

**RÉPONSE À LA CONSULTATION SUR L'ÉVOLUTION DU  
PLAN DE NUMÉROTATION RELATIVE AUX NUMÉROS  
COURTS ET AUX NUMÉROS LONGS COMMENÇANT PAR  
08**

12 OCTOBRE 2011

# 1 Synthèse des propositions Bouygues Telecom

L'élaboration d'un plan de réforme des SVA est nécessaire pour de nombreuses raisons.

Tout d'abord parce qu'il s'agit de moderniser un canal de distribution des services qui n'a pas connu d'évolution depuis de très nombreuses années et qui est soumis à la concurrence de nouveaux canaux : internet fixe et mobile, applications smartphone, SMS +, M2M mobile, micro-paiement fixe et mobile. Cette concurrence a vocation à s'intensifier notamment parce qu'elle permet à l'éditeur d'optimiser ses coûts. Néanmoins, le contact direct avec le client est essentiel pour de très nombreuses entreprises éditrices, en complément des autres formes de distribution des services. Ainsi, si la décroissance des volumes SVA ces dernières années reflète la concurrence des autres canaux et peut paraître à de nombreux égards inéluctable, il convient d'adapter les SVA à cette concurrence sur le marché des services, en particulier par l'amélioration de l'offre.

La lisibilité pour le consommateur constitue le second enjeu de la réforme puisque la complexité de la tarification actuelle, comme le rappelle l'Autorité dans sa consultation, est un frein au développement des usages. Cette lisibilité doit s'accompagner aussi d'un renforcement de la légitimité des services afin qu'une prestation ne correspondant pas à la fourniture d'un service réel ne puisse donner lieu à une tarification non justifiée.

En troisième lieu, il convient de rechercher l'incitation à l'investissement de l'ensemble des acteurs (OBL, opérateur SVA, éditeur) par le juste partage de la valeur qui est la condition indispensable pour le développement de ce canal de distribution des services. Cette incitation à l'investissement implique notamment que la réforme ne crée pas de rupture brutale dans l'équilibre économique de chacun des acteurs.

Bouygues Telecom regrette que l'Autorité, dans sa démarche, n'ait pas rappelé les objectifs essentiels qu'elle souhaitait atteindre dans son plan de réforme et n'ait pas conduit une étude du positionnement des SVA sur ce marché des services.

Sur la base des trois objectifs proposés, Bouygues Telecom fait six propositions principales pour le plan de réforme :

1. Deux modèles économiques sont possibles, C+S et P, ils permettent tous deux l'homogénéisation fixe et mobile mais le modèle P est celui qui répond le mieux aux objectifs de la réforme.

Le modèle C+S proposé par l'Autorité implique la création du départ d'appel sur le mobile pour les services gratuits. Dès lors où un DA<sub>Mob SVA</sub> doit être mis en place, il pourrait être généralisé à l'ensemble des services au travers d'un modèle P.

Cette proposition conduit à mieux répondre à deux objectifs : lisibilité pour le consommateur (notamment l'annonce en début d'appel permettra de communiquer un prix précis et complet) et incitation à l'investissement puisque les équilibres économiques des acteurs sont moins bousculés (voir chapitre 2).

2. La définition de la grille de tarification des services dans le plan de numérotation doit être simplifiée à quelques grandes catégories afin d'offrir une plus grande latitude à l'éditeur dans le choix de tarification et permettre une plus grande flexibilité dans l'implémentation de la réforme (permet d'éviter la dénumérotation).

Par exemple, les grandes catégories proposées pourraient être (les chiffres ci-après s'entendent dans un schéma P) :

- Gratuit
- 10 à 25 ct par minute ou par appel
- 20 ct à 50 ct par minute ou par appel
- 40 ct à 1 € par minute ou par appel
- au-delà de 1 € par minute ou par appel.

Plusieurs tranches de numéros pourraient être affectées à chacune de ces catégories. Un numéro pouvant adopter l'ensemble des tarifs (par palier de 5ct) dans sa catégorie.

Cette définition plus souple de la grille des services permet :

- de conserver un ancrage numéro / tarification suffisamment fort pour renforcer la lisibilité (par exemple 080 appel gratuit ou à tarif peu élevé / 081 - 082 tarif peu élevé / 089 tarif « moyennement cher » / 0899 tarif élevé ;
- d'offrir une souplesse aux entreprises dans le choix de leur tarification sans avoir à subir une dénumérotation.

Cette proposition répond à l'objectif de modernisation de l'offre SVA (par exemple avec la création de paliers à l'appel) et à l'objectif de lisibilité (suppression des paliers mixtes, tarification à la seconde dès la 1ère seconde pour les tarifs à la minute).

3. Une tarification du service au numéro.

La base de données APNF peut constituer un outil qui permet, via le préfixage des numéros d'appel SVA, de mettre en place une tarification au numéro. Chaque préfixe de numéro serait associé à un couple [opérateur SVA ; tarif], le plan tarifaire associé au numéro préfixé étant compatible avec la définition de la grille des services évoquée au point 2. Par exemple, un opérateur SVA pourrait associer à un numéro de la catégorie 20 ct à 50 ct par minute ou par appel, 6 plans tarifaires différents : 20 ct par minute, 30 ct par minute, 40 ct par minute, 50 ct par minute, 25 ct par appel et 50 ct par appel. Cette solution permet de modifier simplement le tarif du service sans dénuméroté. Cette évolution doit évidemment s'accompagner d'un renforcement des règles déontologiques en la matière et du message d'information en début d'appel (afin de signaler clairement tout changement). Les tranches 084BPQ, 086BPQ et 087BPQ permettraient 3000 préfixes différents ce qui autorise 100 plans tarifaires pour 30 opérateurs SVA.

Cette proposition répond à l'objectif de dynamisation du secteur puisqu'elle conduit à une concurrence plus grande entre opérateurs SVA (concurrence des plans tarifaires au sein d'une même macro-catégorie du plan de numérotation) et permet à un éditeur une plus grande latitude dans le choix du tarif tout compris (dans le modèle P) qu'il souhaite proposer au consommateur.

4. La stratégie d'implémentation de la réforme doit être celle de l'implémentation en une seule étape (ou big-bang) en 2015.

Les propositions 1, 2 et 3 doivent être implémentées en une seule étape commune. Cette stratégie permet :

- une simplification opérationnelle (la tarification au numéro et la définition plus macroscopique de la grille offrent une flexibilité pour les éditeurs qui leur évite dans un très grand nombre de cas d'avoir à renuméroter) ;
- de créer un événement qui permet une communication forte vers les consommateurs.

L'horizon 2015 permet aux acteurs d'anticiper les impacts économiques et de conduire les développements SI nécessaires.

5. Les autres évolutions fonctionnelles (modulation tarifaire simple ou évoluée) doivent être étudiées aujourd'hui pour être mises en œuvre avec l'avènement d'une interconnexion SIP.

La modulation tarifaire simple (période de gratuité, puis facturation d'un service S lors de la mise en relation) ou évoluée (passage de S à S' en cours de communication) ne peuvent pas être mises en place aujourd'hui, notamment parce que l'ITX n'est pas implémentable sur les réseaux mobile actuels.

Les évolutions fonctionnelles, autres que la tarification au numéro évoquée au point 3, ne peuvent donc être implémentées que dans le cadre de l'avènement d'une nouvelle interconnexion pour les SVA.

Il est essentiel que l'implémentation de ces fonctionnalités sous interconnexion SIP prévoit les mécanismes permettant à l'OBL de disposer, à des fins d'opposabilité, des éléments nécessaires à une tarification non contestable du service.

6. Dès aujourd'hui, sans attendre la mise en place de la réforme globale à horizon 2015, le secteur doit se doter d'une instance (association SVA +) qui édicte les règles communes (charte de déontologie).

L'OBL détient la relation commerciale et contractuelle avec le consommateur. Seul l'OBL est ainsi en mesure de réaliser l'arbitrage entre la protection du consommateur (fraude, choc de

tarification, contrôle parental, etc..) et le développement des services. Il est donc essentiel que les règles puissent être établies par l'ensemble du secteur et contractualisées ensuite entre les maillons de la chaîne (permettant ainsi une répercussion en cascade, de l'OBL jusqu'à l'éditeur) afin de permettre à l'OBL d'assurer un contrôle efficace et réactif.

Sans une mise en place effective de cette instance et des outils adéquats, de nouveaux paliers de tarification élevés (au-delà de 1 € appel ou 1 € la minute) ne peuvent être créés.

## 2 Quel choix de modèle économique, C+S ou P ?

### 2.1 Depuis 2008 les mesures législatives ont contribué à l'objectif de lisibilité et de légitimité, les opérateurs mobile ont été les seuls acteurs à en supporter le coût.

La loi Châtel début 2008 a instauré la gratuité du temps d'attente pour les appels émis par les clients d'un opérateur vers la hotline de cet opérateur, ainsi que la tarification au prix d'une communication nationale (tarif azur) de la mise en relation avec un conseiller de clientèle. Elle a également conduit à l'introduction dans les forfaits du prix des communications vers les services de renseignements en 118.

Dans un second temps la loi de modernisation de l'économie d'août 2008 a imposé à toute entreprise que l'appel vers son service après-vente ne soit pas surtaxé. De nombreuses entreprises ont ainsi quitté les numéros 081 (azur), ou des numéros avec une tarification plus élevée, pour retenir un numéro interpersonnel (01 à 05 et 09).

Par ailleurs, les opérateurs mobile membres de la FFT se sont engagés en mai 2009 à ce que tous les appels émis depuis les mobile vers les numéros 080 et 081 (libre appel et azur) aient une tarification au prix d'une communication normale (décomptée du forfait, hors plage d'abondance).

Enfin, le décret de la DGCCRF de juin 2009 a instauré un message d'annonce tarifaire au début de l'appel vers un numéro SVA. La mise en œuvre du message tarifaire est effectuée par l'opérateur SVA et l'utilisation des ressources réseau pendant le message d'annonce n'est pas facturée par l'opérateur à ses clients ou à l'éditeur.

L'ensemble de ces mesures ont largement contribué à améliorer la lisibilité et la légitimité des services.

Compte tenu de l'évolution de son parc clients, mais aussi de l'érosion ces dernières années de l'usage des SVA en général, il n'est pas possible pour Bouygues Telecom de mesurer l'élasticité induite par ces mesures pour les appels vers les 080 et 081. Tout au plus peut on rappeler que ces deux tranches de numéros constituent aujourd'hui plus de 40 % du volume des minutes SVA émises depuis la boucle mobile.

Si encore une fois le bien fondé de l'ensemble de ces mesures au regard des objectifs de lisibilité et de légitimité ne saurait être remis en cause, il est nécessaire de constater que les opérateurs mobile ont été les seuls acteurs à en supporter le coût. En ce qui concerne Bouygues Telecom, l'impact de ces mesures peut être évalué aux environs de [ ] SDA. M€ de perte de revenus annuels.

Les entreprises qui n'utilisent pas de numéro court n'ont pas eu à subir de surcoût puisqu'elles ont principalement opté pour un numéro standard en interconnexion directe.

### 2.2 Le modèle C+S proposé par l'Autorité amplifie la rupture de l'équilibre économique pour les opérateurs mobile, au principal bénéfice de l'activité fixe de France Télécom

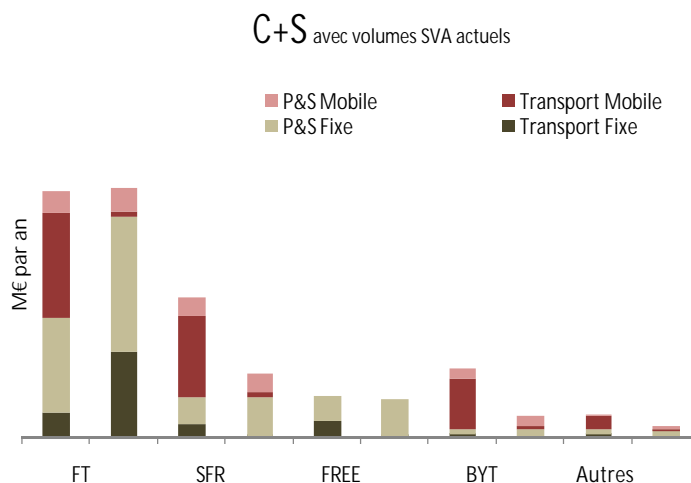
La proposition de l'Autorité vise à généraliser le système C+S au fixe et au mobile de la manière suivante :

- introduction du C sur le fixe comme sur le mobile avec  $C_{SVA} = C_{VOIX}$  (appelé aussi C banalisé) ; en d'autres termes, le C est égal au tarif d'une communication interpersonnelle ;
- une exception est faite, sur le fixe comme sur le mobile, pour les appels gratuits ( $C=0$  et  $S=0$ ) qui impliquent le maintien pour ces numéros d'un départ d'appel ( $DA_{Fixe SVA}$ ) sur le fixe et l'introduction d'un départ d'appel ( $DA_{Mob SVA}$ ) sur le mobile ;
- les opérateurs mobile perdent ainsi le revenu de transport (C) associé à l'airtime SVA, hors libre appel et azur et hors pré-payé (l'intégration dans les forfaits de l'airtime SVA ne crée pas de

revenu complémentaire car les clients souhaitent maîtriser leur dépense et n'auront donc pas une plus grande propension à consommer hors forfait) ;

- les opérateurs fixe perdent le revenu du DA<sub>Fixe SVA</sub> hors numéros gratuits ;
- l'activité fixe de France Télécom bénéficie d'un revenu supplémentaire correspondant au tarif d'une communication vers les appels SVA émis depuis le RTC (au T2 2011 8 Md min émises depuis le RTC vers le fixe national ont généré 302 M€ de revenus, soit 3.75 ct€/mn) ;
- la convergence proposée par l'Autorité des taux de peines et soins (P&S) liés au frais de facturation de l'OBL se traduit soit par une perte de revenu supplémentaire des OBL mobile soit par le gain d'un revenu supplémentaire pour les OBL fixe.

La simulation des impacts (avant / après) pour les 4 principaux opérateurs français, sur leurs activités fixe et mobile, est la suivante :



Hypothèses :

4 Volumes SVA : 2010

4 Répartition fixe mobile des volumes SVA : 85 % - 15 % (2010)

4 P&S fixe alignées sur le mobile

4 VLB 70 % - RTC 30 %

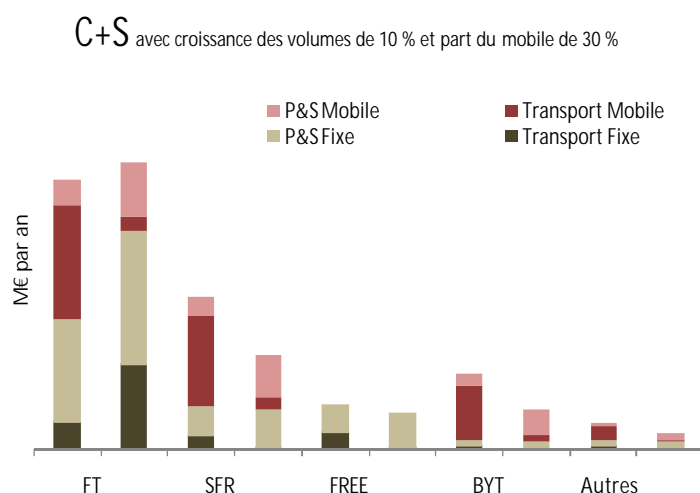
4 Tarif RTC à 3,75 ct€/mn

4 Tarif de DA<sub>Fixe SVA</sub> des OBL fixe : avant = tarif appliqué par chaque OBL en 2010 / après = 0,4 ct €/ mn

[ " ] SDA.

Dans un contexte où l'un des principaux objectifs est d'inciter à l'investissement, et notamment d'inciter les OBL à investir dans leur SI et dans la mise en œuvre des évolutions fonctionnelles (tarification au numéro), le modèle C+S apparaît peu approprié.

L'incitation des opérateurs mobile à investir est d'autant moins grande qu'il n'est pas possible dans ce schéma espérer retrouver une part significative des revenus, même en cas de développement important des SVA.



Hypothèses :

4 Volumes SVA : 2010 + 10 %

4 Répartition fixe mobile des volumes SVA : 70 % - 30 %

4 P&S fixe alignées sur le mobile

4 VLB 70 % - RTC 30 %

4 Tarif RTC à 3,75 ct€/mn

4 Tarif de DA<sub>Fixe SVA</sub> des OBL fixe : avant = tarif appliqué par chaque OBL en 2010 / après = 0,4 ct €/ mn

## 2.3 Au-delà du déséquilibre dans le support du coût de la réforme, le C+S emporte de nombreux impacts qui vont à l'encontre des objectifs recherchés

### 2.3.1 Par construction le modèle C+S évacue la question du partage de la valeur

Le partage de la valeur doit résulter de la contribution de chacun à la création d'un service offert solidairement et, pour ce qui doit revenir à l'OBL, de la rémunération d'une prestation qui ne peut se résumer qu'aux seules prestations techniques (transport de l'appel et facturation). En effet, l'OBL détient la relation commerciale et contractuelle avec le client, il lui appartient à ce titre de veiller à ce que l'usage du consommateur puisse se développer tout en préservant celui-ci des abus, spam, tentatives de fraudes, chocs de facturation. L'OBL développe par ailleurs les fonctionnalités réseau et SI nécessaires au développement de ces SVA et participe activement à la transparence de l'information tarifaire (par exemple le serveur 3008).

Le modèle C+S avec  $C_{SVA} = C_{Voix}$  conjugué avec un taux de P&S qui a vocation à refléter les frais de facturation et de recouvrement ne laisse aucun espace pour que la part de l'OBL dans le partage de la valeur puisse s'ajuster.

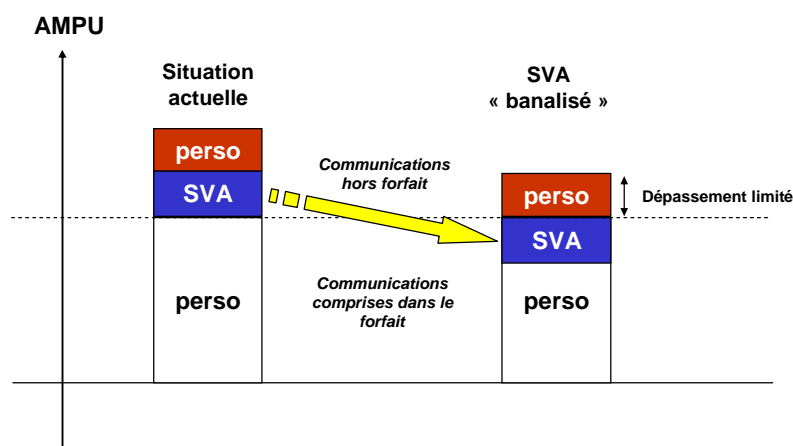
Notamment, les offres forfaitaires sont tarifées en fonction d'une consommation d'appels interpersonnels statistiquement prévisible et modélisable. A contrario, les usages des services dépendent largement de la nature des services, de leur caractère événementiel. Ils varient d'un individu à l'autre ayant pour autant le même usage interpersonnel et le même budget mensuel. La tarification de ces appels au même prix que les appels interpersonnels n'a donc pas de réalité économique. Elle conduit à faire payer les clients faisant un faible usage de ces services au bénéfice de ceux qui en font un usage prononcé (voire déraisonnable). Or les services à valeurs ajoutées ne présentent pas une valeur sociétale suffisante pour justifier une telle péréquation. La charge du transport de ces communications à valeur ajoutée doit être supportée par le client en faisant l'usage et non réparti sur l'ensemble de la base.

En rigidifiant le système, le C+S fait peser des tensions sur le taux de P&S qui sera perçu comme la seule variable d'ajustement possible.

### 2.3.2 Les revenus hors-forfait sont essentiels au modèle économique de l'offre forfait mobile

Le modèle économique des offres forfait avec des plages d'illimité est conçu avec une tarification au plus juste de la composante forfait (l'ajustement de la tarification du forfait reposant sur une connaissance pointue des usages interpersonnels) et sur des revenus additionnels hors forfait permettant de dégager une marge sur l'offre.

En intégrant en partie ces revenus additionnels dans la composante forfaitaire c'est bien la marge des offres forfait qui est directement attaquée. Il serait disproportionné de modifier brutalement l'équilibre économique de ces offres. Un préavis minimum est nécessaire pour permettre aux opérateurs d'ajuster leurs offres et migrer leurs clients sur des offres intégrant le changement de modèle quel qu'il soit.



### 2.3.3 Le C+S permet le développement de la sélection du transporteur sans aucune rémunération du départ d'appel (carteurs)

Les offres des carteurs sont typiquement constituées aujourd'hui d'une composante forfaitaire (par exemple 15 € pour l'achat d'une carte) ouvrant droit à un nombre de minutes par destination, ce nombre de minutes étant nettement plus élevé dans le cas où la plateforme de mise en relation est appelée sur numéro azur (par rapport à une mise en relation par une plateforme appelée sur numéro libre appel).



L'intégration du C dans les forfaits mobile pourrait permettre aux carteurs de développer des offres sur des plateformes appelées avec des numéros offrant des tarifications SVA plus élevées, ce qui leur permettrait de concurrencer les appels vers l'international de ces mêmes forfaits, voire même de supprimer l'achat au préalable d'une carte (et donc les coûts de distribution des cartes).

Le C+S aboutit donc à créer une modalité de sélection du transporteur sans aucune rémunération directe du départ d'appel. A nouveau ce sont les mêmes revenus hors forfait et donc la marge des offres avec plage d'illimité qui est menacée

## **2.4 Le modèle P proposé par Bouygues Telecom renforce la lisibilité et incite à l'investissement et au développement des services**

### **2.4.1 Une lisibilité renforcée**

Le modèle C+S est montré depuis le rapport du CGIET comme la solution apportant le plus de lisibilité pour le client. Bouygues Telecom a toujours été opposé à ce point de vue. En effet, le C+S représente ou représentera une grande complexité pour nombre de clients :

- pour les clients de cartes prépayées car la double composante rend le suivi des consommations difficile ;
- pour les clients du Réseau Téléphonique Commuté qui verront apparaître sur leur facture une deuxième ligne de facturation pour un même appel ;
- pour les clients forfaits car la facturation en cas de dépassement forfait pourra sembler incompréhensible.

Si la tendance de fond du marché consiste à offrir de plus en plus de forfaits illimités 24 heures sur 24, une part très importante du marché demeurera sur des offres plus classiques pour lesquelles le modèle C+S n'est certainement pas le plus lisible.

85 % des appels vers les SVA sont émis depuis les postes fixes, alors que les réseaux fixe et mobile occupent en France des positions équivalentes (110 Mdmn par an sur le fixe et autant sur le mobile).

La simplicité de la tarification sur le fixe, qui assure une plus grande lisibilité, explique en grande partie la part très importante des appels émis depuis les postes fixe vers les SVA.

Fort de cette expérience, il est raisonnable d'affirmer que le même modèle P importé sur le mobile devrait y accroître considérablement la lisibilité.

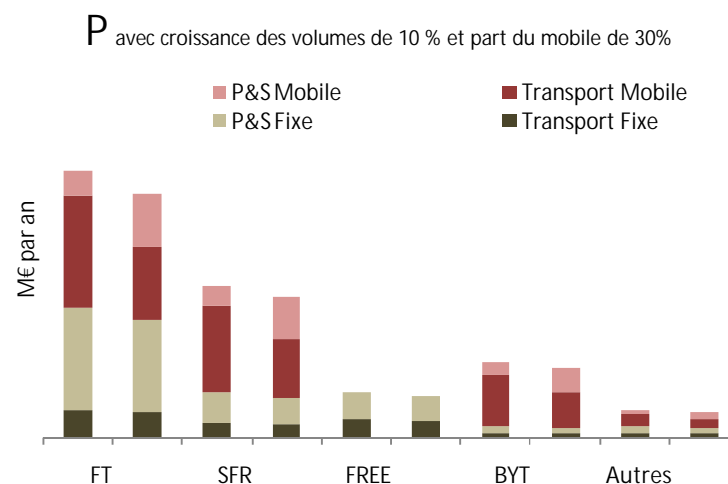
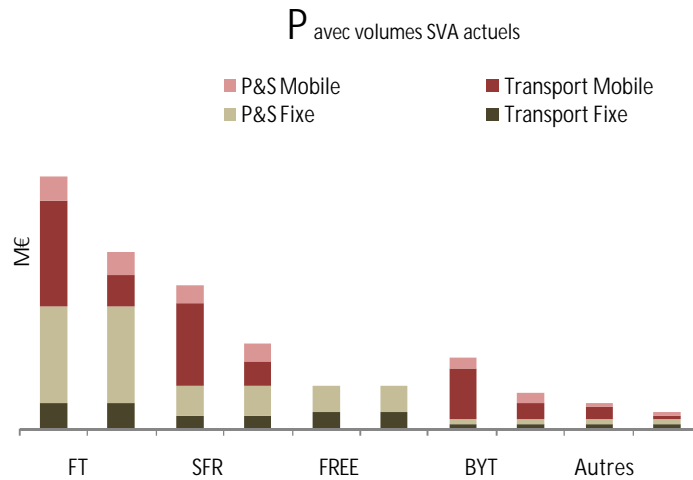
Bouygues Telecom estime que la clarté de l'annonce du prix en début d'appel constitue le point essentiel en matière de lisibilité tarifaire pour le consommateur. Pour que cette annonce soit lisible, elle doit énoncer sans ambiguïté le prix que le client retrouvera sur sa facture ou qui sera décompté de sa carte et non une formule complexe dont le résultat dépend de la nature de son offre et de l'état de sa consommation dans le mois. A ce titre le modèle P présente un avantage évident en matière de lisibilité.

Alors qu'aujourd'hui le message se borne à indiquer le tarif S et renvoie aux conditions de l'opérateur s'agissant du C, le message dans un modèle P pourrait, en 10 secondes, donner une information claire et exhaustive. Par exemple, dans le cas où l'éditeur a choisi une tarification dans la catégorie du plan de numérotation 10 ct à 25 ct €/ par minute et par appel en demandant à son opérateur SVA d'appliquer un 10 ct €/ mn depuis le fixe (DA<sub>Fixe SVA</sub> compris) et 15 ct €/ mn depuis le mobile (DA<sub>Mob SVA</sub> compris) alors le message sera « Appel facturé 10 ct €/ par minute depuis un fixe, 15 ct €/ par minute depuis un mobile ». L'information est donc plus courte, plus précise et plus claire qu'elle ne l'est aujourd'hui.

### **2.4.2 Une répartition plus juste des coûts de la réforme qui incite tous les acteurs à investir pour retrouver leurs revenus**

De la même manière que précédemment les simulations du modèle P ont pu être réalisées.

A hypothèses de trafic inchangées (volumes SVA 2010, 15 % sur le mobile), la première figure montre une répartition moins inégalitaire du coût de la réforme. La seconde figure montre qu'un développement des SVA, particulièrement sur le mobile, permettrait aux opérateurs mobile de retrouver l'économie de 2010 [ " ] SDA. Dans ce derniers cas, les quatre principaux opérateurs, activités fixe et mobile réunies, ont des revenus identiques avant et après la réforme.



### 2.4.3 Le modèle P n'a pas les impacts induits du modèle C+S

Le  $DA_{Mob\ SVA}$  constitue une composante permettant aux opérateurs de rémunérer leur contribution à la fourniture complète de la prestation ; il évite de faire peser des tensions sur le taux de P&S.

Le revenu de gros compense (partiellement, en totalité si un doublement des usages sur le mobile survenait à plus long terme) le revenu hors forfait et il limite l'impact sur l'économie des offres forfait mobile.

Enfin, la distorsion créée par le modèle C+S au profit des carteurs disparaît sur les offres forfait mobile dans la mesure où le départ d'appel est équitablement rémunéré. Par contre le modèle P induit une distorsion analogue cette fois ci sur les offres pré-payé. Ainsi, dans une offre pré-payée, le coût de l'accès et les coûts de commercialisation sont rendus variables dans le tarif à la minute. Le coût complet d'une minute des offres pré-payées est nettement supérieur à ce que serait un départ d'appel mobile ce qui laisse un espace pour qu'un acteur offre des services de mise en relation avec un tarif nettement inférieur à celui de la minute pré-payée.

Il est à noter que le  $DA_{SVA}$  ne peut être déterminé en ne prenant en compte que les seuls coûts de réseau et de commercialisation de l'offre de gros. En effet, dans le cas d'un  $DA_{Sel\ Transp}$  pour les services de sélection du transporteur ou de vente en gros de l'abonnement, l'opérateur acheteur de l'offre de gros assume les risques et les coûts commerciaux et de terminaux de l'offre de détail en concurrence avec l'opérateur fournissant l'accès. Dans le cas du  $DA_{SVA}$ , ces coûts continuent d'être entièrement assumés par l'opérateur vendant le départ d'appel mais contribuent pour partie au développement du chiffre d'affaires des éditeurs, il est donc légitime de les intégrer dans l'assiette des coûts pertinents.



**2.4.4 L'Autorité de la concurrence a estimé dans son avis de mars 2008 que l'animation du marché SVA doit être recherchée par un fonctionnement plus concurrentiel des marchés de gros ce qui va dans le sens de la généralisation du P au mobile**

L'Autorité de la concurrence avait souligné dans son avis du 31 mars 2008 relatif au fonctionnement des marchés SVA que le modèle P présentait plusieurs avantages par rapport au modèle C+S (point 64) notamment s'agissant de la lisibilité et du développement de la concurrence :

*A contrario, la vente en gros de prestations d'appel aux fournisseurs de services pourrait faire bénéficier les prix des communications de la concurrence qui s'exerce entre les services eux-mêmes, quand elle existe : les exploitants de SVA récupéreraient ainsi la maîtrise du coût total de l'appel pour le consommateur. Il s'agirait d'un modèle tarifaire cohérent avec le fait que c'est le contenu qui détermine la propension à payer du consommateur. Par ailleurs, ce schéma ne pourrait qu'améliorer la lisibilité tarifaire pour l'utilisateur, et lui permettrait de mettre plus aisément en concurrence les différents fournisseurs de services.*