

## Contribution de l'AFORM sur l'analyse du marché de gros des services de diffusion audiovisuelle, dit Marché 18

L'AFORM, qui regroupe les principaux opérateurs de réseaux câblés, conteste le principe même de la segmentation en terme de produits et de services proposée par l'ARCEP entre différents marchés de gros des services de diffusion télévisuelle et, en particulier, l'identification d'un marché de gros des services de diffusion de programmes télévisuels sur les réseaux filaires regroupant câble et ADSL, distinct du marché de gros des services de diffusion de programmes télévisuels par satellite d'une part, par voie hertzienne terrestre d'autre part. Sur la segmentation géographique, l'AFORM approuve l'approche nationale (hors DOM-TOM) proposée par l'ARCEP.(I.)

Dans le cadre de la segmentation proposée par l'ARCEP, l'AFORM approuve par ailleurs les conclusions de l'Autorité qui décide de ne pas déclarer pertinent le marché de la télévision par câble au titre de la régulation sectorielle des communications électroniques. (II.)

L'AFORM profite de l'occasion qui lui est donnée dans cette contribution pour alerter l'ARCEP sur les risques déjà avérés et en forte croissance de voir certains opérateurs intégrant des activités de diffusion, de distribution et d'édition de services, refuser l'accès aux services qu'ils éditent à d'autres opérateurs qui sont leurs concurrents dans le domaine de la diffusion et/ou de la distribution de services audiovisuels (III.).

### **I. Délimitation des marchés de gros des services de diffusion de la télévision :**

Dans les deux sous-partie qui vont suivre, nous ne nous sommes attachés qu'à la diffusion télévisuelle, la diffusion de la radio, si elle est bien réelle sur le câble, revêt une moindre importance pour notre activité.

#### ***I.1 Délimitation du marché en terme de produits et services :***

L'analyse de l'ARCEP conduit à segmenter les marchés de gros des services de diffusion de la télévision en fonction de la technologie de diffusion utilisée, en séparant l'hertzien terrestre, du câble et de l'ADSL (réseaux filaires) d'une part et du satellite d'autre part. L'ARCEP explique cette analyse par la non substituabilité de chacune de ses offres entre elles.

Cette analyse, si elle est en partie exacte aujourd'hui, mérite cependant d'être approfondie en tenant compte de deux facteurs nouveaux :

- la numérisation de la diffusion terrestre qui renforce les capacités de diffusion de l'hertzien terrestre et permettra rapidement d'obtenir une couverture équivalente entre hertzien terrestre et câble/ADSL en prenant en compte le fait que la numérisation de l'hertzien terrestre se fait en priorité sur les zones d'agglomérations urbaines où sont justement présents les réseaux câblés et l'ADSL. D'ici à fin 2005, 50% de la population française devrait être couverte par l'hertzien numérique versus 40 % pour les réseaux câblés. Pour l'ADSL, si 80% de la population est déjà couverte pour accéder à l'internet haut débit, cette présence est moindre pour la couverture télévisuelle. Quand on sait que dans tous les cas, ce sont les grandes métropoles qui sont concernées, on voit bien que les zones de couvertures vont s'approchant entre ces trois technologies. On rappellera que l'hertzien numérique permet d'ores et déjà de diffuser une trentaine de chaînes et plus dans les mois qui viennent. Dès lors, du point de vue de la demande, on voit bien que les

chaînes sont de plus en plus à même de choisir entre les plates-formes de diffusion pour transporter leur signal alors même que jusqu'à présent, elles étaient diffusées par plusieurs plates-formes.

- L'intégration verticale de certains acteurs : les principaux éditeurs de services que sont les groupes Canal + et TF1 et, dans une moindre mesure, M6, sont également des distributeurs/agrégateurs de contenus via Canal Sat (pour Canal +) et TPS (pour TF1-M6) qui privilégient des technologies de diffusion, à savoir le satellite et l'ADSL, parfois au détriment d'autres, le câble notamment que ces groupes ne contrôlent pas<sup>1</sup>. Un exemple récent le montre avec l'offre Foot + du Groupe Canal+ (matchs de football de Ligue 1 en paiement à la séance), diffusée aujourd'hui par voie satellitaire et ADSL mais pas par câble. On voit bien que dans ce cas, un éditeur a estimé que la diffusion de son service via deux plates-formes technologiques était suffisante pour qu'il ne cherche pas à se faire diffuser par une troisième, le câble. C'est donc qu'une forme de substituabilité s'exerce d'ores et déjà entre les différents réseaux de diffusion du point de vue de la demande, favorisée par l'intégration verticale de certains acteurs. Nous y reviendrons plus loin.

En conclusion de cette première partie, l'AFORM estime que l'analyse des marchés en terme de produits et services mérite d'être approfondie sous l'effet des deux éléments précisés ci-avant. Si nous convenons que l'hertzien analogique constitue bien un marché à part, du fait de la rareté des fréquences, la segmentation entre hertzien numérique, câble-ADSL et satellite se justifie beaucoup moins aujourd'hui.

## ***I.2 Délimitation des marchés en termes géographiques :***

Sous la réserve développée dans le point précédent relative à la segmentation des produits et marchés qui conduit l'ARCEP à mener son analyse géographique pour chacun des sous-marchés ainsi délimités, la dimension nationale hors DOM-TOM (sauf Martinique et Guadeloupe pour le sous-marché Câble-ADSL) n'appelle pas de commentaire particulier de notre part.

## **II. Analyse de pertinence des marchés de gros**

Toujours sous la réserve développée en I.1 relative à la segmentation des produits et marchés retenue par l'ARCEP, l'AFORM partage l'analyse de l'Autorité selon laquelle le sous-marché Câble « *ne peut être déclaré pertinent au titre de la réglementation sectorielle des communications électroniques* ».

Pour autant, l'AFORM s'interroge sur le fait que l'ARCEP distingue câble et ADSL pour mener cette analyse de pertinence alors qu'elle a réuni les deux technologies de diffusion dans un seul sous-marché de produits et services, devant être le sujet de cette analyse.

## **III. Accès au service : vers un nouveau marché ?**

---

<sup>1</sup> Les 20% détenus par Groupe Canal + dans l'opérateur de réseaux câblés Numéricâble le sont à titre résiduel à la suite de la vente récente de NC Numéricâble (dont Canal Plus détenait 100%) et sans pouvoir de décision.

L'AFORM a eu l'occasion dans le point I.1 d'attirer l'attention de l'ARCEP sur la nécessité de prendre en compte le mouvement d'intégration verticale engagé par certains groupes entre édition, distribution et diffusion de services, pour approfondir l'analyse des marchés de gros des services de diffusion audiovisuelle, notamment en matière de télévision.

Au-delà du cas « Foot + » développé dans ce même point, l'AFORM, qui regroupe des opérateurs indépendants de ces deux groupes et, plus largement, indépendants de tout éditeur de services audiovisuels, à une exception près<sup>2</sup>, s'inquiète des difficultés de plus en plus importante que rencontrent ses membres pour s'acheminer en programmes. Nous citerons comme exemple :

- l'impossibilité d'établir une relation éditeur – distributeur normale entre la chaîne Canal Plus et les opérateurs qui, dans ce cas précis, sont considérés comme de simples transporteurs, sans relation directe avec les abonnés de Canal Plus, et pour des coûts de transport très faibles. La force du programme Canal Plus ne permet pas à ces opérateurs de refuser sa diffusion et les met en position de discussion discriminante.
- Le refus de la chaîne Direct8, diffusée par voie numérique terrestre, d'être diffusée par le câble.
- Les premières difficultés rencontrées lors de contacts préalables auprès de certains éditeurs préparant des services pour la future télévision haute définition, qui pourraient refuser une diffusion de ces services par le câble, et la réserver à la TNT, au satellite et/ou à l'ADSL.

Pour toutes ces raisons, l'AFORM soutient l'idée qu'une régulation ex ante puisse s'imposer aux opérateurs puissants sur le marché de l'édition, et déclarés comme tel sur la base d'une analyse de marché récurrente, consistant en l'obligation de consentir la fourniture de leurs programmes et services dans des conditions équitables, transparente et non discriminatoires aux distributeurs, et cela y compris pour les chaînes dites Premium et les chaînes à venir en haute définition. Dans le nouveau contexte créé par l'ADSL, l'absence d'une telle régulation pourrait conduire à la disparition de la seule boucle locale grand public alternative à la ligne téléphonique. Ce sujet concerne donc bien le secteur des communications électroniques, et il pourrait être utilement approfondi dans la prochaine révision de la recommandation européenne sur les marchés pertinents

---

<sup>2</sup> La chaîne Extrem Sports Channel, diffusée sur câble et satellite en France, est filiale du groupe Liberty Media, ce qui est également le cas d'UPC Broadband France, membre de l'AFORM