

Réponse de COLT Télécommunications France (COLT) à la consultation publique de l'Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes (l'Autorité) sur la pratique du rappel automatique au départ des publiphones

1 Introduction

COLT remercie l'Autorité de lui avoir donné l'occasion de s'exprimer dans le cadre de la consultation sur la pratique du rappel automatique au départ des publiphones.

2 Question 1 : partagez-vous l'analyse de l'Autorité ainsi que son objectif de mettre fin à l'usage des mécanismes de rappel au départ des publiphones de France Télécom ?

L'ARCEP indique dans sa consultation que : « *Selon les chiffres de l'observatoire de l'Autorité, au 31 décembre 2005, ce segment de marché représente 2 125 millions de minutes pour un chiffre d'affaires de 240 millions d'euros correspondant à 28 millions de cartes vendues.* »

Or COLT estime ce marché en 2005 à 345 M€ correspondant à 75 millions de cartes vendues, et que France Télécom dispose de 87% de ce marché.

Les rapports financiers de France Télécom à l'Autorité des Marchés Financiers nous donnent les informations suivantes (notées en **gras**). Les chiffres indiqués en standard sont déduits des précédents par simple règle de trois. Enfin Les chiffres indiqués en *italique* sont déduits des précédents sous l'hypothèse que le rapport entre le % de baisse du CA publiphonie et services de cartes et le % de baisse du trafic est le même en 2005 qu'en 2004.

	2005	2004	2003	2002
Publiphonie et services de cartes (CA en M€)	299	378	453	589
Trafic téléphonique des publiphones et des services de cartes (en milliards de minutes)	1,3	1,7	2,1	2,6
Nb de publiphones(en fin de période) (en milliers)			190,3	199,6
Variation annuelle du CA publiphonie et services de cartes	-20,8%	-16,6%	-23,1%	
Variation annuelle du trafic publiphonie et services de cartes	-24,8%	-19,8%	-19,2%	

Les informations recueillies par COLT sur le marché des opérateurs de service téléphonique au public par cartes prépayées (carteurs) nous donnent les résultats suivants :

	2005
Estimation du nombre des cartes à puce (millions par an)	50
Estimation du nombre des cartes à code (millions par an)	25
dont cartes à codes FT (millions par an)	15
dont cartes à codes concurrents de FT (millions par an)	10
Chiffre d'affaires estimé de FT (M€)	299
Part de marché estimée de FT (%)	87%
Chiffre d'affaires estimé des concurrents de FT (M€)	46
Chiffre d'affaire total de la publiphonie et des cartes (à puce et à code) - M€	345

Le marché français des cartes et de la publiphonie est donc 44% plus important que ne le déclare l'ARCEP. Le CA de FT sur ce marché a été en érosion moyenne de 21% par an en moyenne entre 2002 et 2005.

Le rapport financier AMF de FT pour l'exercice 2003 donne d'ailleurs les explications suivantes : *« Le chiffre d'affaires de la "Publiphonie et des services de cartes" enregistre une baisse de - 23,1 % en 2003 par rapport à l'année précédente qu'explique, pour la plus large part, la diminution de - 18,8 % du volume de trafic global dans la comparaison des deux périodes. Le trafic des publiphones, marqué par le développement des services mobiles, poursuit son repli tendanciel, avec une baisse annuelle de - 16,0 % en 2003 après une diminution de - 17,0 % en 2002. Parallèlement, le trafic des services de cartes (cartes France Télécom et Tickets Téléphone) est en baisse annuelle de - 25,1 % en 2003 contre une baisse de - 7,9 % en 2002 ; l'inflexion correspond au repli sensible du trafic des Tickets Téléphone jusqu'ici en croissance soutenue. La commercialisation depuis le 15 janvier 2004 de deux Tickets Téléphone spécifiques pour appeler à des prix particulièrement attractifs soit le Maghreb, soit l'Europe et les États-Unis, devrait permettre de relancer l'activité des services de cartes en 2004. »*

A la lumière de ces données, COLT demande donc à l'Autorité de réévaluer l'impact économique du phénomène du rappel automatique des publiphones, et le partage qu'il convient de faire de son coût global entre FT et ses concurrents carteurs.

3 Question 2 : pour chaque solution présentée, quelle en est votre analyse en complément ou en réaction à celle menée par l'Autorité ?

3.1 Extension de la majoration publiphonie départ au trafic entrant sur les publiphones

Une extension de la majoration publiphonie départ au trafic entrant sur les publiphones créerait un précédent inacceptable qui consisterait à prendre en compte dans l'établissement du tarif d'une prestation de terminaison le déficit qu'engendre, sur les revenus de détail perçus par France Télécom au titre de l'exploitation de ses cabines, la pratique du rappel automatique des fournisseurs de cartes prépayées. Ceci serait contraire à toutes les méthodes que l'ARCEP a employées jusqu'à ce jour pour fixer les tarifs de terminaison d'appels. Par analogie, l'ARCEP accepterait-elle un tarif de terminaison d'appels d'opérateurs alternatifs dont la surcharge financerait un déficit d'accès ?

Au cas où l'ARCEP autoriserait France Télécom à procéder à une telle majoration, COLT créerait dans toutes ses offres de téléphonie (opérateurs et entreprises) une destination « publiphones France Télécom » d'une valeur nettement supérieure au coût d'interconnexion vers les publiphones, mais probablement nettement moins chère qu'un appel vers un mobile français, afin de se prémunir contre tout « puits de trafic » qui serait utilisé à notre insu pour écouler en masse du trafic vers les publiphones à partir de n'importe quel abonnement.

COLT ne veut pas d'une part devoir gérer des clauses de « bon père de famille » dans ses dizaines de milliers de contrats en service, non seulement à l'échelle française, mais aussi dans les 12 autres pays européens où nous opérons, et d'autre part COLT ne veut pas non plus devoir gérer des systèmes de détection des fraudes en temps réel vers la destination « publiphones ».

3.2 Affectation d'une tranche de numéros dédiés aux publiphones

A partir du moment où la publiphonie est un service, servant non seulement à émettre, mais à recevoir des appels en dehors de tout abonnement, et que le tarif de détail des communications nationales a de plus en plus tendance à être englobé dans le prix de l'abonnement, on peut justifier le fait que le « manque à gagner de l'absence d'abonnement des cabines » soit compensé dans le prix des appels entrants, mais aussi sortants des cabines. Dans ces conditions, un appel vers une cabine est un appel à un service à valeur ajoutée, avant d'être un appel à un abonné au service téléphonique. Dans ces conditions, il conviendrait que les cabines soient renumérotées en 082B.

3.3 Interdiction des appels entrants vers les publiphones

L'interdiction des appels entrants vers les publiphones constituerait une régression du service. A ce titre, il convient de l'éviter.

3.4 Fermeture des numéros de rappel automatique au départ des publiphones de France Télécom

Cette solution est une fausse bonne solution. Le monde des carteurs n'est pas homogène. Si certains acteurs ont pignon sur rue en France, et sont susceptibles de renoncer à l'amiable au rappel automatique, d'autres peuvent commercialiser sans préavis des services en France sans y avoir d'établissement. Il suffit d'avoir un abonnement vers un numéro qui ne répond pas (au besoin un numéro différent par carte) et de rappeler la cabine à partir de n'importe quel numéro (éventuellement distinct du numéro précédent, et en changeant si besoin est de numéro à chaque appel) ou même sans numéro appelant comme le fait le service Skype Out. Le rapprochement temporel par France Télécom entre un appel non abouti à partir d'une même cabine et le rappel de cette même cabine nous paraît aussi une procédure hasardeuse, et donc à éviter.
