

Bilan de la régulation de la terminaison d'appel SMS en métropole et état des lieux des marchés de gros et de détail en matière de SMS en outre-mer

*Consultation publique relative à
l'analyse du marché de gros de
la terminaison d'appel SMS
sur les réseaux mobiles*

(17 novembre 2009 – 18 décembre 2009)

Synthèse du document

En 2006, l'Autorité a conduit une analyse des marchés de gros de la terminaison d'appel SMS sur les réseaux mobiles métropolitains, valable pour une durée de trois ans (2006-2009).¹ Elle y a qualifié de pertinents les marchés de la terminaison d'appel SMS sur chacun des trois réseaux individuels des opérateurs mobiles métropolitains. Elle a déclaré les trois opérateurs mobiles métropolitains (Orange France, SFR et Bouygues Telecom) comme opérateurs puissants sur les marchés de la terminaison d'appel SMS sur leurs réseaux respectifs, et leur a notamment imposé une régulation tarifaire réduisant significativement les prix de leurs terminaisons d'appel respectives.

Au cours de ce cycle de régulation, les opérateurs ne se sont pas concurrencés sur ces prestations de gros, s'en tenant à respecter les plafonds tarifaires déterminés par l'ARCEP. Par ailleurs, contrairement aux obligations leur incombant au titre de ce cycle de régulation, ils n'offrent pas de prestations d'interconnexion aux exploitants de réseaux ouverts au public non mobiles, notamment aux agrégateurs. Ceux-ci achètent des prestations de terminaison SMS sous forme de *SMS Push*, aux fins de fournir des services de communications électroniques à leurs propres clients.

De manière plus positive, la régulation des charges de terminaison a eu un impact important sur la dynamique concurrentielle du marché de détail des communications mobiles. Alors que ce marché était caractérisé par une quasi-absence de concurrence sur les prix des SMS, la régulation des charges de terminaison d'appel a coïncidé avec l'avènement d'une forte concurrence en quantités sous forme de diffusion d'offres de SMS en abondance à destination de tout réseau mobile, sans supplément de prix, et principalement sur le segment post-payé. Ces offres d'abondance sans contrainte de réseau ont dynamisé le marché de détail en libérant les usages de SMS sans surcoût pour les consommateurs.

Le poids des volumes associés a fait chuter le chiffre d'affaires moyen par SMS à un niveau proche du coût de gros actuel de la terminaison d'appel SMS. Néanmoins, cet effondrement du prix moyen profite principalement aux gros consommateurs de SMS et non aux consommateurs occasionnels, les prix à l'unité des SMS étant restés invariants sur la période.

Cette performance commerciale sans équivalent en Europe, a engendré une explosion des usages SMS en métropole (+220% sur la durée du cycle de régulation, soit une croissance des usages 7 fois supérieure à la moyenne européenne).

En outre-mer, les charges de terminaison d'appel SMS ne sont pas régulées et s'élèvent à un niveau égal à celui de la métropole avant régulation, soit un des niveaux les plus élevés d'Europe.

Une croissance sans précédent des usages a été relevée, et est essentiellement imputable à une dynamique concurrentielle à La Réunion pour laquelle l'illimité SMS est devenu en l'espace d'un an une composante importante et irréversible du marché post-payé ; seul l'opérateur dominant sur le marché commercialise ces offres sur le marché prépayé, qui constitue le cœur de marché. La rupture de marché constatée sur cette zone ne s'est pas produite à Mayotte ni dans la zone Antilles-Guyane, où la consommation de SMS à l'unité reste le cœur de marché et les volumes consommés relativement faibles.

¹ Décision de l'ARCEP n° 06-0593 du 27 juillet 2006 portant sur la définition des marchés pertinents de gros de la terminaison d'appel SMS sur les réseaux mobiles en Métropole, la désignation d'opérateurs disposant d'influence significative sur ces marchés et les obligations imposées à ce titre

Chapitre 1 Bilan de la régulation de la terminaison d'appel SMS en métropole

1.1. La régulation mise en œuvre et ses objectifs

En 2006, l'Autorité a conduit une analyse des marchés de gros de la terminaison d'appel SMS sur les réseaux mobiles métropolitains, valable pour une durée de trois ans (2006-2009).² Elle y a qualifié de pertinents les marchés de la terminaison d'appel SMS sur chacun des trois réseaux individuels des opérateurs mobiles métropolitains (Orange France, SFR et Bouygues Telecom) et a désigné chacun d'eux comme opérateur puissant sur le marché de la terminaison d'appel SMS sur son réseau respectif.

Afin de résoudre les problèmes concurrentiels identifiés sur ce marché, l'Autorité a alors imposé aux trois opérateurs métropolitains les obligations de :

- faire droit aux demandes raisonnables d'accès et d'interconnexion relatives aux offres d'interconnexion SMS
- fournir les prestations d'accès et d'interconnexion relatives aux offres d'interconnexion SMS dans des conditions non discriminatoires et transparentes.
- séparation comptable et de comptabilisation des coûts des prestations d'accès et d'interconnexion relatives aux offres d'interconnexion SMS
- contrôle tarifaire des prestations d'accès et d'interconnexion relatives aux offres d'interconnexion SMS, sous la forme d'une orientation vers les coûts.

S'agissant de l'obligation de faire droit aux demandes raisonnables d'accès et d'interconnexion relatives aux offres d'interconnexion SMS, la décision rappelait dans ses motifs que tout exploitant de réseau de communications électroniques ouvert au public (y compris notamment un opérateur fixe, un agrégateur, voire un FAI) est éligible à l'interconnexion SMS et pourrait donc à ce titre légitimement bénéficier de conditions techniques et tarifaires particulières au titre de l'interconnexion, leur interconnexion avec les opérateurs de réseau mobile pouvant toutefois se présenter sous une forme technique différant de la terminaison d'appel SMS offerte aux opérateurs mobiles tiers pour tenir compte des particularités des réseaux considérés.

S'agissant du contrôle tarifaire, l'Autorité a fixé, pour une période de deux ans, le tarif maximal de la terminaison d'appel SMS en métropole³ applicable dans le cas particulier des offres d'interconnexion SMS proposées aux autres opérateurs mobiles métropolitains :

- à 3 c€ par SMS pour Orange France et SFR
- à 3,5 c€ par SMS pour Bouygues Telecom

² Décision de l'ARCEP n° 06-0593 du 27 juillet 2006 portant sur la définition des marchés pertinents de gros de la terminaison d'appel SMS sur les réseaux mobiles en Métropole, la désignation d'opérateurs disposant d'influence significative sur ces marchés et les obligations imposées à ce titre

³ En juillet 2005, en amont de l'analyse de marché et dans le cadre de la résolution de deux différends déposés par Bouygues Telecom, l'Autorité avait déjà imposé à Orange France, SFR et Bouygues Telecom une baisse de cette même charge de 5.4c€ (niveau initial négocié lors de la mise en place de l'interopérabilité SMS en 1999) à 4.3c€.

En outre, l’Autorité rappelle qu’en juillet 2005 (i.e. en amont de l’analyse de marché) elle avait, dans le cadre de la résolution de deux différends déposés par Bouygues Telecom, imposé à Orange France, SFR et Bouygues Telecom une baisse de cette même charge de 5.4c€ (niveau initial négocié lors de la mise en place de l’interopérabilité SMS en 1999) à 4.3c€.

L’Autorité fait ici le bilan de la régulation de la terminaison d’appel SMS en métropole. Elle examine les évolutions intervenues en matière d’offres d’interconnexion SMS et d’offres de SMS *Push*. Elle examine par ailleurs les impacts de la régulation sur le marché de gros d’accès et de départ d’appel mobile. Elle s’attache enfin à évaluer l’impact des deux baisses successives des charges de terminaison d’appel SMS précitées en termes de prix et d’usages sur le marché de détail grand public.

1.2. Évolutions intervenues en matière d’offres d’interconnexion SMS

1.2.1. *Offres d’interconnexion destinées aux opérateurs de réseau mobile*

L’Autorité relève que, sur un plan tarifaire, les offres d’interconnexion SMS proposées par Orange France, SFR ou Bouygues Telecom à chacun des deux autres opérateurs de réseau mobile métropolitains n’ont pas fait l’objet d’une dynamique concurrentielle au cours du premier cycle de régulation. Les charges pratiquées sont en effet égales aux plafonds tarifaires fixés par l’ARCEP dans sa décision d’encadrement, quand bien même la demande pour ces prestations a très fortement crû sous l’effet de la concurrence en quantités apparaissant sur le marché de détail (évoquée ci-après) et que ces charges demeurent désormais très supérieures aux coûts encourus.

Le niveau de la terminaison d’appel SMS en métropole se situe dans la moyenne européenne, comme en témoigne le graphique suivant.

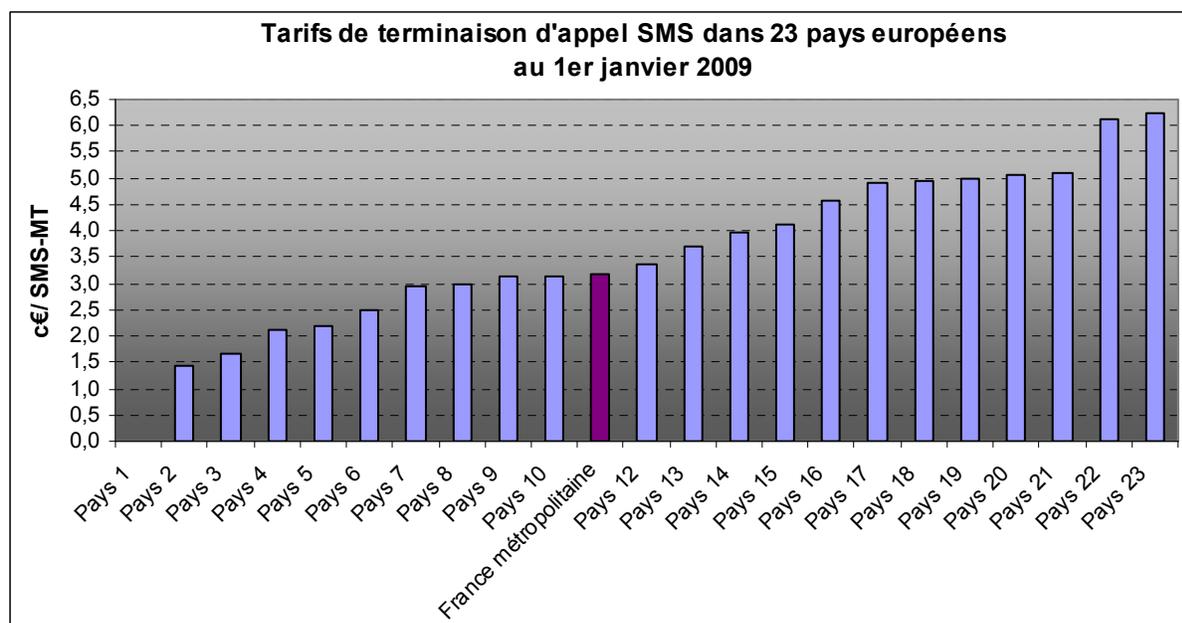


Figure 1 : Tarifs de terminaison d’appel SMS au 1^{er} janvier 2009 dans 23 pays européens (Source : Groupe des régulateurs européens, analyse comparative interne portant sur la terminaison d’appel SMS, janvier 2009)

Concernant les prestations de terminaison SMS vendues par Orange France, SFR et Bouygues Telecom aux opérateurs mobiles d'outre-mer, soumises à l'orientation vers les coûts mais sans plafond tarifaire explicitement défini, l'Autorité relève que celles-ci n'ont pas évolué, la charge de terminaison SMS étant toujours fixée à 5,336 c€, voire à plus de 6 c€.

Sur un plan technique, les offres techniques d'interconnexion nationales n'ont pas connu d'évolution sur la période, hormis le passage d'un opérateur à la technologie IP.

1.2.2. Offres d'interconnexion destinées aux opérateurs fixes, aux FAI et aux agrégateurs

A la connaissance de l'Autorité, SFR et Bouygues Telecom ne proposent pas d'offres d'interconnexion SMS aux agrégateurs⁴, aux FAI exploitants de réseaux, ou aux opérateurs fixes.

En avril 2009 Orange France a indiqué à l'Autorité qu'il travaillait depuis juin 2008 sur une offre d'interconnexion SMS à destination des opérateurs fixes et des agrégateurs. Néanmoins, à la connaissance de l'Autorité, aucun acteur ne bénéficie aujourd'hui de cette offre.

Ainsi, à la connaissance de l'Autorité, les agrégateurs, opérateurs fixes et FAI achètent encore actuellement des SMS *Push* aux opérateurs mobiles. Les évolutions intervenues sur ces offres sont décrites ci-après.

1.3. Evolutions intervenues en matière d'offres de SMS Push

Les offres de SMS *Push* des opérateurs mobiles désignent des offres à caractère commercial offertes à des tiers, en vue d'acheminer un SMS sur le réseau de l'opérateur. Les caractéristiques de ces offres diffèrent d'un opérateur mobile à l'autre. Elles s'articulent généralement autour de frais de mise en service et de tarifs unitaires de SMS-MT dégressifs en fonction du volume mensuel global.

1.3.1. Des ajustements tarifaires bénéficiant davantage aux échanges de volumes importants

Les évolutions relatives aux offres de SMS *Push* proposées par les opérateurs mobiles métropolitains sont principalement tarifaires. Les trois opérateurs ont procédé à des ajustements tarifaires bénéficiant davantage aux échanges de volumes très importants, permettant une baisse de quelques points pour les petits volumes à 20%-30% pour la tranche la plus haute. Ces baisses ont profité principalement aux agrégateurs compte tenu des volumes qu'ils acheminent.

⁴ Un agrégateur, aussi appelé facilitateur, est un exploitant qui se charge du raccordement technique des réseaux pour tout ce qui concerne l'envoi et la réception de SMS. Son rôle est de fluidifier le marché en proposant une interface unique entre l'ensemble des opérateurs mobiles (métropolitains et étrangers) et l'acheteur final, celui-ci pouvant être un opérateur fixe, un fournisseur d'accès internet ou un éditeur de services (banque, météo, astrologie, etc.)

Par ailleurs, l’Autorité relève que la demande en matière de SMS *Push* s’est fortement développée au cours du cycle d’analyse de marchés : le nombre de SMS *Push* vendus par les trois opérateurs mobiles a doublé sur la période, avec plus de 100 millions de SMS *Push* vendus par mois en 2008. Plus de la moitié de ces volumes sont achetés par des agrégateurs. Ces chiffres témoignent de l’attractivité croissante de ce service pour les éditeurs-annonceurs.

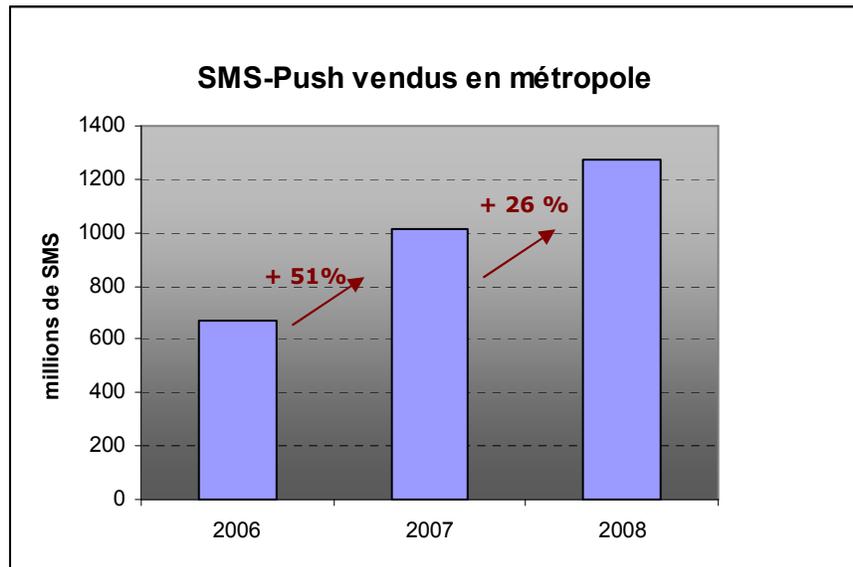


Figure 2 : Evolution des volumes de SMS Push vendus en métropole par les opérateurs mobiles (Source : ARCEP, Questionnaires opérateurs, mars 2009)

1.3.2. Des offres de SMS Push spécifiques aux opérateurs chez Bouygues Telecom

Dans la décision d’analyse de marché de la terminaison d’appel SMS sur les réseaux mobiles de 2006, l’Autorité avait qualifié les agrégateurs de SMS d’exploitants de réseaux ouverts au public au sens du CPCE, au même titre que les opérateurs fixes et que certains FAI. En revanche, les éditeurs de services sont des utilisateurs finals.

Bouygues Telecom propose ainsi depuis avril 2007 une offre de SMS *Push* dédiée aux opérateurs. Cette offre est assortie de conditions d’éligibilité : pour y avoir accès, le demandeur doit être raccordé à la Gateway B2B de Bouygues Telecom, être opérateur au sens du Code des postes et communications électroniques et avoir une activité avérée de revente à des tiers. Le tarif du SMS-MT est unique et indépendant du volume acheminé. Cette offre permet à un agrégateur d’obtenir une baisse du prix unitaire d’environ 20% par rapport aux offres *Push* « classiques » qu’il souscrivait auparavant.

En revanche, Orange France et SFR proposent toujours aux agrégateurs, FAI et opérateurs fixes les mêmes offres que celles proposées sur le marché de détail aux éditeurs de services. En particulier, les agrégateurs achètent donc la même offre de SMS *Push* que les éditeurs, mais en accédant à un prix moyen par SMS plus faible compte tenu des volumes de SMS qu’ils acheminent et des tarifs dégressifs de ces offres.

1.4. Impact sur les offres d'accès et de départ d'appel mobile sur les réseaux de téléphone mobile ouverts au public

A la connaissance de l'Autorité, la régulation des marchés de terminaison d'appel SMS n'a eu aucun effet direct sur les prix des SMS de bout-en-bout vendus sur le marché de l'accès et du départ d'appel mobile aux MVNO nationaux. Ceci s'explique par le fait que ces tarifs de gros suivent de manière explicite ou non un modèle économique dit de « retail minus », c'est-à-dire qu'ils sont indexés uniquement sur les niveaux de prix relevés sur les marchés de détail pertinents. Notamment, les évolutions relevées en la matière sur la période, telles que présentées notamment dans l'avis n° 2008-0702 de l'Autorité⁵, procèdent des négociations des MVNO avec leurs opérateurs hôtes. Le seul effet de la régulation des marchés de terminaison d'appel SMS sur ces offres serait donc un effet indirect et partiel via l'impact sur les tarifs de détail.

1.5. Evolutions intervenues sur le marché de détail grand public métropolitain en matière de SMS interpersonnel

Sur la période couvrant le cycle de régulation de la terminaison d'appel SMS (2006-2009), le marché de détail grand public a subi des évolutions majeures :

- développement massif d'offres de détail attractives, notamment incluant des SMS illimités sans contrainte de réseau pour un prix forfaitaire
- explosion des usages associés au service SMS
- baisse du revenu moyen par SMS

Un premier panorama de ces évolutions a été établi en juin 2008 dans le cadre du Rapport sur les évolutions des prestations de SMS et de transmission de données sur les réseaux de téléphonie mobile français, remis par l'ARCEP au Secrétaire d'Etat chargé de l'industrie et de la consommation.

L'Autorité complète ici ce panorama sur la fin du cycle et analyse le rôle de la baisse imposée des charges de terminaison d'appel SMS en septembre 2006 dans ces évolutions.

1.5.1. Le développement d'offres de détail attractives sans contrainte de réseau

L'Autorité constate qu'à la suite de la baisse des charges de terminaison d'appel SMS, se sont développées des offres de détail plus attractives en matière de SMS.

En effet, les opérateurs ont inclus des SMS dans leurs forfaits classiques ou ont proposé des forfaits bloqués avec SMS décomptés, de sorte qu'aujourd'hui une large majorité des clients ne payent plus leur SMS à l'unité mais ont accès à des SMS inclus dans leur forfait voix ou ont souscrit à des forfaits SMS optionnels.

Cependant, l'évolution majeure sur le marché de détail en matière de SMS réside dans le développement d'offres d'abondance en SMS sans contrainte de réseau.

⁵ Avis 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

1.5.1.1 Le développement commercial d'offres d'abondance en SMS sans contrainte de réseau

Les offres d'abondance en SMS peuvent prendre deux formes. D'une part une importante quantité de SMS peut être offerte aux clients souscrivant des forfaits principalement destinés aux jeunes, à consommer en seule fois pour toute la durée de l'engagement ou tous les mois durant l'engagement. D'autre part ces offres peuvent consister en des formules avec SMS illimités, inclus dans les forfaits ou cartes prépayées ou proposés sous forme d'options payantes.

En particulier, le nombre de formules illimitées proposées sur le marché a plus que quintuplé depuis le 3^{ème} trimestre 2006, date de la régulation de la terminaison d'appel SMS.

Des offres d'abondance sans effet de réseaux

Au-delà de la démultiplication de ces formules, on note la levée progressive des contraintes horaires ou de réseau qui y sont associées.

Ainsi, si des offres de détail avec SMS illimités existaient déjà sur le marché avant la régulation de la terminaison d'appel SMS, elles étaient majoritairement contraintes au réseau de l'opérateur (*on-net*) et souvent identiques aux offres illimitées sur la voix incluses dans la même offre de détail. Or on constate que, si les offres illimitées *on-net* sur la voix se sont généralisées par la suite, la tendance s'est inversée en matière de SMS : la régulation de la terminaison d'appel SMS a accompagné la disparition progressive des offres illimitées SMS *on-net* au profit d'offres illimitées tous opérateurs, sous l'impulsion de Virgin Mobile et Bouygues Telecom notamment.

Depuis septembre 2008, on observe désormais la disparition des offres illimitées tous réseaux à certaines tranches horaires au profit d'offres illimitées SMS tous réseaux 24H/24.

Ainsi, trois ans après la régulation de la terminaison d'appel SMS, 99% des offres de détail incluant de l'illimité SMS proposées sur le marché métropolitain ne comportent aucune restriction de réseau. De plus, les deux-tiers d'entre elles correspondent à de l'illimité SMS total.

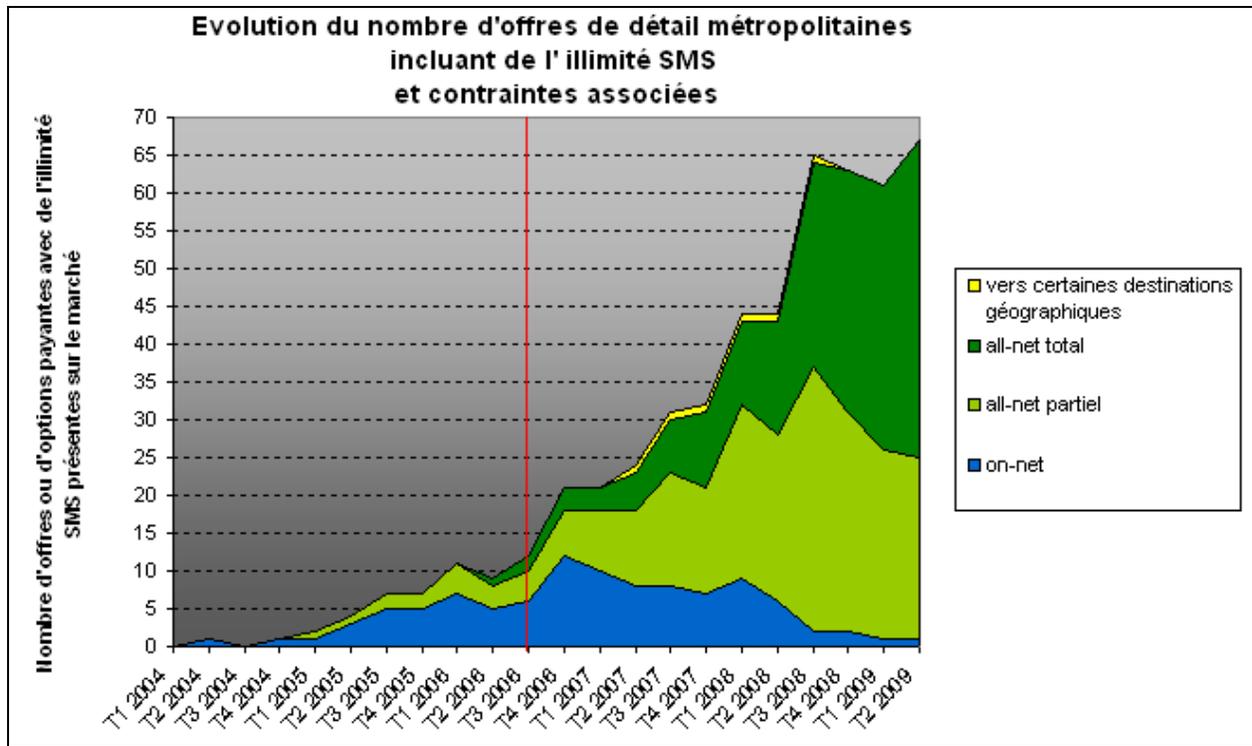


Figure 3 : Evolution du nombre de formules avec des SMS illimités proposées sur le marché, avec une segmentation selon la contrainte éventuelle pesant sur l'illimité (limité aux offres Grand Public - Une gamme est comptée comme une seule offre). Le trait vertical rouge marque le début de la régulation de la terminaison d'appel SMS. Sources : Etude Suivi des tarifs pour le compte de l'ARCEP, sites Internet des opérateurs, communiqués de presse, sites Internet spécialisés.

Des formules accessibles en cœur de gamme et sur tous les segments de marché

Si la régulation de la terminaison d'appel SMS a permis l'essor d'offres d'abondance en SMS vers tous les réseaux, elle a aussi permis aux opérateurs, et notamment aux plus petits, de les pérenniser en les incluant en cœur de gamme et de les proposer sur tous les segments de marché.

Ainsi, quatre offres d'abondance SMS sur cinq sont aujourd'hui présentes dans le cœur de gamme des opérateurs. Pour autant, quelques offres d'abondance restent réservées aux jeunes, cible privilégiée du service.

Si l'abondance en SMS s'est initialement développée sur les forfaits non bloqués, on constate que l'instauration d'une régulation de la terminaison d'appel en septembre 2006 coïncide avec l'essor de formules illimitées dans le bas de marché (prépayé et forfaits bloqués).

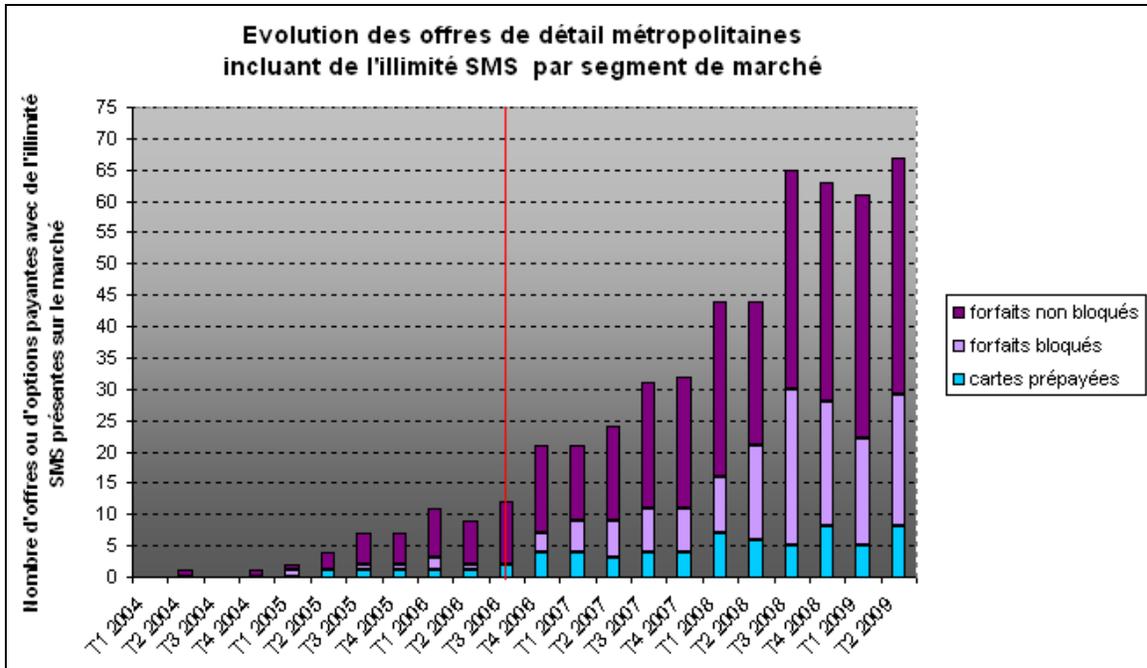


Figure 4 : Evolution du nombre de formules avec des SMS illimités proposées sur le marché, avec une répartition par segment de marché (limité aux offres Grand Public - Une gamme est comptée comme une seule offre - Une option est rattachée au segment de marché des offres compatibles). Le trait vertical rouge marque le début de la régulation de la terminaison d'appel SMS. Sources : Etude Suivi des tarifs pour le compte de l'ARCEP, sites Internet des opérateurs, communiqués de presse, sites Internet spécialisés

Une composante cependant moins fréquente en prépayé et chez les opérateurs virtuels

L'illimité SMS est aujourd'hui une composante importante des offres de détail en métropole. Très fréquent dans les offres post-payées et notamment les forfaits bloqués, il reste pour l'instant minoritaire sur le segment prépayé.

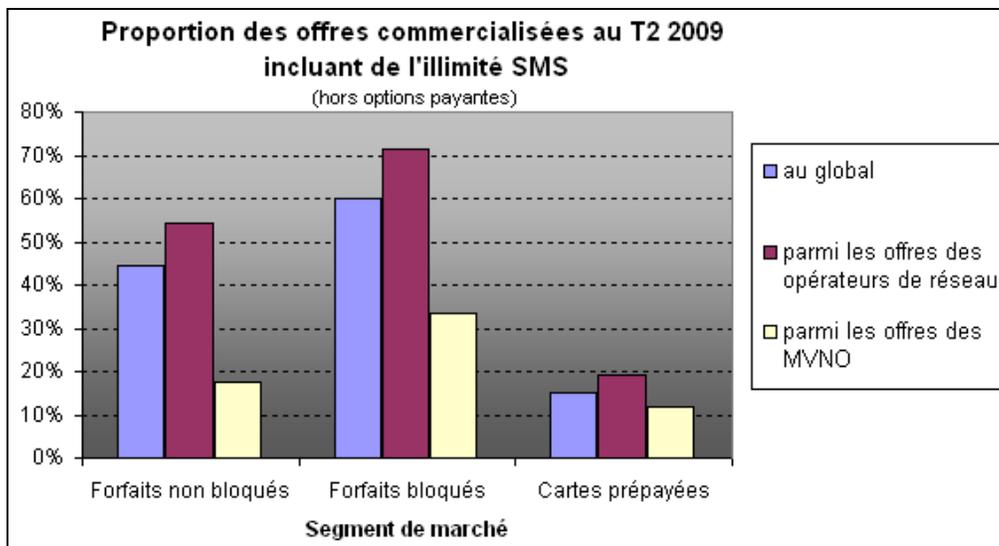


Figure 5 : Proportion des offres de détail métropolitaines commercialisées qui incluent de l'illimité SMS (limité aux offres Grand Public - Une gamme est comptée comme une seule offre). Sources : Etude Suivi des tarifs pour le compte de l'ARCEP, sites Internet des opérateurs, communiqués de presse, sites Internet spécialisés

Par ailleurs, cette composante est principalement présente chez les opérateurs de réseau, aux exceptions notables de Virgin Mobile et NRJ Mobile. Les MVNO sont faiblement présents commercialement sur le segment de l'illimité SMS offert en postpayé.

Néanmoins, l'Autorité relève que des opérateurs virtuels ont rajouté récemment cette composante dans leurs offres : Afone mobile, Auchan Telecom, Carrefour Mobile, Coriolis, Leclerc Mobile, TELE2 Mobile. Ces évolutions récentes attestent du caractère désormais incontournable de l'illimité SMS sur le marché métropolitain.

1.5.1.2 Comparatif européen

L'essor majeur des offres d'abondance sans effet de réseaux en France est à mettre au regard des évolutions de marché intervenues ailleurs en Europe sur la même période. L'Autorité a mené une analyse des offres d'abondance SMS *all-net* offertes par les opérateurs européens à leurs clients en mars 2008, étant entendu que l'Autorité entend à cet égard par offre d'abondance les offres comprenant des SMS illimités ou en nombre important.

A l'examen, peu d'opérateurs européens proposent des offres d'abondance *all-net* sans facturation supplémentaire au client final. Par ailleurs, ces offres présentent, sauf exception, la particularité d'être isolées dans les gammes des opérateurs, sans être étendues à l'ensemble de ces dernières, comme c'est le cas en France métropolitaine.

L'ARCEP a relevé au titre de son analyse les occurrences suivantes :

- en Belgique, Proximus a deux offres comprenant des SMS en quasi-illimité/illimité : *Smile Exclusive* (400/700/1100) et offre *Generation MTV*
- en Italie, TIM a retiré sa seule offre à SMS illimités ("*Tutto relax*") ; Vodafone ne commercialise qu'une offre d'abondance, pour son iPhone (250 SMS tous réseaux)
- Au Royaume-Uni, les opérateurs commercialisent des offres illimitées au sein de leurs gammes : *Dolphin* pour Orange, *Texter* pour 3 et *Solo15* pour Vodafone, et *Combi 30, 35, 40* pour O2.
- En Autriche, une offre comprenant des SMS illimités : *A1 Xcite Zero*

On note qu'en l'Allemagne, E-Plus ne comprend plus d'offres SMS tous opérateurs incluse dans un forfait.

Le développement majeur d'offres d'abondance en SMS *all-net* en France métropolitaine semble donc être sans équivalent en Europe.

1.5.2. L'explosion subséquente des usages de SMS

1.5.2.1 Le poids croissant des offres d'abondance en termes de parc et de volumes...

La commercialisation massive d'offres incluant de l'abondance en SMS depuis 2006 a entraîné la migration progressive d'une partie du parc mobile métropolitain sur ces offres.

En fin d'année 2008, plus de 15% du parc total métropolitain possédait ainsi une offre incluant des SMS illimités. Cette proportion varie sensiblement chez les opérateurs en fonction de leur politique commerciale en la matière.

Ces offres sont vectrices d'usages très importants. En moyenne, les clients les ayant souscrites envoient au moins trois fois plus de SMS par mois que le reste du parc. Ce rapport de consommations varie sensiblement chez les différents opérateurs et selon le segment de clientèle, en fonction des contraintes pesant sur l'illimité SMS ou la maturité des offres commerciales.

L'accroissement du parc possédant de l'illimité SMS et la hauteur des usages correspondants donnent par conséquent à ces offres un poids considérable dans le volume total de SMS échangés. Au dernier trimestre 2008, elles représentaient environ 60% des volumes de SMS envoyés. Cette proportion varie sensiblement chez les opérateurs en fonction de leur politique commerciale en la matière.

Au regard du maintien du rythme de croissance de ces offres commerciales au premier semestre 2009 et de la généralisation de l'illimité tous opérateurs 24H/24, le poids des offres d'abondance dans le parc total et les volumes de SMS échangés ne saurait que croître de façon importante sur l'année 2009.⁶

1.5.2.2 ... explique la forte croissance globale des usages de SMS.

Les métropolitains ont triplé leur consommation de SMS au cours du cycle de régulation

Depuis la première analyse de marché de la terminaison d'appel SMS, les volumes de SMS envoyés par les utilisateurs métropolitains ont plus que triplé et même quasiment été multipliés par quatre : au cours du deuxième trimestre 2009, 14,2 milliards de SMS ont été émis contre 3,7 milliards au T3 2006.

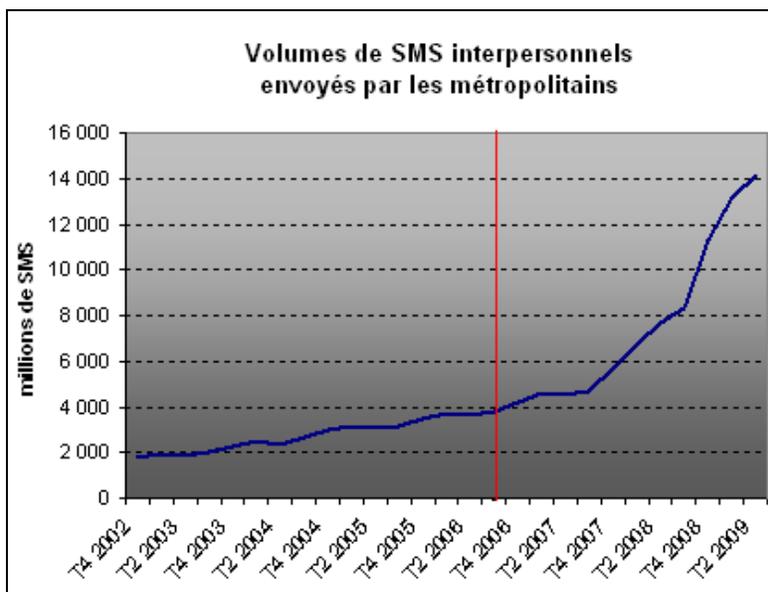


Figure 6 : Evolution des volumes de SMS interpersonnels sortants en métropole (Source : ARCEP, Suivi des indicateurs mobiles). Le trait vertical rouge marque le début de la régulation de la terminaison d'appel SMS.

⁶ Source : données opérateurs

Ces données reflètent l'augmentation du nombre d'abonnés mobiles sur la période⁷ mais surtout l'explosion globale des usages, directement liée à la commercialisation d'offres d'abondance évoquée plus haut.

En effet, un client mobile de métropole envoie aujourd'hui en moyenne 86 messages par mois contre 27 messages il y a deux ans et demi, soit une augmentation de 220% sur la période.

Cette tendance s'est notamment accélérée au cours de l'année 2008, avec un taux de croissance de 89% de l'usage moyen sur l'année. Elle semble se prolonger en 2009, le premier semestre ayant enregistré une hausse supplémentaire des usages de 23%.⁸

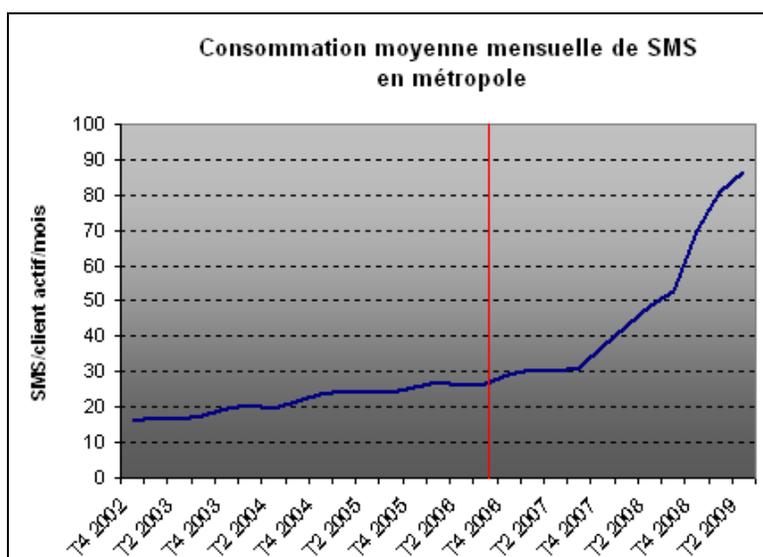


Figure 7 : Evolution du nombre moyen de SMS envoyés par mois par client actif en métropole (Source : ARCEP, Suivi des indicateurs mobiles). Le trait vertical rouge marque le début de la régulation de la terminaison d'appel SMS.

Un phénomène qui touche tous les segments de clientèle

L'augmentation de la consommation moyenne de SMS touche les clients prépayés comme les clients postpayés. Cependant, la consommation en postpayé reste significativement plus élevée, alimentée sans doute en majorité par les clients des forfaits bloqués traditionnellement jeunes et avides de SMS.

⁷ Le parc mobile actif en Métropole est passé de 47.5 millions de lignes en septembre 2006 à 55 millions de lignes en juin 2009, ce qui représente une hausse du taux de pénétration mobile actif de 7 points sur la période (Source : ARCEP, Suivi des Indicateurs mobiles).

⁸ Source : ARCEP, Suivi des Indicateurs Mobiles

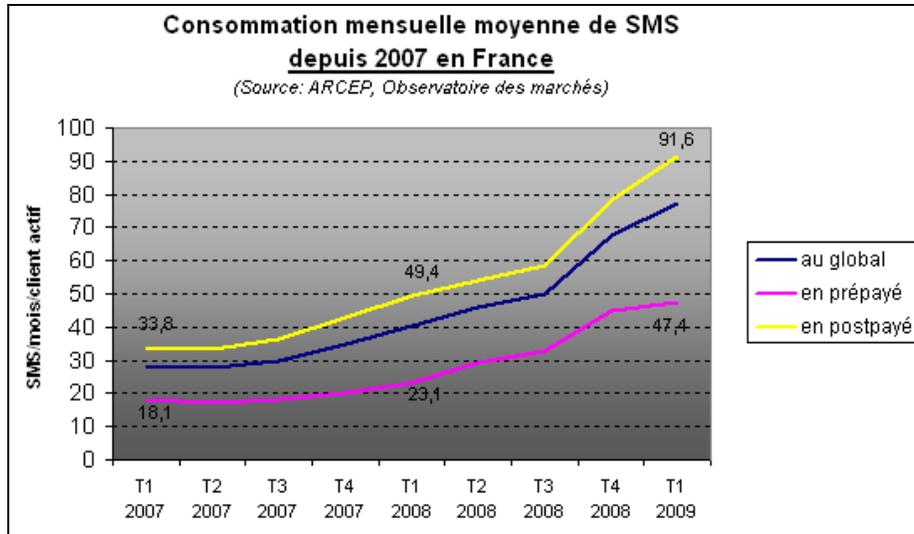


Figure 8 : Consommation mensuelle moyenne de SMS en France depuis 2007 (Source : SIM, Observatoire des marchés ARCEP)

Une croissance des usages sept fois supérieure à la moyenne européenne

L'explosion des usages de SMS constatée en France au cours du cycle de régulation de la terminaison d'appel SMS est à comparer aux évolutions intervenues sur la période en Europe.

Le graphique suivant montre que les usages de SMS ont crû plus rapidement en France métropolitaine qu'en moyenne en Europe sur la période 2003-2008, un écart de croissance important apparaissant en 2008.

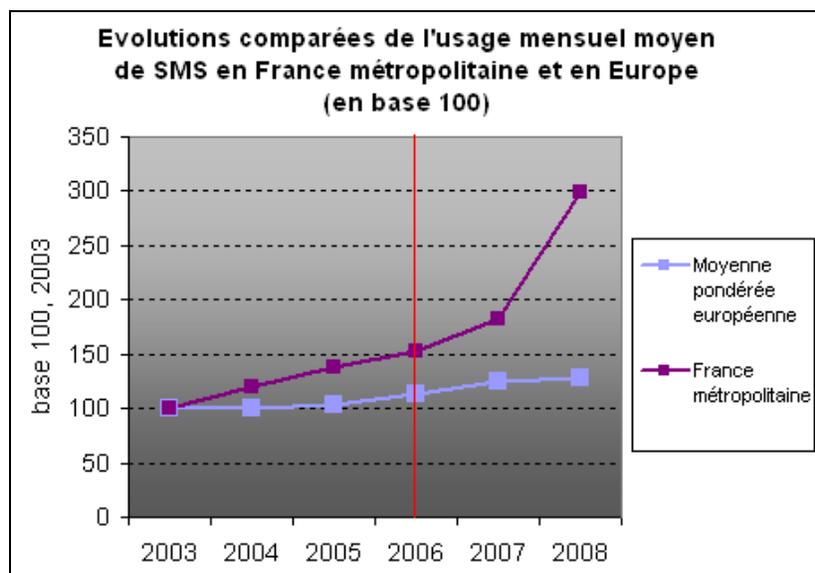


Figure 9 : Evolutions comparées depuis 2003 de la consommation moyenne mensuelle de SMS en France métropolitaine et en Europe. La moyenne européenne est calculée sur la base de 20 pays européens dont les usages SMS sont disponibles de 2003 à 2008 et pondérée par le nombre de clients mobiles. Le trait vertical rouge marque le début de la régulation de la terminaison d'appel SMS en France métropolitaine (Source : Groupe des régulateurs européens, analyse comparative interne portant sur la terminaison d'appel SMS, janvier 2009)

Ainsi, les Européens envoyaient en 2008 28% de SMS de plus que cinq ans auparavant, contre 200% pour les Français de métropole.

Malgré cette accélération, la consommation moyenne mensuelle de SMS des Français de métropole restait en 2008 dans la moyenne européenne.

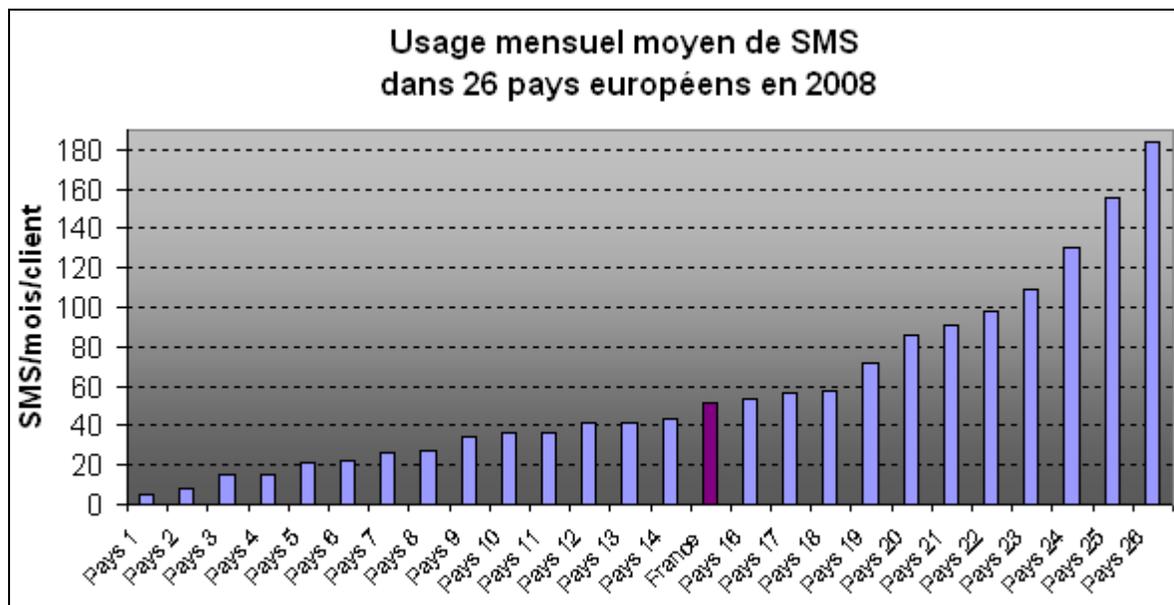


Figure 10 : Nombre moyen de SMS envoyés par mois et par client en 2008 dans 26 pays européens (Source : Groupe des régulateurs européens, analyse comparative interne portant sur la terminaison d'appel SMS, janvier 2009)

1.5.3. La baisse conséquente du prix moyen d'un SMS, au bénéfice des gros consommateurs de SMS, notamment les jeunes

1.5.3.1 La forte croissance des volumes et la moindre croissance des revenus de détail associés

La forte croissance des volumes de SMS envoyés, relevée ci-dessus, est à mettre au regard de la croissance des revenus de détail SMS perçus par les opérateurs.

Ces revenus de détail sont calculés par les opérateurs sur la base des prix faciaux des SMS consommés à l'unité ou hors-forfait et, dans le cas des forfaits multiservices (voix, SMS, data), sur la base d'une règle d'allocation propre à l'opérateur entre les différents services. L'Autorité a pu constater que ces règles étaient similaires chez les trois opérateurs.

Depuis 2006, les opérateurs transmettent néanmoins un chiffre d'affaires global SMS et MMS. L'Autorité a procédé à un retraitement de ce chiffre d'affaires à partir de 2006 afin d'isoler le service SMS en faisant l'hypothèse que le prix d'un MMS est 3 fois plus élevé que le prix d'un SMS et en exploitant les volumes de SMS et de MMS restitués séparément⁹.

⁹ $CA_{SMS+MMS} = CA_{SMS} + CA_{MMS} = p_{SMS} V_{SMS} + p_{MMS} V_{MMS} \approx p_{SMS} (V_{SMS} + 3 V_{MMS})$, d'où :
 $CA_{SMS} = p_{SMS} V_{SMS} \approx CA_{SMS+MMS} / (1 + 3 V_{MMS} / V_{SMS})$

Le graphique ci-dessous, réalisé en base 100, met en évidence le décrochage net des courbes de croissance des volumes et des revenus de détail associées au service SMS à partir de l'instauration de la régulation de la terminaison d'appel SMS. En effet, si les volumes ont explosé au cours du cycle d'analyse des marchés et notamment en 2008, la croissance des revenus de détail SMS s'est maintenue à un rythme plus faible, constant depuis 2001.

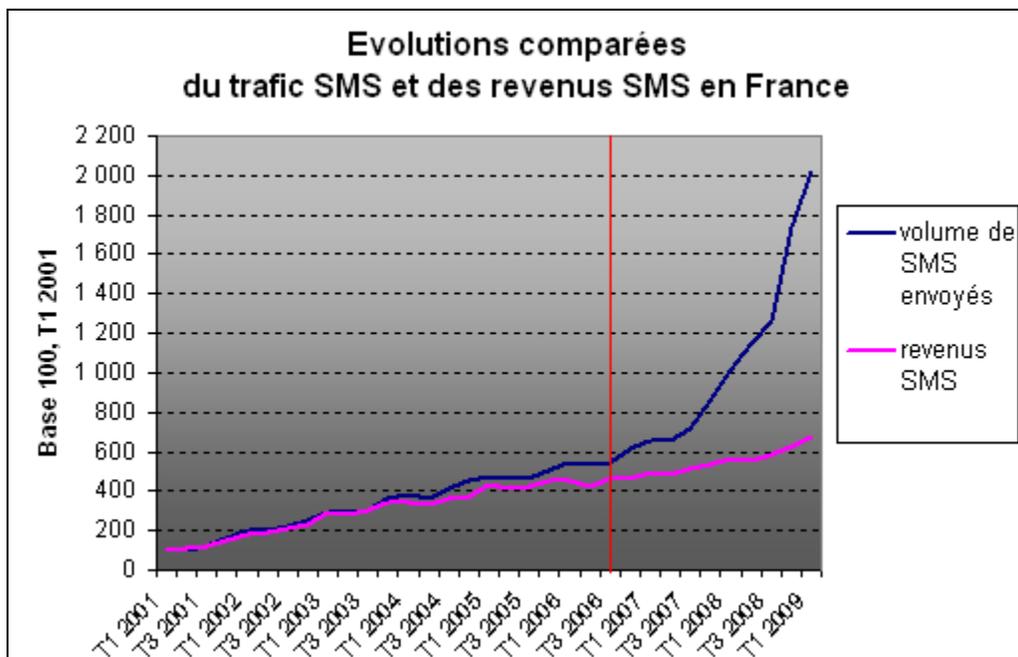


Figure 11 : Croissances comparées du trafic SMS et du revenu de détail depuis 2001 en France (métropole et outre-mer¹⁰). Le trait vertical rouge marque l'instauration de la régulation de la terminaison d'appel SMS. Source : ARCEP, Observatoire des marchés, Enquête trimestrielle.

L'augmentation des usages s'est donc faite sans surcoût pour les consommateurs, et même à plus faible coût unitaire comme exposé ci-dessous.

1.5.3.2 Un revenu de détail moyen par SMS désormais proche du tarif de la terminaison d'appel SMS

Le revenu moyen par SMS (défini comme le ratio entre revenus en SMS et volumes envoyés) est en baisse tendancielle depuis 2001 mais cette baisse s'est accélérée depuis la régulation de la terminaison d'appel SMS à l'été 2006.

Les données de l'Observatoire des marchés de l'Autorité montrent que le revenu moyen par SMS a chuté de 57% en trois ans, passant de 9.15c€ le SMS au T2 2006 à 3.92 c€ le SMS au T2 2009. Ce mouvement de baisse est particulièrement important sur la seule année 2008 avec un taux de -43%.

Les données utilisées incluent l'Outre-mer; toutefois, au regard du poids prédominant de la Métropole, le graphique est représentatif des tendances du marché métropolitain.

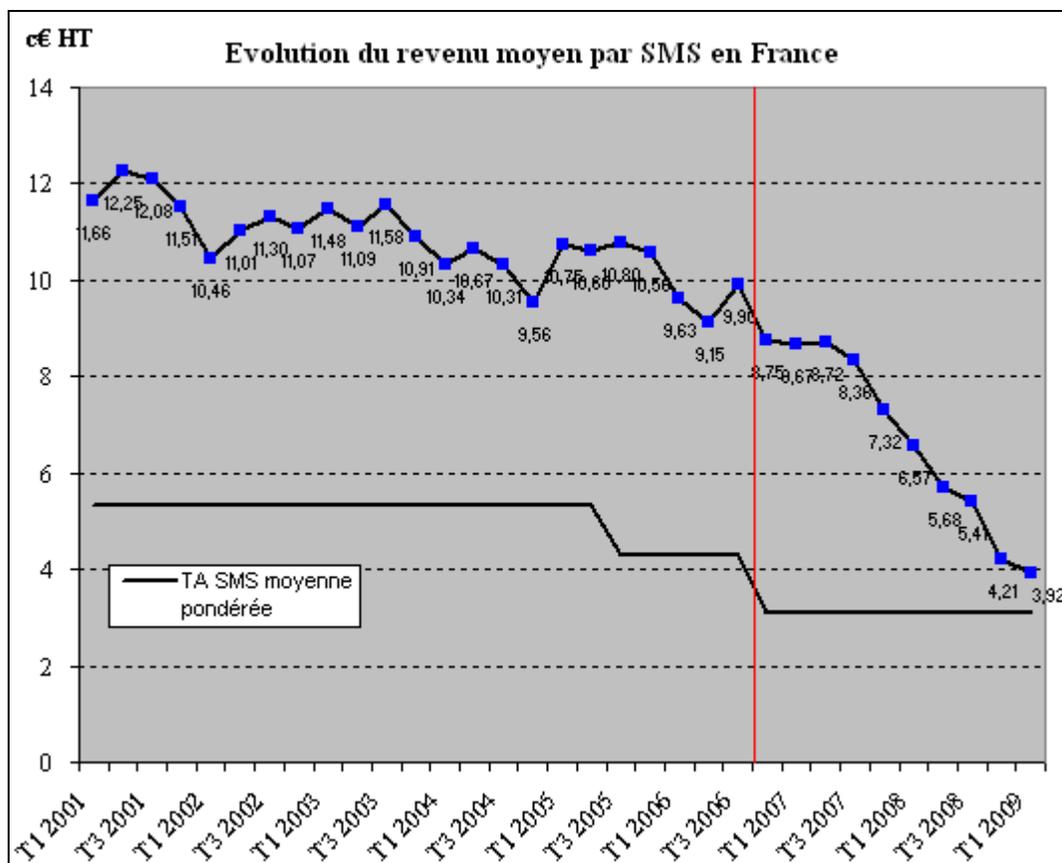


Figure 12 : Evolution du ratio entre chiffres d'affaire SMS et volume global de SMS envoyés depuis 2001 en France (métropole et outre-mer). Le trait vertical rouge marque l'instauration de la régulation de la terminaison d'appel SMS. *Source* : ARCEP, Observatoire des marchés, Enquête trimestrielle

La baisse du revenu de détail moyen par SMS s'explique principalement par la montée en puissance du trafic issu des offres illimitées SMS.

Il varie d'ailleurs sensiblement entre les différents opérateurs en fonction de leur avancée commerciale en la matière.

Ainsi, l'Autorité relève que le revenu de détail moyen par SMS s'approche désormais du coût de gros de la terminaison d'appel SMS.

1.5.3.3 Perspectives

Au regard de la croissance soutenue du nombre d'offres d'abondance SMS commercialisées et de la tendance à la généralisation de l'illimité total (tous réseaux 24H/24), et compte-tenu des usages toujours plus élevés observés par les opérateurs métropolitains début 2009, l'Autorité estime très probable l'accentuation des phénomènes décrits plus haut dans les prochaines mois :

- croissance du parc de détenteurs d'offres illimitées SMS
- progression significative de l'usage moyen de SMS
- baisse du chiffre d'affaires moyen par SMS, qui pourrait devenir inférieur au tarif actuel de la terminaison d'appel SMS.

1.5.3.4 Une baisse qui ne profite toutefois pas aux consommateurs occasionnels de SMS

La baisse forte du revenu moyen par SMS enregistrée au cours des derniers trimestres s'explique majoritairement par le développement d'offres d'abondance en SMS, comme exposé ci-dessus.

Toutefois, cette baisse du prix unitaire moyen cache des disparités en ce qu'elle bénéficie aux gros consommateurs de SMS, notamment les jeunes, attirés massivement par les offres illimitées SMS sur le marché, mais qu'elle ne bénéficie pas aux consommateurs occasionnels de SMS, qui payent leurs SMS à l'unité, dont les prix n'ont globalement pas évolué depuis 2005 chez les opérateurs de réseau.¹¹

Le tableau suivant récapitule les prix des SMS à l'unité actuellement facturés hors plages d'abondance sur le marché de détail métropolitain. Ces prix se situent autour de 10 c€ TTC, soit 8,3 c€ HT, et sont donc plus de deux fois supérieurs au tarif de terminaison d'appel SMS.

Prix des SMS à l'unité hors plages d'illimité (TTC)

Opérateurs et licences de marques		prépayé	forfaits bloqués	forfaits non bloqués
		prix de décompte	prix de décompte	prix au-delà du forfait ou en hors-forfait
Orange France	Orange France	12 c€	10 c€	13c€ (HP)et 10c€ (HC) ou 5 c€
	M6 Mobile by Orange	10 c€	10 c€	-
	Fnac Mobile	-	-	13c€ (HP); 10c€ (HC)
	U Mobile	10 c€	-	-
SFR	SFR	12c€ (HP); 10c€ (HC)	10 c€	15c€ (HP); 10c€ (HC)
	Simplissime	5 c€	9 c€	9 c€
	Mobisud	10 c€	-	-
Bouygues Telecom	Bouygues Telecom	12c€ ou 7,5 c€	-	12c€
	Universal Music Mobile	12 c€	5 c€	-
Omer Telecom	Virgin Mobile	10c€ ou 1c€	10 c€ ou 1c€	10c€
	Breizh Mobile	9 c€	-	9 c€
NRJ Mobile	NRJ Mobile	10 c€	-	-
	CIC Mobile	-	-	10c€
TELE2 Mobile	TELE2 Mobile	10 c€	9 c€	9 c€
	Casino Mobile	10 c€	-	-
Carrefour Mobile		10 c€	10 c€	-
Auchan Telecom		10 c€	9 c€	10 c€
Afone	Afone	-	9 c€	9 c€
	Leclerc Mobile	-	-	de 7 c€ à 5 c€
Coriolis		de 10 c€ à 7,7 c€	10 c€	9 c€
Numericable		10 c€	de 3,6 c€ à 11,6c€	9 c€
KPN France	Simyo	10c€	-	-
Zero forfait		-	-	8,5 c€
Prixtel		-	-	10 c€
Transatel	Budget Telecom	10 c€	-	11 c€

Figure 13 : Prix unitaires des SMS pratiqués par les opérateurs métropolitains en septembre 2009 (Source : Etude Suivie des tarifs pour le compte de l'ARCEP)

L'Autorité note que les MVNO constituent la source majeure d'innovation tarifaire sur les prestations de SMS à l'unité, leurs tarifs étant environ 30% moins chers que ceux des opérateurs de réseaux. Cette dynamique se poursuit, comme en témoigne le lancement par

¹¹ L'Autorité renvoie sur ce point au Rapport sur les évolutions des prestations de SMS et de transmission de données remis par l'ARCEP au Secrétaire d'Etat chargé de l'industrie et de la consommation en juin 2008. Sans remettre en cause ce constat, l'Autorité relève qu'Orange France a procédé récemment à quelques ajustements tarifaires : depuis novembre 2008, les SMS à l'unité sur l'offre Click, accessible uniquement sur Internet, sont désormais facturés 5c€ TTC et depuis août 2009, les SMS sont décomptés à 12c€ TTC l'unité sur les cartes prépayées (contre 13c€ TTC en heures pleines et 10 c€ TTC en heures creuses auparavant).

Virgin Mobile d'offres comprenant des SMS à 1 c€ et les tarifs très attractifs proposés par Leclerc Mobile et Numericable.

L'absence d'évolution des prix unitaires des SMS chez les opérateurs de réseau, malgré la baisse des charges de terminaison d'appel SMS en 2006 et l'appel du Gouvernement à « un plan de réduction du prix des SMS unitaires »¹², peut être expliquée par plusieurs types de stratégies commerciales :

- volonté de segmenter l'offre en fonction des élasticités de la demande (discrimination de second rang), les consommateurs réguliers ayant une sensibilité plus forte au prix moyen du SMS consommé que les consommateurs plus occasionnels
- logique de montée en gamme, au détriment des consommateurs faibles et moyens en encourageant les clients à souscrire des offres en lieu et place d'une consommation plus ponctuelle.

1.6. Conclusions sur l'impact de la régulation de la terminaison d'appel SMS en métropole

L'Autorité relève ainsi que la régulation de la terminaison d'appel SMS en métropole à compter de septembre 2006 a eu peu d'effet sur le marché de gros, dans la mesure où aucun exploitant de réseau ouvert au public non mobile n'a signé d'accord d'interconnexion avec un opérateur mobile.

Ces acteurs continuent d'acheter aux opérateurs mobiles des prestations de SMS *Push*, également vendues à des éditeurs de services, et dont les grilles tarifaires ont évolué légèrement à la baisse, principalement pour les acheteurs de gros volumes.

En revanche, la régulation a eu de fortes répercussions sur le marché de détail des SMS interpersonnels.

La baisse des charges de terminaison d'appel SMS pour l'acheminement des SMS entre les trois opérateurs métropolitains a permis une meilleure attractivité des offres de détail sur le segment Grand Public: inclusion des SMS dans les offres voix mais surtout essor d'offres d'abondance en SMS tous réseaux, notamment sur le bas de marché, sous l'impulsion des petits opérateurs dont le risque financier était diminué.

Ces offres d'abondance sans contrainte de réseau ont dynamisé le marché de détail en libérant les usages de SMS sans surcoût pour les consommateurs. Il s'agit d'une manifestation de concurrence en quantités.

Le poids des volumes associés a fait chuter le chiffre d'affaires moyen par SMS à un niveau proche du coût de gros actuel de la terminaison d'appel SMS. Néanmoins, cet effondrement du prix moyen profite principalement aux gros consommateurs de SMS et non aux consommateurs occasionnels, les prix à l'unité des SMS étant restés invariants sur la période.

¹² Extrait de l'entretien accordé au Parisien le mercredi 16 juillet 2008 par le Secrétaire d'Etat à la consommation

Chapitre 2 Etat des lieux des marchés de gros et de détail en matière de SMS en outre-mer

Contrairement à la métropole, aucune régulation de la terminaison d'appel SMS n'a été instaurée en outre-mer.

En effet, l'Autorité avait relevé dans son analyse de marché de 2006 la moindre maturité du service SMS sur la zone Antilles-Guyane et à La Réunion, au regard de la signature d'accords d'interopérabilité SMS plus tardive qu'en métropole et au regard du moindre développement des usages. Par ailleurs, les marchés de Mayotte et de Saint Pierre-et-Miquelon étant en situation de monopole en 2006, l'Autorité n'envisageait pas de problématiques concurrentielles significatives qui pourraient être liées à la terminaison d'appel SMS.

Toutefois, l'Autorité s'était engagée à surveiller l'évolution des marchés ultramarins et à réexaminer l'opportunité d'étendre son analyse aux départements d'outre-mer, en fonction de l'évolution de la situation des marchés concernés et au vu de l'expérience acquise sur le marché métropolitain.

L'Autorité dresse ici un état des lieux des offres d'interconnexion SMS, des offres SMS *Push* ainsi que des marchés de détail ultramarins en matière de SMS (limités au Grand Public).

2.1. Etat des lieux des offres d'interconnexion SMS en outre-mer

2.1.1. Zones Antilles-Guyane et Réunion-Mayotte

Sur les zones Antilles-Guyane et Réunion-Mayotte, des accords d'interconnexion SMS existent entre les opérateurs mobiles locaux, ainsi qu'avec certains opérateurs mobiles métropolitains ou ultramarins opérant dans d'autres zones et certains opérateurs mobiles internationaux.

Depuis l'analyse de marché de la terminaison d'appel en 2006, de nouveaux opérateurs se sont lancés sur certains marchés (Outremer Telecom à Mayotte et à La Réunion, Orange Réunion à Mayotte) et de nouveaux contrats d'interopérabilité SMS ont été conclus. Les tableaux ci-dessous récapitulent les accords d'interconnexion SMS nationaux existants sur la zone Réunion-Mayotte et la zone Antilles-Guyane ainsi que leur date de signature.

Zone Réunion-Mayotte :

Opérateur mobile local offreur / Signataire	SRR	Orange Réunion	Outremer Telecom
SRR	-	avr. 2003 (R) avr. 2007 (M)	avr. 2007 (R) déc. 2006 (M)
Orange Réunion	avr. 2003 (R) avr. 2007 (M)	-	avr. 2007
Outremer Telecom	avr. 2007 (R) déc. 2006 (M)	avr. 2007	-
Orange France	avr. 2003	juin 2003	nc
SFR	janv. 2003	-	nc
Bouygues Telecom	avr. 2003	-	nc
Orange Caraïbe	oct. 2003	oct. 2003	nc

Zone Antilles-Guyane :

Opérateur mobile local offreur / Signataire	Orange Caraïbe	Digicel	Outremer Telecom	Dauphin Telecom
Orange Caraïbe	-	déc. 2003	avr. 2005	oct.2004
Digicel	déc. 2003	-	oct. 2004	mai 2005
Outremer Telecom	avr.2005	oct. 2004	-	nc
Dauphin Telecom	oct.2004	mai 2005	nc	-
Orange France	sept.2002	juil. 2003	nc	nc
SFR	juil.2003	nc	nc	nc
Bouygues Telecom	juin 2003	nc	nc	nc
SRR	oct. 2003	nc	nc	nc
Orange Réunion	oct. 2003	nc	nc	nc

La charge d'interconnexion SMS sur ces territoires s'élève actuellement à 5.336 c€, niveau initialement fixé par les opérateurs lors de la signature des accords d'interopérabilité SMS et jamais révisé. Ce tarif est l'un des plus chers d'Europe, comme en témoigne le graphique ci-dessous.

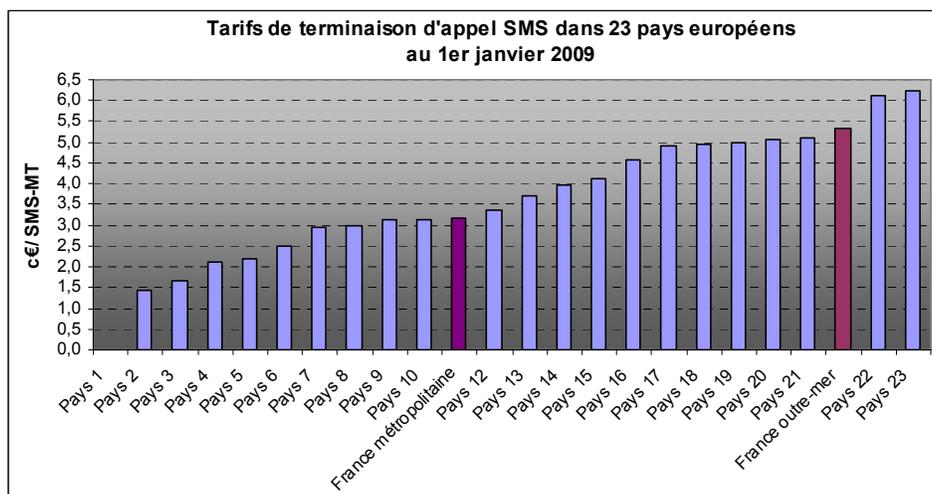


Figure 14 : Tarifs de terminaison d'appel SMS au 1^{er} janvier 2009 dans 23 pays européens (Source : Groupe des régulateurs européens, analyse comparative interne portant sur la terminaison d'appel SMS, janvier 2009)

Par ailleurs, à la connaissance de l’Autorité, aucun exploitant de réseau ouvert au public non mobile (opérateur fixe, agrégateur voire FAI) ne bénéficie d’une offre d’interconnexion.

2.1.2. Saint-Pierre-et-Miquelon

SPM Telecom, unique opérateur mobile de Saint-Pierre-et-Miquelon, n’a pas conclu à ce jour de contrat d’interopérabilité SMS avec un autre opérateur mobile, qu’il soit national ou international. Le service SMS n’est pour l’instant disponible qu’en *on-net* local (cf. partie 2.3.4)

2.2. Etat des lieux des offres de SMS Push en outre-mer

Les SMS *Push* désignent les offres à caractère commercial offertes par un opérateur mobile à des tiers (éditeurs de services, agrégateurs, opérateurs fixes, fournisseurs d’accès Internet) en vue d’acheminer un SMS sur son réseau.

Les offres de SMS *Push* sont moins développées en outre-mer qu’en métropole.

Ainsi, sur la zone Antilles-Guyane, Orange Caraïbe est le seul opérateur à offrir de tels contrats (contrats *SMS partner*, mis en place en avril 2004). A La Réunion, deux opérateurs sur trois, SRR et Orange Réunion, proposent de telles offres. A la connaissance de l’Autorité, les offres de SMS *Push* ne sont pas développées à Mayotte ni à Saint-Pierre et Miquelon.

Les caractéristiques de ces offres diffèrent d’un opérateur à l’autre. Les négociations sont portées par les opérateurs mobiles locaux pour leurs propres besoins et non par leurs maisons-mères de métropole. Comme en métropole, elles s’articulent généralement autour de frais de mise en service et de tarifs unitaires de SMS-MT dégressifs en fonction du volume mensuel global.

Les acheteurs de SMS *Push* en outre-mer sont principalement des agrégateurs et éditeurs locaux ou métropolitains. Contrairement à la métropole, aucun opérateur fixe ou très peu de fournisseurs d’accès Internet d’outre-mer utilisent de telles offres : les SMS émis depuis un terminal fixe ou une messagerie Internet (Web SMS) ne sont pas (ou extrêmement peu) développés dans les DOM¹³.

A la connaissance de l’Autorité, ces offres sont proposées en outre-mer indépendamment du statut de l’acheteur (opérateur ou utilisateur final). Les agrégateurs, FAI et opérateurs fixes achètent donc les mêmes offres que celles proposées aux éditeurs de services.

Les volumes de SMS *Push* vendus par les opérateurs ultramarins sont plus faibles qu’en métropole : ils représentaient moins de 3% des SMS-MT acheminés en outre-mer en 2008 (toutes zones confondues) contre 7% en métropole¹⁴.

¹³ Orange Caraïbe et SRR proposent chacun un service de Web SMS accessible depuis leur propre portail. Cependant, ces services ne s’appuient pas sur des offres Push, soit parce qu’il s’agit de Web SMS on-net (SRR), soit parce qu’ils s’appuient directement sur les contrats d’interconnexion SMS entre opérateurs mobiles (Orange Caraïbe).

¹⁴ Source : opérateurs

Le moindre développement de ces services en outre-mer pourrait s'expliquer par la rareté des fournisseurs de contenus et l'exiguïté du parc mobile qui rend les modèles économiques peu rentables.

2.3. Etat des lieux des marchés de détail grand public mobiles en matière de SMS interpersonnel en outre-mer

L'usage du SMS interpersonnel présente un taux de croissance très important en outre-mer¹⁵, qui atteint un niveau proche de celui connu en métropole. Cependant, des disparités subsistent à un niveau régional. L'Autorité présente ici successivement la situation de La Réunion, de Mayotte, de la zone Antilles-Guyane et enfin de Saint-Pierre-et-Miquelon.

2.3.1. Une croissance des usages de SMS comparable à la métropole, mais qui cache des disparités entre les territoires

2.3.1.1 Un abonné ultramarin consomme trois fois plus de SMS qu'en septembre 2006

Depuis l'analyse de marché de la terminaison d'appel SMS en 2006, les volumes de SMS envoyés par les abonnés mobiles d'outre-mer ont été multipliés par quatre : au cours du second trimestre de 2009, 492 millions de SMS ont été émis contre 119 millions au T3 2006.

Ces données reflètent l'augmentation du nombre d'abonnés mobiles sur la période¹⁶ mais surtout l'augmentation des usages.

En effet, un client mobile d'outre-mer envoie aujourd'hui en moyenne 77 messages par mois contre 25 messages au moment de l'instauration de la régulation de la terminaison d'appel SMS en métropole, soit une augmentation de 200% sur la période. Il s'agit de la même augmentation de l'usage moyen qu'en métropole.

Tout comme en métropole, cette tendance s'est notamment accélérée au cours de l'année 2008, avec un taux de croissance de 92% de l'usage moyen. Si le dernier trimestre 2008 a particulièrement été animé en métropole, c'est au second trimestre 2008 qu'on enregistre la plus forte hausse des usages en outre-mer (+36% en un trimestre). Une telle accélération en seulement trois mois n'a jamais été notée par le passé, que ce soit en métropole ou en outre-mer.

Si les abonnés mobiles d'outre-mer utilisaient moins les SMS il y a quelques années que les métropolitains, cet écart d'usage s'est réduit au fil des années et notamment depuis avril 2008. Au troisième trimestre 2008, la tendance s'est même inversée : pour 53 SMS envoyés par mois par les métropolitains, 55 SMS étaient envoyés par les ultramarins.

En juin 2009, l'Autorité note que les usages sont élevés entre outre-mer mais restent inférieurs à la métropole : 77 messages par mois par les ultramarins, 86 messages par mois par les métropolitains.¹⁷

¹⁵ Hors Saint-Pierre-et-Miquelon

¹⁶ Le parc mobile actif en Outre-mer est passé de 1.6 millions de lignes en septembre 2006 à 2.1 millions de lignes en juin 2009, ce qui représente une hausse du taux de pénétration mobile actif de 12 points sur la période (Source : ARCEP, Suivi des indicateurs mobiles)

¹⁷ Source ; ARCEP, Suivi des Indicateurs Mobiles

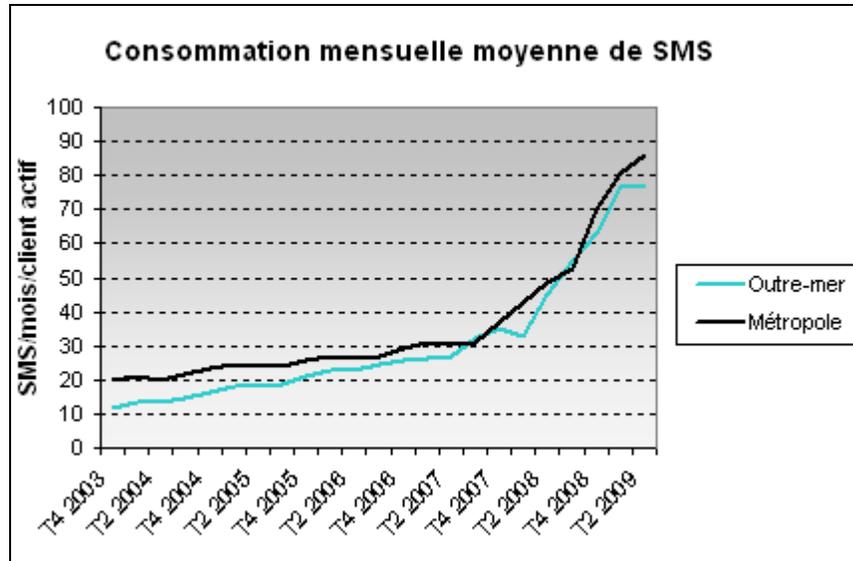


Figure 16 : Evolution du nombre moyen de SMS envoyés par mois par client actif en métropole et en outre-mer depuis décembre 2003 (Source : ARCEP, Suivi des indicateurs mobiles).

2.3.1.2 Une croissance des usages en outre-mer essentiellement portée par l'île de La Réunion

Toutefois, la forte croissance de l'usage des SMS en outre-mer, notamment sur l'année 2008, cache des disparités entre les différents territoires. En réalité, elle semble portée essentiellement par la forte croissance des usages sur l'île de La Réunion.

En effet, le nombre moyen de SMS envoyés par mois par les abonnés mobiles de la zone Réunion-Mayotte a triplé en l'espace d'un an et demi, passant de 27 messages au T4 2007 à 103 messages au T2 2009.

Cette forte croissance est un phénomène essentiellement réunionnais. La consommation de SMS sur l'île de La Réunion est donc plus forte encore que le chiffre d'usage cité précédemment, qui inclut Mayotte.

Parallèlement, la consommation en SMS des abonnés mobiles de la zone Antilles-Guyane n'a augmenté que de 33% sur la période, passant de 42 messages au T4 2007 à 56 messages au T2 2009.

A l'heure actuelle, les habitants de la zone Réunion-Mayotte envoient ainsi 17 SMS de plus par mois que les métropolitains, et 47 SMS de plus que les habitants de la zone Antilles-Guyane.

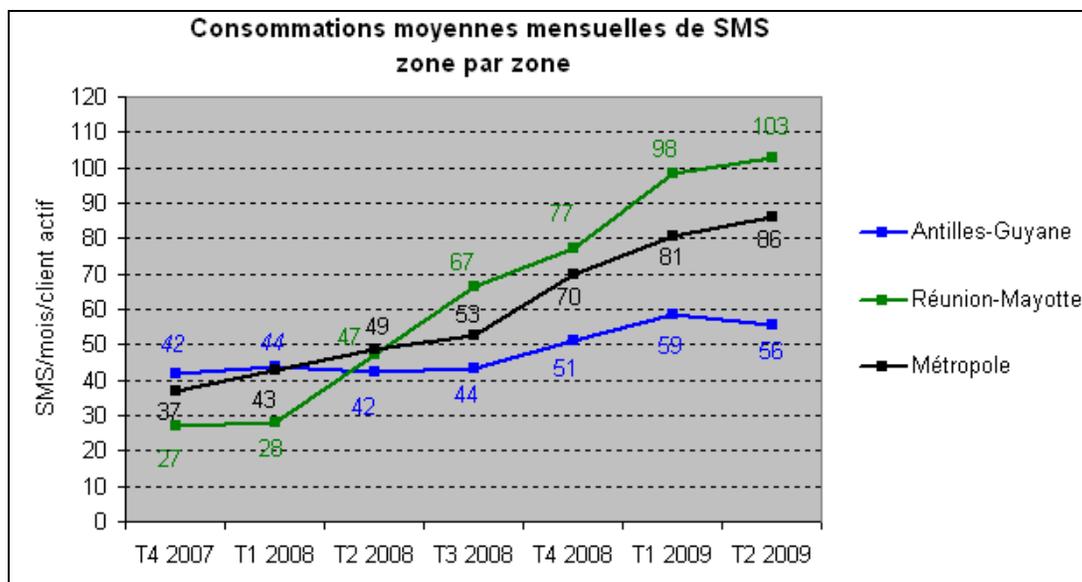


Figure 17 : Evolution du nombre moyen de SMS envoyés par mois par client actif en métropole, sur la zone Antilles-Guyane et sur la zone Réunion au cours des derniers trimestres (Source : ARCEP, Suivi des indicateurs mobiles). Les valeurs indiquées pour la zone Antilles-Guyane pour le T4 2007 et le T1 2008 n'incorpore pas l'activité des opérateurs uniquement actifs sur Saint-Martin et Saint-Barthélemy.

2.3.2. Zone Réunion-Mayotte : Une rupture de marché intervenue en 2008

2.3.2.1 Ile de La Réunion : une forte croissance des usages portée par le développement d'offres d'abondance en SMS tous réseaux

Le développement commercial d'offres d'abondance en SMS sans contraintes de réseaux, à l'initiative du plus gros opérateur mobile du marché

La forte croissance des usages constatée depuis 2008 sur la zone Réunion-Mayotte, et notamment à La Réunion, s'explique par l'émergence d'offres de détail très attractives en matière de SMS, c'est-à-dire proposant de l'illimité SMS vers tous les opérateurs de la zone locale.

En 2007, des offres de détail avec de l'illimité SMS étaient déjà présentes sur le marché réunionnais mais elles étaient restreintes à l'on-net ou l'on-net à certaines tranches horaires, parfois uniquement sous forme d'avantages jeunes.

Les premières offres illimitées SMS à destination de tous les opérateurs ont été commercialisées par Orange Réunion en novembre 2007, via sa licence de marque Universal Music Mobile ciblant les jeunes (forfaits bloqués avec SMS illimités de 17h à minuit vers tous les opérateurs de l'Ile).

Puis, au printemps 2008, SRR a lancé, via sa licence de marque NRJ Mobile, des forfaits bloqués avec SMS illimités 24H/24 et des cartes prépayées avec SMS illimités soir et week-end. Au regard du poids majeur de SRR sur le marché réunionnais (l'opérateur mobile détient environ les deux tiers du marché), le lancement de ces offres a constitué la véritable rupture du marché en matière de SMS. Le succès commercial de ces offres et les usages importants associés (plusieurs centaines de messages envoyés par mois par client) ont porté

à eux-seuls la forte croissance de l'usage SMS sur la zone Réunion-Mayotte au T2 2008 constatée par l'Autorité (+36% en un trimestre).

Cette rupture de marché a conduit Orange Réunion et Outremer Telecom à proposer à leur tour à l'automne 2008 de l'illimité SMS plus attractif. Ainsi, Orange Réunion a commercialisé en série limitée des options SMS illimités tous opérateurs 24H/24 valables 5 ou 10 jours et accessibles en prépayé ou en comptes bloqués ; l'opérateur a également lancé en série limitée de nouveaux forfaits bloqués Universal Music Mobile avec SMS illimités 24H/24 ainsi qu'un forfait bloqué S'Kool réservé aux jeunes avec SMS illimités en fin d'après-midi, le mercredi après-midi et pendant les vacances scolaires ; les forfaits Orange pour iPhone 3G incluent également de l'illimité SMS. Outremer Telecom a quant à lui ajouté dans son cœur de gamme les forfaits Trio2 incluant des SMS illimités le soir et lancé en fin d'année 2008 les forfaits Jeune Go ! 3G+ en série limitée, incluant des SMS illimités vers tous les opérateurs locaux et la métropole 24H/24. Depuis avril 2009, Outremer Telecom adresse la cible jeunes via un accord de licence de marque signé avec Trace Mobile.

De son côté, SRR a commercialisé via NRJ Mobile plusieurs séries limitées incluant des SMS illimités sur la période. Les forfaits iPhone 3G lancés en juin 2009 comprennent également un volet SMS illimités.

Ainsi, l'illimité SMS *all-net* est devenu en l'espace d'un an une composante importante et irréversible du marché réunionnais, où les moins de 25 ans, avides de SMS, sont plus nombreux en proportion qu'en métropole.

L'Autorité note toutefois qu'au T2 2009 seul l'opérateur historique commercialisait ces offres *all-net* sur le segment prépayé, qui représente 50% du parc mobile. Les plus petits opérateurs n'ont ainsi répliqué que sur le segment post-payé.

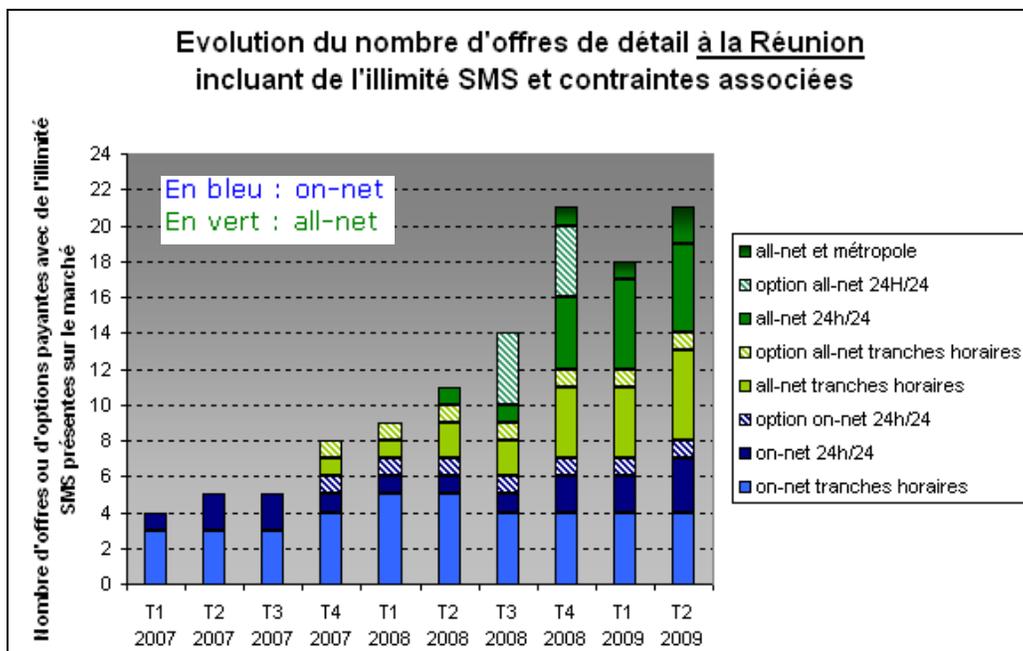


Figure 18 : Evolution du nombre d'offres et d'options avec de l'illimité SMS commercialisées sur le marché réunionnais par trimestre, avec une segmentation par type de restriction imposée sur l'illimité SMS (Limité aux offres Grand Public - Une gamme est comptée comme une seule offre). Source : Etude Suivi des tarifs pour le compte de l'ARCEP, sites Internet des opérateurs, sites Internet spécialisés, informations des opérateurs.

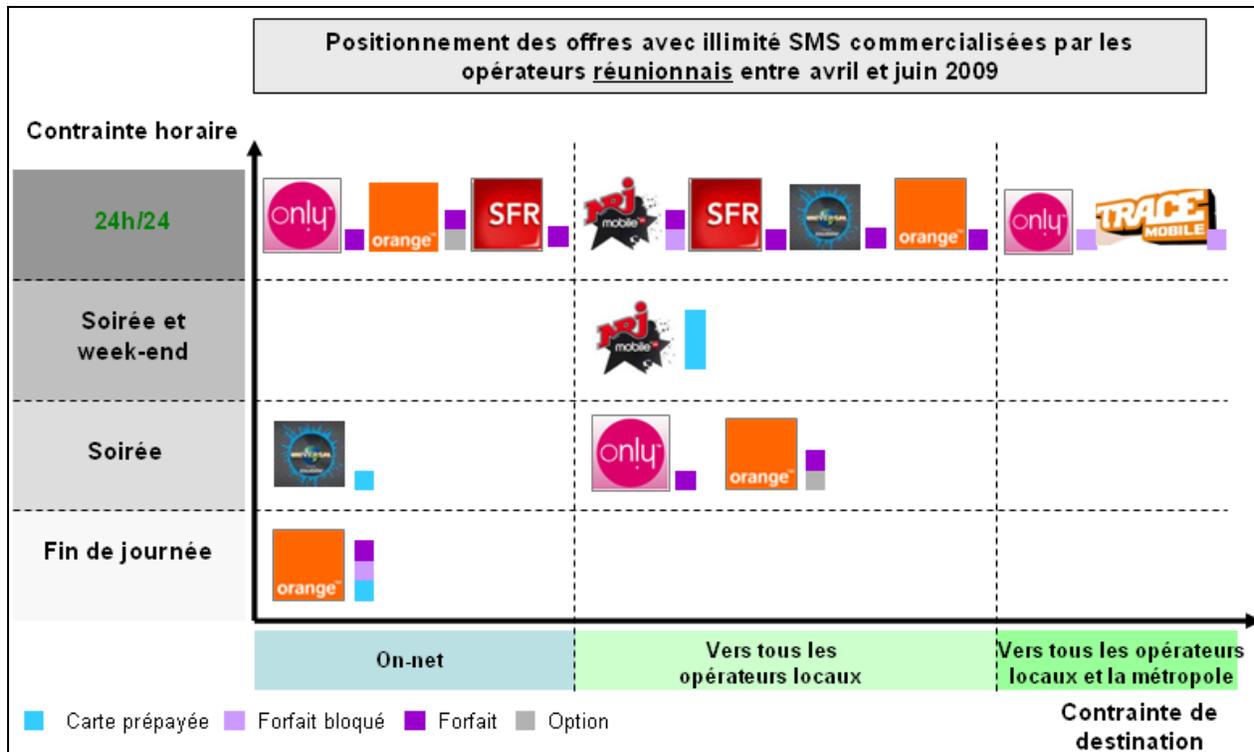


Figure 19 : Positionnement commercial des opérateurs réunionnais en matière d'illimité SMS au second trimestre 2009, selon les deux axes potentiels de restriction de l'illimité. Source : Etude Suivi des tarifs pour le compte de l'ARCEP, Sites internet des opérateurs, informations opérateurs (Limité aux offres grand public - Une gamme est comptée comme une seule offre)

Le poids croissant de ces nouvelles offres en termes de parc et de volumes, et la baisse conséquente du revenu moyen par SMS

La commercialisation d'offres d'abondance en SMS tous opérateurs, notamment depuis le printemps 2008, a entraîné très rapidement la migration d'une partie du parc mobile réunionnais sur ces offres. Fin mars 2009, plus de 20% du parc total réunionnais possédait ainsi une offre incluant des SMS illimités.

La rapidité de cette migration s'explique par le poids de l'opérateur à l'initiative de la rupture de marché et par la part importante de clients prépayés sur l'île, libres d'engagement et achetant régulièrement de nouvelles cartes.

Ces offres d'abondance sont vectrices d'usages très importants, particulièrement à La Réunion. Les consommateurs réunionnais les ayant souscrites peuvent envoyer jusqu'à 12 fois plus de SMS par mois que le reste du parc. Ce rapport de consommations varie sensiblement chez les différents opérateurs et selon le segment de clientèle, en fonction des contraintes pesant sur l'illimité SMS ou la maturité des offres commerciales.

L'accroissement du parc possédant de l'illimité SMS et la hauteur des usages correspondants donnent par conséquent à ces offres un poids considérable dans le volume total de SMS échangés. Au dernier trimestre 2008, elles pesaient plus de 65% des volumes de SMS

envoyés. Cette proportion varie sensiblement chez les opérateurs en fonction de leur avancée commerciale en la matière.¹⁸

Tout comme en métropole, le développement d'offres forfaitaires incluant de l'illimité SMS, associé à une forte croissance des volumes, conduit automatiquement à une baisse importante du chiffre d'affaires moyen par SMS des opérateurs réunionnais. Cette baisse varie entre les différents opérateurs en fonction de leur avancée commerciale en la matière.

L'Autorité estime que le revenu de détail moyen par SMS à La Réunion est désormais très proche voire inférieur au coût de gros de la terminaison d'appel SMS sur la zone, soit 5.336c€.

Des prix unitaires de SMS qui restent élevés pour les consommateurs occasionnels

Pour les consommateurs occasionnels de SMS, les prix à l'unité pratiqués par les opérateurs mobiles réunionnais sont semblables aux prix métropolitains et se situent entre 9c€ et 15c€ TTC.

Prix à l'unité des SMS locaux à la Réunion (hors plages d'illimité)

€TTC		prépayé	forfait bloqué	forfaits non bloqués
SRR	SRR	0,10	0,10	0,10
	NRJ Mobile	0,10	-	-
Orange Réunion	Orange Réunion	0,12 ou 0,16	0,12	0,15
	Universal Mobile	0,14	-	-
	Antenne Réunion Mobile	0,15	0,15	0,15
Outremer Telecom	Only	0,10	-	0,07 ou 0,09
	Trace Mobile	-	-	-

Figure 20 : Prix unitaires des SMS vers les opérateurs locaux (en décompte ou en hors-forfait) en prépayé et en post-payé chez les trois opérateurs de réseaux en septembre 2009, hors plages d'illimités éventuels. Source : Etude Suivi des tarifs pour le compte de l'ARCEP, Sites internet des opérateurs, informations opérateurs (Limité aux offres grand public)

L'Autorité note le mouvement tarifaire sur les prestations de SMS à l'unité opéré par le dernier entrant, Outremer Telecom, qui a lancé à son arrivée sur le marché des SMS à des tarifs bien inférieurs à ceux de ses concurrents sur le prépayé (9c€ le SMS) comme sur les forfaits (7c€ par SMS). Toutefois, l'Autorité relève que l'opérateur vient de rehausser ses tarifs : le SMS est désormais facturé à 10c€ en prépayé et 9c€ sur certains forfaits.

L'Autorité relève par ailleurs la modification récente par SRR de sa tarification en matière de SMS. L'opérateur mobile historique vient en effet de supprimer la différenciation tarifaire on-net/off-net en matière de SMS qui prévalait sur toutes ses offres, en raison de la plainte déposée à ce sujet par Orange Réunion et Outremer Telecom devant l'Autorité de la concurrence. Les SMS sont désormais facturés 10c€ TTC quelque soit l'opérateur local de destination, contre 9c€ TTC pour un SMS *on-net* et 12c€ TTC pour un SMS *off-net* auparavant.

Ainsi, aucune différenciation tarifaire *on-net/off-net* n'est désormais appliquée à la Réunion en matière de SMS.

¹⁸ Source : données Opérateurs

Les consommateurs ont également la possibilité de souscrire à des forfaits SMS optionnels payants, leur donnant accès des prix unitaires de SMS plus intéressants : 10c€ TTC chez SRR, de 11.7c€ à 9.3c€ chez Orange Réunion.

Perspectives sur le marché réunionnais

Le développement des offres d'abondance en SMS constitue une tendance a priori irréversible du marché réunionnais. Le poids de ces offres dans le parc total et dans les volumes de SMS échangés devraient continuer à croître, sous réserve que les opérateurs mobiles de petite taille puissent maintenir leurs offres d'abondance de façon pérenne. Les usages sur ces offres, déjà hauts, pourraient néanmoins se stabiliser.

2.3.2.2 Une dynamique sur le marché de détail de La Réunion qui s'étend à Mayotte

Les opérateurs mobiles actifs à La Réunion étant également présents à Mayotte, la dynamique commerciale relative à l'abondance SMS s'étend à Mayotte depuis le T4 2008. Orange Réunion y propose sous sa propre marque des forfaits bloqués avec SMS illimités vers tous les opérateurs locaux, et parfois également métropolitains. Outremer Telecom y commercialise également la gamme Trio2 et des forfaits bloqués Trace Mobile. Ces offres sont essentiellement souscrites par les jeunes.

Une croissance des usages SMS est ainsi probable dans les mois à venir sur ce territoire. Cependant, cette croissance pourrait être moins significative qu'à La Réunion en raison des particularités de Mayotte, notamment l'absence actuelle d'offres d'abondance SMS en prépayé, qui constitue le cœur du marché mahorais (75% du parc mobile).

Aujourd'hui, la majorité des mahorais payent encore leurs SMS à l'unité, aux mêmes tarifs unitaires qu'à la Réunion, indiqués plus haut (cf. figure 20).

2.3.3. Zone Antilles-Guyane : une très faible concurrence en quantités

Des offres d'abondance en SMS moins présentes qu'à La Réunion

Si une rupture de marché s'est opérée récemment à La Réunion avec l'essor d'offres d'abondance en SMS, cela n'est pas le cas sur la zone Antilles-Guyane.

Toutefois, il existe sur le marché plusieurs offres avec de l'illimité SMS, notamment destinées aux jeunes. Ainsi, Digicel commercialise via sa licence de marque Trace Mobile, des forfaits bloqués pour les jeunes avec des SMS illimités vers tous les opérateurs locaux.¹⁹ Orange Caraïbe propose l'équivalent avec la gamme Jeune, où l'illimité SMS n'est toutefois accessible que sur les forfaits supérieurs (12h, 16h). L'opérateur a commercialisé en février et à la rentrée 2009 une série limitée réservée aux 10-25 ans de ses forfaits Jeune, avec de l'illimité SMS dès l'entrée de gamme mais uniquement le week-end. Enfin, Outremer Telecom a lancé récemment à la Martinique et à la Guadeloupe un forfait Jeune avec des SMS illimités 24H/24 en zone locale et vers la métropole.

¹⁹ Une facturation à hauteur de 10c€ TTC par SMS est néanmoins appliquée au-delà de 500 SMS par mois envoyés vers les opérateurs mobiles concurrents.

Outre ces offres ciblant spécifiquement les jeunes, il existe également des forfaits avec de l'abondance SMS accessibles à tous, mais soumise à de fortes contraintes. En effet, Digicel propose en entrée de gamme une offre Mini-forfait incluant des SMS illimités une fois le crédit épuisé. Outremer Telecom offre des SMS illimités *on-net* dans ses forfaits Trio et, depuis octobre 2008, des SMS illimités le soir dans ses forfaits Trio2. Enfin, Orange Caraïbe a inclus dans les forfaits Orange pour iPhone d'importantes quantités de SMS (de 120 SMS pour le forfait 2h à 600 SMS pour le forfait 20h). 120 SMS sont également inclus dans les forfaits Jeunes d'Orange Caraïbe.

Sur Saint-Martin et Saint-Barthélemy, l'Autorité relève la commercialisation récente par Dauphin Telecom d'offres et d'options avec des SMS illimités *on-net*.

Ces offres commerciales, bien qu'en essor depuis quelques mois, restent mineures en nombre, au regard de la métropole ou de La Réunion.

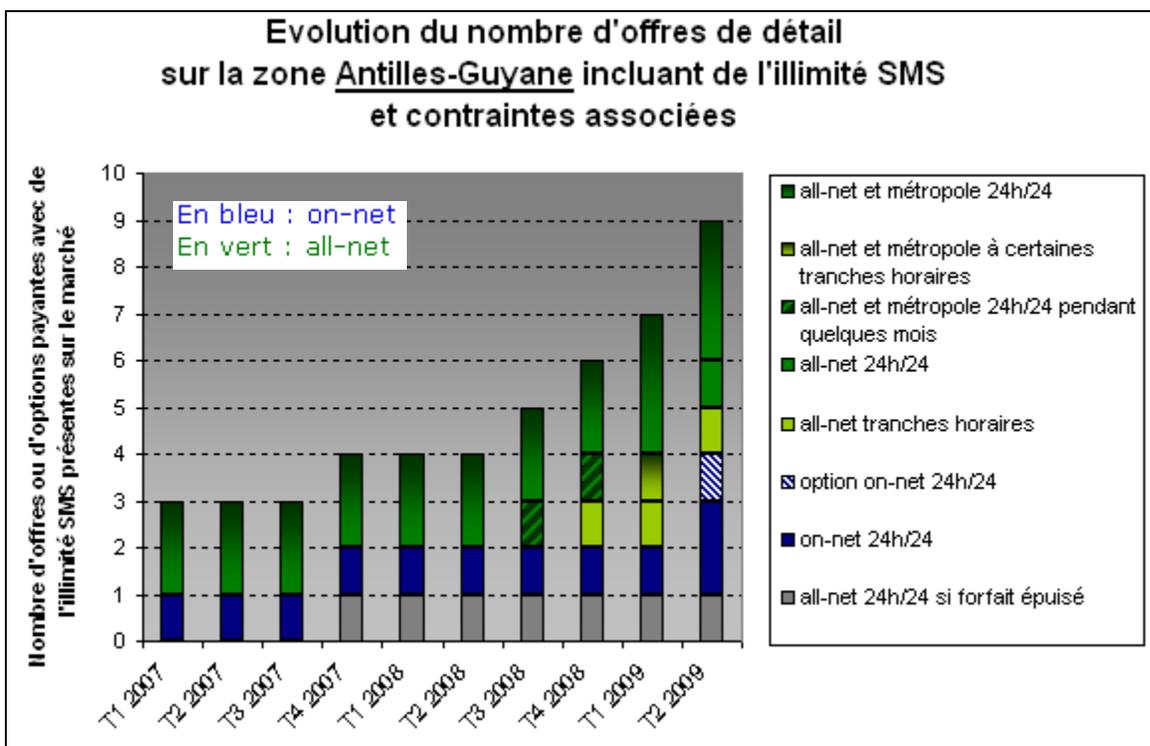


Figure 21 : Evolution du nombre d'offres et d'options payantes avec de l'illimité SMS commercialisées sur le marché mobile de la zone Antilles-Guyane par trimestre, avec une segmentation par type de restriction imposée sur l'illimité SMS (Limité aux offres Grand Public - Une gamme est comptée comme une seule offre). Source : Etude Suivi des tarifs pour le compte de l'ARCEP, sites Internet des opérateurs, sites Internet spécialisés, informations des opérateurs.

Des offres sans effet pour l'instant sur les usages

Ces offres d'abondance présentes sur le marché n'ont pas encore eu à ce jour d'effets importants sur les usages de la zone Antilles-Guyane dans son ensemble, comme en témoignent les statistiques reportées plus haut. La part des clients mobiles de la zone en bénéficiant est vraisemblablement insuffisante pour cela, certaines offres étant relativement chères, diffusées de façon trop limitée, soumises à des contraintes trop fortes ou tout simplement trop récentes.

Par ailleurs, ces offres ne sont présentes que sur le segment post-payé. Or la majorité des clients mobiles sur cette zone sont clients de cartes prépayées.

La consommation à l'unité de SMS reste le cœur du marché

Pour les consommateurs occasionnels de SMS, les prix à l'unité pratiqués par les opérateurs mobiles sur la zone Antilles-Guyane sont semblables aux prix métropolitains et se situent entre 7c€ et 12c€ TTC.

Prix à l'unité des SMS locaux sur la zone Antilles-Guyane (hors plages d'illimité)

€ TTC		prépayé	forfait bloqué	forfaits non bloqués
Orange Caraïbe		0,12	0,12	0,12
Digicel	Digicel	0,10	0,10	0,10
	Trace Mobile	-	-	-
Outremer Telecom	Only	0,10	-	0,07 ou 0,09

Figure 22 : Prix unitaires des SMS vers les opérateurs locaux (en décompte ou en hors-forfait) en prépayé et en post-payé chez les trois principaux opérateurs de réseaux en septembre 2009, hors plages d'illimités éventuels. Source : Etude Suivi des tarifs pour le compte de l'ARCEP, Sites internet des opérateurs, informations opérateurs (Limité aux offres grand public)

L'Autorité note le mouvement tarifaire sur les prestations de SMS à l'unité opérée par le dernier entrant, Outremer Telecom, qui a lancé à son arrivée sur le marché des SMS à des tarifs bien inférieurs à ceux de ses concurrents sur le prépayé (9c€ le SMS) comme sur les forfaits (7c€ par SMS). Toutefois, l'Autorité relève que l'opérateur vient de rehausser ses tarifs : le SMS est désormais facturé à 10c€ en prépayé et 9c€ sur certains forfaits.

L'Autorité relève qu'aucune différenciation tarifaire *on-net/off-net* n'est appliquée sur la zone Antilles-Guyane en matière de SMS.

Les consommateurs ont également la possibilité de souscrire à des forfaits SMS optionnels payants, leur donnant accès des prix unitaires de SMS plus intéressants : de 10c€ à 8.3c€ TTC chez Orange Caraïbe, de 7.5 € à 7.1€ TTC chez Digicel.

Perspectives

Les usages de SMS pourraient croître sur la zone Antilles-Guyane dans les mois à venir. Cette croissance dépendra de l'évolution du taux de pénétration des offres d'abondance SMS sur le marché, pour l'instant faible.

2.3.4. Saint-Pierre-et-Miquelon : un service SMS très peu utilisé

Le service SMS a été lancé fin 2005 par SPM Telecom et n'est pour l'instant disponible qu'en local. L'opérateur étant en monopole sur le marché mobile de ce territoire, il s'agit donc d'un service de SMS *on-net*.

Le SMS est facturé à 8c€ l'unité en prépayé et en postpayé depuis le lancement du service.

Les usages associés sont extrêmement faibles, de l'ordre de 2 à 3 SMS envoyés par mois par client en moyenne en 2008.

Une interopérabilité avec les opérateurs mobiles métropolitains pourrait néanmoins doper les usages.

2.4. Conclusions sur l'état des lieux des marchés ultramarins en termes de SMS

Depuis l'analyse de marché de la terminaison d'appel SMS réalisée par l'Autorité en 2005-2006, les marchés ultramarins ont évolué en matière de SMS.

De nouveaux acteurs sont arrivés sur les marchés et de nouveaux contrats d'interopérabilité ont été signés. Cependant, le tarif de la terminaison d'appel SMS, fixé initialement à 5.336c€, n'a jamais été renégocié malgré la forte augmentation des volumes et la diminution conséquente des coûts.

Sur les marchés de détail, de fortes disparités sont apparues entre les territoires.

Le marché de détail réunionnais a connu une dynamique sans précédent au cours des douze derniers mois, l'essor d'offres d'abondance SMS *all-net* dans le cœur du marché (prépayé, forfaits bloqués) ayant entraîné une forte croissance des usages.

Cette dynamique est en train de s'étendre aux autres territoires (Martinique, Guadeloupe, Guyane et Mayotte) mais de façon timide.

Les caractéristiques des marchés d'outre-mer (terminaison d'appel SMS élevée, fortes asymétries des parts de marché, importance de la population jeune et appétence de celle-ci pour le service SMS) freinent vraisemblablement la commercialisation par les opérateurs mobiles d'offres d'abondance SMS dans le cœur du marché, notamment en prépayé. Par ailleurs, celles qui sont lancées entraînent un fonctionnement instable et aberrant du marché, les flux financiers s'échangeant sur le marché de gros de la terminaison d'appel SMS dépassant largement les revenus de détail associés aux offres sous-jacentes.

Quant à Saint-Pierre-et-Miquelon, le service SMS n'y est quasiment pas utilisé.

Table des matières

Synthèse du document.....	2
Chapitre 1 Bilan de la régulation de la terminaison d'appel SMS en métropole.....	3
1.1. La régulation mise en œuvre et ses objectifs	3
1.2. Evolutions intervenues en matière d'offres d'interconnexion SMS	4
1.3. Evolutions intervenues en matière d'offres de SMS <i>Push</i>	5
1.4. Impact sur les offres d'accès et de départ d'appel mobile sur les réseaux de téléphone mobile ouverts au public.....	7
1.5. Evolutions intervenues sur le marché de détail grand public métropolitain en matière de SMS interpersonnel	7
1.6. Conclusions sur l'impact de la régulation de la terminaison d'appel SMS en métropole	19
Chapitre 2 Etat des lieux des marchés de gros et de détail en matière de SMS en outre-mer.....	20
2.1. Etat des lieux des offres d'interconnexion SMS en outre-mer	20
2.2. Etat des lieux des offres de SMS <i>Push</i> en outre-mer	22
2.3. Etat des lieux des marchés de détail grand public mobiles en matière de SMS interpersonnel en outre-mer	23
2.4. Conclusions sur l'état des lieux des marchés ultramarins en termes de SMS	32
Table des matières	33