



**Autorité de Régulation des Communications
Electroniques et des Postes**
Service régulation des marchés fixe et mobile
A l'attention de Monsieur Paul Champsaur
7, square Max Hymans
75 730 Paris Cedex 15

Suresnes, le 18 juillet 2008

Objet : Contribution d'Omer Telecom Limited à la consultation publique sur l'attribution de licences 3G dans la bande 2,1 GHz en France métropolitaine

Monsieur le Président,

A titre liminaire, nous souhaiterions vous faire part de notre analyse de marché.

Nous avons des réserves sur l'analyse concurrentielle de l'ARCEP. En effet, nous sommes très surpris de l'analyse faite sur la place des MVNO sur le marché mobile. La consultation publique laisse entendre, notamment aux pages 26 et 27 du document, que la solution indispensable pour assurer le développement de la concurrence sur le marché mobile et le développement des MVNO serait l'arrivée d'un quatrième opérateur sur le marché. Il ressort de la consultation publique que les MVNO ne seraient appelés à jouer qu'un rôle complémentaire sur des niches de marché sans influence réelle sur la situation concurrentielle du marché.

Pourtant, les MVNO restent à ce jour la seule source opérationnelle sur le marché mobile français pour concurrencer les opérateurs de réseau existants.

Des exemples à l'étranger ont démontré que le modèle MVNO constituait à côté des opérateurs de réseau une dynamique concurrentielle du marché mobile sur de larges cibles grand public. Par exemple, Virgin Mobile UK a à son actif 4 millions de clients ; ou encore Virgin Mobile USA a à son actif 5 millions de clients.

En France, d'après les chiffres publiés par l'ARCEP, les MVNO représentent au 31 mars 2008 déjà 2 670 700 clients et Virgin Mobile a lui seul dépassera le million de clients au cours de l'été 2008 (données confidentielles, à ne pas rendre publiques).

**OMER TELECOM - Succursale de OMER TELECOM Limited – société de droit anglais – 120 Campden Hill Road
Londres W8 7AR Royaume-Uni - immatriculée sous le numéro 5721373 –
Etablissement principal : 40 boulevard Henri Sellier 92156 Suresnes Cedex –
RCS Nanterre 489 020 297 –TVA Intracommunautaire FR2048902097 –
Tél 01 41 38 10 00 Fax 01 41 38 10 11**

A titre d'exemple d'animation concurrentielle, Virgin Mobile a été le premier opérateur en France à lancer l'offre « SMS illimités » sans condition sur les forfaits en avril 2006. Cette offre a révolutionné le marché mobile et est devenu un standard du marché. La consommation moyenne des SMS a augmenté depuis le deuxième trimestre 2006 de 50% (selon les indicateurs mobiles publiés par l'ARCEP) et le prix a connu une baisse de 20% sur cette même période.

Il ressort de ces chiffres et exemples que les MVNO ne sont pas une source complémentaire de la stimulation de la concurrence sur le marché mobile mais constituent plutôt une véritable animation concurrentielle et sont des acteurs majeurs et incontournables pour stimuler le marché.

En outre, l'arrivée d'un quatrième entrant ne pourra pas immédiatement stimuler le marché car le déploiement de son réseau constitue un frein au développement du nouvel entrant sur le marché. D'après Omer Telecom, c'est seulement au terme de trois années au moins que l'arrivée d'un quatrième entrant pourra être une source complémentaire de stimulation de la concurrence et il faudra sans doute d'avantage de temps pour ce nouvel opérateur pour atteindre un parc clients de 2,7 millions.

Question n°5. Quelle est votre analyse de la situation concurrentielle du marché mobile ?

Nous avons identifié trois barrières à l'entrée du marché mobile.

La première barrière spécifique au marché français est liée aux circuits de distribution existant sur le marché de la téléphonie mobile où 60% à 70% des ventes de produits et services mobiles ont lieu via les réseaux propriétaires des opérateurs de réseau, réseaux fermés et de plus en plus concentrés en raison des dernières acquisitions (Teleciel par Bouygues telecom ; Stock Com par Bouygues Telecom ; Débitel par SFR). Les MVNO sont exclus de ce circuit de distribution ce qui constitue un véritable frein à leur croissance. Cette remarque s'applique à un éventuel quatrième opérateur.

La seconde barrière identifiée est la proportion des consommateurs sous engagement en France, proportion la plus forte d'Europe. Ainsi, un nouvel entrant, outre les investissements dans le déploiement d'un réseau à faire, devra redoubler d'effort pour conquérir et fidéliser les abonnés sur un marché mature.

La troisième barrière identifiée est liée aux conditions d'exploitation des MVNO. Le développement des MVNO est limité et insuffisant aujourd'hui en raison d'une forte dépendance face aux opérateurs hôtes (dépendance technique, juridique, commerciale), point développé à la question n°8.

Par conséquent, l'arrivée d'un quatrième opérateur de réseau ne résoudra pas de facto les difficultés rencontrées aujourd'hui par les MVNO.

Nous considérons que la stabilité de la situation concurrentielle du marché mobile actuel n'est pas conditionnée par l'absence d'un quatrième opérateur de réseau. Les MVNO, malgré des investissements significatifs, ont du mal à émerger sur le marché mobile français et nous estimons que le dynamisme concurrentiel du marché de détail dépendra essentiellement des capacités des MVNO à proposer des offres compétitives sous réserve d'avoir des conditions d'approvisionnement qui le permettent.

Question n°6. Quels seraient d'après vous les effets de l'entrée d'un quatrième opérateur mobile ? Dans quelle mesure l'autorisation d'un quatrième opérateur mobile serait-elle à même de stimuler la concurrence au bénéfice du consommateur ?

L'entrée d'un quatrième acteur de réseau pourrait à terme avoir vraisemblablement un impact positif sur la concurrence au bénéfice du consommateur final sous réserve que les conditions suivantes soient réunies :

- Que le nouvel opérateur de réseau ait l'obligation réglementaire de proposer une offre de gros concurrentielle aux MVNO (avec des tarifs et des conditions d'accès au réseau plus favorables que les conditions actuellement en vigueur);
- Que le nouvel opérateur de réseau puisse revendre le trafic en itinérance nationale acheté aux trois opérateurs de réseau actuel aux MVNO et ce afin d'être en mesure de proposer une offre globale et compétitive aux MVNO ;
- Que les MVNO puissent bénéficier des mêmes conditions d'accès aux autres réseaux que celles qui seront conclues par le quatrième opérateur (notamment concernant le roaming national) dans l'attente du déploiement du réseau du nouvel opérateur de réseau.

Question n°8. L'amélioration des conditions d'accueil des MVNO vous paraît-elle un enjeu important ? A quel titre ?

Réponse couverte par le secret des affaires.

Question n°9. L'enjeu de stimulation de la concurrence au bénéfice du consommateur vous paraît-il important pour l'attribution des fréquences disponibles dans la bande 2,1 GHz ? Vous paraît-il souhaitable que l'ARCEP déclare l'appel à candidatures infructueux si les candidatures reçues étaient insuffisantes au regard de l'objectif de stimulation de la concurrence ? En particulier, vous paraît-il pertinent d'attribuer les fréquences si aucun nouvel entrant ne faisait partie des candidats retenus et si aucun engagement significatif concernant l'accueil des MVNO n'était pris par les candidats retenus ?

Nous considérons que le véritable enjeu qui permettra de stimuler la concurrence consiste à contraindre les opérateurs de réseau à prendre des engagements vis-à-vis des MVNO pour leur donner la possibilité de rivaliser avec les offres des opérateurs de réseau et de poursuivre la diversification des offres existantes sur le marché mobile .

Question n°11. Quelles sont les contreparties d'ordre concurrentiel qui devraient être attachées à l'attribution de fréquences à un opérateur existant ? L'obtention d'engagements envers les MVNO serait-elle suffisante ? Les axes identifiés par l'ARCEP vous paraissent-ils pertinents ? En voyez-vous d'autres ?

Les axes identifiés par l'ARCEP sont pertinents mais doivent être complétés. Comme nous l'avons mentionné dans la réponse à la question 8, l'axe contractuel est également un aspect majeur des conditions d'amélioration de l'accueil des MVNO sur le marché susceptible de favoriser la concurrence sur le marché de détail.

Question n°26. Au regard des enjeux identifiés concernant le marché de gros de l'accès et du départ d'appel, ce type d'engagement vous paraîtrait-il pertinent ?

Réponse couverte par le secret des affaires.

En conclusion

Nous considérons que le modèle MVNO est un modèle pertinent et le plus prometteur pour stimuler la concurrence sur le marché de la téléphonie mobile en France au bénéfice des consommateurs.

Si à l'issue de la consultation, aucune décision ne devait être prise permettant aux MVNO de participer et d'animer pleinement le jeu de la concurrence sur le marché de détail en supprimant les barrières énumérées ci-dessus, nous serions conduits à reconsidérer cette position et à envisager de nous porter candidat à l'attribution de blocs de fréquences. Nous souhaitons que cette partie de réponse ne soit pas rendue publique et soit couverte par le secret des affaires.

Nous vous prions de croire, Monsieur le Président, en l'expression de nos sincères considérations.

Geoffroy Roux de Bézieux
Président