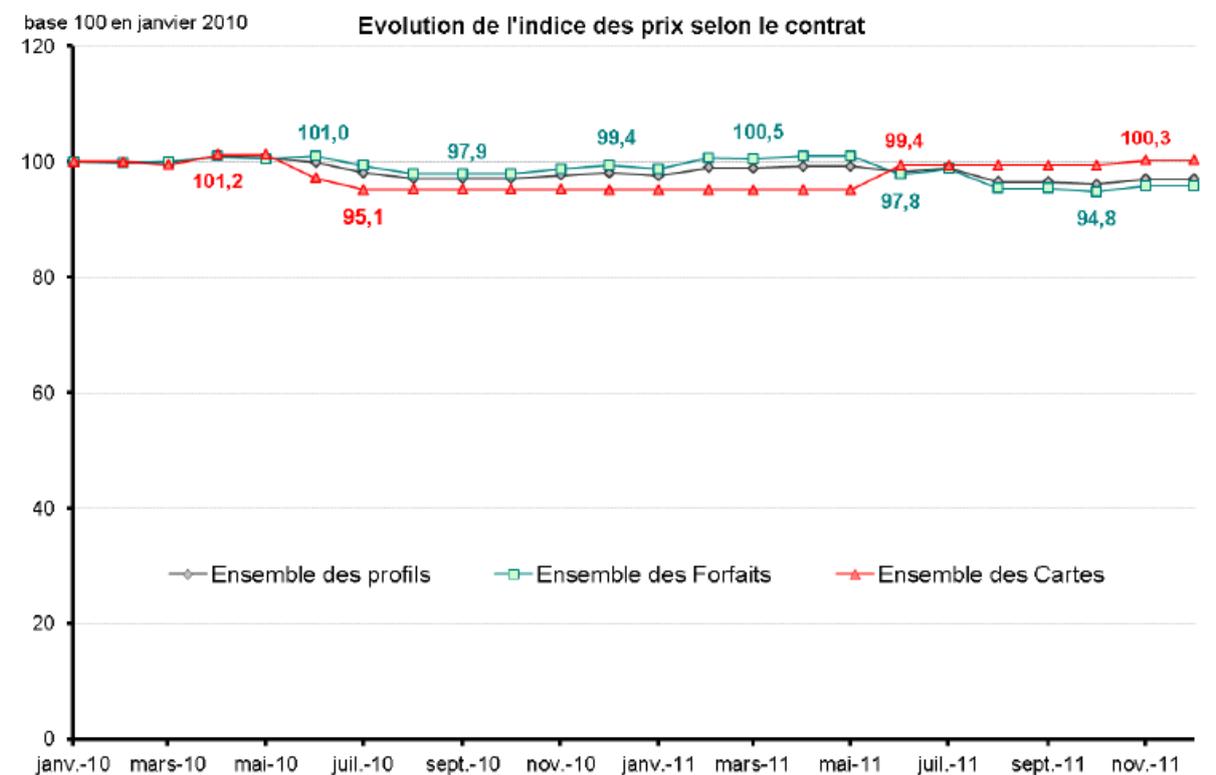
---

<sup>22</sup> Evolution des prix des services mobiles en France (2006-2010) et Evolution des prix des services mobiles en France (2010-2011)

<sup>23</sup> La méthodologie a changé en 2011 et n'a été réadaptée que pour l'année 2010



Source : données ARCEP, publication de l'évolution de l'indice des prix



Source : données ARCEP, publication de l'évolution de l'indice des prix

[...]

## IV. Situation concurrentielle des MVNO sur le marché de détail grand public métropolitain

Cette section effectue une analyse de la situation concurrentielle des opérateurs virtuels sur le marché de détail depuis 2008, date du dernier avis de l'ARCEP à l'Autorité de la concurrence sur les MVNO. Comme détaillé en introduction, le présent avis s'articule principalement autour de la situation des MVNO sur le marché grand public métropolitain. Les analyses suivantes menées par l'Autorité portent donc uniquement sur ce marché, divisé en deux segments, le post-payé et le prépayé.

### IV.1 Principaux indicateurs quantitatifs

En préambule, l'Autorité rappelle que le taux de pénétration du marché de la téléphonie mobile en métropole s'élevait à 107.3% au deuxième trimestre 2012. L'Autorité ne dispose pas d'un chiffre précis concernant le taux de pénétration du marché grand public.

Afin de suivre les performances respectives des opérateurs de téléphonie sur le marché mobile, et plus précisément le degré d'animation concurrentielle, l'Autorité s'est dotée depuis 2005 d'un tableau de bord trimestriel de suivi concurrentiel du marché de détail, au moyen notamment des trois indicateurs suivants :

- le suivi des **parcs clients** en volume et part de marché, qui permet de mesurer le succès commercial absolu des opérateurs du marché ;
- le suivi des **ventes brutes** en parc et parts de marché, qui permet d'estimer l'attractivité commerciale d'un opérateur, dans la mesure où cet indicateur mesure les acquisitions de nouveaux clients par trimestre ;
- le suivi des **ventes nettes**, égales aux acquisitions de nouveaux clients moins les résiliations des clients existants, qui permet d'estimer la capacité d'un opérateur à acquérir et à retenir ses clients<sup>24</sup>.

#### *IV.1.1 Parc grand public des MVNO*

Après avoir connu une croissance progressive, les parts de marché des MVNO sur l'ensemble du marché grand public stagnent, autour de 13%, depuis le quatrième trimestre 2011. Ce phénomène coïncide avec l'arrivée du quatrième opérateur de réseau à la même période (premier trimestre 2012). Toutefois, en termes de parc clients, les MVNO ont, dans leur ensemble, subi moins de répercussions de la concurrence lancée par Free Mobile, notamment grâce au succès qu'ont connu les opérateurs virtuels Lebara et Lycamobile, dits « ethniques ».

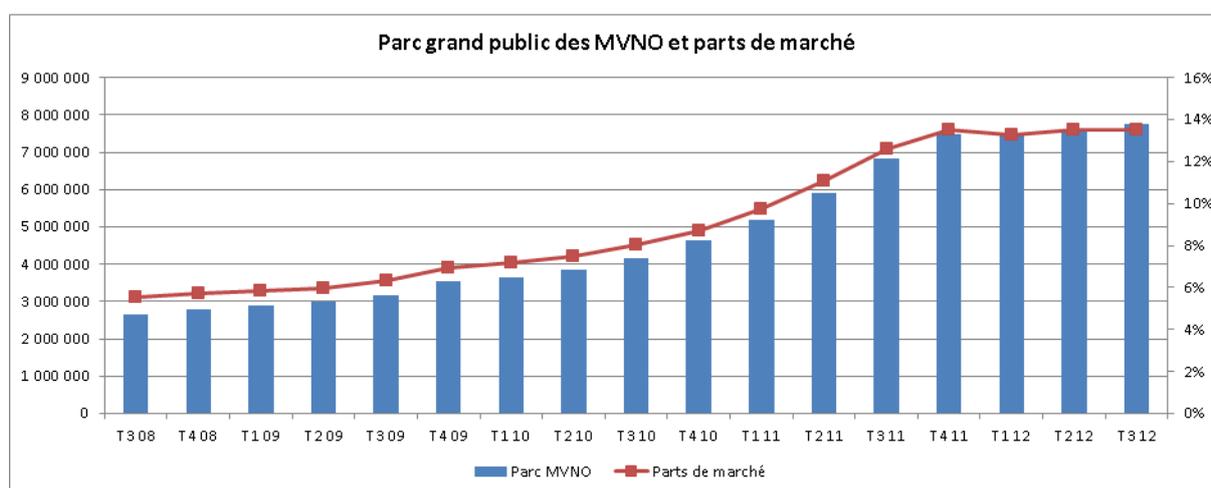
---

<sup>24</sup> S'agissant de cet indicateur, l'Autorité considère qu'il ne convient pas de raisonner en termes de parts de marché, dans la mesure où les performances relatives des opérateurs peuvent conduire à des parts de marché négatives ou supérieures à 100%. En outre, raisonner en termes de parts de marché de ventes nettes ne mesurerait que l'animation concurrentielle sur le marché fictif de l'accroissement de parc clients, ce qui reviendrait à postuler que la concurrence ne devrait s'exercer qu'en faveur des nouveaux clients, et non de l'ensemble du parc de clients existants. Cette conception incrémentale de la concurrence n'est pas appropriée au marché mobile dans la mesure où les opérateurs se concurrencent en vue de capter des flux de revenus récurrents, provenant à la fin de nouveaux clients et de clients déjà consommateurs des services mobiles.

Sur le segment du post-payé, le parc clients des MVNO a connu, après une croissance progressive, un plafonnement au quatrième trimestre 2011, puis une diminution jusqu'au deuxième trimestre 2012 (perte de 0,3 point, à environ 9%, entre le quatrième trimestre 2011 et le deuxième trimestre 2012 [...]).

Il convient néanmoins de relever que le nombre de clients post-payés des MVNO est demeuré inférieur au nombre de clients prépayés (ils représentent 44% du parc MNVO total), contrairement aux opérateurs de réseau.

Sur le segment du prépayé, les parts de marché des MVNO ont continuellement progressé entre 2008 et le troisième trimestre 2012, pour atteindre 25%. Cette évolution tend à indiquer que les opérateurs virtuels ont réussi à s'imposer sur ce segment et à y développer une véritable concurrence par les services. Néanmoins, il est à noter que le parc prépayé pour l'ensemble des opérateurs métropolitains est resté constant en volume depuis 2008, à environ 17 millions de clients, et que la croissance en parts de marché des MVNO s'est affaiblie à partir du troisième trimestre 2011, signe d'une baisse d'intérêt des consommateurs pour les offres prépayées.



Source : données ARCEP

[...]

#### ***IV.1.2 Ventes brutes grand public des MVNO***

Pour l'ensemble des ventes brutes grand public, les pertes en parts de marché depuis le quatrième trimestre 2011 pour le post-payé tendent à être compensées par une croissance soutenue du prépayé.

Les parts de marché en ventes brutes des MVNO sur le segment post-payé ont globalement progressé entre 2008 et le troisième trimestre 2011. La situation a toutefois évolué à compter du premier trimestre 2012, date du lancement commercial des offres de Free Mobile, qui semble du moins ponctuellement, avoir contribué à la baisse de l'attractivité des offres des MVNO sur ce segment. Cette baisse d'attractivité s'est révélée, à la fois par rapport aux offres de Free, mais également par rapport aux offres notamment « low cost » des opérateurs historiques (même si les parts de marché de ces derniers ont également diminué depuis le quatrième trimestre 2011).

Les parts de marché en ventes brutes des MVNO sur le segment du prépayé ont, quant à elles, connu une croissance irrégulière mais soutenue qui leur a permis de capter plus de [...] des acquisitions de clients prépayés au troisième trimestre 2012.

[...]

### *IV.1.3 Ventes nettes grand public des MVNO*

Sur l'ensemble du marché grand public, l'écart entre ventes brutes et ventes nettes des MVNO, c'est-à-dire le taux de résiliation, tend à augmenter au cours du temps. Ce phénomène ne concerne pas seulement les MVNO puisque le taux de résiliation sur l'ensemble du marché mobile est en constante augmentation, comme mentionné précédemment.

S'agissant du segment post-payé, les ventes nettes des MVNO sont plus modestes et ont atteint une valeur négative pour la première fois au premier trimestre 2012, ce qui signifie que les MNVO ont ponctuellement perdu des clients. Néanmoins, un rebond positif est à noter dès le second trimestre 2012.

S'agissant du segment du prépayé, l'analyse des ventes nettes montre que, depuis 2008, les opérateurs de réseau affichent des ventes nettes négatives, du moins hors ventes de fin d'année (perte nette de 2,5 millions de clients entre le second semestre 2008 et le premier semestre 2012, soit 16% de leur base de clients prépayés). A l'inverse, les MVNO continuent d'afficher des ventes nettes toujours positives, ce qui indique que leurs acquisitions demeurent supérieures à leurs résiliations sur ce segment de marché.

Cependant, il est à noter que l'écart entre les ventes brutes et les ventes nettes sur le prépayé s'est fortement creusé à partir à partir du troisième trimestre 2011. Ceci pointe une difficulté des MVNO à retenir leurs clients prépayés alors qu'ils avaient introduit une véritable concurrence sur ce segment. Ce phénomène s'explique par la dynamique générale du marché mobile qui connaît un transfert des clients du prépayé vers le post-payé. En particulier, Free Mobile et les trois opérateurs historiques (via leurs marques « low-cost ») ont introduit des forfaits post-payés d'entrée de gamme à prix réduit. Ces derniers proposent de 1 heure de communication avec 60 SMS pour 2€ (Free) jusqu'à des appels et SMS en illimité pour 9,99€ (B&You). Ainsi, un nombre significatif de clients d'offres prépayées, souvent de petits consommateurs de communications mobiles, migrent vers ces offres post-payées à tarif attractifs.

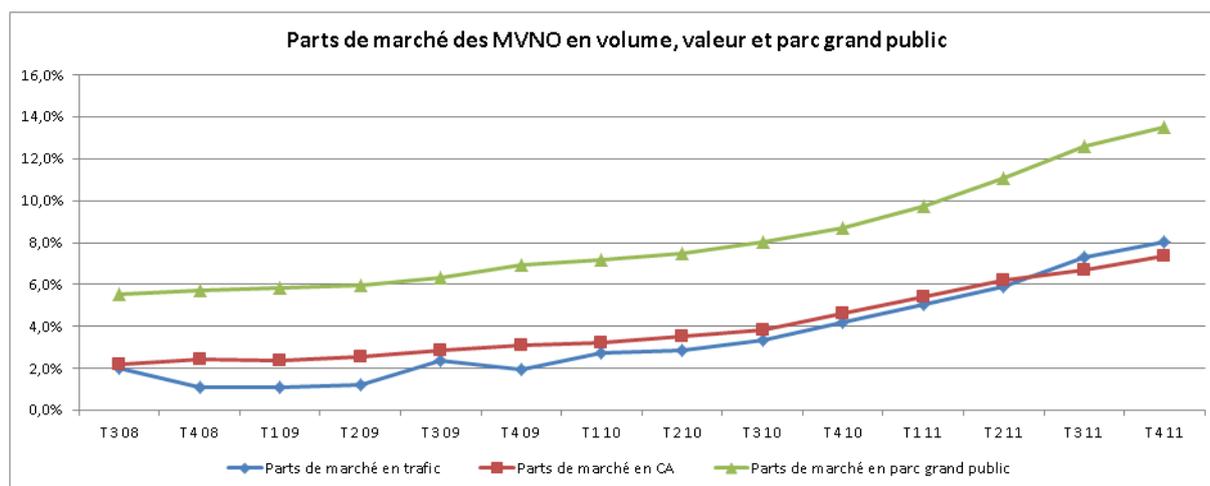
[...]

La performance des MVNO semblent ainsi désormais plafonner sur le prépayé comme sur le post-payé. Si leur capacité à tirer leur épingle du jeu concurrentiel et à l'animer s'est davantage affirmée sur le segment prépayé que sur le segment post-payé (au vu de parts de marché en constante progression pour le parc et les ventes brutes du prépayé), force est de constater cependant que les ventes nettes prépayées ont fortement chuté depuis le premier trimestre 2012.

#### IV.1.4 Parts de marché en volume et en valeur des MVNO sur le marché de détail

Dans le cadre de son suivi des marchés de gros et de détail de la téléphonie mobile, l'Autorité a mis en place un indicateur de suivi des prix moyens du marché de détail, sous la forme de chiffre d'affaires (données HT) rapportés aux volumes (trafic sortant en minutes) facturés aux clients de ce marché.

Au quatrième trimestre 2011, les parts de marché en trafic et chiffre d'affaires des MVNO s'élevaient respectivement à 8,0% et 7,4%, contre 13,5% en parc grand public et 11,4% en parc total.



Source : données ARCEP

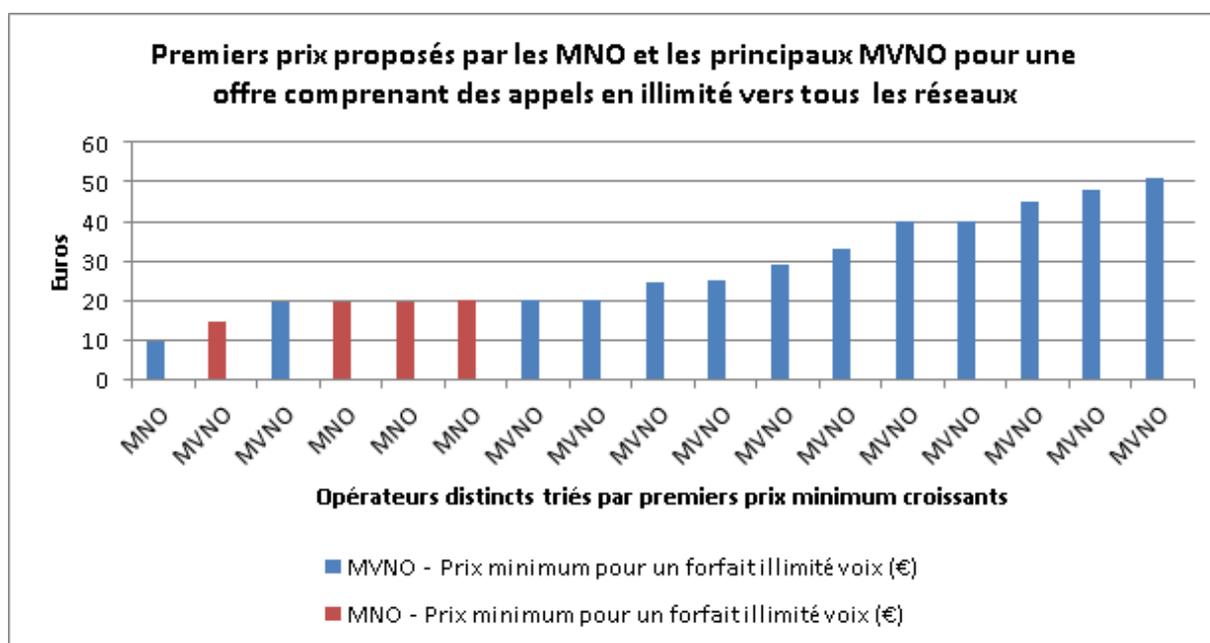
Contrairement aux éléments de parc, ventes brutes et ventes nettes présentés précédemment qui ne portent que sur le marché grand public, les données du graphique ci-dessus (parts de marché en volume, valeur, parc grand public) portent sur le marché métropolitain dans son ensemble, c'est-à-dire incluant le marché entreprise. Ainsi, compte tenu du fait que les MVNO sont peu présents sur le marché entreprise, à périmètre du seul marché grand public, donc à parc plus restreint, les courbes rouge et bleue devraient avoir tendance à augmenter légèrement.

Toutefois, la part de marché en parc est structurellement plus importante que les parts de marché en trafic ou en chiffre d'affaires étant donné que les MVNO sont, comme on l'a vu précédemment, principalement positionnés sur le marché du prépayé, donc à moindres volumes et moindres revenus.

## IV.2 Positionnement des offres des MVNO par rapport aux évolutions récentes du marché de détail

### IV.2.1 Le développement des offres d'abondance (voix, SMS) tous réseaux

L'Autorité remarque que de plus en plus de MVNO participent à l'animation concurrentielle des offres d'abondance voix et SMS qui représentent une part croissante des offres sur le marché de détail. Aujourd'hui, ils sont ainsi 60% à proposer au moins une offre comportant une composante d'appels en illimité contre 18% début 2009. Pour autant le tarif minimum proposé par les MVNO pour une offre post-payée comportant des appels en illimité vers tous les réseaux est généralement supérieur à celui des opérateurs de réseaux, comme le montre le graphique ci-dessous. Les MVNO associent souvent à leurs offres d'appels en illimité des services complémentaires ou la subvention d'un terminal pour justifier cet écart tarifaire. Par conséquent, il est possible d'en déduire en première analyse que les MVNO sont effectivement présents sur le marché des offres d'abondance mais qu'ils peinent à rivaliser avec les opérateurs de réseau sur le plan purement tarifaire.



Sources : Etude « Suivi des tarifs » pour le compte de l'ARCEP, sites internet des opérateurs, communiqués de presse, sites internet spécialisés (Limité aux offres post-payées grand public), novembre 2012

#### IV.2.2 Le développement de la data et de l'internet mobile

Alors que les offres comportant de la data occupent également une place croissante dans les offres sur le marché de détail, seulement 44% des MVNO proposent une composante data, souvent dans des conditions tarifaires ou techniques moins avantageuses que celles proposées par les opérateurs de réseau, à service voix et SMS équivalents. En effet, les volumes de données offerts (« *fair use* ») sont souvent plus réduits chez les opérateurs de réseau. Par ailleurs, les débits proposés sont généralement plus faibles (cf. partie VI.2.1).

A titre d'exemple, l'Autorité a répertorié dans les offres de détail dites « classiques » des MNO et des MVNO comportant de l'abondance data. Afin de montrer le positionnement des MVNO par rapport au MNO, les offres prises en compte sont similaires en terme de services voix et SMS. Les prix de détail pris en compte sont ceux avec terminal et engagement de 24 mois, sauf pour Free Mobile, Joe Mobile et Numéricable qui ne proposent que des offres sans terminaux et sans engagement.

	Voix 2h + SMS illimité	Voix 4h + SMS illimité			Voix et SMS illimité				
	250 Mo	250Mo	500Mo	1Go	250 Mo	500 Mo	1Go	2Go	3Go
Bouygues Telecom	29,99 €					39,90 €			59,90 €
Free Mobile*									19,90 €
Orange	29,90 €					39,90 €		49,90 €	
SFR	24,99 €					24,99 €		49,99 €	
Auchan	19,99 €						34,99 €		49,99 €
Joe Mobile*									20,00 €
La Poste Mobile		24,90 €			24,90 €		44,90 €		59,90 €
Numéricable*									19,99 €
NRJ Mobile			24,99 €				39,99 €		59,99 €
Virgin Mobile				24,99 €			35,99 €		

\* sans engagement et sans terminal

Source : sites internet des opérateurs, novembre 2012

L'Autorité constate que les opérateurs, MNO et MVNO se positionnent sur des offres sensiblement équivalentes, sauf celles offrant 4 heures de voix, des SMS illimités et de la data où seuls les MVNO sont positionnés. A la différence de l'analyse faite sur les services voix et SMS, il semblerait que les MVNO se positionnent dans les mêmes ordres de prix, voire parfois inférieurs, que les opérateurs de réseau, pour leurs offres classiques.

Par ailleurs, une analyse du positionnement des offres des MVNO par rapport aux offres « low cost » des opérateurs historiques est menée dans la partie suivante.

### IV.2.3 Le positionnement des offres des MVNO par rapport aux offres des marques « low cost » des opérateurs mobiles historiques

A la suite de l'introduction sur le marché par les opérateurs historiques d'offres « low-cost » (B&You, Red et Sosh) en réaction à l'arrivée sur le marché de Free Mobile, certains opérateurs virtuels tentent à leur tour de proposer le même type d'offres.

Néanmoins, l'examen des offres de détail montre que seuls Numéricable et Joe Mobile (filiale de SFR dont les services ont été commercialisés le 23 octobre 2012) proposent une offre d'abondance ayant les mêmes caractéristiques (prix, non-engagement et présence d'une composante data) que les « low cost » des opérateurs historiques et que l'offre tout illimité de Free Mobile. Le tableau ci-dessous synthétise, à fin octobre 2012, le positionnement des offres des principaux MVNO proposant au moins 1Go de data et se rapprochant le plus, sur le plan tarifaire, des offres des marques dites « low cost ».

Opérateur	Tarif	Engagement	Voix et SMS nationaux	Data	Débit maximum proposé (Mb/s)	Commentaires
Orange (Sosh)	19,90 €	Sans engagement	illimité	2 Go	42,0	
Bouygues (B & You)	19,99 €	Sans engagement	illimité	3 G	42,0	
SFR (Red)	19,99 €	Sans engagement	illimité	Go	7,2	
Free Mobile (forfait)	19,99 €	Sans engagement	illimité	3 Go	14,0	
Numéricable	19,99 €	Sans engagement	illimité	3Go	-	
Joe Mobile	20,00 €	Sans engagement	illimité	3 Go	-	
Virgin (Extaz M illimité)	35,99 €	24 mois	illimité	1 Go		Terminal subventionné
Auchan	39,99 €	Sans engagement	illimité	3Go	3,6	
NRJ (Ultimate +)	39,99 €	24 mois	illimité	1 Go	3,6	Terminal subventionné
La Poste Mobile (Forfait Smartphone)	58,90 €	Sans engagement	illimité	3 Go	7,2	

Sources : Site internet des opérateurs, novembre 2012

Il est à noter que les offres de NRJ et Virgin Mobile sont avec engagement et se combinent nécessairement avec l'achat d'un terminal subventionné. Les MVNO « ethniques » demeurent quant à eux concentrés sur des forfaits prépayés pour des communications internationales et n'ont ainsi pas encore pénétré ce segment.

#### *IV.2.4 Les MVNO sur le marché entreprise métropolitain*

Dans son ensemble, le marché mobile entreprise (ou non-résidentiel) est dominé à plus de 99% par les trois opérateurs de réseaux Bouygues Telecom, Orange et SFR. Par ailleurs, les entreprises ne représentent que 0,8% du parc total des MVNO pris dans leur ensemble.

Seuls quelques opérateurs virtuels tels qu'Afone, IC Telecom, Legos ou LTI Telecom ciblent spécifiquement le marché mobile entreprise, sans pour autant réussir à concurrencer fortement les trois opérateurs de réseau historiques. Ces MVNO sont principalement présents sur des segments de niche, souvent moins adressés par les opérateurs de réseau, tels que les professionnels, les très petites entreprises ou encore les entreprises ayant du personnel amené à se déplacer très fréquemment à l'étranger et qui recherchent des contrats comportant des offres d'itinérance plus attractives.

S'agissant des segments des moyennes et grandes entreprises, où la concurrence tarifaire est beaucoup plus forte, les offres des MNVO ne sont pas suffisamment concurrentielles face à celles des opérateurs de réseau. Les tarifs de détail sur ces segments peuvent en effet être inférieurs à leurs prix d'approvisionnement au gros, ce qui ne leur permet pas de les répliquer.

## IV.3 Positionnement outre-mer et en Europe

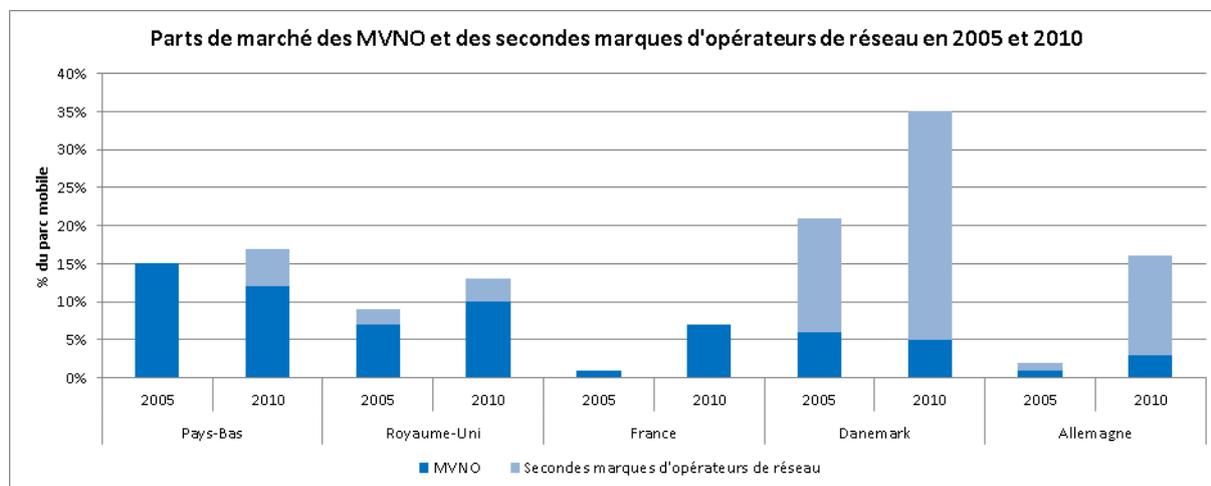
### IV.3.1 Les MVNO sur le marché outre-mer

A ce jour, aucun MVNO n'est présent outre-mer. L'Autorité rappelle qu'il reste des fréquences disponibles dans certaines bandes de fréquences (1800 MHz et 2,1 GHz) dans l'ensemble des départements et collectivités d'outre-mer.

Par ailleurs, les licences des opérateurs ultramarins ne comportent pas d'obligations sur les conditions d'accueil des MVNO. En effet, ces licences ont été attribuées hors procédure d'appel à candidatures, contrairement aux licences des opérateurs mobiles métropolitains. Or l'Autorité n'a pu introduire de telles obligations dans les licences de ces derniers (voir partie V.2.3) qu'en prévoyant depuis 2009, dans les textes d'appel à candidatures, un critère de sélection relatif aux engagements à souscrire par les candidats en matière d'accueil des MVNO.

### IV.3.2 Succès des MVNO dans d'autres marchés européens

Il apparaît que dans certains marchés européens (Pays-Bas et Royaume-Uni notamment), les opérateurs virtuels ont connu un développement plus significatif qu'en France et ont pu ainsi jouer un rôle d'animation concurrentiel plus important. Sur certains marchés (Danemark, Allemagne), les parcs hors marque principale des opérateurs de réseau sont significatifs, mais sont en réalité captés par les secondes marques de ces mêmes opérateurs de réseau, comme le montre le graphique ci-dessous.



Sources : Etude MVNO pour le compte de l'ARCEP et de la DGCIS

Trois dynamiques d'impact des MVNOs se dégagent des pays ci-dessus :

- Les MVNOs ont rencontré le plus grand succès au Royaume Uni et aux Pays Bas où ils représentent plus de 10% du nombre total de lignes mobiles et au Danemark où ils ont été rapidement rachetés par les opérateurs de réseau. Ce succès tend aujourd'hui à plafonner ;
- Les MVNOs ont eu un impact très faible en Allemagne où les opérateurs de réseau ont mis en place des stratégies agressives de seconde marque, joint-ventures et accords de licences pour limiter l'impact des offres à bas coût indépendantes ;

- Les MVNOs ont un impact grandissant en France, permis par des actifs différenciateurs (base installée d'abonnés fixes, réseau de distribution ou marque médiatisée) ou une concentration sur des poches de marché peu adressées par les MNOs (appels internationaux).

Dans les pays européens étudiés, et à l'exception du Danemark où le régulateur a imposé aux opérateurs une obligation d'accueil des MVNO, les interventions réglementaires se sont cantonnées aux terminaisons d'appel et n'ont pas eu d'incidence directe sur le marché des MVNO. La volonté de développement de la concurrence par les infrastructures a poussé les pouvoirs publics aux Pays Bas à réserver des allocations de nouvelles fréquences (sur la bande 2,6GHz) à des nouveaux entrants.

## **V. Fonctionnement et enjeux concurrentiels du marché de gros d'accueil des MVNO**

Les services de gros d'accès et de départ d'appel depuis les réseaux mobiles sont des prestations qui permettent à un opérateur virtuel d'intervenir dans la chaîne d'acheminement de services de communications électroniques en proposant des services de téléphonie mobile à un client. Les opérateurs virtuels acquièrent des prestations de gros (minutes de communication, SMS, unité de data) et conçoivent leurs offres de détail de manière indépendante de l'opérateur hôte en agglomérant ces prestations et en les commercialisant sur le marché de détail.

Il s'ensuit que le marché de gros de l'accès et du départ d'appel peut, en première approche, être assimilé au marché « miroir » du marché de détail précédemment défini. Sur ce marché, les opérateurs de réseau sont offreurs de prestations de gros et les opérateurs virtuels en sont des acquéreurs.

Ces prestations permettent ainsi à un opérateur virtuel d'être présent sur un marché de détail, sans pour autant disposer de réseau radio propre. Il peut en revanche posséder tout ou partie d'un cœur de réseau (dont la base de données de localisation des abonnés : « HLR ») et sera alors considéré comme un full-MVNO.

Le fonctionnement et les enjeux concurrentiels du marché de gros d'hébergement des MVNO sont fortement marqués par la structure de l'offre et le comportement des offreurs sur ce marché, qui sont eux-mêmes conditionnés par le fait que les offreurs sont tous verticalement intégrés et présents sur le marché de détail.

La performance concurrentielle et économique du marché de gros se trouve donc limitée par les intérêts des opérateurs sur le marché de détail.

L'ARCEP, comme l'Autorité de la concurrence, a été amenée, tel que détaillé dans la partie V.2, à intervenir sur ce marché de gros.

## V.1 Une offre de gros structurellement concentrée, malgré quelques évolutions

Le nombre d'offres sur le marché de gros (c'est-à-dire les opérateurs hôtes) étant limité, notamment en raison des barrières à l'entrée<sup>25</sup>, les offres de gros d'accueil des MVNO restent concentrées, ce qui en limite les perspectives d'améliorations et réduit la dynamique concurrentielle sur le marché.

Dans la mesure où les offreurs initiaux de prestations de gros sont des opérateurs de réseau vendant des prestations d'accès à des opérateurs virtuels (éventuellement via un agrégateur<sup>26</sup>) qui sont des concurrents sur le marché de détail, les premiers vont adapter leurs offres de gros en fonction de l'état de l'offre et de la demande sur le marché de détail. La dynamique concurrentielle sur le marché de gros est ainsi liée à celle existante sur le marché de détail.

Dans l'élaboration de sa stratégie d'offre sur le marché de gros, l'opérateur de réseau va alors mettre en balance :

- les profits qu'il pourrait générer grâce à l'accueil de MVNO (notamment en cas de nécessité forte de remplir son réseau en bénéficiant notamment d'une synergie avec un opérateur virtuel présentant un avantage commercial sur lui)
- et les pertes de revenu induites sur le marché de détail (liées au risque de « cannibalisation » de sa base clients existante ou prospective), dans la mesure où ses acheteurs sont également ses concurrents sur le marché de détail.

Par le passé, l'observation du marché de gros national tendait à indiquer que les opérateurs de réseau accueillent sur leurs réseaux respectifs des opérateurs virtuels dans une logique de maximisation de leurs revenus de gros, tout en minimisant les perspectives de concurrence frontale avec leurs propres offres sur le marché de détail. Ces pratiques ont conduit à l'introduction, dans les contrats MVNO, des clauses déplorées en 2008 par le Conseil de la concurrence et l'ARCEP sur les périodes d'exclusivité, les conditions de cession de la base clients du MVNO, les restrictions sur la maîtrise des cartes SIM ou encore les tarifs de gros élevés.

Ces pratiques allant à l'encontre des intérêts immédiats d'opérateurs virtuels souhaitant exercer une concurrence effective sur le marché de détail, l'Autorité de la concurrence (alors Conseil de la concurrence) et l'ARCEP ont été amenées, ainsi qu'il sera exposé dans les parties suivantes, à intervenir pour les faire évoluer.

Aujourd'hui, le marché de gros est composé de 3 principaux offreurs (Bouygues Telecom, Orange France et SFR) et a vu émerger le nouvel opérateur de réseau mobile (Free Mobile). Toutefois, ce dernier, qui a ouvert commercialement son réseau en janvier 2012, ne disposant à ce jour que d'une couverture en propre relativement limitée (27% de la population en

---

<sup>25</sup> Les barrières à l'entrée s'appliquant à l'activité d'offreur sur le marché de gros sont principalement la conséquence de deux contraintes. D'une part, au niveau réglementaire, l'exercice de l'activité d'opérateur de réseau mobile nécessite de détenir une autorisation d'utilisation de fréquences dont la rareté explique le nombre restreint d'opérateurs de réseau actifs sur le marché mobile (et ce, quel que soit le pays). D'autre part, au niveau économique, les investissements importants qu'impose le déploiement d'un réseau sur l'ensemble du territoire, comme le prévoient les autorisations d'utilisation de fréquences, impliquent une forte intensité capitalistique, qui peut s'avérer inaccessible ou a minima dissuasive même mise en regard des perspectives de rentabilité à terme.

<sup>26</sup> Sur le marché de gros, il existe également des agrégateurs qui achètent l'ensemble des services aux opérateurs de réseau et les revendent à un opérateur virtuel qui exercera son activité sur le marché de détail. Par définition, les agrégateurs ne sont pas présents sur le marché de détail, ou alors disposent pour cela d'un contrat d'opérateur virtuel avec un opérateur de réseau.

janvier 2012 tel que publié sur le site de l'Autorité<sup>27</sup>), ne permet pas d'avoir à lui seul un impact concurrentiel significatif sur ce marché.

L'évolution des parts de marché en parc des trois opérateurs historiques sur le marché de gros de l'accès montre que, jusqu'à fin 2009, Orange France captait plus de [...] % de ce marché, mais a vu par la suite sa part de marché fortement diminuer. Sur la période 2006 à 2012, la part de marché de SFR reste, quant à elle, relativement stable autour de [...]. Enfin, la part de marché de Bouygues Telecom sur le marché de gros a connu une forte augmentation depuis fin 2009, principalement due à la forte croissance des opérateurs « ethniques » pour la plupart hébergés par ce MNO.

Ainsi, au deuxième trimestre 2012, les trois opérateurs ont chacun une part de marché en parc relativement proche, comprise entre 30 et 40%.

[...]

S'agissant des conditions commerciales et contractuelles, elles se sont assouplies, comme il sera développé dans la partie V.2.3, notamment avec la mise en œuvre des engagements souscrits par Orange France et SFR dans le cadre de l'attribution des fréquences résiduelles de la bande 2,1 GHz.

S'agissant des conditions techniques, est survenue depuis mi-2011 la signature de contrats de full-MVNO, en premier lieu par Bouygues Telecom et SFR, permettant à l'opérateur virtuel de disposer d'une partie du cœur de réseau (notamment le HLR) lui conférant ainsi une plus grande autonomie commerciale. L'Autorité constate toutefois que l'émergence de ce nouveau modèle a été concomitante avec la signature du contrat d'itinérance 2G/3G entre Free Mobile et Orange France.

S'agissant des conditions tarifaires, même si des évolutions ont eu lieu, notamment sur la structure, il semblerait que les offres de gros reflètent encore l'intérêt individuel et immédiat de chacun des opérateurs de réseau à offrir des conditions d'accueil de MVNO qui maximisent les revenus de gros tout en limitant les pertes de revenu induites sur le marché de détail. Une analyse de l'adéquation des offres de détail au regard des offres de gros est présentée dans la partie VI.1.2

En ce sens, l'absence d'autonomie technique, tarifaire et commerciale relevée par l'Autorité lors de son analyse de marché de 2005 (cf. infra) a été quelque peu remise en cause par les évolutions susmentionnées, mais doit être analysée aujourd'hui au regard des évolutions récentes du marché de détail, présentées dans la partie III.2, à la fois d'un point de vue tarifaire et de structure des offres (SIM only, sans engagement, etc.) mais également d'un point de vue technico-commercial (débit, femtocellules, hotspot Wifi, etc.).

Les développements subséquents du présent avis permettent d'exposer les raisons pour lesquelles les évolutions récentes sur le marché de gros et le marché de détail de la téléphonie mobile grand public en métropole ont un impact sur la situation des opérateurs de réseaux mobiles virtuels (MVNO) sur ce marché.

---

<sup>27</sup> <http://www.arcep.fr/index.php?id=8161>

## V.2 Interventions de l'ARCEP sur le marché de gros

### *V.2.1 Projet de régulation du marché de gros de l'accès et du départ d'appel mobile sur les réseaux de téléphonie mobile ouverts au public (Marché 15 de la recommandation de 2002) et mise sous surveillance active du marché*

Par son exercice d'analyse concurrentielle du marché de gros de l'accès et du départ d'appel mobile, et son évocation concomitante du marché de détail sous-jacent, réalisés en 2005, l'Autorité a estimé que l'essoufflement concurrentiel constaté au niveau du marché de détail depuis 2005, tenant à son caractère concentré et peu dynamique, découlait du nombre limité d'acteurs présents ou potentiels.

Plus précisément, l'évocation des parts de marché des opérateurs, des niveaux des prix pratiqués et de la rentabilité permettait de constater que les éléments de concentration de marché joints aux barrières à l'entrée et à la maturité de la demande conduisaient bien à un jeu concurrentiel limité, portant pour l'essentiel sur l'acquisition et la fidélisation de la clientèle au bénéfice d'opérateurs présentant une convergence d'intérêts stratégiques.

L'analyse concurrentielle menée par l'Autorité a conditionné au constat suivant : les trois opérateurs de réseau ont suivi une ligne d'action commune tendant à ne pas accorder l'accès à un opérateur virtuel dans des conditions lui permettant d'animer significativement le jeu de la concurrence sur le marché de détail.

A cet égard, si l'Autorité se félicitait de l'ouverture du marché de gros de l'accès et du départ d'appel mobile, intervenue notamment durant le processus d'analyse des marchés, elle constatait néanmoins que ces perspectives de développement restaient à confirmer dans la durée. En particulier, les contrats MVNO signés à cette date ne lui semblaient pouvoir produire leur plein effet que si les opérateurs virtuels ainsi créés pouvaient atteindre une taille critique leur conférant une relative indépendance économique et commerciale vis-à-vis de leur opérateur hôte.

Saisi pour avis par l'Autorité, le Conseil de la concurrence a indiqué, en avril 2005, être favorable à une intervention du régulateur pour prévenir les risques d'une insuffisante concurrence sur le marché de gros de la téléphonie mobile<sup>28</sup>.

L'Autorité s'estimait donc fondée à intervenir sur le marché de gros, en limitant toutefois son action à la simple obligation, pour les opérateurs de réseau, de faire droit à toute demande raisonnable d'accès émanant d'un opérateur virtuel souhaitant s'établir sur le marché de détail. Cette obligation était conçue comme une impulsion visant à renverser l'équilibre tacite, en permettant l'émergence d'opérateurs virtuels significatifs et pérennes sur le marché de détail. Il s'agissait donc d'une action transitoire puisque une fois de tels acteurs établis, l'obligation d'accès serait devenue sans objet et aurait pu être retirée par l'Autorité.

L'Autorité a notifié le projet de décision le 14 avril 2005 à la Commission européenne et aux autres régulateurs européens ; elle a en parallèle relancé une consultation publique jusqu'au 31 mai 2005.

---

<sup>28</sup> [http://www.autoritedelaconcurrence.fr/user/standard.php?id\\_rub=149&id\\_article=406](http://www.autoritedelaconcurrence.fr/user/standard.php?id_rub=149&id_article=406)

Durant l'examen de ce projet de décision par la Commission et devant les réticences de cette dernière, l'Autorité a retiré son projet de décision et a mis le marché sous surveillance, afin d'apprécier l'impact effectif des accords MVNO sur le marché de détail. Cette mise sous surveillance s'est manifestée par la création d'un tableau de bord semestriel transmis régulièrement à la Commission européenne et d'un observatoire dédié piloté par l'Autorité.

## V.2.2 *L'avis de l'ARCEP et du Conseil de la concurrence de 2008*

### V.2.2.1 *La saisine du Conseil de la concurrence*

Par une lettre en date du 7 mai 2008, le directeur général de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes a saisi le Conseil de la concurrence de pratiques pouvant entraver le développement des opérateurs mobiles virtuels (MVNO).

A cet effet, il était demandé au Conseil d'examiner notamment les clauses des contrats signés entre les MVNO et leur opérateur de réseau hôte, en vue d'évaluer si le développement des premiers pouvait être plus marqué s'il n'était pas entravé par certaines dispositions y figurant, dont notamment les clauses d'exclusivité et les clauses de préemption. Il était demandé plus largement au Conseil de faire part de tout autre frein au développement des MVNO sur le marché de la téléphonie mobile et de proposer, le cas échéant des mesures de correction appropriées en vue d'accroître la concurrence sur le marché et d'y faire baisser les prix ; il était indiqué qu'une « *attention particulière pourrait ainsi être portée sur les prix de gros de la minute de communication mobile* ».

Par une lettre en date du 28 mai 2008, le Conseil de la concurrence a communiqué pour avis cette saisine à l'Autorité.

### V.2.2.2 *L'avis de l'ARCEP du 24 juin 2008*

L'Autorité avait alors constaté que les contrats d'accès et de départ d'appel de gros comprennent plusieurs clauses pouvant contribuer à interdire/restreindre fortement le jeu de l'offre et de la demande sur ce marché, à savoir :

- les clauses d'exclusivité ;
- les clauses de remise d'exclusivité ;
- les clauses d'intuitu personae ;
- les clauses de cession de base client.

Il avait alors été estimé que trois conclusions d'ordre concurrentiel pouvaient être tirées de l'examen des clauses susmentionnées :

- absence de contre-pouvoir d'acheteur : « *Il semble à l'Autorité que les clauses en cause créent une quasi-intégration verticale de fait de ces derniers avec leurs opérateurs hôtes. Ce cloisonnement vertical du marché de gros de l'accès et du départ d'appel mobile limite fortement le jeu de l'offre et de la demande et ne permet pas de conclure à une ouverture effective, en termes dynamiques, de ce marché.* »
- réversibilité accrue des contrats : « *ces clauses assurent à l'opérateur hôte un droit de contrôle fort sur toute gestion par son client de ses actifs, et garantit in fine à l'opérateur la possibilité d'acquérir, en bénéficiant d'une certaine priorité, ces actifs.* »
- barrière à l'entrée sur le marché de gros : « *Le fait que la quasi-totalité des accords de MVNO reposent sur des conventions mettant en œuvre une exclusivité d'approvisionnement limite les perspectives d'activité d'un quatrième opérateur de réseau sur le marché de gros.* »

L'Autorité avait également analysé la dépendance économique plus générale des MVNO à leurs opérateurs hôtes respectifs et le bilan économique en résultant. Pour ce faire, une analyse de l'autonomie technique, tarifaire et commerciale avait été menée.

Sur le premier point, il avait été conclu que *« l'absence d'autonomie technique des opérateurs virtuels est de nature à brider leur réactivité et leurs innovations commerciales, nuisant ainsi à leur capacité d'animation concurrentielle du marché de détail »*.

Sur le deuxième point, il avait été constaté que *« ces analyses préliminaires, qu'il conviendrait d'approfondir, tendent donc à montrer qu'il n'est pas possible à ce jour, pour les opérateurs virtuels, sur la base de leurs contrats de gros, de répliquer les offres du cœur de gamme de leurs opérateurs hôtes »*.

Sur le troisième point, il avait été considéré que *« les conditions tarifaires et techniques offertes aux MVNO, combinées à des restrictions contractuelles ne leurs permettent pas de mener des politiques commerciales autonomes. A ce titre, les MVNO ne peuvent pas aujourd'hui jouer pleinement le rôle d'animation de la concurrence auxquels ils pourraient prétendre, et notamment adresser efficacement les segments de clientèle délaissés par les opérateurs de réseau »*.

De manière générale, l'Autorité avait conclu son avis en indiquant que *« par-delà les aspects sectoriels décrits et mis en contexte par l'Autorité, ces pratiques soulèvent de véritables enjeux de droit de la concurrence renvoyant plus largement à l'examen, par le Conseil, d'un éventuel état de dépendance économique tenant à l'absence d'autonomie technique, commerciale et économique des MVNO vis-à-vis de leurs opérateurs hôtes. »*

### **V.2.2.3 L'avis du Conseil de la concurrence du 30 juillet 2008**

Dans son avis rendu le 30 juillet 2008, le Conseil de la concurrence a constaté que *« du fait de la faible rivalité concurrentielle entre opérateurs de réseau, les MVNO, pour la plupart, n'ont obtenu que des conditions d'hébergement peu favorables au développement de leur activité. »*

Il a notamment constaté les faits suivants :

- sur le marché de détail de la téléphonie mobile en France, les MVNO connaissent un taux de développement étonnamment faible par rapport aux autres pays européens ;
- le manque de compétitivité des offres des MVNO s'explique essentiellement par les conditions d'hébergement proposées aux MVNO par les opérateurs de réseau ;

En conséquence, le Conseil de la concurrence avait préconisé, *« d'une part, de renforcer la concurrence sur le marché de gros de l'hébergement et, d'autre part, de « déverrouiller » les contraintes contractuelles qui pèsent sur les opérateurs virtuels »*.

Il avait toutefois précisé que, *« saisi pour avis, le Conseil ne peut se prononcer, comme il aurait pu le faire en cas de saisine contentieuse, sur l'analyse concurrentielle des contrats liant les MVNO à leur opérateur hôte. Mais les premières conclusions auxquelles il parvient sont utiles pour recommander :*

- *un allègement significatif de la durée des contrats et des clauses d'exclusivité ;*
- *un encadrement voire une suppression des clauses de préemption et de préférence portant sur la cession des actifs des MVNO. »*

### ***V.2.3 Les engagements dans les procédures d'attribution des autorisations d'utilisation de fréquences et les évolutions contractuelles en découlant***

A la suite de ces avis, et afin de favoriser la concurrence sur le marché mobile français, l'ARCEP a prévu, dès 2009, dans le cadre de plusieurs procédures d'attribution d'autorisations d'utilisation de fréquences, la souscription par les candidats d'engagements relatifs à l'accueil des MVNO qui ont été repris dans les autorisations délivrées aux lauréats. Un tel dispositif a ainsi permis à l'Autorité, en application des articles L. 32-1, L. 42-1 et L. 42-2 du CPCE, d'imposer aux opérateurs de réseau des obligations en la matière. Il en résulte que les engagements auxquels les opérateurs de réseau ont souscrit leur sont opposables lors de leurs négociations commerciales avec les MVNO et leur respect peut être contrôlé par l'ARCEP en application de l'article L. 36-8 du CPCE, par la voie du règlement de différend, ou en application de l'article L. 36-7 du même code (dans ce cadre, l'Autorité peut sanctionner les manquements constatés dans les conditions prévues à l'article L. 36-11).

Ce dispositif a été à l'origine d'importantes évolutions contractuelles en faveur de la concurrence sur le marché de gros des MVNO, répondant, mais en partie seulement, aux préoccupations figurant dans les avis de 2008.

#### ***V.2.3.1 Les engagements dans la procédure d'attribution de la quatrième licence « 3G »***

##### **Contexte**

Dans sa consultation publique lancée le 13 juin 2008 sur l'attribution de licences « 3G » dans la bande 2,1 GHz en France métropolitaine (qui portait non seulement sur l'attribution de fréquences à un quatrième opérateur, mais également sur l'attribution de fréquences résiduelles en résultant), l'Autorité a précisé qu'il était nécessaire, pour l'amélioration des conditions d'accueil des MVNO, que se développe un marché de gros réellement ouvert à la concurrence afin de permettre aux MVNO de sortir de la situation de dépendance à l'égard de leur opérateur hôte d'origine et d'atteindre une taille significative, pour animer de manière sensible la concurrence sur le marché de détail. L'Autorité indiquait qu'à ce titre, il apparaissait opportun d'améliorer les conditions d'accueil des MVNO sur les plans technique et tarifaire et qu'un modèle de MVNO étendu ou « Full MVNO », qui investit dans ses propres éléments de réseaux, semblait plus à même d'introduire une concurrence pérenne sur le marché.

Confirmant que le développement des MVNO était important afin de stimuler la concurrence, une large majorité de contributeurs soulignait qu'en complément d'autres moyens d'action, les modalités d'attribution des licences pourraient être un levier d'amélioration des conditions d'accueil de ces opérateurs virtuels.

A la suite de cette consultation publique, et dans le prolongement des précédentes procédures d'appels à candidatures pour l'attribution d'une autorisation « 3G », les critères de sélection du quatrième opérateur mobile (comme des candidats à l'attribution des fréquences résiduelles de la bande 2,1 GHz, cf infra) ont repris, en les synthétisant et en les actualisant, les critères appliqués lors de ces précédentes procédures. Dans ce cadre, l'objectif d'amélioration de la concurrence au bénéfice des utilisateurs a été valorisé, notamment à travers le critère de sélection, prévu par l'Autorité dans sa décision proposant au ministre chargé des communications électroniques les conditions d'attribution de la quatrième

licence<sup>29</sup>, par lequel le candidat était invité « à présenter les engagements qu'il souhait[ait] prendre sur l'accueil de fournisseurs de services, notamment d'opérateurs mobiles virtuels (MVNO) ».

Dans le cadre de sa candidature, Free Mobile a pris plusieurs engagements en la matière qui, conformément aux dispositions de l'article L. 42-1 CPCE, et comme le prévoyait le texte d'appel à candidatures, ont été repris en tant qu'obligations dans l'autorisation qui lui a été attribuée par décision de l'ARCEP en date du 12 janvier 2010<sup>30</sup>.

### **Contenu et portée des engagements**

Les engagements souscrits par Free Mobile ont été considérés par l'ARCEP, au moment de l'examen de sa candidature, comme de nature à « améliorer de manière significative les conditions actuellement proposées aux MVNO sur le marché de gros, en particulier sur les aspects contractuel, économique et technique »<sup>31</sup>. Ils lui sont opposables sur son réseau 3G déployé en propre.

La société Free Mobile s'est ainsi engagée<sup>32</sup> :

- à publier, lorsque sa couverture aura atteint 25% de la population, une offre d'accès à son réseau 3G se déclinant en deux variantes, une offre à destination des « *light-MVNO* » et une autre à destination des « *full-MVNO* », et à proposer au MVNO un contrat conforme aux termes de ces offres publiques d'accès ;
- à répondre à toute demande raisonnable d'accueil de MVNO sur son réseau déployé en propre, dès lors qu'elle aura publié une offre d'accès à son réseau 3G ;
- à accueillir sur son réseau des « *full-MVNO* », dans la limite de quatre, étant précisé que cette ouverture au modèle de « *full-MVNO* » était alors inédite et constituait une réponse satisfaisante aux préconisations de l'ARCEP et de l'Autorité de la concurrence ;
- à respecter un grand nombre des préconisations de l'Autorité de la concurrence, formulées dans son avis en date du 30 juillet 2008, et consistant à : (i) ne pas imposer au MVNO de communication de plan d'affaires ou de processus d'agrément des offres commerciales, (ii) limiter la durée d'engagement à 3 ans maximum, (iii) proposer au MVNO un contrat ne comprenant pas de droit de préférence ou de préemption en cas d'évolution (cession, etc), sauf sur demande explicite et en accord avec celui-ci, (iv) proposer un contrat sans y introduire de clause d'exclusivité d'approvisionnement, et (v) ne demander au MVNO que des prévisions de trafic agrégé permettant de dimensionner la charge du réseau.

Plus particulièrement, sur les conditions tarifaires de ses offres, Free Mobile s'est engagé :

- pour l'offre « *light-MVNO* », à proposer des tarifs fondés sur les coûts de production des prestations qu'implique l'accueil de ces opérateurs virtuels sur son réseau (mode

<sup>29</sup> Décision n° 2009-0610 en date du 16 juillet 2009 proposant au ministre chargé des communications électroniques les modalités et les conditions d'attribution d'une autorisation d'utilisation de fréquences dans la bande 2,1 GHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un système mobile de troisième génération.

<sup>30</sup> Décision n° 2010-0043 de l'Autorité en date du 12 janvier 2010 autorisant la société Free Mobile à utiliser des fréquences pour établir et exploiter un réseau radioélectrique de troisième génération ouvert au public.

<sup>31</sup> Décision n° 2009-1067 de l'Autorité en date du 17 décembre 2009 relative au compte rendu et au résultat de la procédure d'attribution d'une autorisation en France métropolitaine pour un système mobile de troisième génération, section 4 de l'annexe.

<sup>32</sup> Voir annexe 1.

« *cost plus* »), étant précisé qu'un tel mode de tarification doit permettre de répercuter sur les MVNO les baisses de coût des facteurs de production ;

- pour l'offre « *full-MVNO* », à proposer des plafonds maximum qui sont apparus, dans le cadre de l'instruction de son dossier de candidature, à la fois en lien avec les revenus moyens générés par la vente des prestations correspondantes (en présumant que Free Mobile n'assortirait le bénéfice de ces plafonds d'aucune condition particulière), et concurrentiels sur le marché de gros alors existant<sup>33</sup>).

Conformément à ses engagements, Free Mobile a publié deux offres de référence (une offre « *light-MVNO* » et une offre « *full-MVNO* ») le 8 février 2012, une fois le taux de couverture de la population de 25% atteint. Ces offres ont été mises à jour le 20 juillet 2012<sup>34</sup>.

### **Mise en œuvre des engagements**

A la suite de la publication des premières offres de référence en février 2012, les MVNO, notamment représentés par l'association Alternative Mobile, ont estimé que Free Mobile ne respectait pas ses engagements, faisant valoir que les offres ainsi publiées ne leur permettraient pas de répliquer les offres de l'opérateur sur le marché de détail.

Les nouvelles offres publiées en juillet 2012 sont venues modifier les précédentes sur un certain nombre de points, notamment pour améliorer les conditions tarifaires de l'offre « *light-MVNO* » par une plus grande répercussion sur les tarifs proposés des coûts de production actuellement supportés par Free Mobile. Il convient toutefois d'indiquer que, s'agissant d'un opérateur nouvel entrant qui vient de se lancer sur le marché, les coûts de production des prestations fournies par la société Free Mobile aux MVNO qu'elle accueille sur son réseau étant fortement corrélés au volume de trafic qui y est écoulé, ces coûts à la minute seront nécessairement amenés à baisser avec l'augmentation du trafic écoulé résultant de l'augmentation du nombre de ses abonnés. L'Autorité restera donc attentive aux évolutions des plafonds tarifaires de l'offre « *light-MVNO* ».

Les offres de référence ont également été mises à jour pour préciser les conditions d'accueil des « *full-MVNO* », dans la limite de quatre, en détaillant les conditions dans lesquelles les demandes d'accueil pourraient être considérées comme déraisonnables.

Il convient d'indiquer que l'engagement pris par la société Free Mobile d'accueillir jusqu'à quatre « *full-MVNO* » sur son réseau 3G provient d'une restriction technique du réseau qu'elle a à déployer (étant précisé que ce nombre ne peut, en tout état de cause, être restreint à moins de quatre au seul motif tiré de la quantité de fréquences dont la société dispose pour exploiter son réseau 3G).

---

<sup>33</sup> Même si une comparaison immédiate de l'offre avec les conditions existant sur le marché de gros, au jour où la candidature de Free Mobile a été retenue, n'était pas possible (les prestations à fournir aux full-MVNO, qui faisaient l'objet des engagements de Free Mobile, se limitant, par définition, compte tenu de l'architecture technique des full-MVNO, au départ d'appel, alors que la quasi-totalité des offres sur le marché portaient sur des prestations intégrant également le transit et la terminaison d'appel), il est ressorti de l'instruction que, à périmètre de prestations égal, la plafond tarifaire de la minute de départ d'appel vocal serait cohérent avec les meilleures offres effectivement facturées à l'époque sur le marché d'accès des MVNO, que le plafond de départ d'appel SMS serait concurrentiel avec les offres SMS vendues aux MVNO par les opérateurs de réseau en place et que le prix plafond d'échange de donnée était significativement plus faible que les revenus moyens obtenus sur le marché de gros à ce jour (p. 31 de la décision de compte rendu et de résultat n° 2009-1067).

<sup>34</sup> [http://www.iliad.fr/documentation/Free\\_Mobile\\_Offre\\_MVNO\\_Light\\_12-07-20.pdf](http://www.iliad.fr/documentation/Free_Mobile_Offre_MVNO_Light_12-07-20.pdf) ;

[http://www.iliad.fr/documentation/Free\\_Mobile\\_Offre\\_MVNO\\_Full\\_12-07-20.pdf](http://www.iliad.fr/documentation/Free_Mobile_Offre_MVNO_Full_12-07-20.pdf)

D'une manière générale, les engagements pris par la société Free Mobile impliquent qu'elle dispose d'une architecture de réseau adaptée et de capacités suffisantes pour répondre à toute demande raisonnable d'accueil d'un MVNO, qu'il soit *full* (jusqu'à quatre) ou *light*.

L'Autorité sera donc vigilante aux conditions dans lesquelles la société Free Mobile pourrait refuser de faire droit à une demande d'accueil d'un MVNO (*light* ou *full*).

Par ailleurs, les engagements souscrits fin 2009 par Free Mobile dans le cadre de la procédure d'attribution de la 4<sup>ème</sup> licence 3G n'ayant pu être mis en œuvre, conformément à son autorisation, qu'au début de l'année 2012 (date à laquelle l'opérateur devait avoir atteint un taux de couverture de la population de 25%), un certain décalage a pu apparaître entre le niveau de ces engagements et la situation concurrentielle existant aujourd'hui sur le marché de gros de l'accueil des MVNO, en particulier s'agissant des conditions tarifaires de l'offre « *full-MVNO* ». En effet, si les conditions tarifaires de cette offre ont pu apparaître concurrentielles au moment de l'examen de la candidature de Free Mobile fin 2009, le marché de gros ayant, depuis, évolué, elles semblent l'être moins aujourd'hui, notamment au regard de la situation actuelle sur le marché de détail.

Il convient à cet égard de noter que la situation de marché de gros actuelle résulte en grande partie des évolutions contractuelles rendues nécessaires par le respect, par Orange France et SFR, des engagements pris par ces deux opérateurs dans le cadre de la procédure d'attribution des fréquences résiduelles de la bande 2,1 GHz.

### ***V.2.3.2 Les engagements dans la procédure d'attribution des fréquences résiduelles de la bande 2,1 GHz***

#### **Contexte**

Dans le même contexte que l'attribution de la 4<sup>ème</sup> licence 3G, l'ARCEP a retenu, dans sa décision proposant au ministre chargé des communications électroniques, les conditions d'attribution des fréquences résiduelles de la bande 2,1GHz<sup>35</sup>, une procédure de sélection basée sur la combinaison de deux critères : les montants financiers que les candidats s'engageront à payer au titre de la part fixe de la redevance d'utilisation de fréquences, et les engagements à prendre concernant l'accueil des MVNO.

Trois niveaux d'engagements ont été proposés concernant l'accueil des MVNO :

- le « niveau 1 » impliquait d'accueillir des MVNO selon « *des conditions d'accueil qui ne restreignent pas sans justification objective la concurrence sur le marché de gros de l'accueil des MVNO et l'autonomie commerciale des MVNO sur le marché de détail* »,
- le « niveau 2 » celui de proposer, en outre, « *notamment une offre reposant sur une architecture dite de MVNO étendu (« full-MVNO »)* » et

---

<sup>35</sup> Décision n° 2010-0199 de l'Autorité en date du 11 février 2010 proposant au ministre chargé des communications électroniques les modalités et les conditions d'attribution d'autorisations d'utilisation de fréquences dans la bande 2,1 GHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un réseau radioélectrique de troisième génération ouvert au public.

- le « niveau 3 » celui de fournir l'accueil des offres de niveau 2 « à des conditions économiques raisonnables, eu égard notamment aux conditions prévalant sur les marchés de gros et de détail sur lesquels il opère, et compatibles avec l'exercice d'une concurrence effective et loyale sur ces marchés. »

Les deux opérateurs retenus dans le cadre de cette procédure, Orange France et SFR, ont souscrit à l'engagement de « niveau 1 », lequel a, comme prévu dans le texte d'appel à candidatures, été retranscrit dans leurs licences<sup>36</sup>.

### **Contenu et portée des engagements**

Les engagements souscrits par Orange France et SFR s'appliquent à l'ensemble de leur réseau radioélectrique mobile ouvert au public en France métropolitaine au titre des autorisations d'utilisation de fréquences dont ces sociétés sont titulaires dans les bandes 900 MHz, 1800 MHz et 2,1 GHz.

En vertu de ces engagements, dont la teneur a été précisée par l'Autorité dans sa décision proposant au ministre chargé des communications électroniques les conditions d'attribution des fréquences résiduelles de la bande 2,1 GHz (paragraphe 3.3.3 du document 2 annexé à cette décision)<sup>37</sup>, les deux opérateurs sont tenus d'offrir des conditions d'accueil qui ne restreignent pas sans justification objective l'autonomie commerciale des MVNO sur le marché de détail et la concurrence sur le marché de gros de leur accueil.

A ce titre, ils ne doivent notamment inclure dans leurs contrats aucune clause susceptible :

- de limiter, au bénéfice de l'opérateur hôte :
  - la capacité du MVNO à changer d'opérateur hôte ou à s'approvisionner auprès de plusieurs opérateurs, au-delà de ce qui est justifié par l'amortissement des coûts fixes d'accueil du MVNO, par exemple les clauses d'approvisionnement et pratiques tarifaires emportant un effet fidélisant significatif conduisant à entraver le changement d'offreur ;
  - les restrictions techniques, sans justification objective et fondée, sur la maîtrise des cartes SIM ayant pour effet d'augmenter les coûts de changement d'opérateur hôte, par exemple en prohibant l'exploitation, par l'opérateur mobile virtuel, d'un code réseau propre (code MNC)<sup>38</sup> ;
  - les possibilités de développement de l'activité du MVNO et notamment des restrictions sur la composition ou l'évolution de l'actionariat, la cession de base clients, la mise en place de réseaux de distribution, le développement de son activité sur tous les segments des marchés de détail ou la cession de son fonds de commerce et du contrat d'accès sous-jacent. En particulier, la durée, les conditions de renouvellement et les conditions d'extinction, et notamment de résiliation, du contrat d'accès ne doivent pas faire obstacle au

<sup>36</sup> Décision de l'Autorité n° 2010-0633 du 8 juin 2010 autorisant la société SFR à utiliser des fréquences pour établir et exploiter un réseau radioélectrique de troisième génération ouvert au public ; décision de l'Autorité n° 2010-0634 du 8 juin 2010 autorisant la société Orange France à utiliser des fréquences pour établir et exploiter un réseau radioélectrique de troisième génération ouvert au public. Voir annexe 1.

<sup>37</sup> Voir annexe 1

<sup>38</sup> Le code réseau de l'opérateur (*Mobile Network Code*) est un des éléments constituant l'*International Mobile Subscriber Identity* (IMSI) tel que défini dans la décision n° 01-0686 de l'Autorité en date du 11 juillet 2001 approuvant les règles de gestion d'attribution des numéros d'identification d'utilisateurs mobiles (IMSI).

développement du MVNO, à l'amortissement de ses investissements et à la valorisation de ses activités auprès des investisseurs.

- de restreindre l'autonomie commerciale des MVNO sur le marché de détail, par exemple en assignant au MVNO des restrictions sur le type de client auquel il peut offrir des services ou sur la nature des services qu'il peut commercialiser ou en imposant des restrictions techniques, sans justification objective et fondée, sur la maîtrise des cartes SIM.

Conformément aux dispositions de leur autorisation respective, les sociétés Orange France et SFR devaient mettre en œuvre ces prescriptions à compter de leur notification dans les conditions suivantes :

- en faisant droit aux demandes raisonnables d'accueil sur leur réseau radioélectrique mobile ouvert au public, tout refus opposé par l'opérateur devant être motivé par des raisons objectives ;
- en proposant dans les meilleurs délais aux MVNO déjà présents sur leur réseau d'adapter les termes de leurs contrats de manière à bénéficier de ces prescriptions.

Les deux opérateurs ont transmis à l'Autorité les contrats signés avec leurs partenaires MVNO (existants et nouveaux), ainsi que les avenants à ces contrats.

### **Mise en œuvre des engagements**

Il est ressorti du contrôle du respect des prescriptions figurant dans les autorisations délivrées le 8 juin 2010 aux sociétés Orange France et SFR, mené par l'ARCEP dans le courant de l'année 2011, que les engagements qu'elles avaient souscrits avaient conduit à l'assouplissement de certaines clauses, en faveur de l'autonomie commerciale des MVNO :

- les périodes d'exclusivité ont été réduites (à 2 ou 3 ans), parfois même supprimées,
- la cession de base client est désormais possible (un droit de préférence est toutefois maintenu dans le cas où la cession se fait, pendant l'éventuelle période d'exclusivité, au profit d'un concurrent de l'opérateur hôte),
- un droit de résiliation du contrat est maintenu uniquement dans le cas où la modification de l'actionnariat du MVNO aboutit à la prise de contrôle du MVNO par un opérateur de réseau ou affilié,
- les restrictions relatives à l'accès à certains segments de marché ont été supprimées.

Sur d'autres aspects, toutefois, il est ressorti de ce contrôle que les engagements avaient été mis en œuvre avec un certain retard.

En effet, sur plusieurs points, relatifs notamment aux conditions techniques et tarifaires d'accueil des MVNO, l'évolution ne s'est produite qu'après rappel par les services de l'Autorité des obligations s'imposant aux deux opérateurs concernés.

Les conditions techniques, tout d'abord, ne doivent pas avoir pour effet, sans justification objective et fondée, d'augmenter les coûts de changement d'opérateur hôte. En particulier, conformément aux engagements souscrits par les sociétés Orange France et SFR, les conditions techniques ne doivent pas conduire à des restrictions sur la maîtrise par le MVNO des cartes SIM de ses clients. Il en résulte que, sauf justification objective et fondée, les deux sociétés doivent offrir au MVNO la possibilité de disposer de son code réseau propre (attribué par l'ARCEP) et de maîtriser ses paramètres d'authentification. A défaut, le MVNO serait

contraint de changer toutes les cartes SIM de ses clients s'il souhaite changer d'opérateur hôte. Les sociétés Orange France et SFR doivent également proposer au MVNO d'adapter les termes de son contrat, en l'informant de la possibilité de souscrire à une offre d'exploitation d'un code réseau propre.

Pour se conformer à leurs engagements, les deux opérateurs ont procédé aux adaptations techniques et contractuelles nécessaires pour permettre aux MVNO qui le désireraient d'exploiter leur code réseau propre en étant propriétaire des paramètres d'authentification de leurs clients.

Ainsi, à partir de décembre 2011, les deux sociétés ont informé leurs partenaires MVNO respectifs de l'existence d'une nouvelle offre de service leur permettant d'exploiter un code réseau propre et ont engagé les travaux requis pour supprimer les restrictions non justifiées sur la maîtrise des cartes SIM. Selon les informations transmises à l'Autorité, les développements nécessaires à la disponibilité de l'offre seront finalisés [...].

Les conditions tarifaires, ensuite, ne doivent pas limiter, au-delà de ce qui est justifié par l'amortissement des coûts fixes d'accueil de l'opérateur virtuel par l'opérateur hôte, la capacité de l'opérateur virtuel à s'approvisionner auprès de plusieurs opérateurs ou changer d'opérateur hôte. Cette obligation, résultant des engagements souscrits par Orange France et SFR, implique notamment que la structure tarifaire (les seuils tarifaires en fonction du volume de minutes achetées) ainsi que les garanties minimales, en termes de facturation mensuelle, demandées par les opérateurs hôtes ne doivent pas, au-delà de l'amortissement des coûts fixes d'accueil, excéder un certain seuil : elles ne doivent pas emporter d'effet fidélisant significatif conduisant à entraver le changement d'opérateur hôte. Ainsi la structure tarifaire comme les garanties minimales ne doivent pas, au regard des engagements souscrits, être telles que si le MVNO souhaite disposer de tarifs lui permettant d'être compétitif sur le marché de détail, il soit contraint de s'approvisionner exclusivement auprès de l'opérateur hôte en question.

[...]

### ***V.2.3.3 Les engagements dans les procédures d'attribution des fréquences 2.6GHz et 800 MHz***

Dans la continuité de ce qui a été prévu dans le cadre de la procédure d'attribution des fréquences résiduelles dans la bande 2,1 GHz, l'ARCEP a retenu, dans ses décisions proposant au ministre chargé des communications électroniques les conditions d'attribution des fréquences des bandes 2,6 GHz<sup>39</sup> et 800 MHz<sup>40</sup>, une procédure de sélection basée sur la combinaison de deux critères : un critère de prix et un critère fondé sur les engagements d'accueil des MVNO.

---

<sup>39</sup> Décision n° 2011-0598 de l'Autorité en date du 31 mai 2011 proposant au ministre chargé des communications électroniques les modalités et les conditions d'attribution d'autorisations d'utilisation de fréquences dans la bande 2,6 GHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un réseau radioélectrique mobile ouvert au public.

<sup>40</sup> Décision n° 2011-0600 de l'Autorité en date du 31 mai 2011 proposant au ministre chargé des communications électroniques les modalités et les conditions d'attribution d'autorisations d'utilisation de fréquences dans la bande 800 MHz en France métropolitaine pour établir et exploiter un réseau radioélectrique mobile ouvert au public.

Pour que les MVNO puissent jouer un rôle important dans l'animation concurrentielle du marché, l'Autorité a estimé nécessaire qu'ils puissent disposer d'une autonomie suffisante vis-à-vis de leurs opérateurs hôtes, à la fois sur les plans contractuel, technique et économique. Elle a notamment estimé que le modèle de « full MVNO » était de nature à permettre aux opérateurs virtuels de gagner en autonomie vis-à-vis de leur clientèle, en réactivité, en maîtrise de la qualité de leurs services et des coûts. Ces éléments avaient été rappelés par l'Autorité de la concurrence dans son avis 10-A-17 du 29 juillet 2010 (point 42)<sup>41</sup>. Dans cette perspective, afin de contribuer au développement des MVNO, les procédures d'attributions de fréquences pour le très haut débit mobile ont inclus un dispositif incitatif, de nature à encourager les candidats à offrir des conditions d'accueil favorables aux MVNO.

Le dispositif qui avait été appliqué à l'occasion de l'attribution des fréquences résiduelles de la bande 2,1 GHz, a ainsi été adapté pour ne conserver que le niveau maximal d'engagement (le niveau 3). Cet engagement vise à ne restreindre sans justification objective, ni la concurrence sur le marché de gros de l'accueil des MVNO, ni l'autonomie commerciale des MVNO sur le marché de détail. Il prévoit également une obligation de proposer une offre d'accueil reposant sur une architecture de « full MVNO » et de fournir aux MVNO des conditions économiques raisonnables<sup>42</sup>, ce qui s'évaluera nécessairement dans un double rapport aux coûts de production des prestations de gros et aux tarifs constatés sur le marché de détail.

L'accueil des MVNO, dans le cadre de cet engagement, s'entend comme l'accueil sur le réseau mobile à très haut débit des lauréats (Orange France, Bouygues Telecom, Free Mobile et SFR pour la bande 2,6 GHz et Orange France, Bouygues Telecom et SFR pour la bande 800 MHz).

Les obligations attachées à la souscription de cet engagement par les quatre opérateurs de réseau, retranscrites dans le cahier des charges annexé à leurs autorisations<sup>43</sup>, leur seront opposables dès lors qu'ils commercialiseront leur réseau 4G. Elles s'appliqueront alors non seulement aux conditions d'accueil sur les bandes concernées (800 MHz et 2,6 GHz), mais également aux conditions d'accès sur d'autres bandes de fréquences dont les opérateurs pourraient être titulaires, dès lors que cette application est nécessaire pour ne pas priver l'engagement souscrit de sa pleine portée utile.

---

<sup>41</sup> <http://www.autoritedelaconcurrence.fr/pdf/avis/10a17.pdf>.

<sup>42</sup> Voir annexe 1.

<sup>43</sup> Pour les autorisations d'utilisation de fréquences de la bande 2,6 GHz délivrées le 11 octobre 2011 : décisions n° 2011-1168 (pour Bouygues Telecom), n° 2011-1169 (pour Free Mobile), n° 2011-1170 (pour Orange France) et n° 2011-1171 (pour SFR). Pour les autorisations d'utilisation de fréquences de la bande 800 MHz délivrées le 17 janvier 2012 : décisions n° 2012-0037 (pour Bouygues Telecom), n° 2012-0038 (pour Orange France) et n° 2012-0039 (pour SFR).

## **VI. Sur le fond de la saisine**

Comme vu précédemment, le marché de la téléphonie mobile grand public en métropole a connu de forts changements au cours des deux dernières années, parmi lesquels on peut notamment noter :

- l'émergence, courant 2010, des offres dite éco sans terminaux (SIM only), puis courant 2011, des offres sans engagement, allant donc à rebours des pratiques historiques basées sur des offres avec engagement (12 ou 24 mois) et subvention du terminal ayant pour but la rétention et la montée en gamme d'une clientèle existante plutôt que l'acquisition de nouveaux clients ;
- l'anticipation, par les opérateurs de réseau historiques, du lancement des offres commerciales de Free Mobile, prévu en janvier 2012 avec le lancement courant 2011 des secondes marques des opérateurs (B& You pour Bouygues Telecom, Sosh pour Orange et Red pour SFR) ;
- le lancement commercial de Free Mobile en janvier 2012 marqué par la simplicité de ses offres (seulement deux niveaux de tarif) par ailleurs très compétitives, et le découplage systématique des abonnements et du terminal.

Comme détaillé dans la partie III.2, l'impact de ces nouvelles caractéristiques de marché a notamment été ressenti dès le premier trimestre de l'année 2012 et s'est confirmé au deuxième trimestre.

Comme détaillé dans la partie III.2, les données du premier trimestre ont montré que l'arrivée du quatrième opérateur a eu un effet sur le marché, avec une explosion des ventes brutes sans engagement, ainsi que sur les acteurs du marché, avec une baisse du parc des opérateurs de réseaux et une stagnation, après une période de forte croissance, du parc des MVNO, grâce notamment à la bonne situation des MVNO dits « ethniques ».

Toutefois, les données du deuxième et du troisième trimestres montrent que les opérateurs de réseau historiques et les opérateurs virtuels voient leur parc se stabiliser ou croître légèrement, probablement en raison du fait qu'ils ont rapidement su proposer des alternatives aux offres de Free Mobile, et que les MVNO reprennent leur croissance après un léger déclin au premier trimestre 2012.

Dans ce nouveau paysage, et notamment celui des offres dites « low-cost » vendues uniquement sur internet<sup>44</sup>, sans engagement et sans terminal subventionné, les opérateurs virtuels s'interrogent, compte tenu des conditions tarifaires et techniques de leur contrat de gros, sur le rôle concurrentiel qu'ils vont pouvoir tenir sur ce marché.

C'est dans ce cadre qu'Alternative Mobile a saisi l'Autorité de la concurrence afin qu'elle rende un avis concernant le fonctionnement concurrentiel des marchés de gros et de détail de la téléphonie mobile en France, notamment en examinant le niveau des prix de gros au regard des prix de détail pratiqués par les opérateurs et, plus largement, en éclairant les acteurs du marché et le régulateur sur les mesures à apporter en vue de permettre aux MVNO d'animer

---

<sup>44</sup> Actuellement, ces offres (B&You, Sosh, Red et Free mobile) sont vendues majoritairement sur internet, à quelques exceptions près : les formules Red de SFR peuvent être proposées par téléphone, tandis que les offres Free mobile peuvent être vendues dans les boutiques Free.

réellement la concurrence sur le marché de détail de la téléphonie mobile. Alternative Mobile a notamment fait part de certaines restrictions techniques dans les contrats qui, selon elle, pouvaient avoir pour effet de restreindre la dynamique concurrentielle sur les marchés de gros et de détail.

Ces observations invitent à une analyse des conditions à la fois tarifaires et techniques existantes aujourd'hui sur le marché de gros, au regard de la situation sur l'ensemble du marché de détail.

Dans cette partie, l'Autorité entend notamment mener son analyse au vu des engagements d'accueil des MVNO souscrits par les opérateurs de réseau. Il convient, dans un premier temps, de décrire les pratiques mises en cause avant, dans un second temps, de qualifier leurs effets concurrentiels sur le marché de gros et de détail.

## VI.1 Sur les conditions tarifaires

Les ambitions d'animation concurrentielle du marché de détail que pourraient avoir les MVNO ne peuvent être réalisées que dans la mesure où ils disposent effectivement, par le biais de leur contrat d'accès, y compris au niveau de sa mise en œuvre quotidienne, d'une marge de manœuvre suffisante pour établir, sur le long terme, une politique commerciale dynamique et autonome.

Ainsi comme l'Autorité a pu le rappeler, ceci implique notamment que les MVNO doivent avoir accès à toute la chaîne de valeur du secteur mobile et posséder une politique tarifaire autonome, qui n'est pas encadrée ou orientée sous la forme d'incitations, d'interdictions (freins à la croissance), de restrictions ou d'une tarification obérant de facto toute autonomie en termes de marge ou de prestation de détail de référence.

Dans son précédent avis de 2008, l'Autorité avait notamment rappelé que de façon générale quel que soit le marché, les capacités de gros acquises font l'objet de modes de tarification distincts.

Le premier, dit « *retail minus* », consiste à offrir un prix de détail censé représenter le niveau de prix du marché auquel est appliquée une remise d'achat de gros.

Le second, dit « *cost-plus* », consiste pour le vendeur à vendre ses prestations de gros au niveau de leurs coûts augmentés d'une marge de bénéfice. Le mode « *cost-plus* » est réputé plus favorable aux opérateurs virtuels, dans la mesure où ces derniers bénéficient de la sorte des structures de coûts d'un opérateur de réseau et ne dépendent pas, pour la formation de leurs offres, des niveaux de prix pratiqués sur le marché de détail.

Par ailleurs ce mode impose à l'opérateur hôte de communiquer sa marge de gros. A contrario, le « *retail minus* » est en principe plus favorable à l'opérateur hôte, qui vend des prestations dont le tarif, fondé sur le prix de détail est décorrélé des coûts de facteurs de production. Par ailleurs, l'opérateur hôte peut quantifier finement le niveau de remise en fonction d'objectifs commerciaux ou de performances particulières sur le marché de détail de l'opérateur virtuel, entraînant de ce fait un certain degré de maîtrise de la politique de détail de ce dernier.

### VI.1.1 Les structures et niveaux tarifaires existants

Les structures tarifaires des contrats *light-MVNO* peuvent être différenciées des structures tarifaires des contrats *full-MVNO*.

Il ressort des contrats *light-MVNO* existants les principales modalités de structures tarifaires suivantes :

- une tarification de bout en bout pour les communications voix et SMS sortantes :
  - ceci n'est pas le cas pour [...] qui dissocie la partie départ d'appel de la partie terminaison d'appel
- une tarification à la minute ou au SMS indifférenciée entre type de réseaux de destination de l'appel (fixe ou mobile), à l'exception des tarifs de/vers l'international qui font l'objet d'une tarification spécifique :

- toutefois, certains MVNO chez [...] ont un tarif préférentiel pour les communications *on-net*, entre clients de l'opérateur virtuel
- une tarification de la data au mégaoctet identique selon le sens du trafic (descendant ou montant)
- une tarification, pour les trois services (voix, SMS, data), dégressive au volume, par paliers de consommation cumulée de l'ensemble des clients :
  - ceci est en particulier le cas chez [...]
- une tarification, pour les trois services, sous forme de briques tarifaires qui permettent de bénéficier de briques dites d'abondance au-delà d'un forfait classique (il s'agit de tarifs forfaitaires dont la consommation peut être moyennée entre les lignes pour lesquelles cette tarification a été retenue, permettant de bénéficier de tarifs plus avantageux pour proposer des offres dites d'abondance) :
  - ceci est en particulier le cas chez [...]
- un abonnement mensuel récurrent d'accueil sur le réseau de l'opérateur hôte ou un minimum de facturation :
  - ceci est en particulier le cas chez [...]

Il ressort des contrats *full-MVNO* existants les principales modalités de structures tarifaires suivantes :

- une tarification par « *leg* », sous forme de demi-appel ou SMS entrant et sortant (c'est-à-dire du point de livraison du trafic par le *full-MVNO* vers l'abonné pour l'entrant, ou de l'abonné vers le point de livraison du trafic au *full-MVNO* pour le sortant) ;
- une tarification de la data au mégaoctet identique selon le sens du trafic (descendant ou montant) ou au Mbit/s sur la base de l'ensemble du trafic (descendant et montant) consommé sur un mois.

Toutefois, il apparaît qu'il existe des caractéristiques communes entre les structures tarifaires des deux types de MVNO :

- un minimum de facturation annuelle, parfois découpé en plusieurs périodes ;
- un paiement initial d'une part fixe, parfois pour un volume de communications déterminé, donnant droit pour ces volumes à une tarification variable préférentielle.

Ces éléments font apparaître que certaines modalités des structures tarifaires existantes des contrats *light-MVNO* relèvent encore de la logique du mode « *retail-minus* » :

- tarif de bout en bout à la minute ou au SMS, sans aucune différenciation entre le type de réseau de destination de l'appel : fixe ou mobile. L'opérateur hôte aura pourtant des coûts de terminaison d'appel différents en fonction du type de réseau de destination (10 fois plus faibles pour le fixe que pour le mobile). Pour autant, au niveau du détail les appels vers un mobile ou vers un fixe sont généralement tarifés de la même manière ;
- remise par palier de consommation par ligne avec le système de briques<sup>45</sup>. L'opérateur hôte est sensible au volume global acheté par l'opérateur virtuel, et non à la consommation individuelle d'un client. Cette dégressivité permet certes à l'opérateur virtuel d'adresser plus facilement certains clients à plus grosses consommations, mais elle contraint fortement l'activité commerciale de cet opérateur sur le détail. En effet, ce mode de remises par ligne vise à s'assurer que la tarification de gros pour un certain

---

<sup>45</sup> Brique 500 minutes de voix à [...]€, brique 500 SMS à [...]€, brique 500 Mo de data à [...]€

type de clients est très proche de la tarification de détail, car elle n'autorise aucune subvention entre différentes catégories de consommateurs.

A contrario, il apparaît que certaines modalités tendent à se rapprocher d'une logique en mode « *cost-plus* » :

- paiement d'une part fixe donnant droit, pour un certain volume, à une tarification variable préférentielle ;
- tarification de la data au Mbit/s consommé pour l'ensemble du parc client de l'opérateur virtuel.

A ce jour, les contrats *light-MVNO* apparaissent toujours conçus sur une logique de « *retail-minus* » tandis que les contrats *full-MVNO* intègrent certaines modalités du mode « *cost plus* ». Or, sur le marché de détail, les MVNO font face aux opérateurs de réseau qui bénéficient de structures de coûts essentiellement fixes, proposant aujourd'hui principalement des offres comprenant des prestations d'abondance.

Le détail des niveaux tarifaires des contrats des opérateurs virtuels, relevant du secret des affaires, est présenté en annexe 2 à ce présent avis.

### ***VI.1.2 Méthodologie d'analyse de l'adéquation des offres de gros et des offres de détail***

L'Autorité a mené des analyses préliminaires afin d'étudier dans quelle mesure les opérateurs virtuels seraient en mesure de proposer, sur le marché de détail, certaines offres, aujourd'hui commercialisées par leurs opérateurs hôtes, en fonction de différents profils de consommation représentant le parc du marché mobile métropolitain.

L'Autorité précise qu'elle ne dispose pas à ce jour de l'ensemble des éléments qui permettraient d'analyser le caractère répliquable, au sens du droit de la concurrence, des gammes d'offres des opérateurs de réseau par leurs MVNO dans le cadre de leurs contrats de gros, en particulier, pour chacune des offres commercialisées, les consommations moyennes réelles des clients (approche descendante offre => consommation).

Ainsi, pour mener à bien cet exercice, la méthodologie qui a été retenue consiste à comparer, pour un ensemble représentatif de profils de consommation, les revenus des offres de détail des opérateurs de réseau les mieux adaptées à chacun de ces profils, d'une part, aux coûts de gros que supportent les opérateurs virtuels pour acheminer les consommations de chacun de ces profils, d'autre part. Il s'agit donc d'une approche ascendante (consommation => offre).

Le détail de la méthodologie appliquée est exposé ci-après.

#### ***VI.1.2.1 Les MVNO retenus pour chaque opérateur hôte***

Les offres des opérateurs de réseau sont analysées au regard des conditions de gros qu'ils consentent à leurs principaux opérateurs virtuels.

Pour Orange, les opérateurs virtuels retenus sont les suivants :

- Oméa Telecom (*light* et *full-MVNO*)
- NRJ Mobile (*light-MVNO*)

- Transatel (*light-MVNO*)
- KPN (*light-MVNO*)

Pour SFR, les opérateurs virtuels retenus sont les suivants :

- Afone (*light-MVNO*)
- Auchan Mobile (*light-MVNO*)
- Buzz Mobile (*light-MVNO*)
- Coriolis (*light-MVNO*)
- La Poste Mobile (*light-MVNO*)
- Mundio Mobile (*full-MVNO*)
- NRJ (*light-MVNO* et *full-MVNO*)
- Oméa Telecom (*light-MVNO* et *full-MVNO*)
- Prixtel (*light-MVNO*)
- SNBL (*light-MVNO*)

Pour Bouygues Telecom, les opérateurs virtuels retenus sont les suivants :

- Lebara (*light-MVNO*)
- Lycamobile (*light-MVNO* et *full-MVNO*)
- Numéricable (*light-MVNO*)

Pour sa part, Free Mobile n'a, à ce jour, signé aucun contrat d'accueil d'un opérateur virtuel, qu'il soit *light-MVNO* ou *full-MVNO*.

#### **VI.1.2.2 Les profils de consommation représentatifs retenus**

Dans le cadre de sa publication de l'évolution des prix des services mobiles en France pour 2010-2011, l'Autorité considère plusieurs profils de consommation qui ont été élaborés selon des critères structurants au sein de la clientèle du marché résidentiel français métropolitain pour les principaux opérateurs mobiles<sup>46</sup>. L'Autorité renvoie à cette publication pour de plus amples détails sur la méthodologie de modélisation des comportements de consommation.

La modélisation utilisée dans les publications précédentes se fonde en grande partie sur l'intensité de la consommation en services vocaux. Or le développement récent des usages SMS et data a engendré de nouveaux comportements de consommation. Ainsi, les trois profils de consommation retenus pour les clients postpayés et les clients prépayés, représentant chacun 33% du parc en question, dans le cadre de la mesure de l'évolution de l'indice des prix sont :

---

<sup>46</sup>[http://www.arcep.fr/fileadmin/reprise/observatoire/indice-prix-mobiles/indice\\_prix\\_mobiles\\_2010-2011-juin2012.pdf](http://www.arcep.fr/fileadmin/reprise/observatoire/indice-prix-mobiles/indice_prix_mobiles_2010-2011-juin2012.pdf)

Profils de consommation (année 2011)	Volume moyen voix (minutes)	Volume moyen SMS (messages)	Volume moyen data (Mo)
<b>Forfaits post-payés et forfaits bloqués</b>			
Q1	403	276	137
Q2	84	283	67
Q3	24	241	30
<b>Cartes prépayées</b>			
P12	67	117	4
P13	12	88	1
P14	1	45	2

Source : ARCEP, publication de l'indice des prix

S'agissant des profils post-payés, l'Autorité s'est basée sur cette modélisation pour construire, autour de chacun des trois profils indiqués ci-dessus, des variantes tant au point de vue de la consommation voix, SMS et data. Il apparaît que les données de consommation en résultant sont relativement proches des données agrégées résultant de la collecte d'informations faite auprès des opérateurs dans le cadre de cette mesure de l'indice des prix

Les profils postpayés et prépayés de consommation retenus par l'Autorité ont les caractéristiques suivantes :

Profils de consommation (année 2011)	Volume moyen voix (minutes)	Volume moyen SMS (messages)	Volume moyen data (Mo)	Poids du profil (%)
<b>Forfaits post-payés et forfaits bloqués</b>				
P1	403	276	137	33,30%
P2	[...]	[...]	[...]	dont [...]%
P3	[...]	[...]	[...]	dont [...]%
P4	[...]	[...]	[...]	[...]
P5	90	250	70	33,30%
P6	30	240	30	33,30%
P7	[...]	[...]	[...]	dont [...]%
P8	[...]	[...]	[...]	dont [...]%
P9	[...]	[...]	[...]	[...]
P10	[...]	[...]	[...]	dont [...]%
P11	[...]	[...]	[...]	[...]
<b>Cartes prépayées</b>				
P12	67	117	4	33,30%
P13	12	88	1	33,30%
P14	1	45	2	33,30%

Source : ARCEP, publication de l'indice des prix et hypothèses

]

### *VI.1.2.3 Les offres par opérateurs hôtes associées aux profils de consommation*

Pour chaque profil de consommation précédemment identifié, et pour chaque opérateur hôte, il s'agit d'identifier son offre de détail la plus avantageuse.

Les opérateurs de réseau se positionnent à la fois sur des offres postpayées dites « low – cost » et sur des offres postpayées dites « classiques ». A la fin du second semestre 2012, les offres « low –cost » ne représentaient dans le parc total qu'une petite fraction (voir chiffres présentés dans le tableau de la section **Erreur ! Source du renvoi introuvable.**).

Les offres de détail des opérateurs découlant des profils de consommation retenus ont donc été sélectionnées à la fois dans leur gamme dite « low cost » vendue uniquement sur internet (B&You, Red, Sosh) et dans leur gamme « classique » vendue à la fois en boutique et sur internet (Eden, Carré, Origami/Jet, Free).

L'Autorité, dans son analyse, ne se limite donc pas uniquement à vérifier si les opérateurs virtuels ont un espace économique suffisant sur le segment des offres « low – cost » de leur opérateur hôte, mais s'attache également à vérifier leur situation sur le segment des offres classiques. Cette démarche se place dans une logique de test de ciseau tarifaire dans lequel l'ensemble du portefeuille d'offres de l'opérateur verticalement intégré sera analysé, et pas uniquement une partie de ses offres.

Ainsi, pour chaque profil susmentionné et pour chaque opérateur hôte, l'Autorité a extrait l'offre « low – cost » et l'offre « classique » la plus avantageuse pour le consommateur. L'Autorité précise toutefois que Free Mobile ne commercialisant que deux offres sous la même marque, il ne peut y avoir de distinction entre l'offre « low – cost » la plus avantageuse et l'offre « classique » la plus avantageuse. Ainsi, pour Free Mobile, une seule offre a été considérée pour chaque profil de consommation.

Dans la gamme « classique », l'Autorité s'est attachée, d'une part, à ne prendre en compte que les offres « Eco », c'est-à-dire sans terminal, et, d'autre part, à ne prendre que les tarifs sans engagement de ces offres. Le champ d'analyse ainsi retenu permet à l'Autorité de s'affranchir d'un certain nombre de coûts, tels que ceux relatifs à la subvention du terminal, à la fidélité du client, ...

Il en ressort que, pour les profils postpayés et prépayés, les offres les plus avantageuses sont :

Profils de consommation (année 2011)	Offres Orange		Offres SFR		Offres BYG		Offres FM
Forfaits post-payés et forfaits bloqués	low-cost	classique	low-cost	classique	low-cost	classique	classique
P1	Orange Sosh 24/7 19,90€	Orange Origami Star 24/7 500 Mo ECO 34,90€	SFR Série Red 3Go 19,99€	SFR Carré 24/24 ECO 34,99€	B&You forfait 24/24 & Internet 3G+ 3Go 19,99€	Bouygues Telecom forfait Eden Relax version eco illimité 24/24 39,90€	Free Mobile forfait Free 19,99€
P2	Orange Sosh 24/7 19,90€	Orange Origami Star 24/7 500 Mo ECO 34,90€	SFR Série Red 3Go 19,99€	SFR Carré 24/24 ECO 34,99€	B&You forfait 24/24 & Internet 3G+ 3Go 19,99€	Bouygues Telecom forfait Eden Relax version eco illimité 24/24 39,90€	Free Mobile forfait Free 19,99€
P3	Orange Sosh 24/7 19,90€	Orange Origami Star 24/7 500 Mo ECO 34,90€	SFR Série Red 3Go 19,99€	SFR Carré 24/24 ECO 34,99€	B&You forfait 24/24 & Internet 3G+ 3Go 19,99€	Bouygues Telecom forfait Eden Relax version eco illimité 24/24 39,90€	Free Mobile forfait Free 19,99€
P4	Orange Sosh 24/7 19,90€	Orange Origami Star 24/7 500 Mo ECO 34,90€	SFR Série Red 3Go 19,99€	SFR Carré 24/24 ECO 34,99€	B&You forfait 24/24 9,99€	Bouygues Telecom forfait Eden Relax version eco illimité 24/24 39,90€	Free Mobile forfait 2 euros 17,69€
P5	Orange Sosh 24/7 19,90€	M6 Mobile, forfait bloqué 1h SIM seule 21,24€	SFR Série Red 3Go 19,99€	SFR Carré 2 h 500 Mo ECO 24,99€	B&You forfait 24/24 12,34€	Bouygues Telecom forfait Eden bloqué 1h+WVE sans mobile 16,39€	Free Mobile forfait 2 euros 10,39€
P6	Orange Sosh 24/7 19,90€	M6 Mobile, forfait bloqué 1h SIM seule 19,90€	SFR Série Red 3Go 19,99€	SFR Carré 2 h 500 Mo ECO 24,99€	B&You forfait 24/24 10,49€	Bouygues Telecom forfait Eden bloqué 1h+WVE sans mobile 17,90€	Free Mobile forfait Free 19,99€
P7	Orange Sosh 24/7 19,90€	M6 Mobile, forfait bloqué 1h SIM seule 19,90€	SFR Série Red 3Go 19,99€	SFR Carré 2 h 500 Mo ECO 24,99€	B&You forfait 24/24 & Internet 3G+ 3Go 19,99€	Bouygues Telecom forfait Eden bloqué 1h+WVE sans mobile 25,90€	Free Mobile forfait Free 19,99€
P8	Orange Sosh 24/7 19,90€	M6 Mobile, forfait bloqué 1h SIM seule 19,90€	SFR Série Red 3Go 19,99€	SFR Carré 2 h 500 Mo ECO 24,99€	B&You forfait 24/24 10,49€	Bouygues Telecom forfait Eden bloqué 1h sans mobile 17,90€	Free Mobile forfait 2 euros 14,70€
P9	Orange Sosh 2h 9,90€	M6 Mobile, forfait bloqué 1h sans Internet SIM seule 14,90€	SFR Série Red SMS 9,90€	SFR Carré 1h bloqué ECO 9,99€	B&You forfait 24/24 9,99€	Bouygues Telecom forfait Eden bloqué 1h sans mobile 13,90€	Free Mobile forfait 2 euros 12,04€
P10	Orange Sosh 24/7 19,90€	M6 Mobile, forfait bloqué 1h SIM seule 19,90€	SFR Série Red 3Go 19,99€	SFR Carré 2 h 500 Mo ECO 24,99€	B&You forfait 24/24 9,99€	Bouygues Telecom forfait Eden bloqué 1h sans mobile 17,90€	Free Mobile forfait 2 euros 3,81€
P11	Orange Sosh 2h 9,90€	M6 Mobile, forfait bloqué 1h sans Internet SIM seule 14,90€	SFR Série Red SMS 9,90€	SFR Carré 1h bloqué ECO 9,99€	B&You forfait 24/24 9,99€	Bouygues Telecom forfait Eden bloqué 1h sans mobile 13,90€	Free Mobile forfait 2 euros 2,00€
<b>Cartes prépayées</b>							
P12	Orange mobicarte appels illimités 30 euros 30€		SFR Carte iPhone 3G 24 euros 37,46€		Bouygues Telecom B&You Carte prépayée 25 euros 14,74€		n/a
P13	Orange mobicarte 100 euros 16,67€		SFR Carte prépayée 35 euros 14,15€		Bouygues Telecom B&You Carte prépayée 15 euros 6,17€		n/a
P14	Orange mobicarte 35 euros 11,67€		SFR Carte prépayée 35 euros 11,67€		Bouygues Telecom B&You Carte prépayée 25 euros 3,39€		n/a

Source : données ARCEP et sites web des opérateurs, novembre 2012

#### VI.1.2.4 Les revenus et les coûts pris en compte

La méthodologie retenue considérant, d'une part, des revenus de détail, et, d'autre part, des coûts de gros, il convient de préciser quels revenus et quels coûts ont été retenus.

Comme détaillé précédemment, l'Autorité s'est attachée à prendre en considération les offres de détail les plus simples possible, c'est-à-dire celles sans terminal et sans engagement.

### **Revenus**

Dans son analyse, l'Autorité a pris en compte les revenus suivants, en considérant que la totalité des appels voix et SMS émis le sont à destination de la métropole :

- revenu de détail du forfait ;
- revenu moyen des dépassements du forfait voix ;
- revenu moyen des dépassements du forfait SMS ;
- revenu moyen des dépassements du forfait data.

L'Autorité précise que ne sont notamment pas pris en compte dans le cadre de cette analyse :

- les revenus issus des communications voix, SMS ou data émises vers ou de l'étranger, ainsi que les communications voix ou SMS vers des numéros surtaxés ;
- les revenus de gros associés aux terminaisons d'appel voix ou SMS. En effet, d'une part, les *light-MVNO* sont insensibles à ces revenus, « captés » par leurs opérateurs hôtes, et, d'autre part, les *full-MVNO*, qui eux perçoivent ces revenus, supportent par ailleurs pour ces prestations des coûts dans le cadre de leur contrat de gros, qui ne sont pas pris en compte ici.

### **Coûts**

Pour analyser les coûts supportés pour proposer une offre similaire dans le cadre du contrat de gros, les coûts suivants doivent être mis en regard des revenus<sup>47</sup> :

- coût de la consommation voix, SMS et data réelle du forfait dans le cadre du contrat de gros, en considérant le tarif le plus avantageux ;
- coût des prestations connexes dans le cadre du contrat de gros (abonnement mensuel, par exemple) ;
- coût de terminaison d'appel voix et SMS uniquement pour les *full-MVNO*<sup>48</sup>.

Afin d'avoir une vision la plus conservatrice possible, l'Autorité a pris en compte, quand la structure tarifaire le permettait, le coût unitaire le plus avantageux pour chaque service.

En parallèle du fait que certains éventuels revenus de communication de détail ne sont pas pris en compte, les coûts qui y seraient associés n'ont par conséquent pas non plus été pris en compte. Par ailleurs, les coûts liés au système d'information, les coûts commerciaux, ou les coûts de cœur de réseau pour les *full-MVNO* n'ont pas été pris en compte.

#### ***VI.1.2.5 Positionnement de la méthodologie d'analyse retenue***

Au travers de la méthodologie d'analyse retenue et exposée ci-dessus, l'Autorité a cherché à mettre en regard des revenus de détail pour les opérateurs hôte et les coûts de gros qui seraient

---

<sup>47</sup> Ces coûts sont présentés, pour chaque MVNO retenus, en annexe 2

<sup>48</sup> Concernant les appels voix, l'Autorité fait l'hypothèse que 80% des appels sont à destination des mobiles tiers (compte tenu de la faible part de marché individuel de chaque MVNO), et 20% à destination des fixes. Il en résulte que le tarif de terminaison d'appel moyen, sur la base du niveau cible des coûts incrémentaux atteints au 1<sup>er</sup> janvier 2013, est de 0,66c€/min.

supportés par un opérateur virtuel qui voudrait proposer les mêmes offres, à profil de consommation équivalent, sur la base des conditions tarifaires de son contrat de gros.

Ceci permet une première analyse de l'existence, ou non, d'un espace économique pour les opérateurs virtuels au regard de leurs conditions de gros (les coûts) pour les offres de détail (les revenus) correspondant aux profils détaillés précédemment.

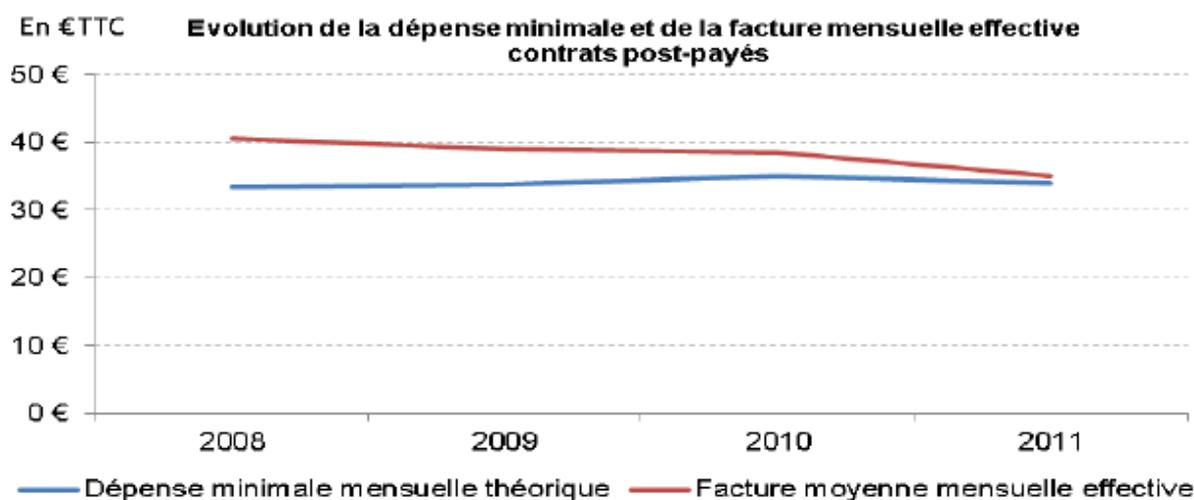
Toutefois, l'Autorité précise que l'analyse menée ici ne saurait être qualifiée de test de ciseau tarifaire, pour lequel elle ne dispose pas à ce jour de l'ensemble des éléments nécessaires. En effet, pour mener un tel test, au regard de l'état de l'art des sciences économiques, il doit notamment être considéré :

- des données de parc, c'est-à-dire, pour l'ensemble des gammes d'offres proposées par l'opérateur verticalement intégré, la répartition de ses ventes pour chaque gamme, voire chaque offre ;
- des données de consommation pour chaque gamme, voire chaque offre ;
- des données sur les coûts réseau propres (pour les full-MVNO), sur les coûts des systèmes d'information, sur les coûts commerciaux, sur les coûts communs, ...

La première série de données doit notamment permettre de réagrégier les différents profils, pour déterminer une répliquabilité d'ensemble sur un portefeuille pertinent correspondant à un marché. Dans le cas présent, l'Autorité fait le choix de présenter une vision désagrégée, permettant d'appréhender la situation sur différents segments du marché, notamment les offres « low cost » et les offres « classique » dans le cas des profils postpayés.

La deuxième série de données permet d'avoir une approche descendante, en considérant chacune des offres pour y associer un profil moyen de consommation. Dans le cas présent, l'Autorité a fait le choix d'avoir une approche ascendante, associant donc à un profil de consommation donnée une offre de détail. L'Autorité note que, dans le cadre de la publication de l'indice des prix, il a été estimé que la différence induite entre ces deux approches reste mesurée.

En effet, il est considéré que le consommateur est informé, rationnel et libre, ce qui a comme conséquence que chaque mois, chaque profil choisit sa « meilleure offre ». La méthodologie retenue permet de calculer une dépense minimale théorique mais ne permet pas, en revanche, de calculer la dépense réelle car elle repose sur des hypothèses fortes de rationalité, d'information parfaite et de liberté du consommateur. Cependant, il est constaté, comme le montre le graphique suivant, que depuis 2008 ces deux dépenses se rapprochent.



Source : ARCEP, publication de l'indice des prix

La troisième série de données permet de prendre en compte l'ensemble des coûts auxquels font face les opérateurs. Dans le cas présent, l'Autorité a privilégié une approche conservatrice en ne prenant en compte que les coûts incontournables, c'est-à-dire les coûts liés au contrat de gros de l'opérateur virtuel. Il sera donc nécessaire d'analyser avec prudence les cas où les conditions tarifaires de gros permettent au MVNO d'avoir un espace économique au regard des revenus de détail, puisque cet écart devra encore permettre de recouvrer les coûts non pris en compte (coûts liés au système d'information, les coûts commerciaux, etc).

### VI.1.3 Les résultats de l'analyse

Comme il a été vu dans la partie 0, il existe aujourd'hui près de trente MVNO sur le marché. Afin de simplifier les analyses en découlant, l'Autorité a, pour chaque profil de consommation et pour chaque opérateur hôte, considéré, d'une part, le MVNO ayant les conditions tarifaires les moins avantageuses, et, d'autre part, le MVNO ayant celles les plus avantageuses. Par ailleurs, l'Autorité tient à préciser que cette analyse a été menée séparément pour les *light-MVNO* et les *full-MVNO*<sup>49</sup>.

Sur les profils prépayés, l'Autorité constate que quel que soit l'opérateur hôte et quel que soit l'opérateur virtuel, il y a une adéquation entre les tarifs de gros et les tarifs de détail, ce qui permet aux opérateurs virtuels d'avoir un espace économique viable sur ce segment de marché. Les résultats détaillés sont présentés à la fin de cette partie.

Sur les profils postpayés, les constats varient entre opérateurs hôtes, et, pour un opérateur hôte donné, entre opérateurs virtuels. Les résultats montrent que certains opérateurs virtuels ont potentiellement un espace économique sur certains profils, qu'il s'agisse de l'offre « low – cost » ou de l'offre « classique » correspondante. Cependant, une fois les coûts d'acquisition et les coûts de gestion clientèle pris en compte, l'espace économique se réduit et peut par conséquent devenir inexistant.

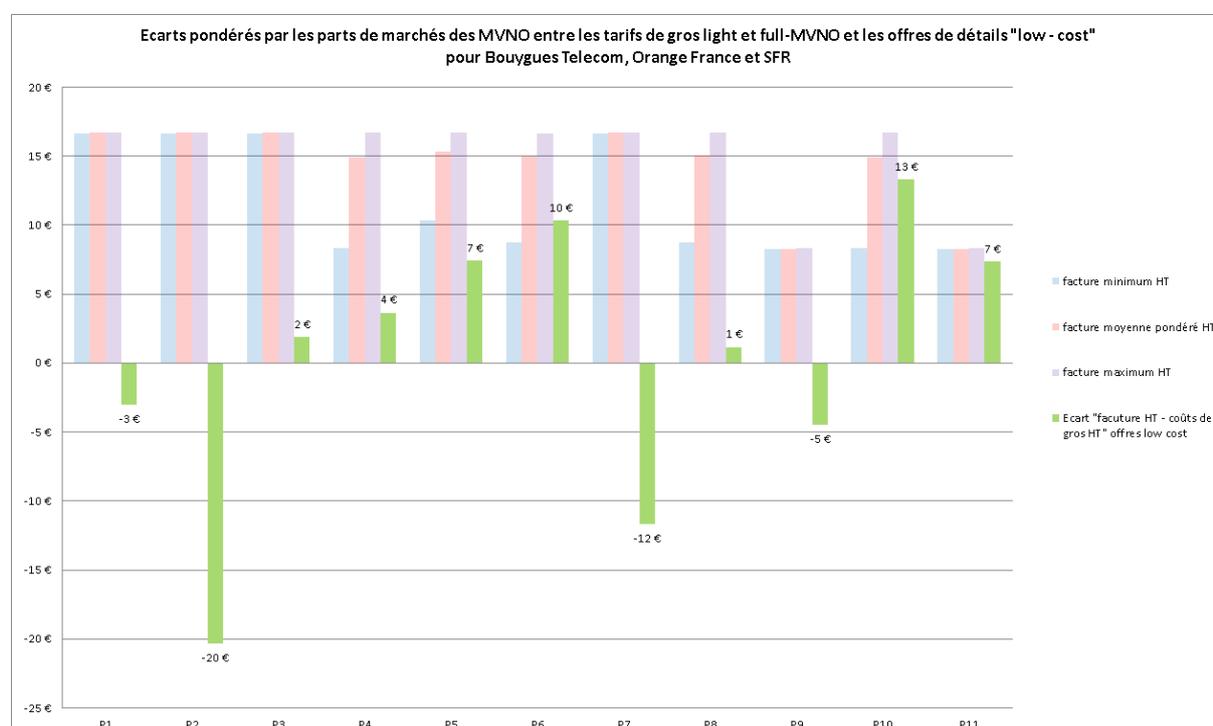
<sup>49</sup> Dans le cas où un opérateur de réseau n'héberge qu'un seul MVNO (light et ou full) alors seules sont prises en compte les conditions tarifaires de ce MVNO.

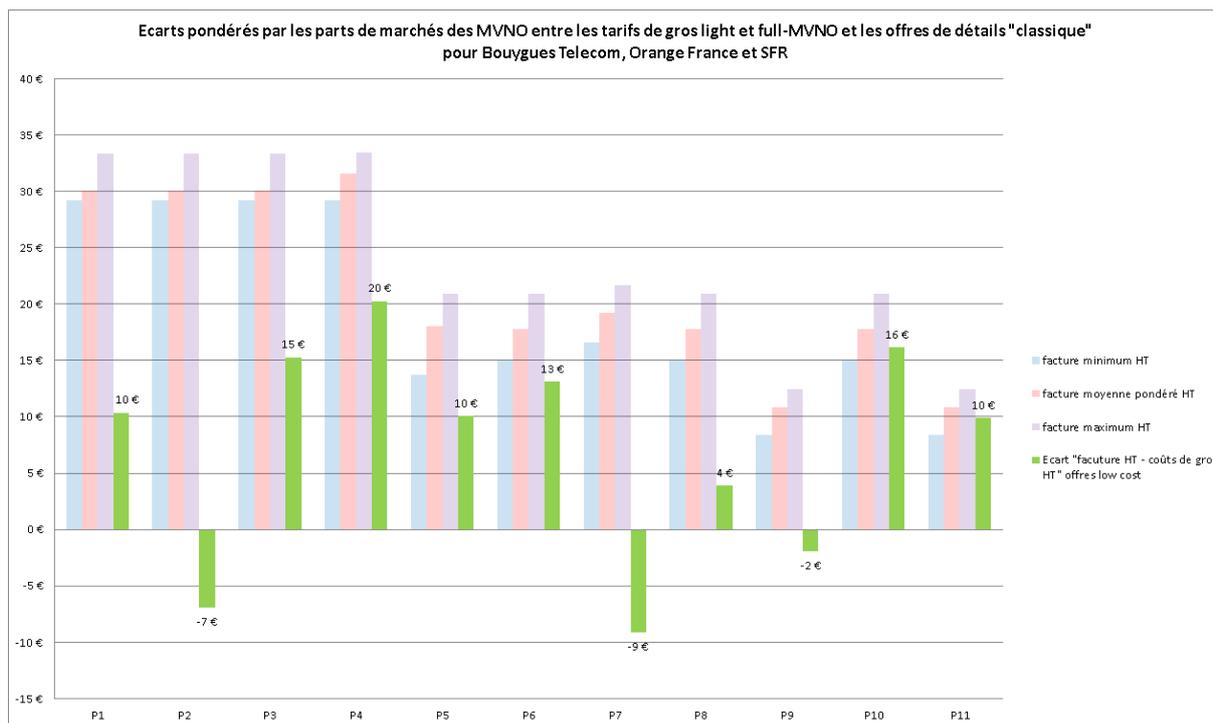
### VI.1.3.1 Analyse par pondération des acteurs par les parts de marché des MVNO retenus

Dans la présente partie, l'Autorité s'est attachée à mener une analyse en pondérant les écarts entre les tarifs de gros et les offres de détail pour chaque opérateur virtuel, quel que soit son opérateur hôte, sur la base de son parc client. La liste des opérateurs virtuels retenus est détaillée dans la partie VI.1.2.1. Ainsi, Free Mobile n'accueillant à ce jour aucun MVNO, ces offres de gros et ces offres de détails ne sont pas prises en compte dans la présente analyse.

En complément de cette donnée sur l'écart pondéré par les parts de marché, les graphiques indiquent l'offre de détail donnant la facture la plus basse, la plus haute ainsi que la moyenne pondérée par les parts de marché des trois opérateurs historiques.

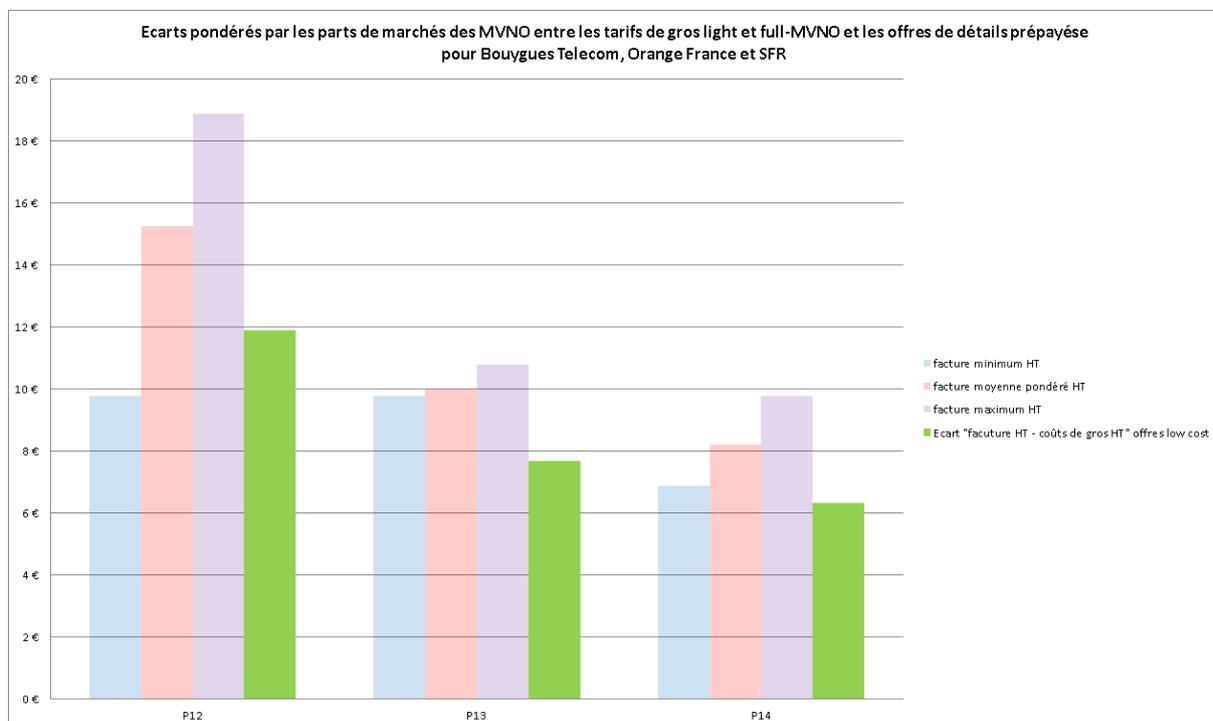
#### Sur les offres postpayées « low cost » et « classique »





Il en ressort que, sur la base des écarts pondérés par les parts de marchés des MVNO sur le segment du postpayé, les coûts de gros sont inférieurs aux revenus de détail des offres « low – cost » pour 7 des 11 profils, et inférieurs aux revenus de détail des offres « classique » pour 8 des 11 profils.

### Sur les offres prépayées



Il en ressort que, sur la base des écarts pondérés par les parts de marchés des MVNO sur le segment du prépayé, les coûts de gros sont inférieurs aux revenus de détail des offres prépayées pour les 3 profils étudiés.

### **VI.1.3.2 Pour les offres postpayées**

Les résultats détaillés par opérateur hôte, de l'analyse menée sur les profils postpayés par l'Autorité, sont les suivants.

#### **a. Pour Orange France**

##### **Sur les conditions de gros des light-MVNO**

[...]

Pour les *light-MVNO* hébergés chez Orange, on constate que :

- ceux qui bénéficient des meilleures conditions tarifaires, ont des coûts de gros inférieurs aux revenus de détail des offres « low – cost » pour [...] des 11 profils, et inférieurs aux revenus de détail des offres « classique » pour [...] des 11 profils ;
- ceux qui bénéficient des moins bonnes conditions tarifaires, ont des coûts de gros inférieurs aux revenus de détail des offres « low - cost » pour [...] des 11 profils, et inférieurs aux revenus de détail des offres « classique » pour [...] des 11 profils.

##### **Sur les conditions de gros des full-MVNO**

[...]

Etant donné qu'il n'existe à ce jour qu'un seul *full-MVNO* chez Orange France, le constat suivant peut être fait :

- les coûts de gros sont inférieurs aux revenus de détail des offres « low – cost » pour [...] des 11 profils, et inférieurs aux revenus de détail des offres « classique » pour [...] des 11 profils.

#### **b. Pour SFR**

##### **Sur les conditions de gros des light-MVNO**

[...]

Pour les *light-MVNO* hébergés chez SFR, on constate que :

- ceux qui bénéficient des meilleures conditions tarifaires ont des coûts de gros inférieurs aux revenus de détail des offres « low – cost » pour [...] des 11 profils, et inférieurs aux revenus de détail des offres « classique » pour [...] des 11 profils ;
- ceux qui bénéficient des moins bonnes conditions tarifaires ont des coûts de gros inférieurs aux revenus de détail des offres « low - cost » pour [...] des 11 profils, et inférieurs aux revenus de détail des offres « classique » pour [...] des 11 profils.

### **Sur les conditions de gros des *full-MVNO***

[...]

Pour les *full-MVNO* hébergés chez SFR, on constate que :

- ceux qui bénéficient des meilleures conditions tarifaires ont des coûts de gros inférieurs aux revenus de détail des offres « low – cost » pour [...] des 11 profils, et inférieurs aux revenus de détail des offres « classique » pour [...] des 11 profils ;
- ceux qui bénéficient des moins bonnes conditions tarifaires ont des coûts de gros inférieurs aux revenus de détail des offres « low - cost » pour [...] des 11 profils, et inférieurs aux revenus de détail des offres « classique » pour [...] des 11 profils.

#### ***c. Pour Bouygues Telecom***

### **Sur les conditions de gros des *light-MVNO***

[...]

Pour les *light-MVNO* hébergés chez Bouygues Telecom, on constate que :

- ceux qui bénéficient des meilleures conditions tarifaires ont des coûts de gros inférieurs aux revenus de détail des offres « low – cost » pour [...] des 11 profils, et inférieurs aux revenus de détail des offres « classique » pour [...] des 11 profils ;
- ceux qui bénéficient des moins bonnes conditions tarifaires ont des coûts de gros inférieurs aux revenus de détail des offres « low - cost » pour [...] des 11 profils, et inférieurs aux revenus de détail des offres « classique » pour [...] des 11 profils.

### **Sur les conditions de gros des *full-MVNO***

[...]

Etant donné qu'il n'existe à ce jour qu'un seul *full-MVNO* chez Bouygues Telecom, le constat suivant peut être fait :

- les coûts de gros sont inférieurs aux revenus de détail des offres « low – cost » pour [...] des 11 profils, et inférieurs aux revenus de détail des offres « classique » pour [...] des 11 profils.

#### ***d. Pour Free Mobile***

L'Autorité tient à rappeler qu'à ce jour, aucun MVNO n'est hébergé chez Free Mobile. Toutefois, Free Mobile ayant publié ses offres de gros pour les *light-MVNO* et les *full-MVNO*, l'Autorité dispose des tarifs de gros correspondants, sachant cependant que ces tarifs peuvent être amenés à évoluer dans le cadre d'une négociation commerciale entre Free Mobile et un opérateur virtuel.

Par ailleurs, l'Autorité rappelle que Free Mobile ne commercialisant que deux offres de détail sous la même marque, il ne peut y avoir de distinction entre l'offre « low – cost » la plus avantageuse et l'offre « classique » la plus avantageuse. Ainsi, une seule offre a été considérée pour chaque profil.

### **Sur les conditions de gros des *light-MVNO***

[...]

Etant donné qu'il n'existe à ce jour qu'une offre publique *light-MVNO* chez Free Mobile, le constat suivant peut être fait :

- les coûts de gros sont inférieurs aux revenus de détail des offres « classique » pour [...] des 11 profils.

### **Sur les conditions de gros des *full-MVNO***

[...]

Etant donné qu'il n'existe à ce jour qu'une offre publique *full-MVNO* chez Free Mobile, le constat suivant peut être fait :

- les coûts de gros sont inférieurs aux revenus de détail des offres « classique » pour [...] des 11 profils.

#### ***e. Pour les profils P1, P2 P4 et P7***

En complément de l'analyse précédente faite par opérateur hôte, l'Autorité met ici en regard les résultats de son analyse pour chaque opérateur hôte sur quatre profils précis.

Etant donné que la majeure partie des opérateurs virtuels ont aujourd'hui la faculté de s'approvisionner chez plusieurs opérateurs hôtes<sup>50</sup>, un opérateur virtuel peut en principe contracter avec l'opérateur de réseau lui proposant les conditions tarifaires les plus avantageuses. Ceci est uniquement valable si les conditions tarifaires de l'opérateur hébergeur n'emportent pas d'effets fidélisants significatifs caractérisant ainsi une barrière à la sortie.

Sur la base des profils de consommations susmentionnés, l'Autorité a mené une analyse plus spécifique portant sur les principaux profils suivants P1, P2, P4 et P7. Le profil P1 correspond à une utilisation moyenne des trois services (voix, SMS, data). Le profil P2 correspond à une utilisation forte des trois services. Le profil P4 correspond à une utilisation forte du service de voix et négligeable, voire nulle, des autres services. Enfin le profil P7 correspond à une utilisation faible du service de voix, mais forte des deux autres services.

Les graphiques suivants présentent, de manière comparative entre les trois opérateurs de réseau historiques, l'écart entre les tarifs de gros les plus avantageux par opérateurs hôtes et les offres de détail correspondant aux quatre profils étudiés.

L'Autorité ne regarde ici que les trois opérateurs de réseau historiques étant donné que, comme mentionné précédemment, Free Mobile n'héberge à ce jour aucun opérateur virtuel et par conséquent, les tarifs de gros publiés par cet opérateur ne relèvent pas d'un contrat ferme et définitif.

### **Sur les conditions de gros des *light-MVNO***

[...]

---

<sup>50</sup> Sauf clause justifiée par l'amortissement des coûts fixes d'accueil

### **Sur les conditions de gros des *full-MVNO***

[...]

Il ressort de l'analyse de ces quatre profils que les conditions tarifaires de gros pour les *light-MVNO* ou les *full-MVNO* proposées par au moins un des trois opérateurs hôtes [...].

En effet, dans le cas du profil [...], pour l'offre « low – cost » correspondante, et du profil [...], également pour l'offre « low – cost » correspondante, les conditions de gros pour les *light-MVNO* (profil [...]) et *full-MVNO* (profil [...]) d'aucun opérateur hôte ne laissent d'espace économique entre les revenus et les coûts de gros sous-jacents.

Par ailleurs, dans d'autres cas, notamment pour les offres « low –cost », une fois les coûts d'acquisition et les coûts de gestion clientèle pris en compte, l'espace économique se réduit et peut par conséquent devenir inexistant.

#### ***VI.1.3.3 Pour les offres prépayées***

Comme indiqué en introduction de cette partie sur les résultats de l'analyse, l'Autorité constate que sur les profils prépayés, il y a une adéquation entre les tarifs de gros et les tarifs de détail, ce qui permet aux opérateurs virtuels d'avoir un espace économique viable sur ce segment de marché.

Les graphiques suivants présentent l'écart existant entre les tarifs de gros et les offres de détail prépayées des trois opérateurs de réseau historiques. Ne sont présentés ici que les graphiques pour les conditions tarifaires des *light-MVNO*, sachant que les conclusions de l'analyse sont identiques dans le cas des *full-MVNO*.

L'Autorité rappelle que Free Mobile ne commercialisant pas d'offre de détail prépayée, l'analyse n'a été menée que pour Orange, SFR et Bouygues Telecom.

[...]

## **VI.2 Sur les conditions techniques**

Dans le cadre de sa saisine, Alternative Mobile estime que certaines clauses contractuelles relatives à l'accessibilité d'éléments techniques spécifiques, tels que les débits 3G+, la géolocalisation, les femtocellules et les hotspots Wifi matérialisent une restriction de concurrence sur le marché de détail.

Afin de pouvoir analyser les effets concurrentiels sur le marché de détail des pratiques mises en cause, il est nécessaire au préalable, d'une part, de définir précisément les éléments techniques visés, et, d'autre part, de recenser les conditions contractuelles existantes.

### ***VI.2.1 Accessibilité des débits 3G+ et 3G++***

#### ***VI.2.1.1 Définition et utilisation des débits 3G+ et 3G++***

Plusieurs générations de technologies cohabitent sur les fréquences 3G attribuées par l'Autorité. Ainsi les débits accessibles sur ces fréquences ont progressivement augmenté au fur et à mesure que les opérateurs ont perfectionné leur réseau.

Permettant initialement des débits théoriques descendants<sup>51</sup> maximaux de 384 kbit/s (UMTS), les réseaux mis à jour ont permis successivement d'atteindre des débits de 3,6 Mbit/s puis de 7,2 Mbit/s, avant d'atteindre 14,4 Mbit/s (tous ces débits correspondent au HSDPA et ses évolutions, communément appelées 3G+). Aujourd'hui, des débits descendants plus rapides sont atteignables jusqu'à 21 Mbit/s et désormais, sur une double porteuse, 42 Mbit/s (DC - HSPA+ ou plus communément H+ ou 3G++). Cependant, la modernisation de leur réseau constitue un investissement pour les opérateurs et n'a généralement pas lieu de manière uniforme sur l'ensemble du réseau.

A la connaissance de l'Autorité, le débit de 7,2 Mbit/s était disponible sur l'ensemble du réseau SFR et Orange France à fin 2010, quand le 14,4 Mbit/s n'était disponible que sur une partie du territoire. A cette même date, Bouygues Telecom ne proposait que le débit de 3,6 Mbit/s. Les débits supérieurs de 21 Mbit/s ont été ouverts, sur une partie du territoire, successivement par les différents opérateurs dans le courant de l'année 2011, tandis que ceux à 42 Mbit/s l'ont été courant 2012 et se généralisent aujourd'hui sur l'ensemble du territoire. Quant à Free Mobile, il propose un débit maximum de 14,4 Mbit/s.

#### ***VI.2.1.2 Conditions contractuelles existantes***

A la connaissance de l'Autorité, [...] proposent à leurs MVNO les mêmes débits que ceux qu'ils proposent à leurs clients de détail. En revanche, [...] propose sur le marché de gros des débits inférieurs à ceux qu'il propose au détail.

Il ressort des contrats communiqués à l'ARCEP entre Orange France, SFR, Bouygues Telecom et leurs MVNO que, à l'heure actuelle, les débits accessibles par ces derniers sont les suivants.

---

<sup>51</sup> Chaque classe de débit associe un débit descendant (du réseau vers le terminal) et un débit montant (du terminal vers le réseau). Dans la suite du présent rapport, les classes de débit seront référencées par leur débit descendant qui correspond à la caractéristique prépondérante sur un marché où les usages privilégient massivement un trafic descendant

[...]

### VI.2.1.3 Analyse

L'Autorité observe sur le marché depuis 2011 une importance croissante conférée à la qualité du service proposée par les opérateurs mobiles. Cette qualité de service est devenue progressivement un argument commercial majeur et fait de surcroît l'objet d'une segmentation du marché. Les trois opérateurs de réseau, à travers leurs offres « classiques », ont notamment entendu se démarquer en mettant en avant dans leur communication commerciale la qualité de leur réseau, notamment sur la couverture et les débits accessibles en data.

Comme évoqué précédemment, Orange, Bouygues Telecom et SFR proposent, sur le marché de détail, depuis courant 2011, un débit de 21 Mbit/s, ainsi que, depuis peu, une nouvelle technologie d'accès appelée commercialement selon l'opérateur « Dual Carrier » ou « H+ ». Cette technologie permet d'atteindre un débit théorique de 42 Mbit/s dans les zones où elle est déployée, généralement dans un nombre limité d'agglomérations.

Cette technologie, du fait qu'elle permet d'atteindre des débits plus de dix fois supérieurs aux débits 3G+ les plus bas (3,6 Mbit/s théoriques), est généralement proposée au détail sur les offres haut de gamme. Cependant, depuis peu, B&You et Sosh se distinguent de leurs concurrents en proposant le H+ dans leur offre d'abondance. L'apparition de cette technologie a accentué la segmentation des offres et désormais, certains opérateurs comme Bouygues Telecom placent l'argument du débit au même niveau que celui du volume accessible.

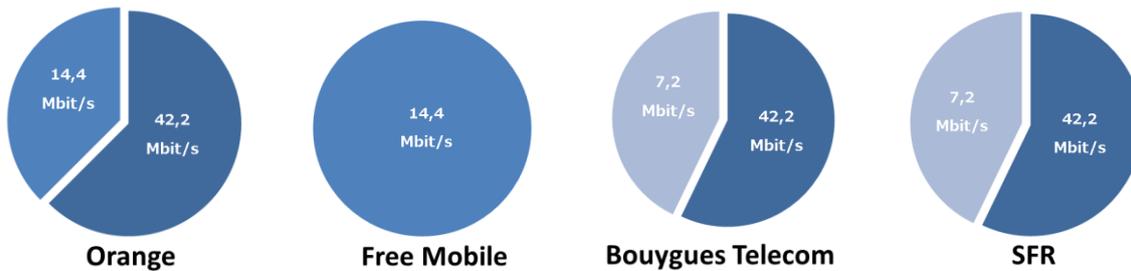
	CLASSIC		RELAX		SMARTPHONE		
Appels	1 h	2 h	2 h + 3 numéros illimités	illimités 24/24	illimités 24/24	illimités 24/24	Série limitée jusqu'au 18/11/12 illimités 24/24 Appels vers fixes de + de 100 destinations
SMS/MMS illimités	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Internet, Mails et Modem 3G+ débit réduit au-delà <a href="#">Estimez votre consommation</a>	-	-	500 Mo	500 Mo	1 Go	3 Go	5 Go
Débit Internet	-	-	7,2 Mbit/s	7,2 Mbit/s	42 Mbit/s	42 Mbit/s	42 Mbit/s

Source : capture d'écran de la présentation des caractéristiques principales des offres de Bouygues Telecom au rang desquelles figure le débit accessible<sup>52</sup>

La volonté de la part des opérateurs de se différencier sur le critère des débits s'est également conjuguée à une attente accrue des consommateurs pour une information améliorée dans ce domaine. Le conseil national de la consommation, organisme de concertation entre les représentants des intérêts collectifs des consommateurs, des professionnels, placé sous l'égide du ministre de la consommation et intégré à la DGCCRF a publié un avis le 30 novembre 2006 dans lequel les opérateurs mobiles s'engagent à faire figurer sur la fiche d'information standardisée « le débit estimé en réception ».

<sup>52</sup> <http://www.laboutique.bouyguetelecom.fr/offres-mobiles/forfaits-eden.html>. Le 17 octobre 2012.

L'analyse des débits disponibles au sein des gammes des opérateurs de réseau montre clairement une segmentation du marché en fonction de deux caractéristiques que sont le volume de téléchargement inclus dans le forfait et le débit maximum théorique accessible. Les forfaits haut de gamme sont ainsi systématiquement associés aux volumes et aux débits les plus importants. Avec l'augmentation des volumes inclus dans le forfait, jusqu'à 6Go chez SFR, la donnée du débit devient essentielle. En effet, pour être exploité pleinement, un volume inclus important doit être associé à un débit suffisant, sans quoi le volume ne peut être atteint moyennant une durée d'utilisation raisonnable et le consommateur préférera opter pour une offre moins disante.



*Parts des offres grand public commercialisées par les opérateurs de réseau en fonction du débit maximum théorique accessible.*

*Source : Sites web des opérateurs, novembre 2012*

Compte tenu de l'importance croissante que revêt le débit sur le marché de détail des offres d'accès mobile à l'internet, il apparaît essentiel que les MVNO puissent bénéficier, au niveau du marché de gros, des mêmes débits que ceux répandus sur le marché de détail et ce dans un calendrier sensiblement équivalent.

Or il ressort des contrats examinés précédemment que le débit de 42 Mbit/s disponible pour les clients de détail de [...] et par ailleurs proposé par [...] à leurs clients de détail et donc largement disponible sur le marché de détail, n'est pas à ce jour pas disponible pour les opérateurs virtuels hébergés par [...].

[...] a indiqué à l'ARCEP qu'aujourd'hui les light-MVNO qu'il héberge sur son réseau ont accès à cinq classes de débits différents leur permettant de plafonner les débits de leurs lignes à des niveaux actuellement compris entre [...] et [...] Mbit/s. Cette information n'apparaît cependant pas conforme aux éléments relevés dans ses contrats au 29 avril 2012 et exposés précédemment. Ainsi, sauf à se contredire, [...] devra mettre à jour les contrats le liant à ses MVNO afin de généraliser l'accès aux [...] Mbit/s. Selon [...], la limitation à cinq classes de débits est une conséquence technique liée à son système d'information. L'opérateur précise que, dans l'hypothèse où de nouveaux débits sont proposés aux light MVNO, d'autres doivent être préalablement supprimés. Un arbitrage doit donc être trouvé, avec tous les MVNO hébergés, entre les possibilités d'utiliser des débits élevés, de proposer des débits intermédiaires et de limiter le débit accessible sur une ligne, par exemple quand un quota de consommation a été atteint.

[...]

Toutefois, il semblerait que cet opérateur soit en train de faire évoluer son offre [...].

Il faut souligner que la limitation des niveaux de débit au nombre de cinq et ce de manière commune entre tous les light MVNO implique, pour l'ensemble des MVNO concernés, de

s'accorder sur les débits dont ils souhaitent disposer au risque de faire des compromis et de ne pouvoir pleinement et librement composer leurs offres de détail.

Plus largement, l'Autorité rappelle qu'Orange et SFR ont pris un engagement, traduit en obligations dans les décisions d'autorisation n°2010-0633 et n°2010-0634 en date du 8 juin 2010 susvisées, sur les conditions d'accueil des MVNO sur leur réseau.

Ainsi, en vertu du cahier des charges annexé à chacune de ces décisions d'autorisations :

*« Dans le cadre des prescriptions ci-dessous, on entend par « accueil » des opérateurs de réseaux mobiles virtuels l'ensemble des prestations d'accès, au sens de l'article L. 32 8° du code des postes et des communications électroniques, fournies à l'opérateur mobile virtuel par l'opérateur hôte afin de permettre à l'opérateur mobile virtuel de fournir un service de communications électroniques.*

*L'opérateur [...] propose, sur l'ensemble de son réseau radioélectrique mobile ouvert au public en France métropolitaine, un accueil d'opérateurs de réseaux mobiles virtuels (MVNO) respectant l'ensemble des principes édictés ci-dessous dans les conditions prévues par l'arrêté du 23 février 2010 susvisé. »*

En particulier, l'opérateur ne doit pas restreindre l'autonomie commerciale des MVNO sur le marché de détail. Un exemple de telle clause serait celui d'assigner des restrictions sur la nature des services qu'il peut commercialiser (comme le précisait le texte d'appel à candidatures).

Par ailleurs, en vertu de ce même cahier des charges, Orange France et SFR doivent faire « droit aux demandes raisonnables d'accueil sur [leur] réseau radioélectrique mobile ouvert au public ».

Par conséquent, l'ensemble des technologies, donc des débits, basées sur les fréquences visées par les deux décisions susmentionnées fait partie intégrante des prestations d'accès devant être fournies par l'opérateur hôte. Les débits sont donc concernés par l'engagement pris par Orange et SFR et devraient être accessibles aux MVNO qui en font une demande raisonnable, sous réserve de difficultés techniques justifiées de manière objective et fondée, et ce, dans un calendrier sensiblement équivalent par rapport aux offres que les deux opérateurs de réseau proposent sur le marché de détail.

La limitation du débit accessible aux MVNO reviendrait *in fine* à cantonner ces derniers au segment de marché des offres bas de gamme destinées aux petits consommateurs de données. Ces limitations en termes de débits pourraient avoir pour effet de restreindre la concurrence sur le marché de détail pour les offres orientées vers l'accès à l'internet en abondance, marché qui se développe rapidement et qui est amené à prendre une place centrale dans le paysage des offres mobiles.

Par ailleurs, proposer des offres de gros à destination des full-MVNO avec une qualité de service sensiblement limitée et inférieure à celle proposée pour les offres à l'attention des light-MVNO aurait pour conséquence de dissuader la signature d'un contrat full-MVNO et, de ce fait, d'entraver les possibilités de développement des MVNO. A la connaissance de l'Autorité, il n'existe pas de raisons techniques de différencier les full-MVNO des light-MVNO en matière de débits accessibles.

Enfin, l'Autorité rappelle que SFR, Orange, Bouygues Telecom et Free Mobile, qui ont acquis entre octobre 2011 et janvier 2012 des lots de fréquence 4G<sup>53</sup> devront déployer un réseau compatible très haut débit mobile à 60 Mbit/s. Il reviendra ainsi à ces opérateurs de proposer l'accès à ce service, conformément à leur engagement, sans restreindre l'autonomie commerciale des MVNO, d'autant que la commercialisation prochaine d'offres 4G stimule de manière croissante la valorisation de la composante débit dans les offres commerciales et leur présentation.

## ***VI.2.2 Accessibilité des femto-cellules***

### ***VI.2.2.1 Définition des femto-cellules***

Les femto-cellules sont des cellules de couverture locale du réseau mobile, utilisant les fréquences attribuées aux opérateurs de réseaux mobiles, qui peuvent être proposées par ces derniers à leurs clients disposant d'un accès à l'internet fixe, via un accès ADSL ou câble quel que soit l'opérateur fixe. En effet, ces femto-cellules ont la particularité de devoir être branchées sur une « box » pour permettre d'acheminer les appels, SMS ou connexion data depuis le terminal du client mobile.

Ce dispositif, récemment commercialisé par certains opérateurs sur le marché de détail, constitue un moyen pour les opérateurs de réseau mobile d'augmenter la couverture de leur réseau de manière locale afin notamment d'améliorer la qualité de service de clients qui ne disposeraient pas initialement d'une couverture mobile satisfaisante dans leur logement ou entreprise.

L'Autorité distingue aujourd'hui sur le marché deux types de femto-cellules.

Le premier, proposé par SFR<sup>54</sup> et Bouygues Telecom<sup>55</sup>, implique que les clients pouvant s'y raccorder soient des clients de l'opérateur détenteur des fréquences permettant le fonctionnement de cette femto-cellule, et, avaient été préalablement (via leur numéro de téléphone à 10 chiffres « MSISDN ») comme pouvant émettre et recevoir du trafic en étant sous la couverture de ladite femto-cellule. Le nombre d'utilisateurs déclarables est limité (à 9 utilisateurs pour l'offre de SFR ; à 4 utilisateurs pour l'offre de Bouygues Telecom).

Le second type de femto-cellule, uniquement proposé par SFR à ses clients professionnels, fonctionne comme une cellule classique et permet par défaut à tous les clients de SFR et de ses MVNO de communiquer par son biais. A la différence du premier, il n'est compatible qu'avec une offre d'internet fixe fournie par SFR à ses clients professionnels<sup>56</sup>.

A la différence de la VoIP (Voix en protocole IP, par internet), les flux de trafic sur la femto-cellules sont entièrement gérés par l'opérateur mobile qui n'utilise le lien internet fixe du client que comme vecteur de transport : les plateformes de l'opérateur internet fixe de détail

---

<sup>53</sup> Dans la bande 2,6 GHz pour Bouygues Telecom, Free Mobile, Orange France et SFR ; dans la bande 800 MHz pour Bouygues Telecom, Orange France et SFR.

<sup>54</sup> [http://assistance.sfr.fr/mobile\\_support/reseau/sfr-home-3g-comprendre/fc-3233-67286#1](http://assistance.sfr.fr/mobile_support/reseau/sfr-home-3g-comprendre/fc-3233-67286#1). Consulté le 19 novembre 2012.

<sup>55</sup> <http://www.espaceclient2.bouyguetelecom.fr/assistance/femtocell>. Consulté le 19 novembre 2012.

<sup>56</sup> <https://www.sfrbusinesssteam.fr/nos-solutions/Solutions-mobiles/les-services/femtocell/index.jsp>. Consulté le 19 novembre 2012.

ne sont pas mobilisées. L'appel, le SMS ou l'utilisation de data sont orientés vers le cœur de réseau de l'opérateur mobile exploitant la femto-cellule et sera alors traité comme toutes les autres communications mobiles (2G/3G).

#### **VI.2.2.1 Conditions contractuelles existantes**

De manière générale, les femto-cellules ne sont aujourd'hui pas mentionnées dans les contrats des opérateurs mobiles virtuels, qu'ils soient light-MVNO ou full-MVNO.

Comme indiqué précédemment, seuls SFR et Bouygues Telecom commercialisent une offre « femtocell » sur le marché de détail grand public, sans que les clients des opérateurs virtuels qu'ils hébergent ne puissent toutefois disposer d'une femto-cellule à leur domicile, ni être intégrés sur une femto-cellule déjà déployée chez un client de détail de leur opérateur hôte.

[...]

#### **VI.2.2.2 Analyse**

Les fréquences attribuées aux opérateurs de réseau mobile servent à établir des liaisons entre les émetteurs radio de leur réseau et les terminaux de leurs clients. En première analyse, la femto-cellule fait partie intégrante du réseau de l'opérateur mobile en ce qu'elle est un émetteur radio utilisant les fréquences attribuées aux opérateurs de réseaux mobiles et permettant de faire une liaison avec le terminal mobile du client.

Or les engagements souscrits par Orange France, SFR et Free Mobile dans le cadre des procédures d'attribution des licences « 3G », qui se sont déroulées entre 2009 et 2010, impliquent qu'ils proposent aux MVNO un accès sur l'ensemble du réseau concerné par les obligations d'accueil inscrites dans leurs licences (comme vu précédemment, pour Orange et SFR il s'agit de leur réseau 2G et 3G ; pour Free Mobile il s'agit de son réseau 3G déployé en propre).

Il en résulte que le MVNO hébergé chez l'un de ces opérateurs hôtes commercialisant des femto-cellules sur le marché de détail, devrait en principe pouvoir y avoir accès dans le cadre de son contrat de gros.

Des contraintes techniques peuvent toutefois être associées à la mise à disposition sur le marché de gros de ce type de dispositif. La définition des conditions d'accès à ce service nécessite donc une concertation entre l'opérateur de réseau et le MVNO.

Dans la mesure où il n'est pas possible pour le MVNO de déployer ce type de dispositif de sa seule initiative, en particulier parce qu'il nécessite de disposer d'une autorisation d'utilisation de fréquences, la non-accessibilité par le MVNO aux femtocellules déployées et activées par son opérateur hôte pourrait néanmoins avoir pour effet de restreindre la concurrence sur le marché de détail, en particulier si ce type d'offre était amené à être mis en avant et à se développer. Aussi, les opérateurs de réseau pourraient *a minima* permettre aux clients des MVNO d'avoir accès à des femto-cellules en vue de compléter localement la couverture du réseau de l'opérateur hôte.

**SFR Carrément vous.**

**AVERTISSEMENT**  
Il est dangereux  
de se pencher par  
la fenêtre pour  
avoir du réseau.

LES SÉRIES **red** DE SFR

**19€** Appels illimités  
+ SMS/MMS illimités  
,99 + 3Go d'Internet mobile  
+ SFR Femto offert  
L'amplificateur de réseau à domicile

sfr.fr

AVERTISSEMENT : 3 heures maximum par appel, sans appel, facturé hors forfait à 0,30 €/min. Appels illimités non simultanés. Frais d'urgence optionnels, services et appels locaux inclus. Offre limitée à 300 destinations sélectionnées par 34 heures. SMS/MMS non simultanés aux abonnés. Offre SFR Femto offert en France métropolitaine à partir du 01/10/2013 exclusivement sur 4G/LTE. Offre non disponible pour les clients SFR en prépaiement. Offre sans engagement, disponible en garantissant votre mobile ou avec un modèle de prépaiement. Offre non compatible avec les Multi-Planch de SFR, l'option Carte Simultane, les offres de partage SFR, les services CarNet, OFFERNET et MMS à l'unité payés à 2,2 €/SMS. Cette promotion est soumise aux conditions de la notice SFR Femto offert en France métropolitaine. Offre limitée à 300 destinations. Offre non disponible dans les départements et services publics français. L'accès Internet sera limité au-delà du seuil d'échanges de données de 3 Go par mois, jusqu'à la prochaine date de facturation. Le client aura la possibilité de réinitialiser son compte d'échanges de données à tout moment. SFR ne pourra être tenu responsable de l'absence de service ou de la qualité de service sur les réseaux SFR. Offre réservée aux abonnés SFR. Offre d'un montant de 100 €, compatible France Offres Spéciales et SFR Business Team, dont abonnement haut débit avec une box compatible. Details sur sfr.fr.

Source : Publicité de SFR diffusée dans la presse nationale mettant en avant son offre de femto-cellule

Pour ces cas d'utilisation des femto-cellules, soit par les MVNO (commercialisation pour le compte de l'opérateur hôte ou en propre de femto-cellule sur les fréquences attribuées à son opérateur hôte), soit par les clients des MVNO (acquisition auprès de l'opérateur hôte de son MVNO de femto-cellules), l'Autorité invite les acteurs à mener des discussions afin de rendre ouverte la commercialisation de ce type de dispositif.

### VI.2.3 Accessibilité des hotspots Wifi

#### VI.2.3.1 Définition des hotspot Wifi

L'Autorité désigne ici par « hotspot Wifi », les équipements de l'opérateur de réseau permettant à ses abonnés de se connecter à l'internet par le biais de points d'accès wifi potentiellement répartis sur l'ensemble du territoire. Lorsque l'opérateur mobile est également présent sur le marché de l'internet fixe, ce réseau de hotspots est principalement constitué par les box des clients du service d'accès à l'internet fixe (ADSL ou câble) sur lesquelles cette fonctionnalité a été permise par le client. Il s'agit du « wifi communautaire ». Il peut également s'agir de points d'accès wifi dédiés et permanents pouvant soit être installés dans divers lieux publics tels que des gares ou des parcs, soit être déployés en propre par des opérateurs dédiés.

Sur le marché français, chacun des quatre opérateurs de réseau mobile que sont Free Mobile, Bouygues Telecom, SFR et Orange France ont également une activité de fournisseur d'accès à l'internet fixe. Les quatre opérateurs disposent donc a priori d'un réseau de plusieurs centaines de milliers ou plusieurs millions de hotspots auquel ils offrent l'accès dans certaines, voire l'intégralité, de leurs offres d'accès mobile à l'internet. Toutefois, l'accès à ces hotspots se fait dans des conditions de qualité de service spécifiques, en particulier à un débit utilisable inférieur au débit propre de la box afin d'assurer que la qualité de service du détenteur de la box et de l'abonnement à l'internet fixe ne soit pas dégradée de manière excessive.

### **VI.2.3.2 Conditions contractuelles existantes**

Les contrats actuels entre opérateur de réseau et opérateur virtuel ne permettent pas l'accès de ces derniers aux hotspots wifi communautaires (via les box de l'offre fixe à internet) de l'opérateur hôte.

[...]

### **VI.2.3.3 Analyse**

Bien que l'accès au réseau de hotspots soit pour l'opérateur une manière de valoriser ses offres mobiles d'accès à l'internet, il ne semble pas pour autant constituer un élément essentiel de l'offre, notamment avec l'accroissement de la couverture 3G et l'augmentation des débits offerts (cf. infra). En effet, la plupart des opérateurs mettent peu en avant l'accès aux hotspots dans leur communication commerciale et celui-ci apparaît généralement au mieux dans les caractéristiques secondaires des offres. De manière plus isolée, certains opérateurs peuvent cependant promouvoir spécifiquement la disponibilité de son réseau de hotspots wifi communautaire et en faire un argument commercial au même titre que d'autres technologies de réseau mobile (3G+, 4G, femtocellules).

De plus, si les réseaux wifi communautaires les plus étendus appartiennent aux quatre opérateurs de réseau mobile et fixe, il existe plusieurs acteurs disposant de réseau de hotspots privés ou publics avec lesquels les MVNO sont libres de contracter. Bien que ces hotspots soient beaucoup moins nombreux, de par leur position stratégique, l'accès à ces derniers constitue tout de même un service valorisable sur le marché.

La possibilité pour les opérateurs de réseau de proposer à leurs clients mobile un accès aux hotspots wifi communautaires est le résultat de l'intégration des activités fixe et mobile. Cette offre a d'autant plus de valeur pour le consommateur que la couverture des hotspots est étendue, c'est-à-dire que le parc d'abonnés fixe de l'opérateur est important. C'est la raison pour laquelle, quand bien même l'accès au réseau wifi est proposé aux clients mobile, celui-ci dépend plus de l'activité d'opérateur fixe que de celle d'opérateur mobile.

D'une manière ou d'une autre, la possibilité pour les MVNO de proposer des services d'accès à un réseau de hotspots suffisamment étendu ne peut que stimuler la concurrence sur le marché de détail. A ce titre, l'Autorité invite les acteurs à mener des discussions dans ce sens afin que les MVNO qui souhaitent proposer ce service puissent trouver un accord avec les opérateurs de réseau.

## ***VI.2.4 Accessibilité de la géolocalisation***

### ***VI.2.4.1 Définition de la géolocalisation***

L'Autorité entend par géolocalisation la fonctionnalité, également appelée Cell-ID, pouvant être proposée par l'opérateur de réseau qui permet de fournir à un acteur tiers (généralement une entreprise) la position d'un terminal cellulaire sur la base du numéro de téléphone mobile et après vérification du consentement de l'utilisateur. Ce service peut permettre par exemple à une société de taxi de localiser des clients afin d'optimiser la gestion de sa flotte de véhicule.

Avec l'augmentation croissante du parc de smartphone intégrant un GPS et leur connectivité internet, l'intérêt pour ce type de fonctionnalité semble décroître. Cependant, le Cell-ID possède la singularité d'être compatible avec l'ensemble du parc de terminaux mobile cellulaire, des plus anciens téléphones mobiles GSM aux plus récentes tablettes 3G. Selon certains opérateurs, cette universalité en fait une technologie qui peut toujours trouver une demande sur le marché.

### ***VI.2.4.2 Conditions contractuelles existantes***

Un tel service faisait partie intégrante, jusqu'à peu, des contrats proposés par [...]. Compte tenu de la non-utilisation de ce service depuis plusieurs années, cet opérateur hôte a décidé de supprimer ce service de son offre courant 2012.

De son côté, [...] déclare ne proposer aucune offre aux MVNO incluant l'accès à un service de géolocalisation et précise n'en avoir jamais reçu la demande.

A ce jour, seul [...] dispose de contrats avec des MVNO prévoyant la fourniture d'un service de géolocalisation. Malgré son caractère historique, cette offre semble toujours d'actualité car ses conditions d'accès ont récemment été modifiées [...] par avenant dans le contrat unissant [...].

Certains MVNO ont manifesté la volonté d'accéder à cette technologie sur le réseau de leur opérateur hôte.

[...]

L'Autorité note que les différents contrats entre opérateurs de réseau et opérateurs virtuels prévoient que, dans le cas d'une demande d'un MVNO à accéder à un service non proposé par l'opérateur hôte, une phase de discussion visant à évaluer les conditions d'une mise à disposition de l'accès au dit service serait engagée entre les deux parties.

### ***VI.2.4.3 Analyse***

Bien que ce service de géolocalisation, via les équipements du réseau mobile de l'opérateur, soit de moins en moins utilisé, notamment avec la forte croissance en parc des smartphones intégrant le GPS, il n'en demeure pas moins que le service de géolocalisation fait partie intégrante des services se basant sur le réseau mobile de l'opérateur hôte.

A ce titre, l'Autorité rappelle que les obligations qui s'imposent à Orange France et SFR en vertu de leur autorisation d'utilisation de fréquences résiduelles de la bande 2,1 GHz impliquent que ces deux opérateurs ne restreignent pas l'autonomie commerciale des MVNO

sur le marché de détail, notamment en ne restreignant pas la nature des services que leurs MVNO peuvent commercialiser. En revanche, Bouygues Telecom et Free Mobile ne seront soumis à cette obligation qu'à partir du moment où ils auront ouvert commercialement leur réseau 4G.

Néanmoins, il apparaît vraisemblable que cette technologie héritée des premières générations de réseau mobile ne soit pas d'emblée fonctionnelle sur les réseaux modernes. Dans ce cas, l'Autorité invite l'opérateur hôte à évaluer avec le MVNO intéressé les conditions de mise en place d'un tel service. L'Autorité restera attentive aux conditions d'accès au service de géolocalisation que l'opérateur hôte serait amené à proposer, et s'assurera notamment du respect des engagements pris.

## VI.3 Sur le multiroaming

Dans le cadre de sa saisine, Alternative Mobile estime que l'interdiction du multiroaming matérialise une restriction de concurrence sur le marché de gros et de détail.

### VI.3.1 Définition

D'après Alternative Mobile, le multiroaming consiste pour un opérateur (i.e. en l'espèce le full-MVNO) à activer, dans son HLR, l'IMSI (ou la carte SIM) de son client sur au moins deux boucles locales radioélectriques. En d'autres termes, à un instant T, le client peut ainsi être connecté à l'une ou l'autre des deux boucles locales en fonction de règles à définir par le full-MVNO.

Il est nécessaire ici de préciser de quelle manière le client peut être connecté à l'une ou l'autre des deux boucles locales.

Aujourd'hui, sans que cela ne résulte d'une contrainte réglementaire, les clients des opérateurs de réseau nationaux n'ont accès qu'aux zones couvertes par leur opérateur de détail.

Toutefois, deux exceptions existent actuellement :

- d'une part, l'accès à la couverture 2G des « zones blanches », définies par le programme gouvernemental d'extension de la couverture mobile débuté en 2003, couvertes par l'un des 3 opérateurs de réseau « 2G » et sur lesquelles il existe des solutions de mutualisation et d'itinérance permettant aux clients de ces opérateurs d'avoir accès à une couverture « 2G », quel que soit leur opérateur de réseau,
- d'autre part, l'accès en itinérance des clients de Free Mobile à la couverture 2G et 3G d'Orange, pour une période déterminée (et depuis que Free Mobile a atteint une couverture de 25% de la population avec son réseau propre).

Par ailleurs, les clients des opérateurs internationaux en déplacement sur le territoire national ont généralement accès à la couverture de l'ensemble des opérateurs nationaux, sous réserve qu'il existe un contrat de « roaming » entre l'opérateur international considéré et l'ensemble des opérateurs nationaux. Toutefois, le changement d'opérateur « d'attache », pour basculer du réseau d'un opérateur français à un autre, ne pourra se faire qu'en mode « idle », c'est-à-dire non connecté, et non pas lors d'une communication via un « handover ». De plus, dès lors qu'un consommateur international sera « attaché » sur un réseau national, alors il pourra en changer, automatiquement, s'il perd la couverture ou, manuellement, s'il le décide. Enfin, il convient de préciser que les appels en itinérance internationale sont généralement facturés à des tarifs différents des appels nationaux.

En ce qui concerne les clients des MVNO, ils n'ont actuellement accès qu'à la couverture de l'opérateur hôte de leur opérateur virtuel.

On constate qu'il existerait différentes manières, pour le MVNO, de pouvoir être connecté à plusieurs boucles locales radio, notamment pour bénéficier d'une « addition » de couverture des différents opérateurs qui l'hébergent :

- Connexion ne permettant pas de changer d'opérateur dynamiquement en cours de communication (via un handover), mais permettant de changer d'opérateur en mode

« idle » (non connecté), manuellement (à l'initiative du client) ou automatiquement (si perte de couverture) ;

- Connexion permettant de changer d'opérateur dynamiquement en cours de communication (via un handover) comme en mode « idle » (non connecté), manuellement (à l'initiative du client) ou automatiquement (si perte de couverture).

Par ailleurs, l'Autorité note qu'il convient de distinguer le multiroaming du multisourcing. En effet, dans le cas du multisourcing, un opérateur virtuel (*light ou full*) disposera de deux contrats d'accès chez deux opérateurs hôte et aura ainsi la faculté, sous réserve des faisabilités techniques, de faire basculer, à son initiative, ses clients d'une boucle locale radio à une autre. Ceci est techniquement réalisable lorsque, *a minima*, l'opérateur virtuel dispose de son propre code MNC, auquel sont rattachés l'ensemble de ses clients, et qu'il maîtrise ses cartes SIM.

La finalité poursuivie est alors essentiellement une optimisation des conditions financières d'approvisionnement au gros du MVNO, en permettant une meilleure mise en concurrence des opérateurs hôtes.

Au regard de ces définitions, il convient de recenser les conditions contractuelles existantes pour analyser, en fonction de la modalité de multiroaming, les effets concurrentiels en découlant.

### ***VI.3.2 Conditions contractuelles existantes***

Il existe aujourd'hui dans les contrats full-MVNO des clauses relatives à l'interdiction du multiroaming, quelle que soit sa forme.

Dans le contrat full-MVNO entre [...], il est ainsi écrit :

[...]

Dans le contrat full-MVNO entre [...], il est ainsi écrit :

[...]

Dans le contrat full-MVNO entre [...], il est ainsi écrit :

[...]

Dans le contrat full-MVNO entre [...], il est ainsi écrit :

[...]

### ***VI.3.3 Analyse***

D'après les conditions contractuelles listées ci-dessus, chaque MVNO soumis à cette disposition s'engage à ce que chaque IMSI ne soit associée à un instant T qu'à un seul opérateur hôte.

Une telle clause a pour conséquence qu'un client d'un MVNO (qui a signé deux contrats d'accès avec deux MNO) ne pourra avoir accès à un instant T qu'à un seul réseau, celui sur

lequel l'IMSI a été déclarée, et que le MVNO, et seulement lui, pourra faire basculer son client sur le réseau radio du second contractant.

Comme vu précédemment, le fonctionnement du marché mobile actuel est tel qu'un consommateur donné n'a accès qu'à la couverture de son propre opérateur de détail, modulo deux exceptions :

- l'accès en itinérance, pour tous les consommateurs, à la couverture 2G des « zones blanches » ;
- l'accès en itinérance, pour les clients de Free Mobile, à la couverture 2G et 3G d'Orange, pour une période déterminée.

La question du multiroaming se pose actuellement, pour l'essentiel, en ce qui concerne les MVNO qui seraient hébergés chez le quatrième opérateur de réseau mobile, Free Mobile, dont le réseau est en construction et disposait d'une couverture en propre d'au moins 27% de la population au début de l'année 2012, conformément aux obligations figurant dans sa licence.

Il apparaît donc qu'en ayant recours à l'offre de gros de Free Mobile, et au regard des clauses contractuelles susmentionnées, un MVNO ne pourra faire bénéficier à ses clients que d'une couverture partielle du territoire, ce qui fait perdre, sans complément de couverture possible, une partie de la dynamique concurrentielle que pourrait apporter l'introduction de l'offre de gros de Free Mobile.

En effet, avec les clauses contractuelles précédemment citées, un MVNO hébergé chez Free Mobile ne pourrait pas faire bénéficier ses clients, même de manière transitoire, de la couverture de [...] ou [...], dans la mesure où il dispose d'un contrat d'accès avec un de ces deux MNO.

Or, les clients de détail de Free Mobile ont accès de manière transitoire, via l'itinérance sur le réseau d'Orange France, à une couverture nationale en 2G comme en 3G. De ce fait, les clients de détail des MVNO hébergés par Free Mobile ne seraient pas traités de la même manière que les clients de détail de Free Mobile.

Bien évidemment, la situation n'est pas la même dans le cas où un full-MVNO aurait, non pas un contrat avec Free Mobile, mais avec deux des trois opérateurs de réseaux historiques. En effet, les clients de détail de ces deux opérateurs n'ont pas accès à la couverture de l'autre opérateur de réseau, et par ailleurs cette couverture 2G ou 3G est suffisamment étendue pour être par elle-même suffisante.

Dans ce cas précis, l'Autorité indique qu'il pourrait être utile que les opérateurs hôtes lèvent transitoirement la restriction contractuelle existante sur le multiroaming. Toutefois, l'Autorité considère que son accessibilité, dynamique ou non, ne pourrait être justifiée que de manière circonscrite :

- dans l'espace : cas où un full-MVNO hébergé chez Free Mobile dispose d'un contrat d'accès full-MVNO chez un autre MNO, pour que les clients du MVNO activés sur le réseau de Free Mobile puissent bénéficier, avec le même IMSI, de la couverture plus étendue du réseau d'un autre MNO (l'inverse n'étant pas justifié);
- dans le temps : pendant la durée dont Free Mobile bénéficie de l'itinérance au titre de son autorisation d'utilisation de fréquences, c'est-à-dire 4 ans à compter de l'ouverture commerciale de son réseau, soit jusqu'au 12 janvier 2016.

L'Autorité estime que cette proposition permettrait que l'offre de gros proposée par Free Mobile ait dès aujourd'hui un effet utile pour venir augmenter le nombre d'offres pertinents sur le marché de gros et donc le dynamiser, au bénéfice des consommateurs sur le marché de détail.

Par ailleurs, l'Autorité relève que, à sa connaissance, les MVNO n'interdisent pas le multisourcing. En tout état de cause, et au regard des engagements pris dans le cadre des attributions des autorisations d'utilisation de fréquences dans la bande 2,1 GHz résiduelle (pour Orange France et SFR) puis 2,6 GHz (pour Bouygues Telecom, Free Mobile, Orange France et SFR) et 800 MHz (pour Bouygues Telecom, Orange France et SFR), les opérateurs hôtes ne pourraient pas, dans les contrats signés avec les MVNO, introduire de clauses qui limiteraient leur capacité à changer d'opérateur hôte ou à s'approvisionner auprès de plusieurs opérateurs hôtes.

## VII. Conclusion

Dans le cadre de cet avis, l'ARCEP a notamment pu noter que, depuis son avis rendu en 2008, le marché de détail mobile grand public métropolitain, ainsi que le marché de gros de l'accès et du départ d'appel mobile ont connu de fortes évolutions.

Sur le marché de détail, l'Autorité relève notamment que :

- les MVNO ont vu leur part de marché croître entre 2009 et 2011 puis se stabiliser depuis début 2012 pour être aujourd'hui supérieure à 13%, alors qu'elle n'était que d'environ de 6% à fin 2008 ;
- le marché a connu de profonds bouleversements avec, d'une part, l'émergence, courant 2010, des offres dite éco sans terminaux (SIM only), puis courant 2011, des offres sans engagement, et, d'autre part le lancement courant 2011 des offres de secondes marques, dites « low – cost », des opérateurs de réseau historiques, et enfin, le lancement commercial de Free Mobile en janvier 2012 marqué par la simplicité de ces offres (seulement deux niveaux de tarif) par ailleurs très compétitives, et le découplage systématique des abonnements et du terminal ;
- la généralisation des offres à composantes d'abondance voix, SMS et data ainsi que le développement des offres quadruple play.

Par ailleurs, l'Autorité relève que le marché de gros a lui aussi connu un certain nombre d'évolutions :

- obligations pour les opérateurs de réseau, via des engagements pris dans le cadre d'attribution de fréquences, de faire droit aux demandes raisonnables d'accès dans des conditions contractuelles, techniques et tarifaires, spécifiques (les deux derniers points ne concernant que Free Mobile sur son réseau 3G et l'ensemble des opérateurs sur leur futur réseau 4G) ;
- apparition, courant 2011, des premiers contrats *full-MVNO*, dont les premières ouvertures commerciales ont eu lieu début 2012 et qui constituent une évolution favorable vers une plus grande autonomie commerciale.

Toutefois, l'Autorité constate également que certaines caractéristiques du marché de gros, définies par les opérateurs hôtes, n'ont que très peu évolué, notamment :

- un mode de tarification par les opérateurs hôtes qui apparaît encore pour une large part basé sur une logique de « retail minus », ne prenant donc que peu en considération les coûts sous-jacents de production des prestations fournies ;
- une disponibilité des innovations et des services, pour les MVNO, avec parfois un temps de retard par rapport au marché de détail.

L'Autorité relève ainsi que, au regard des points spécifiques soulevés par Alternative Mobile, ces constats ont pour conséquence, pour les MVNO, de ne disposer que d'un espace économique faible, voire inexistant, sur une partie des offres de leur opérateur hôte, pour un profil de consommation donné, que ce soit au niveau tarifaire ou au niveau des services.

Toutefois, l'Autorité indique que les engagements d'accueil pris par les opérateurs de réseau dans le cadre de l'attribution des fréquences « 4G » représentent une évolution possible à court terme pour les MVNO, dans la mesure où cela devrait permettre une mise en

concurrence accrue sur le marché de gros, via le modèle *full-MVNO*. Ces engagements permettront par ailleurs à l'ARCEP de veiller à ce que les tarifs de gros soient établis dans des conditions raisonnables. Les obligations attachées à la souscription de ces engagements seront opposables aux quatre opérateurs de réseau mobile dès lors qu'ils commercialiseront leur réseau 4G. Elles s'appliqueront alors non seulement aux conditions d'accueil sur les bandes concernées (800 MHz et 2,6 GHz), mais également aux conditions d'accès sur d'autres bandes de fréquences dont les opérateurs pourraient être titulaires, dès lors que cette application est nécessaire pour ne pas priver l'engagement souscrit de sa pleine portée utile.

L'Autorité s'en remet à l'Autorité de la concurrence pour déterminer si les pratiques susmentionnées, en dehors de celles entrant dans le champ des obligations applicables aux opérateurs mobiles en vertu du droit des communications électroniques (en particulier en application de leurs autorisations d'utilisation de fréquences), seraient constitutives d'une pratique anticoncurrentielle mentionnée par le code de commerce en raison notamment d'un éventuel état de dépendance économique tenant à l'absence d'autonomie technique, commerciale et tarifaire, ou d'une pratique réduisant la dynamique concurrentielle jouée par ces opérateurs sur le marché de détail.

Le présent avis sera transmis à l'Autorité de la concurrence.

Fait à Paris, le 13 novembre 2012

Le Président

Jean-Ludovic SILICANI

## Sommaire

<b>I.</b>	<b>La saisine</b> .....	<b>4</b>
<b>II.</b>	<b>Introduction</b> .....	<b>5</b>
<b>III.</b>	<b>Le marché de la téléphonie mobile</b> .....	<b>6</b>
III.1	Eléments généraux .....	6
III.1.1	Les services mobiles.....	6
III.1.2	Les acteurs sur le marché .....	7
III.1.3	Interventions des pouvoirs publics sur le marché de détail .....	10
III.2	Evolution du marché de la téléphonie mobile.....	12
III.2.1	Evolution de la concurrence et de la fluidité sur le marché mobile depuis 2008 .....	12
III.2.2	Evolution des consommations et des offres .....	17
III.2.3	Evolution des prix .....	23
<b>IV.</b>	<b>Situation concurrentielle des MVNO sur le marché de détail grand public métropolitain</b> .....	<b>26</b>
IV.1	Principaux indicateurs quantitatifs.....	26
IV.1.1	Parc grand public des MVNO .....	26
IV.1.2	Ventes brutes grand public des MVNO.....	28
IV.1.3	Ventes nettes grand public des MVNO .....	29
IV.1.4	Parts de marché en volume et en valeur des MVNO sur le marché de détail.....	30
IV.2	Positionnement des offres des MVNO par rapport aux évolutions récentes du marché de détail 31	
IV.2.1	Le développement des offres d'abondance (voix, SMS) tous réseaux .....	31
IV.2.2	Le développement de la data et de l'internet mobile .....	32
IV.2.3	Le positionnement des offres des MVNO par rapport aux offres des marques « low cost » des opérateurs mobiles historiques.....	33
IV.2.4	Les MVNO sur le marché entreprise métropolitain .....	34
IV.3	Positionnement outre-mer et en Europe.....	35
IV.3.1	Les MVNO sur le marché outre-mer.....	35
IV.3.2	Succès des MVNO dans d'autres marchés européens.....	35
<b>V.</b>	<b>Fonctionnement et enjeux concurrentiels du marché de gros d'accueil des MVNO</b>	<b>37</b>
V.1	Une offre de gros structurellement concentrée, malgré quelques évolutions .....	38
V.2	Interventions de l'ARCEP sur le marché de gros .....	40
V.2.1	Projet de régulation du marché de gros de l'accès et du départ d'appel mobile sur les réseaux de téléphonie mobile ouverts au public (Marché 15 de la recommandation de 2002) et mise sous surveillance active du marché .....	40
V.2.2	L'avis de l'ARCEP et du Conseil de la concurrence de 2008 .....	42
V.2.3	Les engagements dans les procédures d'attribution des autorisations d'utilisation de fréquences et les évolutions contractuelles en découlant.....	44

<b>VI.</b>	<b>Sur le fond de la saisine.....</b>	<b>52</b>
VI.1	Sur les conditions tarifaires.....	54
VI.1.1	Les structures et niveaux tarifaires existants.....	54
VI.1.2	Méthodologie d'analyse de l'adéquation des offres de gros et des offres de détail.....	56
VI.1.3	Les résultats de l'analyse.....	63
VI.2	Sur les conditions techniques.....	70
VI.2.1	Accessibilité des débits 3G+ et 3G++.....	70
VI.2.2	Accessibilité des femto-cellules.....	74
VI.2.3	Accessibilité des hotspots Wifi.....	76
VI.2.4	Accessibilité de la géolocalisation.....	78
VI.3	Sur le multiroaming.....	80
VI.3.1	Définition.....	80
VI.3.2	Conditions contractuelles existantes.....	81
VI.3.3	Analyse.....	81
<b>VII.</b>	<b>Conclusion.....</b>	<b>84</b>
	<b>Sommaire.....</b>	<b>86</b>
	<b>Annexe 1 – Obligations relatives aux conditions d'accueil des opérateurs virtuels.....</b>	<b>88</b>
A.1.1	- Obligations de Free Mobile dans le cadre son autorisation d'utilisation de fréquences dans la bande 2,1 GHz.....	88
A.1.2	- Obligations d'Orange France et SFR dans le cadre leur autorisation d'utilisation de fréquences dans la bande 2,1 GHz.....	88
	Précisions sur l'engagement d'accueil des MVNO.....	89
A.1.3	- Obligations de Bouygues Telecom, Free Mobile, Orange France et SFR dans le cadre leur autorisation d'utilisation de fréquences dans les bandes 800MHz et/ou 2,6 GHz.....	91
	Précisions sur l'engagement d'accueil des MVNO.....	92
	<b>Annexe 2 – Conditions tarifaires de gros retenues par l'Autorité.....</b>	<b>94</b>

## **Annexe 1 – Obligations relatives aux conditions d'accueil des opérateurs virtuels**

### **A.1.1 - Obligations de Free Mobile dans le cadre son autorisation d'utilisation de fréquences dans la bande 2,1 GHz**

*« L'opérateur publie une offre d'accès à son réseau 3G dès que sa couverture aura atteint 25% de la population.*

*L'opérateur répond, dès lors qu'il a publié une offre d'accès à son réseau 3G, à toute demande raisonnable d'accueil d'opérateur de réseau mobile virtuel (MVNO), sur son réseau 3G, et propose au MVNO un contrat conforme aux termes de son offre publique d'accès.*

*L'opérateur prévoit dans son offre d'accès des services basés exclusivement sur le réseau radio, et accueille sur son réseau 3G les opérateurs MVNO complets (« Full MVNO »), dans la limite de quatre opérateurs.*

*L'opérateur appuie son offre d'accès au réseau pour les « Full MVNO » sur les principes de tarification et notamment les plafonds définis dans son dossier de candidature.*

*L'opérateur propose aux MVNO « lights », c'est-à-dire aux MVNO n'exploitant pas leur propre cœur de réseau, des tarifs fondés sur les coûts de production des prestations (mode « cost plus »).*

*L'opérateur n'impose pas au MVNO d'obligation de lui communiquer son plan d'affaire et n'impose pas de processus d'agrément des offres commerciales, dès lors que le MVNO lui communique les prévisions de trafic agrégé permettant de dimensionner la charge du réseau.*

*L'opérateur limite la durée d'engagement contractuel du MVNO à trois ans maximum.*

*L'opérateur sépare, dans son offre, la prestation d'accès à son réseau radio et les prestations d'opérateur de transit.*

*L'opérateur propose au MVNO un contrat ne comprenant pas de droit de préférence ou de préemption en cas d'évolution (cession etc.), sauf sur demande explicite et en commun accord avec celui-ci.*

*L'opérateur propose au MVNO un contrat sans y introduire de clause d'exclusivité. »*

### **A.1.2 - Obligations d'Orange France et SFR dans le cadre leur autorisation d'utilisation de fréquences dans la bande 2,1 GHz**

*« Dans le cadre des prescriptions ci-dessous, on entend par « accueil » des opérateurs de réseaux mobiles virtuels l'ensemble des prestations d'accès, au sens de l'article L. 32 8° du code des postes et des communications électroniques, fournies à l'opérateur mobile virtuel par l'opérateur hôte afin de permettre à l'opérateur mobile virtuel de fournir un service de communications électroniques.*

*L'opérateur propose, sur l'ensemble de son réseau radioélectrique mobile ouvert au public en France métropolitaine, un accueil d'opérateurs de réseau mobiles virtuels (MVNO) respectant l'ensemble des principes édictés ci-dessous.*

*L'opérateur offre des conditions d'accueil qui ne restreignent pas sans justification objective la concurrence sur le marché de gros de l'accueil des MVNO et l'autonomie commerciale des MVNO sur le marché de détail.*

*Notamment, il n'inclut dans ses contrats aucune clause susceptible de limiter, au bénéfice de l'opérateur hôte :*

- la capacité du MVNO à changer d'opérateur hôte ou à s'approvisionner auprès de plusieurs opérateurs, au-delà de ce qui est justifié par l'amortissement des coûts fixes d'accueil du MVNO ;*
- les possibilités de développement de l'activité du MVNO et notamment des restrictions sur la composition ou l'évolution de l'actionnariat, la cession de base clients, la mise en place de réseaux de distribution, le développement de son activité sur tous les segments des marchés de détail ou la cession de son fonds de commerce et du contrat d'accès sous-jacent.*

*En particulier, la durée, les conditions de renouvellement et les conditions d'extinction, et en particulier de résiliation, du contrat d'accès ne font pas obstacle à son développement, à l'amortissement de ses investissements et à la valorisation de ses activités auprès des investisseurs.*

*L'opérateur met en œuvre les présentes prescriptions à compter de leur entrée en vigueur dans les conditions suivantes :*

- l'opérateur fait droit aux demandes raisonnables d'accueil sur son réseau radioélectrique mobile ouvert au public. Tout refus opposé par l'opérateur est motivé par des raisons objectives ;*
- l'opérateur propose dans les meilleurs délais aux MVNO déjà présents sur son réseau d'adapter les termes de leurs contrats de manière à bénéficier des présentes prescriptions.*

### ***Précisions sur l'engagement d'accueil des MVNO***

*Un opérateur souscrivant l'engagement d'accueil des MVNO s'engage à ne pas inscrire dans ses contrats des clauses tendant à restreindre l'autonomie commerciale des MVNO sur le marché de détail. Un exemple de telle clause serait celui d'assigner au MVNO des restrictions sur le type de clients à qui il peut offrir des services ou sur la nature des services qu'il peut commercialiser ou d'imposer des restrictions techniques, sans justification objective et fondée, sur la maîtrise des cartes SIM.*

*Un opérateur souscrivant l'engagement d'accueil des MVNO s'engage également à proposer des conditions contractuelles d'accueil des MVNO sur l'ensemble de son réseau radioélectrique mobile ouvert au public en France métropolitaine compatibles avec l'exercice d'une concurrence effective sur le marché de l'accès et du départ d'appel mobile, c'est-à-dire le marché de gros des offres d'accueil des MVNO. A cet égard, l'exercice d'une concurrence effective implique que les contrats d'accueil des MVNO ne contiennent pas de clauses ayant pour effet de restreindre le jeu concurrentiel sur ce marché, sans justification objective et fondée. En particulier, à titre d'exemples, les restrictions suivantes ne semblent pas*

*compatibles avec l'exercice d'une concurrence effective sur le marché de gros des offres d'accueil des MVNO :*

- *les clauses contractuelles susceptibles de limiter, au-delà de ce qui est justifié par l'amortissement des coûts fixes d'accueil de l'opérateur virtuel par l'opérateur hôte, la capacité de l'opérateur virtuel à s'approvisionner auprès de plusieurs opérateurs ou changer d'opérateur hôte, par exemple les clauses d'approvisionnement et pratiques tarifaires emportant un effet fidélisant significatif conduisant à entraver le changement d'offreur ;*
- *les restrictions techniques, sans justification objective et fondée, ayant pour effet d'augmenter les coûts de changement d'opérateur hôte, par exemple en prohibant l'exploitation, par l'opérateur mobile virtuel, d'un code réseau propre (MNC) ;*

*Le caractère effectif du jeu concurrentiel sur le marché de l'accès et du départ d'appel s'apprécie notamment au regard des clauses contractuelles portant sur le degré de facilité avec lequel l'opérateur hôte serait en mesure de mettre fin à la relation contractuelle de manière unilatérale, et sur le degré de liberté dont bénéficient les opérateurs virtuels quant à la disposition de leurs actifs matériels ou immatériels. En particulier, et à titre d'exemples, les restrictions suivantes ne semblent pas compatibles avec l'exercice d'une concurrence effective entre offreurs sur le marché de l'accès et du départ d'appel mobile :*

- *les clauses tendant à limiter l'ouverture du capital à de nouveaux investisseurs, les mouvements de concentration ou de consolidation entre opérateurs mobiles virtuels dans la mesure où elles restreignent les capacités de financement et les perspectives de croissance externe des opérateurs mobiles virtuels, et donc leur pouvoir de négociation vis-à-vis de leur opérateur hôte ;*
- *les clauses conférant à l'opérateur hôte une prérogative particulière sur la base de clients de l'opérateur virtuel, par exemple l'exercice d'un droit de préemption en cas de cession, puisqu'elles pourraient favoriser la disparition d'un opérateur virtuel du marché et son intégration au sein de l'opérateur hôte dans des conditions économiques artificiellement défavorables au MVNO et à ses actionnaires ;*
- *une durée de contrat et des conditions de renouvellement qui n'offrent pas à l'opérateur virtuel un horizon suffisant pour permettre son développement, assurer l'amortissement de ses investissements et permettre la valorisation de ses activités auprès des investisseurs ;*
- *des conditions d'extinction du contrat ne permettant pas à l'opérateur virtuel de bénéficier d'une visibilité suffisante, et en particulier, la possibilité d'une résiliation unilatérale du contrat par l'opérateur hôte en cas de changement de contrôle de l'opérateur virtuel ou en cas de diversification de son approvisionnement. L'engagement pris ne s'oppose pas à ce que soit prévue la résiliation du contrat en cas de prise de contrôle de l'opérateur virtuel par un autre opérateur titulaire d'une autorisation d'utilisation de fréquences pour établir et exploiter un réseau radioélectrique mobile ouvert au public en France métropolitaine, dans la mesure où les conditions d'extinction du contrat sont raisonnables, et notamment compatibles avec la migration technique et commerciale de la base client. »*

### **A.1.3 - Obligations de Bouygues Telecom, Free Mobile, Orange France et SFR dans le cadre leur autorisation d'utilisation de fréquences dans les bandes 800MHz et/ou 2,6 GHz**

*« Dans le cadre des prescriptions ci-dessous, on entend par « accueil » des opérateurs de réseaux mobiles virtuels, l'ensemble des prestations d'accès, au sens de l'article L. 32 8° du code des postes et des communications électroniques, fournies à l'opérateur mobile virtuel par l'opérateur hôte afin de permettre à l'opérateur mobile virtuel de fournir un service de communications électroniques.*

*L'opérateur propose, sur l'ensemble de son réseau mobile à très haut débit ouvert au public en France métropolitaine, un accueil d'opérateurs de réseaux mobiles virtuels (MVNO) respectant l'ensemble des principes édictés ci-dessous. Chacun de ces principes s'applique également aux conditions d'accueil sur des bandes de fréquences autres que celles utilisées pour l'accès au réseau mobile à très haut débit du titulaire, dès lors que cette application est nécessaire pour ne pas priver l'engagement souscrit de sa pleine portée utile.*

*L'opérateur offre des conditions d'accueil qui ne restreignent pas sans justification objective la concurrence sur le marché de gros de l'accueil des MVNO et l'autonomie commerciale des MVNO sur le marché de détail.*

*Notamment, il n'inclut dans ses contrats aucune clause susceptible de limiter, au bénéfice de l'opérateur hôte :*

- la capacité du MVNO à changer d'opérateur hôte ou à s'approvisionner auprès de plusieurs opérateurs, au-delà de ce qui est justifié par l'amortissement des coûts fixes d'accueil du MVNO ;*
- les possibilités de développement de l'activité du MVNO et notamment des restrictions sur la composition ou l'évolution de l'actionnariat, la cession de base clients, la mise en place de réseaux de distribution, le développement de son activité sur tous les segments des marchés de détail ou la cession de son fonds de commerce et du contrat d'accès sous-jacent.*

*En particulier, la durée, les conditions de renouvellement et les conditions d'extinction, et en particulier de résiliation, du contrat d'accès ne font pas obstacle à son développement, à l'amortissement de ses investissements et à la valorisation de ses activités auprès des investisseurs.*

*L'opérateur propose notamment une offre reposant sur une architecture dite de MVNO étendu (« full-MVNO »). Cette offre consiste en la fourniture au MVNO de l'accès à la boucle locale radio de l'opérateur dans des conditions permettant son exploitation effective, et notamment dans des conditions non discriminatoires en termes de qualité de service par rapport à celles dont bénéficie l'opérateur pour ses propres services. Dans ce cadre, l'opérateur permet notamment au MVNO d'exploiter en son nom et pour son compte ses propres éléments de cœur de réseau et d'être responsable de tout ou partie de son interconnexion.*

*L'opérateur fournit l'accueil à des conditions économiques raisonnables, eu égard notamment aux conditions prévalant sur les marchés de gros et de détail sur lesquels il opère, et compatibles avec l'exercice d'une concurrence effective et loyale sur ces marchés.*

*L'opérateur met en œuvre les présentes prescriptions à compter de l'utilisation effective des fréquences faisant l'objet de la présente autorisation, dans les conditions suivantes :*

- *l'opérateur fait droit aux demandes raisonnables d'accueil sur son réseau mobile à très haut débit ouvert au public. Tout refus opposé par l'opérateur est motivé par des raisons objectives ;*
- *en réponse à une demande raisonnable d'accueil, l'opérateur propose dans les meilleurs délais un contrat, ou le cas échéant une adaptation du contrat existant, de manière à faire bénéficier le demandeur des présentes prescriptions.*

### **Précisions sur l'engagement d'accueil des MVNO**

*Un opérateur souscrivant l'engagement d'accueil des MVNO s'engage à ne pas inscrire dans ses contrats des clauses tendant à restreindre l'autonomie commerciale des MVNO sur le marché de détail. Un exemple de telle clause serait celui d'assigner au MVNO des restrictions sur le type de clients auquel il peut offrir des services ou sur la nature des services qu'il peut commercialiser ou d'imposer des restrictions techniques, sans justification objective et fondée, sur la maîtrise des cartes SIM.*

*Un opérateur souscrivant l'engagement d'accueil des MVNO s'engage également à proposer des conditions contractuelles d'accueil des MVNO sur l'ensemble de son réseau mobile à très haut débit ouvert au public en France métropolitaine compatibles avec l'exercice d'une concurrence effective sur le marché de l'accès et du départ d'appel mobile, c'est-à-dire le marché de gros des offres d'accueil des MVNO. A cet égard, l'exercice d'une concurrence effective implique que les conditions d'accueil des MVNO ne contiennent pas d'éléments ayant pour effet de restreindre le jeu concurrentiel sur ce marché, sans justification objective et fondée. En particulier, à titre d'exemples, les restrictions suivantes ne semblent pas compatibles avec l'exercice d'une concurrence effective sur le marché de gros des offres d'accueil des MVNO :*

- *les clauses contractuelles susceptibles de limiter, au-delà de ce qui est justifié par l'amortissement des coûts fixes d'accueil de l'opérateur virtuel par l'opérateur hôte, la capacité de l'opérateur virtuel à s'approvisionner auprès de plusieurs opérateurs ou changer d'opérateur hôte, par exemple les clauses d'approvisionnement et pratiques tarifaires emportant un effet fidélisant significatif conduisant à entraver le changement d'offreur ;*
- *les restrictions techniques, sans justification objective et fondée, ayant pour effet d'augmenter les coûts de changement d'opérateur hôte, par exemple en prohibant l'exploitation, par l'opérateur mobile virtuel, d'un code réseau propre (MNC).*

*Le caractère effectif du jeu concurrentiel sur le marché de l'accès et du départ d'appel s'apprécie notamment au regard des clauses contractuelles portant sur le degré de facilité avec lequel l'opérateur hôte serait en mesure de mettre fin à la relation contractuelle de manière unilatérale, et sur le degré de liberté dont bénéficient les opérateurs virtuels quant à la disposition de leurs actifs matériels ou immatériels. En particulier, et à titre d'exemples, les restrictions suivantes ne semblent pas compatibles avec l'exercice d'une concurrence effective entre offreurs sur le marché de l'accès et du départ d'appel mobile :*

- *les clauses tendant à limiter l'ouverture du capital à de nouveaux investisseurs, les mouvements de concentration ou de consolidation entre opérateurs mobiles virtuels dans la mesure où elles restreignent les capacités de financement et les perspectives*

*de croissance externe des opérateurs mobiles virtuels, et donc leur pouvoir de négociation vis-à-vis de leur opérateur hôte ;*

- *les clauses conférant à l'opérateur hôte une prérogative particulière sur la base de clients de l'opérateur virtuel, par exemple l'exercice d'un droit de préemption en cas de cession, puisqu'elles pourraient favoriser la disparition d'un opérateur virtuel du marché et son intégration au sein de l'opérateur hôte dans des conditions économiques artificiellement défavorables au MVNO et à ses actionnaires ;*
- *une durée de contrat et des conditions de renouvellement qui n'offrent pas à l'opérateur virtuel un horizon suffisant pour permettre son développement, assurer l'amortissement de ses investissements et permettre la valorisation de ses activités auprès des investisseurs ;*
- *des conditions d'extinction du contrat ne permettant pas à l'opérateur virtuel de bénéficier d'une visibilité suffisante, et en particulier, la possibilité d'une résiliation unilatérale du contrat par l'opérateur hôte en cas de changement de contrôle de l'opérateur virtuel ou en cas de diversification de son approvisionnement. L'engagement pris ne s'oppose pas à ce que soit prévue la résiliation du contrat en cas de prise de contrôle de l'opérateur virtuel par un autre opérateur titulaire d'une autorisation d'utilisation de fréquences pour établir et exploiter un réseau radioélectrique mobile ouvert au public en France métropolitaine, dans la mesure où les conditions d'extinction du contrat sont raisonnables, et notamment compatibles avec la migration technique et commerciale de la base client.*

*L'obligation faite à un opérateur de proposer une offre d'accueil reposant sur une architecture dite de « full MVNO » n'est pas exclusive de la fourniture, à des MVNO formulant une demande raisonnable, d'offres d'accueil reposant sur une architecture technique de « MVNO léger » (« light MVNO »).*

*L'engagement d'accueil des MVNO proposé aux candidats contient un engagement à fournir aux MVNO des conditions économiques raisonnables. Le caractère raisonnable s'apprécie notamment au regard des prestations fournies par les deux parties et de leur apport respectif dans la création et la mise en œuvre des services fournis par l'opérateur virtuel. À cet égard, la fixation des tarifs doit résulter d'une négociation reflétant les apports respectifs des parties à la création de valeur. Ces tarifs sont révisés, le cas échéant, en fonction de l'évolution des conditions prévalant sur les marchés avals concernés. »*

## **Annexe 2 – Conditions tarifaires de gros retenues par l’Autorité**

[...]