



Réponse du groupe LIAD à la consultation publique relative à l'analyse du marché de gros de la terminaison d'appel SMS sur les réseaux mobiles

(novembre 2009 décembre 2009)

1. LA DEFINITION DU MARCHE PERTINENT, LES OPERATEURS PUISSANTS

Free approuve et n'a pas de remarques particulières sur l'analyse effectuée par l'ARCEP (i) définissant un marché pertinent sur lequel la réglementation sectorielle puisse s'appliquer (ii) identifiant des opérateurs puissants sur ce marché.

2. LA REFERENCE DES COUTS PERTINENTS

Free ne partage pas l'appréciation de l'ARCEP qui considère que la référence des coûts pertinents devra être constituée par les coûts complets distribués.

En effet, tous les arguments qui viennent appuyer une référence constituée de coûts incrémentaux de long terme pour la terminaison d'appel vocaux s'appliquent également à la terminaison SMS. Ce n'est pas les quelques supposées particularités techniques relevées par l'ARCEP qui doivent remettre en cause les principes posés par les textes communautaires : la terminaison est une activité en monopole dont le recouvrement des coûts repose sur une assiette réduite à l'incrément constitué de la fourniture de cette activité exercée en monopole.

Free souhaite que l'ARCEP modifie son projet dans le sens de prendre une référence de coûts constituée de coûts incrémentaux.

3. SUR L'ENCADREMENT TARIFAIRE

Les modèles technico-économiques ainsi que les éléments comptables dont disposent l'Autorité démontrent que le plafond en vigueur (3 c€ HT / SMS) est situé très largement au-dessus des coûts complets (moins de 0,3 c€ HT / SMS à l'horizon 2014).

Si par extraordinaire l'ARCEP devait retenir une référence constituée de coûts complets, Free considère que le plafond défini par l'ARCEP devra être mis immédiatement en place, sans adopter de paliers intermédiaires.



4. SUR L'ASYMETEIE TARIFAIRE

Free approuve le projet de levée immédiate de l'asymétrie dont a bénéficié Bouygues Télécom pour les raisons mentionnées dans le document soumis à consultation.