

# La lettre

d e l ' A u t o r i t é

LETTRÉ D'INFORMATION BIMESTRIELLE DE L'AUTORITÉ DE RÉGULATION DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES ET DES POSTES

## 9 millions d'accès haut débit



**E**n cette fin d'année, un peu plus de quatre foyers sur dix peuvent surfer à haut débit sur Internet. Début 2000, le marché du haut débit comptait moins de 100 000 clients, aujourd'hui il dépasse les 9 millions. La France se retrouve ainsi aux premières places en Europe. Elle fait pratiquement jeu égal avec les Etats-Unis en termes de taux de pénétration du haut débit avec des débits

globalement plus élevés et des prix inférieurs. Cette performance résulte tout à la fois de l'innovation technologique qui a permis une montée en débit, et des innovations marketing et tarifaire qui ont su séduire les consommateurs. Les formules « tout compris », ajoutant l'abonnement à la ligne téléphonique aux offres « triple play » associant Internet, TV et téléphonie, sont proposées aujourd'hui à des tarifs équivalents à ceux d'une connexion illimitée bas débit, il y a cinq ans.

L'essor du haut débit montre que la régulation mise en œuvre par l'ARCEP a bien fonctionné. En deux ans, le marché a connu une croissance de près de 300%. Elle a bénéficié à tous les acteurs qui avaient participé au mouvement, le groupe France Télécom comme les FAI. Les investissements annoncés ces derniers mois en France, par des opérateurs comme Telecom Italia, Deutsche Telekom ou Comptel confirmant la pertinence de la stratégie proposée au marché.

Ce rapide bilan, pour flatter qu'il soit, doit cependant être amélioré. Tout d'abord, l'empreinte géographique du dégroupage doit s'étendre aux zones moins denses. Les collectivités entendent y jouer un rôle. Il faut aussi accélérer le raccordement des entreprises, petites et moyennes, en haut débit, enjeu essentiel pour la productivité du tissu économique de notre pays. Enfin le changement très rapide de taille du marché du haut débit a généré des insatisfactions pour les consommateurs. Après une période d'acquisition de clients avec des croissances extrêmement rapides, les opérateurs vont devoir s'attacher à les conserver, en améliorant leurs prestations, notamment leurs services clients.

Comme en témoignent les baisses enregistrées chez les opérateurs de téléphonie fixe et la forte croissance de la téléphonie sur large bande, la diffusion du haut débit est en train de bouleverser l'économie de la téléphonie classique. La perspective d'offres convergentes "fixe-mobile" conduit à penser que le secteur des mobiles ne restera pas à l'écart de ce mouvement général. Il appartiendra à l'ARCEP de veiller à ce que ces mutations profitent à tous.

Joëlle Toledano, membre de l'Autorité

## Haut débit : la révolution permanente ?

Moins de 100 000 abonnés haut débit début 2000, plus de 9 millions fin 2005. **Le milieu de décennie marque une charnière pour le développement du marché du haut débit et pour sa régulation.**

**E**n quelques années, l'accès haut débit est passé d'un statut de produit de luxe à celui d'un bien de grande consommation pour les ménages et les entreprises, même de taille modeste. La première moitié de la décennie a ainsi été marquée par une croissance vigoureuse du marché, avec un quasi doublement annuel du nombre de ménages connectés.

L'usage du haut débit a également évolué. Initialement limité à l'accès à Internet, le haut débit tend aujourd'hui à englober la téléphonie, voire la diffusion audiovisuelle. Un peu plus de deux millions d'abonnés utilisent régulièrement des services de voix sur IP, soit quatre fois plus qu'il y a un an, et un demi million regardent la télévision diffusée sur ADSL.

La diffusion de ces services est hétérogène sur le territoire national, les zones denses très concurrentielles bénéficiant en général des services plus diversifiés et moins chers. Depuis un peu plus d'un an, la loi autorise les collectivités à intervenir pour déployer des réseaux et faire venir les opérateurs sur leur territoire. Les trois quarts des nouveaux centraux équipés en haut débit par les opérateurs alternatifs sont directement liés à des initiatives publiques locales.

### La VoB, seule tendance claire d'évolution

Par ailleurs, le haut débit est une activité à coûts fixes importants, donc à fortes économies d'échelle. Son développement pousse à la consolidation du secteur, verticale entre opérateur et fournisseurs de services, horizontale entre opérateurs. De même, les principaux opérateurs historiques redéploient, par l'intermédiaire du dégroupage, leurs services haut débit à l'extérieur de leurs frontières nationales.

La deuxième partie de la décennie verra probablement des évolutions du même ordre de grandeur que celles enregistrées ces dernières années.

La seule tendance à peu près claire aujourd'hui est le développement des services voix sur large bande (*Voice over Broadband* - VoB). Il est d'ores et déjà probable que les offres de voix sur Internet seront structurantes, dans un avenir proche, pour la téléphonie. Le marché français, orienté avec un temps d'avance vers les opérateurs intégrés et les offres couplées Internet et voix, offre un terrain moins favorable que d'autres pays aux fournisseurs de service pur comme Skype ou Microsoft. La baisse prévisionnelle de revenus de la téléphonie classique sera néanmoins un facteur de transformation important pour le secteur.

(suite page 2)

### Dans ce numéro

DOSSIER : HAUT DÉBIT ..... p. 1 à 8

- Haut débit : la révolution permanente ?
- La valorisation de la boucle locale
- Les indicateurs de qualité de service
- Haut débit et opérateurs historiques
- Le haut débit sur le câble

ANALYSE ÉCONOMIQUE ..... p. 9

- les barrières à l'entrée

ANALYSES DE MARCHÉ ..... p. 10 à 11

- TA sur les boucles locales
- marché 18
- TA SMS

SECTEUR POSTAL ..... p. 12 à 15

- Interviews acteurs : B. Dumazy (Néopost), D. du Chatellier (Fevad)
- Interviews régulateurs : D. Bagge (Royaume-Uni), J. Offermann (Allemagne)

• Les Xèmes entretiens de l'Autorité

ACTUALITÉ ..... p. 16 à 20

- BLR/Wimax
- Renseignements : les numéros 118
- Les numéros spéciaux
- Interview : UFC - Que choisir

AGENDA du Collège ..... p. 20

Le nombre de connexion haut débit ne pourra pas continuer à doubler tous les ans même s'il n'est pas possible d'en déterminer la limite. La poursuite des tendances actuelles suggère un taux de saturation du marché proche du taux d'équipement des ménages en micro-ordinateur, soit environ la moitié des foyers aujourd'hui. Pour autant, il n'est pas exclu que les opérateurs inventent des services suffisamment attractifs pour justifier l'abonnement haut débit des autres ménages. Reste à trouver lesquels (voix, vidéo, services à la demande ?) et les moyens de paiement ou de micro paiement associés.

### Situation contrastée pour les entreprises

Pour les entreprises, la situation est plus contrastée. Les taux de pénétration sont désormais élevés, et le coût faible, de l'ordre de cinq à dix euros par salarié et par mois, pour les connexions haut débit. Il semble, à ce stade, que les offres de services n'ont pas rencontré la demande, notamment en matière d'archivage, de sécurisation des données, de distribution des applications ou d'externalisation de certaines fonctions de supervision ou de maintenance des réseaux internes. Plus de 80 % des entreprises ont d'ailleurs aujourd'hui une liaison moins performante, en termes de débit, que les clients résidentiels. L'intensification de la concurrence sur ce segment pourrait, dans les prochaines années, favoriser l'innovation et la création de valeur.

En termes géographiques, la limite naturelle de la zone de concurrence effective par le dégroupage n'est pas encore connue. Plus précisément, elle serait désormais proche si les seules forces du marché étaient en jeu, mais le développement récent des projets haut débit

d'initiative publique semble déplacer significativement les équilibres, du moins localement. Finalement, fin 2006, tous les centraux seront équipés par France Télécom, mais entre 2 et 5% des lignes, trop longues, ne seront pas éligibles au haut débit. Les opérateurs et les collectivités devront trouver un moyen de répondre aux besoins des zones blanches, peut-être par le biais de technologies hertziennes, comme le Wimax.

### Un dispositif de régulation centré sur l'accès

Il n'appartient bien évidemment pas au régulateur mais au marché de répondre, au cours des prochaines années, à ces questions ouvertes. Néanmoins, l'Autorité a adopté, au courant de l'été, des analyses de marchés haut débit qui définissent les obligations auxquelles France Télécom, en tant qu'opérateur dominant, est soumis pour les prochaines années. Le dispositif de régulation fait écho aux évolutions annoncées et est centré sur la régulation de l'accès, autour de trois axes :

- l'accès des opérateurs alternatifs à la paire de cuivre nue par l'intermédiaire du dégroupage, dans des conditions efficaces, transparentes, et non discriminatoires ;
- l'accès à une offre haut débit livrée au niveau départemental ou régional dans laquelle France Télécom active les accès et les vend en gros aux opérateurs alternatifs ;
- la formalisation des conditions et tarifs de cessions internes au groupe France Télécom, entre la branche réseau et la branche service, ainsi que l'interdiction de pratiquer des tarifs d'éviction.

« Les opérateurs et les collectivités devront trouver un moyen de répondre aux besoins des zones blanches peut-être par le biais de technologies hertziennes, comme le Wimax »



d'Accès Internet) comme AOL ou Wanadoo. Il s'agit d'une activité à faibles coûts fixes pour laquelle le droit de la concurrence est pleinement suffisant. Tant que les gros acteurs ne vendent pas au-dessous de leurs coûts de production, ce qui constituerait une prédation, les acteurs plus petits, mais efficaces, peuvent les concurrencer et se développer.

L'activité d'opérateur de réseau sous jacente est radicalement différente. Les coûts fixes d'établissement de réseaux représentent la majorité des coûts, les coûts variables sont comparativement faibles, et les économies d'échelles sont donc importantes, probablement plus que dans tout autre secteur. Un opérateur comme France Télécom, qui gère quatre fois plus d'accès ADSL que son premier concurrent, a des coûts de réseaux, ramenés à l'abonné, nettement inférieurs. Une tarification des offres de France Télécom callée sur sa structure de coûts historiques, conduirait donc à l'éviction des opérateurs alternatifs des zones qu'ils n'ont pas encore dégroupées.

La formalisation des cessions internes et la proscription des tarifs d'éviction - au sens du droit sectoriel des télécommunications - permet de s'assurer que les économies d'échelle prises en compte au sein du groupe France Télécom sont du même ordre de grandeur que celles dont bénéficient les opérateurs alternatifs efficaces qui achètent des offres de gros régionales et de dégroupage. Ce type d'obligation à effet indirect permet de s'affranchir d'une régulation *ex ante* de France Télécom sur le marché de détail.

Les modes de régulation des marchés du dégroupage et des offres de gros régionales devraient quant à eux permettre de faciliter l'extension géographique de la zone de concurrence et d'améliorer la qualité de service des offres haut débit.

« La poursuite des tendances actuelles suggère un taux de saturation du marché proche du taux d'équipement des ménages en micro-ordinateur »



### Coûts de réseaux par abonné nettement inférieurs

Cette dernière obligation, retenue pour une période transitoire d'un an avant la mise en place de la séparation comptable de l'opérateur historique, mérite que l'on s'y attarde. La fourniture d'un service de détail Internet suppose la conjonction de deux activités. L'activité de fournisseurs de service de détail est traditionnellement assurée par des FAI (Fournisseurs

## Extension géographique de la concurrence

Pour contribuer à étendre géographiquement la zone de concurrence effective du haut débit dégroupé, trois dispositifs convergents sont simultanément mis en œuvre.

Le premier, indirect, est la régulation tarifaire des offres de gros régionales. Le type de régulation tarifaire pratiqué, incitant à l'investissement et à l'innovation, est appelé "make or buy" par les économistes : il ne doit pas être moins cher pour les opérateurs alternatifs d'acheter (des offres régionales à France Télécom) que de faire eux-mêmes (en déployant leurs réseaux et équipant les centraux téléphoniques pour étendre leur zone de couverture de dégroupage).

Le deuxième axe résulte de l'analyse des marchés. Celle-ci a montré qu'une des raisons pour lesquelles France Télécom a pu déployer ses services plus rapidement et plus largement que les opérateurs alternatifs est sa maîtrise du réseau de fourreaux de collecte initialement posé pour la téléphonie. Dans une large mesure, France Télécom a pu réutiliser ces fourreaux et y poser des fibres desservant les centraux, qui ont dès lors pu être équipés en haut débit.

Ses concurrents, devant reconstruire à neuf un réseau de collecte jusqu'aux répartiteurs, souffrent d'un désavantage compétitif évident. Il a donc été demandé à France Télécom de fournir des offres de location de fibre à ses concurrents, leur permettant de raccorder les centraux téléphoniques qu'ils souhaitent équiper en haut débit. Le tarif de cette offre n'est pas encore fixé, mais devrait permettre une relance significative de l'extension géographique du dégroupage.

Le troisième axe concerne l'intervention des collectivités dans les réseaux de fibre de collecte, mis ensuite à la disposition de l'ensemble des opérateurs. Compte tenu des subventions publiques investies, les tarifs pratiqués par les délégataires des collectivités sont alors relativement bas, ce qui permet une extension géographique maximale des opérateurs alternatifs.

## A quand la fibre jusqu'à l'abonné ?

Et la suite ? Depuis quelques mois, le monde des réseaux fixes de communications électroniques parle beaucoup de très haut débit et de fibre jusqu'à l'abonné. Certains ont évoqué l'idée d'un décrochement de l'Europe par des pays asiatiques plus avancés ou par les Etats-Unis, où les opérateurs déploient actuellement des boucles locales optiques.

A long terme, les réseaux de fibre iront plus près des abonnés finaux qu'ils ne le font aujourd'hui et le cuivre, s'il perdure, ne sera plus utilisé que sur quelques dizaines ou centaines de

mètres, contre quelques kilomètres aujourd'hui. La réduction de la longueur de la boucle locale cuivre permet en effet d'y écouler des débits plus importants.

La question posée est celle du rythme d'évolution : dans trois, cinq ou quinze ans ? Les exemples des pays les plus dynamiques en matière de fibre ne sont pas aisément transposables. Au Japon, par exemple, l'opérateur historique pose de la fibre, dont le dégroupage est imposé par le régulateur au bénéfice des opérateurs alternatifs. La pose de fibre est souvent effectuée, y compris en ville, de manière aérienne sur des pylônes. Cette technique de pose réduit la vulnérabilité aux tremblements de terre, et diminue drastiquement les coûts. Elle ne serait toutefois pas acceptable en France, pour des motifs esthétiques et paysagers.

Aux Etats-Unis, les opérateurs téléphoniques historiques semblent avoir négocié un allègement important de la régulation, en échange d'un plan d'investissement de plusieurs milliards de dollars dans les réseaux fibre jusqu'aux bâtiments. Là encore, le contexte est différent du modèle européen, car les opérateurs téléphoniques ne dominaient plus le segment du haut débit, où les câblo-opérateurs détiennent plus de la moitié des abonnés. Le plan d'investissement des opérateurs historiques semblait dès lors leur seule chance de rester, à moyen terme, sur le marché.

## Risques de re-monopolisation

En France, le sujet est plus simple à analyser une fois le marché segmenté entre clientèle résidentielle et professionnelle. Pour les entreprises, et notamment les entreprises de plusieurs dizaines de salariés, l'intérêt d'un raccordement en fibre est d'ores et déjà évident. France Télécom a engagé, il y a maintenant un an, un plan de grande ampleur visant à équiper les principales zones d'activité en fibre optique.

Comparativement, l'investissement des opérateurs alternatifs dans les réseaux d'accès optique pour les entreprises paraît aujourd'hui dangereusement faible. Un certain nombre de collectivités envisagent d'ailleurs de palier localement la déficience du marché, en installant elles-mêmes des réseaux de fibre neutres et ouverts à tous les opérateurs dans leurs zones d'activité, afin d'éloigner les risques de re-monopolisation

du marché local. Ce type d'initiative est suivi avec beaucoup d'intérêt par l'ARCEP, et est débattu dans le cadre des travaux du Comité des Réseaux d'Initiative Publique.

Pour la clientèle résidentielle, le marché semble nettement moins mûr. La boucle locale cuivre est en France d'une qualité exceptionnelle, ce qui permet d'écouler des débits importants, visiblement suffisant pour la vidéo compressée, la voix sur IP et pour consulter Internet. De plus, son raccour-

« A long terme, les réseaux de fibre iront plus près des abonnés finaux qu'ils ne le font aujourd'hui et le cuivre [...] ne sera plus utilisé que sur quelques dizaines ou centaines de mètres contre quelques kilomètres aujourd'hui »

cissement permettrait d'envoyer simultanément plusieurs canaux vidéo en haute définition, ce qui n'est pas possible aujourd'hui.

## Desserte en tâches de léopard

Pour autant, il n'y a aucune commune mesure entre l'investissement nécessaire pour déployer des réseaux fibre desservant chaque logement (plusieurs dizaines de milliards d'euros), et la disposition globale des ménages à payer pour la diffusion audiovisuelle ou la vidéo à la demande. Une desserte en tâches de léopard est économiquement plus probable : seuls les plus grands ensembles immobiliers, pour lesquels les coûts unitaires d'équipement sont moindres, seraient à terme desservis en fibre, les plus petits immeubles restant raccordés en cuivre. Il ne paraît pas complètement évident que les fournisseurs de services résidentiels souhaitent ou soient en mesure de différencier leurs offres avec ce niveau de détail.

La révolution du haut débit touche également la mobilité et les relations entre fournisseurs de contenus et opérateurs diffuseurs. C'est ainsi que le régulateur va devoir analyser les relations entre haut débit sur le fixe et haut débit sur mobile et étudier les problématiques de partage du revenu et du lien commercial au client final si la valeur se déplace, au cours des prochaines années, des réseaux vers les contenus. ■



# Valorisation de la paire de cuivre : le discours de la méthode

L'Autorité a notifié à la Commission européenne, courant novembre, son projet de décision sur la méthode de valorisation des actifs de la boucle locale de cuivre. La méthode des coûts courants économiques a été retenue. Elle sera prise en compte pour la détermination des tarifs du dégroupage total.

La méthode de valorisation de la paire de cuivre de France Télécom est un élément très structurant des équilibres économiques des réseaux de communications électroniques. Son importance tient au poids des actifs liés à la boucle locale cuivre (dont le coût de reconstruction serait de près de 30 milliards d'euros) et également au caractère stratégique que revêt l'accès au client final, « dernier kilomètre » du réseau.

## Les objectifs poursuivis par l'Autorité

Le choix d'une méthode de valorisation des actifs de cette partie du réseau, essentielle au développement de la concurrence, doit répondre à de multiples contraintes, parfois difficiles à concilier. En effet, en plus des objectifs généraux d'efficacité, de non-discrimination et de pertinence, prévus par le cadre réglementaire français, il convient dans le cas de la boucle locale de cuivre de veiller en particulier :

- à ne pas décourager l'investissement de France Télécom dans cette partie du réseau, afin de permettre son maintien en bon état ainsi que les extensions ou mises à niveau nécessaires. La méthode doit ainsi permettre les investissements efficaces et rendre possible le renouvellement des actifs à la fin de leur durée de vie ;
- à inciter les opérateurs alternatifs à déployer progressivement leurs propres réseaux, c'est-à-dire à investir dans des réseaux de plus en plus capillaires, des réseaux de transport interurbains vers les réseaux de collecte puis dans une étape ultérieure vers la boucle locale. Pour ce faire, la méthode doit donner la visibilité nécessaire aux acteurs et être stable dans le temps.

L'Autorité a estimé que le respect de ces principes devrait permettre de favoriser une concurrence durable au bénéfice du consommateur, en respectant un arbitrage entre les intérêts de court et moyen terme de celui-ci : une tarification compatible avec le développement d'une concurrence sur les marchés aval et qui permette le maintien dans de bonnes conditions de l'infrastructure d'accès existante.

## Les méthodes envisagées

Lors du processus de consultation publique mené par l'ARCEP en avril dernier, clos en juillet, quatre méthodes ont été détaillées et examinées : la méthode des coûts de remplacement en filière, (qui est celle qui fondait les tarifs du dégroupage de la

boucle locale jusqu'à présent), la méthode des coûts historiques, la méthode des coûts courants, dans une variante comptable pure, et dans une variante incorporant un amortissement économique.

La méthode des coûts de remplacement en filière, qui consiste à calculer le coût de reconstruction à neuf et de renouvellement de la boucle locale, traduit une logique de "make or buy" : en effet, un tarif de dégroupage calculé sur cette base inciterait un opérateur alternatif à déployer son propre réseau d'accès (make), plutôt que dégroupier (buy), si et seulement si cet opérateur disposait d'une technologie plus efficace que celle de l'opérateur historique. Bien qu'employée jusqu'à présent, cette méthode a été écartée, car elle ne correspond guère à la réalité technique de la boucle locale telle qu'on peut l'observer aujourd'hui et l'anticiper à l'horizon de quelques années sur lequel portera la régulation envisagée : en effet, la paire de cuivre apparaît à ce stade comme une infrastructure essentielle, en ce sens qu'aucune autre technologie n'est déployable de manière crédible et à moindre coût sur l'ensemble du territoire ; dès lors, la simple duplication d'infrastructure étant à l'évidence inefficace, l'arbitrage du make or buy ne se pose pas en pratique.

Il a paru souhaitable que la méthode retenue soit tournée vers l'avenir et permette le nécessaire renouvellement des actifs du réseau de France Télécom. A ce titre, elle doit être capable de prendre en compte l'évolution du prix des actifs du réseau. C'est pourquoi la méthode des coûts historiques a également été écartée.

La visibilité offerte au secteur par une méthode stable, lissant les variations liées aux cycles d'investissement dans les infrastructures, a été évoquée comme devant être l'un des principes guidant le choix de l'Autorité. Or, il apparaît que le profil de dépréciation de la méthode des coûts courants dans sa variante comptable pure ne permet pas de lisser ces chocs de manière aussi satisfaisante qu'en amortissement économique.

## La méthode des coûts courants économiques

C'est la raison pour laquelle l'Autorité a retenu la méthode des coûts courants économiques, dérivée



La paire de cuivre, élément structurant des équilibres économiques des réseaux de communications électroniques.

de la méthode des coûts courants comptables utilisée par d'autres régulateurs en Europe.

C'est en s'écartant délibérément de la logique comptable pure et en incorporant des concepts économiques, tels que la durée de vie économique, le progrès technique, et les cycles notamment, que la méthode des annuités économiques ou dite des « coûts courants économiques » peut donner de bons signaux aux investisseurs et à l'ensemble des acteurs du marché. Martin Cave, professeur d'économie à l'université de Warwick, ne parvient pas à des conclusions différentes lorsqu'il écrit : « l'incorporation d'un amortissement économique dans les coûts courants a l'avantage de rapprocher la trajectoire des coûts de celle de prix concurrentiels ».

Tant France Télécom que l'Association Française des Opérateurs de Réseaux et Services de Télécommunications (AFORS), qui représente les intérêts d'opérateurs alternatifs, ont relevé la pertinence de la méthode des coûts courants économiques pour la valorisation de la boucle locale cuivre.

## Une cohérence entre offres

Le recours à cette méthode de valorisation des actifs a vocation à se répercuter sur l'ensemble des offres utilisant la paire de cuivre, garantissant ainsi à terme la cohérence entre les différents produits fondés sur l'accès cuivre, du service téléphonique classique aux produits haut débit en passant par les liaisons louées d'accès en cuivre, mais aussi entre offres de gros et offres de détail.

Sous réserve de l'aval de la Commission, le projet de décision 05-834 sera formellement adopté par l'Autorité à la fin du mois de décembre, et pourra être immédiatement pris en compte pour la détermination des tarifs du dégroupage total de France Télécom. ■

# Qualité de service des offres de gros haut débit : un enjeu majeur

L'amélioration de la qualité de service est un des principaux axes pour la régulation du haut débit dans les prochaines années. **Elle conditionne la poursuite du développement du dégroupage.**

La qualité de service proposée par les fournisseurs d'accès Internet arrive en deuxième position parmi les critères des ménages pour choisir un abonnement haut débit, juste après le prix. En revanche, sur le marché professionnel, la qualité de service demeure le principal critère.

Dans les prochaines années, l'importance que les clients finals accorderont à la qualité de service ne peut qu'augmenter. Les entreprises seront de plus en plus tributaires de services distants, comme les procédures d'achat informatisées, la distribution d'applications ou l'archivage numérique distant. Pour la clientèle résidentielle, le dégroupage total offre un accès haut débit à Internet, mais également les services de téléphonie d'une ligne principale. La tolérance des clients à une interruption de service ou à un retard de livraison est très faible.

La qualité perçue par le client dépend d'une chaîne de production complexe, dont les responsabilités sont imbriquées. Les fournisseurs d'accès Internet et opérateurs alternatifs achètent le plus souvent des offres de gros à France Télécom au niveau local ou au niveau régional. Ils y ajoutent leurs services propres et prestations, c'est-à-dire leurs serveurs de fichiers, de courrier électronique, la connectivité à l'Internet mondial, éventuellement une passerelle de voix sur IP, et bien évidemment leurs propres procédures d'envoi de modems, d'assistance en ligne et le cas échéant de dépannage.

L'ensemble de ces services, concurrentiels, ne sont pas régulés par l'ARCEP. La qualité de service des opérateurs tend progressivement à s'améliorer en raison de l'importance que les clients accordent à ces questions. Par exemple, certains fournisseurs proposent une assistance en ligne gratuite pour se démarquer de leurs concurrents. En cas de problème grave avec leur fournisseur, les clients finaux peuvent engager des procédures contentieuses, comme pour tout autre activité économique.

Cependant, la qualité de service sur le marché de détail dépend en partie de la qualité de service des offres de gros de France Télécom sur lesquelles s'appuient les opérateurs alternatifs. Pour simplifier, un opérateur ne peut pas livrer une liaison haut débit à son client final en deux jours si France Télécom lui livre en deux semaines la paire de cuivre qui va supporter le service. C'est la raison pour laquelle

la qualité de service des offres de gros que France Télécom fournit à ses concurrents est régulée.

À l'issue de l'analyse des marchés de gros du haut débit, l'Autorité a défini le dispositif suivant :

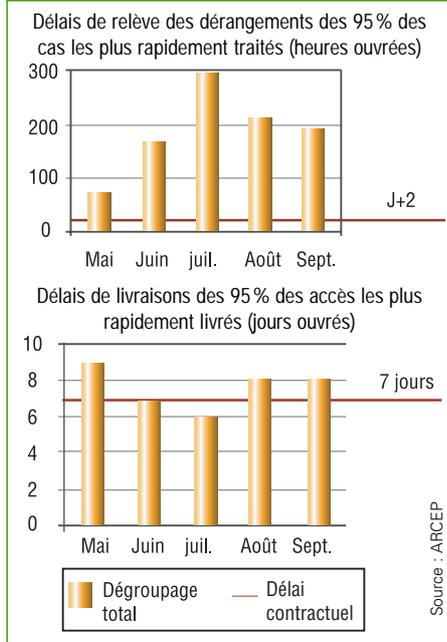
- France Télécom est tenue à une obligation de non discrimination. L'opérateur historique ne peut pas fournir aux opérateurs alternatifs une qualité de service inférieure à celle qu'il arrive à mettre en œuvre pour lui-même ;
- France Télécom est tenue à la transparence. Elle doit ainsi rendre compte de la qualité de service de ses offres de gros, avec une précision suffisante ;
- enfin, et de manière générique, France Télécom est soumise à un principe d'efficacité. Les procédures et processus mis en œuvre doivent être les plus efficaces possibles, de manière à ce que l'ensemble des opérateurs puissent fournir, à leurs clients sur le marché de détail, le meilleur service possible, à un coût raisonnable.

Concrètement, l'ARCEP organise avec une périodicité mensuelle des groupes de travail multilatéraux, réunissant France Télécom, les opérateurs dégroupés et les opérateurs utilisant les offres régionales. Les problèmes rencontrés y sont discutés en temps réel, et la recherche de solutions pragmatiques y est privilégiée.

En parallèle, depuis juin dernier, France Télécom publie tous les mois, sur son site Internet<sup>1</sup>, une liste d'indicateurs de qualité de service. Les indicateurs publiés recouvrent le dégroupage total et partiel, les offres de gros régionales et les offres de détail de France Télécom. Les marchés résidentiel et professionnel sont traités séparément. Ces indicateurs permettent de suivre la distribution des délais de livraison et de réparation, c'est-à-dire leur moyenne et les délais maximaux.

Sur le marché résidentiel, les données publiées depuis cet été révèlent la bonne performance de France Télécom sur les délais de livraison, plus de

## Les indicateurs de qualité



95% des paires de cuivre étant livrées en moins d'une semaine. En revanche, les délais de réparation des accès en panne ne sont pas encore satisfaisants. Dix jours après la signalisation d'un incident, une ligne sur cinq n'est pas réparée, le service du client final n'étant pas rétabli.

Sur le marché professionnel, le dégroupage souffre d'une qualité de service insuffisante, difficilement compatible avec le développement du marché. Le délai moyen de réparation des paires est de l'ordre de quarante heures, soit dix fois le délai contractuel normal. Au vu des indicateurs publiés à la rentrée, l'Autorité a demandé à France Télécom d'étudier une refonte de ses processus pour le marché professionnel, et de l'en tenir informée avant la fin de l'année.

<sup>1</sup> Indicateurs de septembre 2005 : <http://www.francetelecom.com/fr/groupe/initiatives/savoirplus/documentation/offres/>

Extrait des indicateurs mensuels publiés par France Télécom

INDICATEURS DE QUALITE DE SERVICE POUR LE DEGROUPEMENT ET LES MARCHES AVAL				
Résultats du mois de septembre 2005				
	A	B	C	
<b>Offre résidentielle, bande haute seulement</b>	Dégroupage partiel	Offre régionale résidentielle (ADSL + ACA)	Offre DSL résidentielle Wanadoo	
Délai pertinent de livraison	7 jours ouvrés	7 jours ouvrés	7 jours ouvrés	
Délai pertinent de relève des dérangements, J est le jour de départ de la sig	J+1	J+1	J+1	
Délais de livraison				
1 Délai moyen de livraison	jours	4,0	3,2	2,6
2 Délai de livraison des 95% des accès les plus rapidement livrés	jours	10	8	8
3 Délai de livraison des 95% des accès les plus rapidement livrés	jours	16	14	14
4 Taux de respect du délai contractuel de livraison	%	88,8%	93,1%	94,6%

# Dégroupage et opérateurs historiques : co

Le dégroupage est, pour les opérateurs historiques, à la fois un défi et une opportunité. Défi car il permet aux entr à l'extérieur de leurs frontières. **Comment trois opérateurs historiques vivent-ils cette forme de "schizop**



**A**vec près de 7 millions de clients haut débit fin octobre, dont près de 3 millions hors de France, France Télécom est aujourd'hui le premier opérateur européen, sinon mondial, en ADSL.

Opérateur historique en France et en Pologne, opérateur alternatif au Royaume-Uni, en Espagne ou aux Pays-Bas, France Télécom a aujourd'hui une expérience unique pour apprécier les

gentes. Nos plans prévoient d'atteindre en dégroupage, dans les deux ans qui viennent, environ la moitié des lignes, au Royaume-Uni, en Espagne et aux Pays-Bas. Aller au-delà ne serait pas rentable économiquement et risqué face à l'arrivée de nouvelles technologies.

Encore faut-il que les conditions économiques mais aussi opérationnelles le permettent. Or force est de constater que l'harmonisation

du dégroupage au Royaume-Uni n'en est même pas au point où il était en France il y a trois ans; ainsi encore, en Espagne, le délai moyen de production est encore de près de trois semaines quand il est inférieur à trois jours en France.

Par ailleurs, les prix de la boucle locale sont loin de refléter la réalité comparée des coûts. Il est par exemple incompréhensible que les prix en France soient nettement inférieurs à ceux

« L'apport principal du dégroupage est la possibilité pour un opérateur de se différencier par les services.

C'est la stratégie qu'a choisi de mener France Télécom en Europe »

pratiqués dans les pays voisins dont la densité de population est très supérieure à celle de la France.

France Télécom peut sans complexe et sans sombrer dans la schizophrénie plaider

opportunités et les risques du dégroupage, mais aussi pour mesurer les effets comparés des réglementations nationales sur les offres d'accès ainsi que sur leur caractère opératoire.

L'apport principal du dégroupage est la possibilité pour un opérateur de se différencier par les services. C'est la stratégie qu'a choisi de mener France Télécom en Europe, en répliquant à l'étranger les offres *multiplay* qu'elle déploie en France, et, en s'appuyant aussi sur ses filiales mobiles pour développer des offres conver-

voulue par Bruxelles reste très imparfaite et que cet écart ne diminue pas, faute d'intervention adaptée de certains régulateurs ou de l'absence d'exercice du droit de la concurrence.

Alors que les processus et les tarifs de dégroupage ont permis en France un décollage très rapide de cette forme de concurrence, celle-ci reste problématique dans de grands pays européens, soit pour des raisons d'espace économique insuffisant, soit surtout pour des raisons opérationnelles. Ainsi le développement actuel

en France, comme ailleurs, pour une utilisation rationnelle des infrastructures de l'opérateur historique, conjuguant concurrence équitable et juste rémunération.

C'est néanmoins quand nous mesurons le décalage entre d'une part les obstacles que nous rencontrons à l'étranger et d'autre part la volonté de l'ARCEP à étendre le dégroupage au-delà de sa zone naturelle d'intérêt économique, que la schizophrénie nous guette...

Jacques Champeaux

Point de vue



**L**a position de Telecom Italia en matière de dégroupage est parfaitement cohérente dans la mesure où elle défend, à la fois sur son marché domestique et dans les autres pays européens où elle est présente, un modèle de concurrence basée sur le dégroupage, par opposition à un modèle de revente basé sur les offres de gros de l'opérateur historique.

En effet, Telecom Italia est convaincue que seul le dégroupage permet le développement d'une concurrence pérenne apportant sur le long terme des bénéfices aux consommateurs. Le dégroupage se distingue des autres modèles de concurrence car :

- il offre la possibilité de lancer des services innovants,



**Diego Massidda**  
PDG - Telecom Italia France

- il permet d'établir une relation directe avec le client, au travers d'un seul point de contact et par un seul acteur responsable (en ce sens il constitue une véritable alter-

native à l'opérateur historique),  
- il garantit à l'opérateur une indépendance technologique et un contrôle accru de la qualité des services fournis,  
- et il permet la gestion d'un véritable ensemble de services intégrés (voix et données).

Dès lors, les offres de gros ne devraient être considérées que comme un "pont" vers la mise en place d'un modèle basé sur le dégroupage.

Dans ce contexte, il convient pour tout opérateur historique, et principalement là où des infrastructures alternatives n'existent pas, d'offrir l'accès à sa boucle locale dans des conditions économiques et opérationnelles satisfaisantes et non discriminatoires. ●●

# Concilier l'inconciliable ?

Avant de les concurrencer sur leur marché traditionnel, opportunité car il leur donne l'occasion de se développer "à leur manière" ?

... L'expérience britannique récente d'un ralliement à ce modèle de concurrence démontre bien qu'il est le seul permettant de garantir une concurrence durable et d'instaurer une égalité de traitement entre opérateurs.

Pour un opérateur comme Telecom Italia qui est présent sur plusieurs marchés européens, il est fondamental que les conditions d'entrée sur ces différents marchés soient équitables et harmonisées pour que puisse s'exercer partout une concurrence par les mérites.

C'est ainsi que sur son marché domestique, Telecom Italia a mobilisé d'importantes ressources afin d'offrir aux opérateurs alternatifs l'accès à sa boucle locale dans des conditions opérationnelles optimales, au travers notamment d'un système efficace de livraison assorti de pénalités incitatives. Le nombre de lignes totalement dégroupées en Italie est supérieur à 1 100 000, représentant 5 % du total des lignes activées. Dès le lancement du dégroupage sur le marché italien, Telecom Italia s'est appuyée sur des processus complètement automatisés garantissant aux opérateurs dégroupés une très bonne qualité de service, incluant par exemple la synchronisation du dégroupage avec la portabilité, si problématique jusqu'à une date récente en France. De plus, en Italie les clients choisissent la date à laquelle le dégroupage de leur ligne doit intervenir.

Bien sûr, l'attractivité du dégroupage repose également sur les conditions économiques auxquelles il est proposé et sur son positionnement par rapport au niveau tarifaire des offres de détail. A cet égard, le tarif du dégroupage en Italie est l'un des plus attractifs en Europe pour favoriser le développement de la concurrence et garantir, en outre, un espace économique adéquat avec le niveau de l'abonnement.

Au-delà du niveau des tarifs, il est légitime que les opérateurs alternatifs soient en mesure de s'assurer qu'ils ne subissent pas des conditions moins favorables que celles que l'opérateur en place accorde à ses filiales ou s'accorde à lui-même. Cette garantie d'égalité de traitement est assurée par Telecom Italia de manière rigoureuse en Italie (séparation comptable, obligations de transparence, « firewalls », garanties de qualité de service, pénalités...). Force est de constater qu'elle fait encore défaut en France, bien que le régulateur prenne aujourd'hui certaines initiatives en la matière.

En France, Telecom Italia a été le premier

opérateur à commercialiser auprès des clients résidentiels des offres basées sur le dégroupage total, leur proposant ainsi une alternative globale à l'opérateur en place. Or, de manière assez singulière par rapport à la majorité des

« Telecom Italia est convaincue que seul le dégroupage permet le développement d'une concurrence pérenne apportant sur le long terme des bénéfices aux consommateurs »

pays européens, le dégroupage total a connu et connaît encore de nombreuses difficultés opérationnelles, par comparaison au dégroupage partiel qui s'est développé plus rapide-

ment. La qualité de service offerte aux opérateurs alternatifs a longtemps fait défaut, et la lourdeur des processus a constitué jusqu'à récemment un frein majeur à un véritable décollage du dégroupage. Si des améliorations opérationnelles se profilent aujourd'hui des évolutions importantes restent toujours attendues par les acteurs sur le plan économique ainsi qu'en matière d'égalité de traitement.

Pour Telecom Italia, le dégroupage peut donc générer un développement harmonieux du marché partout en Europe pour autant qu'il repose sur un engagement volontaire de l'ensemble des acteurs et qu'il intervienne dans un cadre réglementaire cohérent et harmonisé.

Diego Massidda



Par principe, Deutsche Telekom est en faveur de la concurrence. Nous considérons que la concurrence fondée sur le déploiement d'infrastructures propres est la seule susceptible de créer de la valeur à long terme dans une économie nationale.

En Allemagne, le dégroupage complet a déjà créé une situation de forte concurrence. Depuis l'introduction des nouveaux modes de raccordement, l'Allemagne est leader en Europe en matière de dégroupage. Il constitue une opportunité favorable, s'il n'y a pas d'autres moyens d'accéder au client final.

Aujourd'hui la France est parmi les pays ayant le potentiel de croissance le plus élevé dans notre secteur. Deutsche Telekom, à travers T-Online France, souhaite saisir cette opportunité. Etant donné que la régulation

c'est-à-dire l'accès, les contenus et les communications, sans que le consommateur final soit obligé de souscrire un abonnement auprès de l'opérateur historique.

Ainsi, pour Deutsche Telekom il n'y a aucune ambivalence entre les rôles d'acteur nouvel entrant à l'étranger et d'opérateur historique en Allemagne. Bien au contraire, il est indiscutable que dans les deux pays nous suivons une stratégie cohérente: investir dans



Nikolai J. B. Beckers

Président - Deutsche Telekom France

« Pour Deutsche Telekom il n'y a aucune ambivalence entre le rôle d'acteur nouvel entrant à l'étranger et d'opérateur historique en Allemagne »

en France incite à investir dans un réseau propre, nous avons décidé d'y consacrer des montants conséquents. Grâce à ces investissements, nous sommes en mesure de proposer une offre complète *Triple Play*,

les infrastructures. Aussi est-il primordial qu'un cadre réglementaire fiable et stable garantisse un légitime retour sur investissement pour les opérateurs. C'est la condition *sine qua non* à la création d'une offre attractive, innovante et abordable pour les consommateurs.

Nikolai J. B. Beckers

Point de vue

# Haut débit : les atouts du câble

Les restructurations du secteur du câble relancent l'intérêt pour cette boucle locale, alternative à la paire de cuivre. **Les dirigeants de Numericable et d'UPC-Noos expliquent leurs atouts et leurs attentes vis-à-vis du régulateur.**

**PHILIPPE BESNIER** Président de Numericable



## Infrastructure alternative de la paire de cuivre, le câble a-t-il toujours un avenir ?

Plus que jamais car son potentiel est bien supérieur à celui de la paire de cuivre, en particulier dans les hauts débits. Et l'on sait qu'avec l'arrivée des nouveaux services basés sur l'image, qu'il s'agisse de TVHD ou de vidéo à la demande, par exemple, les réseaux sont de plus en plus gourmands. Voilà pourquoi Numericable modernise ses réseaux en déployant de la fibre optique jusqu'en pied d'immeuble, pour apporter le très haut débit. Dès

décembre prochain une offre à 100 Mbit/s pour le grand public sera disponible sur deux de nos sites, avant d'être étendue en 2006.

Et qui peut le plus peut le moins : nous proposons depuis le 7 novembre dernier une offre de téléphonie sur IP pour seulement 10 €/mois, appels illimités en local, régional et national.

Avec l'arrivée de la téléphonie, Numericable devient un acteur important du « triple play » et commercialise dès à présent toute une gamme d'offres internet – téléphone – télévision qui contribuent à dynamiser le marché. Le câble est bien dans la course !

**Qu'attendez-vous de l'action du régulateur en matière de haut débit ?**

Fiche d'identité

Actionnariat : **100% Ypso Holding**  
CA total : **près de 400 M d'euros**  
Investissements prévus : **200 M d'euros sur 3 ans**  
Nbre d'abonnés (TV, Internet, téléphone) : **1,8 million d'abonnés TV, 230 000 abonnés Internet, téléphone en lancement**  
Nombre de prises commercialisables haut débit : **80% du réseau**

Qu'il prenne en compte la véritable concurrence apportée par une infrastructure filaire alternative à la boucle locale en cuivre de France Télécom. Le dégroupage de la paire de cuivre n'est pas l'alpha et l'oméga de l'innovation et de la compétition en matière de haut débit dans notre pays. Il nous paraît nécessaire que le régulateur se préoccupe également des conditions à mettre en œuvre pour stimuler l'investissement dans les réseaux réellement indépendants. Et cela touche des sujets divers : terminaisons d'appel en matière de téléphonie, relations avec les collectivités locales, garantie d'accès aux contenus... qui sont autant de sujets de régulation. Depuis deux ans, le câble a vécu en France une véritable transformation structurelle, suscitée en son temps par l'ARCEP, qui lui permet aujourd'hui de relancer l'innovation en matière de haut débit. Le régulateur aura sans doute à cœur de suivre les effets de cette révolution et, nous l'espérons, de veiller à ce que la concurrence ainsi renforcée puisse continuer à se développer au bénéfice du public. ■

**JACK MIKALOFF** Directeur général délégué d'UPC-Noos



## Infrastructure alternative de la paire de cuivre, le câble a-t-il toujours un avenir ?

Oui, plus que jamais : le câble en technologie HFC (Hybride Coax-Fibre), qui permet une liaison en fibre optique jusqu'à des poches de moins de 500 logements, donne depuis longtemps l'accès au multiservice pour les résidentiels, avant même l'arrivée de l'ADSL. De plus notre réseau est la seule boucle locale disponible pour le grand public comme

alternative à la paire de cuivre de France Télécom. Cette totale indépendance par rapport à FT est un atout très important pour garantir la qualité de nos services et les tarifs les plus adaptés pour nos offres.

L'avance technologique du câble tient notamment dans sa capacité à fournir des débits de plusieurs centaines de Mbit/s. Nous utilisons déjà 800 Mbit/s à 1 Gbit/s pour la télévision et pouvons envisager à l'avenir des débits Internet de 100 Mbit/s.

Un autre atout majeur du câble HFC par rapport à l'ADSL est de pouvoir réserver de la bande de fréquence à chaque service (TV, Internet haut débit et téléphone), ce qui donne à chacun une excellente qualité. En outre le débit alloué à Internet est toujours réel sur le câble. Ce n'est pas le cas de la majorité des offres ADSL qui font référence à un débit théorique supérieur généralement de 25% au débit réel chez le client. Preuve de notre dynamisme : l'offre de téléphonie, déjà disponible dans de nombreuses villes de province, vient d'être lancée avec succès en région parisienne. L'offre commerciale d'UPC-Noos est l'une des plus compétitives du marché.

Par ailleurs, nos bouquets de télévision regroupent des chaînes issues de tous les éditeurs, alors que le satellite ou l'ADSL ne proposent que les plateformes d'opérateurs intégrés verticalement avec des éditeurs.

Fiche d'identité

Actionnariat : **Liberty Global**  
CA : **400 M d'euros**  
Investissements 2005 : **150 M d'euros**  
Nbre d'abonnés au 30 juin 2005 : **1,8 million (dont 546 000 pour la TV numérique, 272 000 pour l'Internet haut débit et 84 100 pour la téléphonie fixe)**  
Nombre de prises commercialisables : **4,6 millions de foyers raccordables**

Et dès maintenant, la TVHD est disponible sur nos réseaux. En 2006, nous proposerons également la vidéo à la demande (VoD). Nous travaillons déjà sur le quadruple play et étudions diverses possibilités pour associer nos services fixes à des options de mobilité.

**Qu'attendez-vous de l'action du régulateur en matière de haut débit ?**

UPC-Noos attend du régulateur la mise en place des conditions d'une concurrence équitable et favorable à l'investissement dans les infrastructures alternatives, notamment vers le marché résidentiel. En particulier, nous souhaitons que l'ARCEP s'assure que nous recevons des autres opérateurs une juste rémunération pour acheminer les appels téléphoniques vers nos clients (terminaison d'appel), ce qui n'est pas le cas aujourd'hui. Nous devons pouvoir fixer un tarif tenant compte de nos investissements et de la structure de nos réseaux qui sont uniques en leur genre puisqu'ils vont jusque dans le foyer. Cela nécessite évidemment des investissements bien plus lourds que la simple location d'infrastructure de France Télécom comme c'est le cas dans le dégroupage. Mais c'est la seule voie pour garantir une véritable concurrence sur le long terme sur le marché français. Nous souhaitons aussi que l'ARCEP se penche sur le nouveau problème de l'accès aux programmes de télévision par tout opérateur indépendant : l'approvisionnement en chaînes de télévision est une des clés économiques du succès du « triple play ». Il est nécessaire que l'ARCEP s'y intéresse pour garantir le respect et le développement d'une juste concurrence entre les opérateurs. ■

## Les barrières à l'entrée

La Lettre de l'Autorité poursuit la série d'articles consacrés aux outils économiques utilisés par le régulateur pour analyser les marchés : après la définition des marchés pertinents (N° 45) et les parts de marché (N° 46), les barrières à l'entrée.

**La notion de barrières à l'entrée est fondamentale dans la procédure d'analyse des marchés. Celles-ci constituent des obstacles à la concurrence.** Mais l'innovation peut en faire tomber certaines à terme.

**D**ans le processus de définition des marchés pertinents susceptibles d'être soumis à une régulation *ex ante*, le régulateur doit en premier lieu s'interroger sur l'existence de barrières à l'entrée ainsi que sur leur caractère provisoire ou non, en se situant d'emblée dans une approche prospective (comme le prévoit la Recommandation de la Commission Européenne du 11 février 2003 concernant les marchés pertinents (2003/311/CE). En second lieu, lorsqu'il évalue le pouvoir de marché des entreprises présentes sur les marchés pertinents retenus, le régulateur doit le faire à l'aune des barrières à l'entrée auxquelles sont confrontés leurs concurrents potentiels.

### L'entrée libre sur un marché favorise la concurrence

Si les profits réalisés sur un marché sont particulièrement élevés au regard des coûts encourus, caractéristique par ailleurs généralement liée à une structure de marché oligopolistique, alors le nombre d'acteurs présents est susceptible d'évoluer. En effet, si l'entrée sur ce marché est ou devient libre, c'est-à-dire ni coûteuse, ni contrainte, de nouvelles entreprises se positionnent à leur tour sur le marché, aspirant au partage des profits réalisés par leurs concurrentes en place. A terme, la concurrence se développe, les prix tendent vers un niveau concurrentiel et les profits réalisés diminuent.

Néanmoins, et c'est le cas dans le secteur des télécommunications, cette dynamique est contrariée sur certains marchés : les structures de marché monopolistique et oligopolistique sont difficilement contestées en raison notamment de l'existence de certaines formes de restrictions à l'entrée.

### L'identification des barrières à l'entrée

La théorie économique industrielle traditionnelle distingue deux catégories principales de barrières à l'entrée : les barrières structurelles et les barrières légales ou réglementaires. Ne seront pas abordés dans cet article les leviers stratégiques que peuvent constituer ces barrières pour les acteurs des marchés.

Les barrières dites structurelles ont une

origine économique : elles découlent généralement de la structure des coûts des entreprises en place, parfois de la nature de la demande qui s'adresse à elles. L'entrée sur un marché peut être entravée en raison de la structure des coûts de production des entreprises présentes sur ce marché. La présence d'économies d'échelle et de gamme ainsi que de coûts fixes de production élevés en est une première illustration.

Dans toute économie de réseau, les opérateurs supportent un coût fixe, correspondant à la construction de leur réseau, qui s'avère également être un coût irrécupérable dans la mesure où, une fois l'investissement réalisé, le capital investi est considéré comme perdu en cas de cessation d'activité. Ce type d'opérateur peut, en augmentant sa production, diminuer le coût unitaire de son produit (et ainsi bénéficier d'économies d'échelle), ou encore offrir un second produit à partir de ce réseau à un coût moindre (et ainsi bénéficier d'économies de gamme résultant de la mutualisation de son réseau entre les deux produits). Les entraves à l'entrée sur les marchés des deux produits sont élevées puisqu'un concurrent potentiel devra d'une part supporter le coût de construction de son propre réseau et d'autre part s'assurer que la demande à laquelle il sera confronté sera suffisamment élevée pour permettant de concurrencer l'opérateur en place.

### L'image de marque

Les avantages absolus de coûts d'entreprises en place, liés à leur entrée sur le marché plus précoce, sont une seconde illustration de structures de coûts faisant obstacle à l'entrée : les entreprises déjà présentes sur le marché supportent alors des coûts moindres qu'un nouvel entrant potentiel quelle que soit la quantité offerte. Cet avantage comparatif résulte par exemple d'une meilleure connaissance du marché en termes de technologie (par des efforts de R&D), de l'expérience accumulée développant les compétences et le savoir-faire (le « *learning by doing* »), de la réputation développée (qui favorise l'établissement de contrats avec des grands clients ou des fournisseurs ou encore diminue les coûts financiers de recours à de nouveaux capitaux).

La nature de la demande peut également constituer une barrière à l'entrée pour des



entrants potentiels, notamment lorsque les produits sur le marché sont différenciés. Les demandes qui s'adressent aux différents produits ne sont alors que partiellement substituables. Tout particulièrement, l'image de marque d'entreprises en place peut constituer un facteur de différenciation. Ainsi, il est probable que l'opérateur historique bénéficie pour les services de téléphonie fixe d'un avantage par rapport aux opérateurs de pré-sélection du transporteur en termes d'image de marque vis-à-vis de certains consommateurs. Cet avantage constitue alors une barrière à l'entrée pour les « pré-sélectionneurs », qui doivent s'engager soit sur des tarifs moindres soit sur des dépenses en publicité pour convaincre les consommateurs.

### Les barrières légales ou réglementaires

Les barrières à l'entrée peuvent aussi avoir pour origine des mesures législatives ou administratives qui ont un effet direct sur les conditions d'entrée sur le marché et sur le positionnement des entreprises en place sur ce dernier. Il s'agit par exemple de la structure de monopole légal, qui interdit la concurrence potentielle, ou de la délivrance de licences ou de brevets instaurant de fait un avantage concurrentiel à leurs détenteurs. Les opérateurs de téléphonie mobile, par exemple, doivent disposer d'une autorisation d'utilisation des fréquences pour développer leur activité. Cette autorisation constitue une barrière à l'entrée, cette dernière étant toutefois intrinsèquement liée à la barrière structurelle qu'est la rareté de la ressource spectrale.

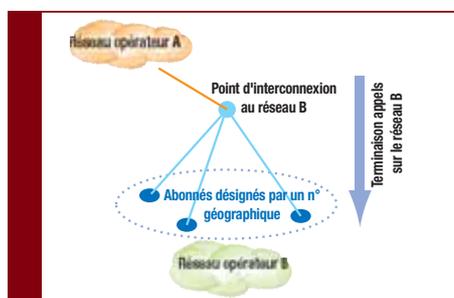
### Le cas des marchés à fort potentiel d'innovation

L'importance des barrières à l'entrée doit être relativisée sur les marchés où l'innovation est forte et dont le développement est rythmé par le progrès technique. Dans ce cadre particulier, les barrières à l'entrée peuvent être contestées à moyen terme par la capacité à innover des concurrents potentiels. Les technologies moins coûteuses alors susceptibles d'émerger, ainsi que les nouveaux segments de demande que feront naître des produits ou des services novateurs, créent alors un espace concurrentiel pour les nouveaux entrants. ■

# La terminaison d'appel sur chaque boucle locale est un marché pertinent

L'ARCEP a conclu son analyse des marchés de la terminaison d'appel géographique et a imposé à ce titre des obligations à tous les opérateurs de boucle locale (Free, Colt, 9 Cegetel, Completel...).

On désigne par « terminaison d'appel géographique » les prestations d'acheminement d'appels fournies par un opérateur de boucle locale (OBL) à d'autres opérateurs afin de leur permettre d'établir, via l'interconnexion au réseau de l'OBL, des communications téléphoniques à destination des abonnés de cet OBL (identifiés par un numéro contenant une information de localisation géographique). Du fait du sens des communications ainsi acheminées, on dit que cet opérateur « termine » les appels vers ses abonnés.



Au terme de l'analyse concurrentielle menée sur ces marchés, l'Autorité a conclu que les prestations de terminaison d'appel géographique fournies par

chaque opérateur de boucle locale sur son réseau constituent un marché pertinent. Par ailleurs, l'Autorité a démontré que ces opérateurs disposent de la possibilité de se comporter indépendamment de leurs concurrents et de leurs clients, et en a conclu à l'influence significative exercée par chacun d'entre eux sur le marché de leur terminaison d'appel géographique.

Afin notamment de permettre le développement d'une concurrence loyale et effective sur les marchés de la téléphonie fixe, l'ARCEP a défini des obligations à imposer aux OBL, justifiées au regard des obstacles concurrentiels rencontrés sur les marchés de la terminaison d'appel géographique.

Les opérateurs alternatifs sont donc désormais soumis à l'obligation de faire droit aux demandes raisonnables d'accès et d'interconnexion relatives à la terminaison d'appel géographique afin de permettre à tous les utilisateurs de joindre les abonnés raccordés aux autres réseaux. Ces opérateurs sont par ailleurs soumis aux obligations de transparence et de non discrimination, afin de garantir des modalités et conditions satisfaisantes de fourniture de leurs prestations. Enfin, l'Autorité interdit à ces opérateurs de prati-

quer des tarifs excessifs pour ces prestations de terminaison d'appel.

L'Autorité n'a pas imposé les mêmes obligations aux opérateurs alternatifs de boucle locale qu'à France Télécom. En effet, la position privilégiée de l'opérateur historique sur l'ensemble des marchés de la téléphonie fixe, sur lesquels il exerce une position dominante, justifie une régulation renforcée. Aussi l'Autorité a notamment imposé à France Télécom de fixer des tarifs de terminaison d'appel reflétant les coûts correspondants.

Après l'aval de la Commission européenne, le 15 septembre dernier, au mode de régulation proposé par le régulateur, l'Autorité a conclu un processus d'analyse et de consultations entamé en janvier 2005. L'Autorité complètera dans les prochains mois son analyse de marché en étudiant le cas des prestations de terminaison des appels interpersonnels vers des numéros non géographiques (de type 087B) récemment apparus sur le marché français. ■

*Décision n°2005-0425 du 27 septembre 2005 relative à l'analyse des marchés de la terminaison d'appel géographique sur les réseaux alternatifs fixes, publiée au JO du 18 octobre 2005.*

## Services de diffusion audiovisuelle : le CSA est saisi

L'ARCEP a amendé son analyse du marché 18 au vu de sa consultation publique et **saisi le CSA pour avis.**

L'Autorité a reçu 13 contributions d'acteurs de la diffusion, de la distribution ou de l'édition, suite à son appel à consultation publique (1<sup>er</sup> juillet-9 septembre 2005) sur son analyse du marché de gros des services de diffusion audiovisuelle, destinés à livrer un contenu diffusé aux utilisateurs finals, par voie hertzienne terrestre, par câble, par ADSL ou par satellite.

Au terme de son analyse, l'Autorité avait proposé de mettre en place une régulation *ex ante* sur le seul marché pertinent des offres de gros de diffusion de télévision hertzienne terrestre en modes analogique et numérique.

Les acteurs ont formulé des observations sur la durée de validité de l'analyse, la délimitation des marchés, l'application du test de pertinence à chacun des marchés délimités, ainsi que sur la question des remèdes.

L'ARCEP a procédé à la synthèse des réponses

pour amender son document d'analyse en prenant en compte les commentaires du secteur.

Elle s'est ainsi efforcée d'expliquer l'absence de régulation des services proposés par les diffuseurs aux éditeurs et aux opérateurs de multiplexe et de mieux tenir compte de la substituabilité croissante entre les différents supports de diffusion. En ce qui concerne les remèdes, elle a décidé de maintenir leur restriction au seul segment du numérique et a tranché les questions restées partiellement ouvertes au stade de la consultation publique. Elle prévoit ainsi d'imposer à TDF de faire droit aux demandes raisonnables d'accès, de fournir l'accès dans des conditions non discriminatoires, de publier son offre de gros avec un préavis de trois mois. TDF se voit également interdire de pratiquer des tarifs excessifs ou d'éviction et imposer une obligation de séparation comptable qui porte, quant à elle, sur l'ensemble du marché.

Conformément au code des postes et des commu-

nications électroniques, l'Autorité a saisi le CSA pour avis. Elle lui a transmis l'ensemble des contributions à la consultation publique, leur synthèse, ainsi que la nouvelle version de son analyse (documents disponibles sur le site Internet de l'Autorité).

C'est la première fois que l'ARCEP saisit le CSA. Les deux régulateurs avaient toutefois préalablement pu évoquer les questions soulevées par l'analyse du marché 18 à l'occasion de plusieurs réunions bilatérales.

La saisine du Conseil de la concurrence pour avis marquera la prochaine étape du processus d'analyse de ce marché. Celui-ci disposera, comme le CSA, d'un délai de six semaines pour se prononcer. L'Autorité notifiera ensuite ses projets de décision à la Commission et aux autorités réglementaires des autres Etats membres de l'Union européenne, avant d'adopter formellement ses décisions. ■

[www.arcep.fr/publications/c-public/saisineCSA-nongrise.pdf](http://www.arcep.fr/publications/c-public/saisineCSA-nongrise.pdf)

# SMS : l'école française

La France est le premier pays européen à considérer que le marché de gros de la terminaison d'appel SMS constitue un marché pertinent qui doit être régulé. **Ce qui devrait libérer le jeu concurrentiel du SMS sur le marché de détail.**

Le SMS (*Short Message Service*) a connu un très fort développement en France métropolitaine depuis la signature des accords d'interopérabilité en décembre 1999 entre les trois opérateurs mobiles, Orange France, SFR et Bouygues Telecom. Près de 11 milliards de SMS ont ainsi été envoyés sur les réseaux de ces opérateurs en 2004 (soit 7 fois plus qu'en 2000), pour un chiffre d'affaires de plus d'un milliard d'euros (contre 151 millions d'euros en 2000). Mais, si un client mobile envoie, selon les chiffres de l'Observatoire des marchés de l'ARCEP, 22 SMS par mois en moyenne sur l'année 2004 (contre 7 en 2001), l'usage du SMS demeure l'apanage des 12-25 ans qui, selon le CREDOC<sup>1</sup>, en envoient près de 80 par mois. Ainsi, le SMS est devenu un nouveau média à la fois pratique et discret, mais aussi une nouvelle façon de communiquer. L'appétence des consommateurs pour ce type de services, loin de se tarir, devrait se porter sur les réseaux fixes, où le SMS reste encore limité, et redoubler avec l'arrivée des nouveaux services à valeur ajoutée (SMS +, MMS, etc.).

## L'interconnexion SMS limite le jeu concurrentiel

Cet essor exceptionnel ouvre des opportunités, notamment aux acteurs du fixe et de l'Internet, qui souhaitent désormais développer des offres SMS alternatives. L'Autorité est favorable à la diffusion du SMS au-delà du seul monde mobile et relève qu'à court terme le caractère essentiellement mobile du SMS (plus de 90 % du trafic) offre une base de départ à ce mouvement. Dans ce contexte, le niveau élevé des charges d'interconnexion demandées par les opérateurs mobiles pour l'envoi de SMS sur leur réseau, constitue toutefois un obstacle réel, qui décourage le lancement d'offres alternatives. Ces charges, dites de terminaison d'appel SMS (ou TA SMS), s'établissent en effet à 5,336 centimes d'euros (c€) HT par SMS pour chacun des opérateurs, niveau inchangé depuis 1999 malgré la forte baisse des coûts unitaires du SMS.

Cet effet de réseau ou « effet club », par lequel le plus petit des réseaux se trouve mécaniquement désavantagé, joue également entre opérateurs mobiles au travers de la factu-

ration de la TA SMS pour les SMS off net<sup>2</sup>. Cette situation handicape donc Bouygues Telecom dans le jeu concurrentiel (cf. encadré), opérateur dont la part de marché SMS est la plus petite<sup>3</sup>. Elle tend également à favoriser des comportements tarifaires de différenciation on net / off net qui ne correspondent pas nécessairement aux attentes des clients.

Compte tenu de son niveau actuel, la TA SMS structure également la chaîne de valeur du SMS mobile vers mobile et participe donc à la relative stagnation des prix de détail correspondants relevée ces dernières années.

## Contrôle tarifaire

C'est pourquoi l'Autorité propose, dans le cadre de l'analyse des marchés :

- de désigner chacun des trois opérateurs mobiles de métropole Orange France, SFR et Bouygues Telecom comme exerçant une influence significative sur le marché de gros de la terminaison d'appel SMS sur son propre réseau ;
- d'imposer un contrôle tarifaire, sous la forme d'une orientation vers les coûts de la TA SMS ;
- de fixer un premier plafond pour la TA SMS de l'ordre de 2,5 c€ par SMS (contre 5,336 c€ actuellement).

En revanche, l'Autorité considère qu'une intervention directe sur le marché de détail n'est ni souhaitable ni nécessaire. L'action de l'ARCEP sur les marchés de gros devrait être en effet suffisante pour dynamiser de façon significative le jeu concurrentiel et permettre la diffusion du SMS au-delà du seul monde mobile.

Cette analyse des marchés, lancée le 24 octobre, est soumise à consultation publique jusqu'au 2 décembre 2005. Après réception des

commentaires, l'Autorité transmettra son analyse pour avis au Conseil de la concurrence qui se prononcera sur la définition des marchés et la désignation des opérateurs puissants. Les mesures envisagées et leurs motivations seront ensuite soumises à la Commission européenne et aux autres Autorités de régulation nationales (ARN) des Etats membres de l'Union.

## Une première européenne

En 2002, la Commission européenne a identifié 18 marchés pertinents susceptibles d'être soumis à une régulation sectorielle. Compte tenu du développement limité du marché du SMS à l'époque, le marché de gros de la terminaison d'appel SMS n'avait pas été inclus dans cette liste, contrairement à celui de la voix.

Néanmoins, au vu de l'essor du marché SMS en France métropolitaine et des problèmes concurrentiels identifiés, l'ARCEP considère qu'il est désormais nécessaire de mettre en place une régulation spécifique, de façon à libérer le jeu concurrentiel du SMS sur le marché de détail et permettre la diffusion du SMS au-delà du seul monde mobile.

La France est le premier pays en Europe à envisager une telle régulation. Dans le cadre du Groupe des régulateurs indépendants (GRI), l'ARCEP a rencontré les autres ARN afin notamment d'élaborer un premier benchmark de la TA SMS. ■

<sup>1</sup> La diffusion des technologies de l'information dans la société française, Enquête « Conditions de vie et aspirations des Français », CREDOC, décembre 2004.

<sup>2</sup> Un SMS off net désigne un SMS entre deux clients de réseaux mobiles distincts, contrairement à un SMS on net qui désigne un SMS entre deux clients d'un même réseau.

<sup>3</sup> 16,2 %, contre 44,2 % pour Orange France et 39,6 % pour SFR, selon les derniers chiffres publiés par l'Observatoire des Mobiles de l'ARCEP en juin 2005.

## Un différend tranché en équité

L'ARCEP a été saisie, le 11 juillet dernier, de deux demandes de règlement de différend par Bouygues Telecom à l'encontre d'Orange France et de SFR sur les conditions tarifaires de la TA SMS.

Compte tenu des coûts estimés, Bouygues Telecom demandait notamment à ce que la TA SMS de ses concurrents soit fixée à 2,5 c€. Or, l'analyse de marché n'étant pas terminée, la seule obliga-

tion existant à la date de la décision est celle de faire droit aux demandes raisonnables d'interconnexion. En particulier, aucune mesure de contrôle tarifaire *ex ante* n'était opposable à Orange France et SFR. Dans ces conditions, l'Autorité a été appelée à résoudre le différend en équité.

Dans ce cadre, l'Autorité, qui ne pouvait se référer uniquement à des éléments de coûts,

a fixé un tarif de terminaison d'appel SMS à 4,3 c€. Ce tarif est apparu raisonnable au regard des demandes de Bouygues Telecom et des éléments avancés par Orange France et SFR. L'Autorité précise toutefois que ce niveau est sans préjudice des obligations réglementaires qui pourraient être imposées aux opérateurs mobiles à l'issue du processus d'analyse des marchés.

# La régulation, enjeux pour le secteur postal

Les Xèmes Entretiens de l'Autorité auront été l'occasion, pour l'ARCEP, de dialoguer avec les acteurs, de mieux cer

## Savoir concilier audace et équité



**L**es Xèmes Entretiens de l'ARCEP consacrés à la régulation du secteur postal ont montré l'intérêt d'établir un dialogue de qualité entre les acteurs du secteur et l'ARCEP. Ils ont révélé combien ce secteur était complexe en raison de la diversité des services en cause (lettres, colis, presse, etc), de la problématique du service universel avec l'aménagement du territoire, de la réalité concurrentielle du secteur de l'express, etc.

Tout d'abord, s'il faut se réjouir que la France dispose aujourd'hui d'un cadre réglementaire moderne avec la loi postale du 20 mai 2005, il convient de ne pas oublier que le secteur postal est déjà très largement ouvert à la concurrence.

Aujourd'hui, les concurrents de La Poste détiennent une forte part du dynamique marché des colis et, fait nouveau, peuvent s'attaquer à une part significative du marché du courrier qui devrait s'accroître avec la limitation du secteur réservé au courrier de moins de 50 g le 1er janvier prochain. Certaines activités sont déjà totalement ouvertes à la concurrence comme le courrier international, par exemple.

Dans ce secteur où s'exercent plusieurs métiers, il est nécessaire de savoir où positionner le curseur de la régulation pour concilier l'existence et la viabilité du service universel, dont la loi nous confie le contrôle, avec le développement de cette concurrence sur les envois de correspondance. Les régulateurs des pays voisins ont indiqué que, chez eux, le niveau de régulation était inversement proportionnel au degré d'ouverture des marchés.

En France, comme l'a souhaité l'un des concurrents de La Poste, l'ARCEP devra faire preuve, en matière de régulation, à la fois d'audace et d'équité dans ses interventions.

**Jacques Douffiagues, membre de l'Autorité**

**P**lus de deux cents personnes ont suivi les Xèmes Entretiens de l'Autorité, organisés à l'Université Paris-Dauphine le 6 octobre dernier, consacrés à la régulation du secteur postal et à ses enjeux. Quatre tables rondes, animées par des membres du collège de l'ARCEP, ont permis d'aborder différentes problématiques concernant l'évolution des marchés postaux, les innovations dans le secteur, le service universel postal et sa régulation. Ces débats, et tous ceux qui suivront, permettront à l'ARCEP de « mieux connaître les besoins et de repérer les évolutions à favoriser », a indiqué Paul Champsaur.

En ouvrant ce colloque, François Loos, ministre délégué à l'Industrie, a souligné d'emblée que le nouveau cadre réglementaire s'appliquant au secteur constitue « une opportunité pour notre économie ». Il s'est dit convaincu que la mise en place d'un marché postal concurrentiel permettra « l'amélioration de la qualité de l'offre », et qu'elle sera « profitable à l'innovation dans ce secteur, à la croissance de ses marchés et donc à l'emploi ».

Ces entretiens ont en effet montré, au travers des expériences des différents intervenants, notamment étrangers, que le secteur postal au sens large

se développait, à des rythmes variés suivant les activités.

### Un marché en mutation

Le marché a subi une profonde mutation depuis quelques années. Pour Nanno Aukes, directeur des affaires publiques de TPG Post BV le volume de courrier aura baissé de 25 à 30% entre 2000 et 2013 en raison de la concurrence, de sa substitution par d'autres moyens de communication et de l'absence de croissance économique.

La demande des clients a également évolué : « ce n'est pas uniquement le niveau de la demande qui est affecté mais la nature même de la demande pour les volumes restants ». Ainsi, la distribution à J + 1 n'est plus un enjeu aussi pertinent car les nouvelles technologies permettent de mieux répondre à ce besoin.

Cette vision pessimiste de l'évolution du trafic a été contestée par d'autres intervenants comme Henri Dura (Neopost). Michael Critelli, PDG du groupe américain Pitney Bowes, a pour sa part présenté le modèle américain comme celui d'un partenariat gagnant-gagnant. La Postal Rate Commission (régulateur postal US) a mis en place

un modèle de régulation reposant sur le « *work sharing* », qui vise à préserver des économies d'échelle de la distribution en conservant un monopole sur cette activité et à favoriser la concurrence sur les activités amont (tri, transport, collecte). Selon lui, tous les intervenants en ont tiré avantage, que ce soit les grands émetteurs qui ont vu leurs coûts postaux réduits, les consolidateurs qui y ont trouvé des opportunités nouvelles ou l'opérateur US Postal Service. Le secteur dans son ensemble est ainsi devenu plus « prospère ».

Plusieurs intervenants ont souligné l'importance du bon acheminement et de la traçabilité du courrier. Pour les opérateurs, l'érosion des revenus de l'activité courrier sera compensée par l'innovation mais également par la recherche de nouveaux marchés. Deutsche Post a adapté sa stratégie en recherchant à l'étranger d'autres opportunités car, « en raison de la libéralisation, le marché en Allemagne représente une croissance limitée. D'où la décision de se concentrer sur l'international, avec une approche pays par pays, en prenant en compte la situation de chaque marché », a expliqué Kai D. Kysela, directeur des relations commerciales avec les opérateurs postaux de Deutsche Post World Net.



### Service universel : une opportunité

Les principes du service universel sont communs à tous les pays membres de l'Union européenne (collecte, distribution quotidienne du courrier, tarifs abordables), mais chaque Etat les décline en fonction de ses traditions propres : certains postes n'ont pas l'obligation de distribuer les colis à domicile, certains pays ne distribuent pas le courrier le samedi. Pour Jean-Paul Bailly, président de La Poste, le service universel est au cœur de forces contradictoires. Pour lui, « il faut rechercher collectivement un service universel qui puisse être rendu dans des conditions de qualité et de maîtrise des tarifs et qui ne devienne pas un handicap ni un avantage concurrentiel ». La concurrence n'affecte pas le service universel, selon Sten Selander, chef du service de la régulation postale de PTS, le régulateur suédois. « Après douze ans d'ouverture totale du marché de la lettre, la qualité du service universel est meilleure que jamais », s'est-il félicité.

Le service universel ne constitue pas une charge, a indiqué Gregor McGregor, directeur général de Postwatch, l'organisme britannique indépendant représentant les consommateurs de services postaux. « Le service universel comporte des avantages commerciaux considérables », il s'agit « d'une opportunité commerciale et non d'un fardeau » pour l'opérateur qui en a la charge. D'ailleurs, la notion de service universel « peut-être contestée en regardant ce qu'il ne fournit pas », notamment des standards de qualité de service et ne répond pas aux dysfonctionnements (pertes, retards, etc).

# tal : des débats pour éclairer l'avenir

ner l'avenir du secteur postal, d'en distinguer les principaux enjeux, les opportunités mais aussi les risques.



1. François Loos, ministre délégué à l'Industrie, Bernard de Montmorillon, président de Paris-Dauphine et Paul Champsaur, président de l'ARCEP  
2. Nicolas Curien, Joëlle Toledano, membres du Collège de l'ARCEP et le député Jean Proriol  
3. Jean-Paul Bailly, président de La Poste  
4. Guillaume Girard-Reydet, DG d'Adrexo  
5. Gregor Mcgregor, DG de Postwatch



prestataires de services en éditions multimédia, un suivi de la réalité des coûts du marché par le régulateur est nécessaire. De même, ils lui demandent de veiller à obtenir des informations des opérateurs suffisamment à temps pour pouvoir mettre en place de nouvelles organisations. Pour sa part, Paul Champsaur, a tenu à rappeler qu'une régulation asymétrique en matière de régulation postale ne faisait pas débat. « Cela a été tranché par les directives, par le droit général de la concurrence et de fait par la loi française ». L'ARCEP, a-t-il assuré, « essaiera de centrer son action sur ce qui est le plus important, sur les domaines où une intervention de sa part est la plus nécessaire dans l'intérêt du public ».

## Une régulation adaptée

Jörg Reinbothe, chef de l'unité services postaux de la DG Marché intérieur à la Commission européenne a reconnu la « nécessité d'une certaine flexibilité » pour harmoniser les marchés en fonction des situations différentes des pays. Il faut donc « donner aux Etats membres des possibilités de réagir de manières différentes et adaptées ».

De son côté, le régulateur irlandais a appelé à résister à la tentation de « micro-gérer » le secteur et a plaidé pour un cadre réglementaire le plus souple possible. Il a souligné qu'une intervention réglementaire n'était nécessaire qu'en cas de « déséquilibre ». Pour lui, l'expérience britannique montre, aussi bien sur le marché amont que sur le marché aval de la distribution, que l'intervention du régulateur « représente toujours la deuxième option », car il vaut mieux laisser les opérateurs et les clients régler leurs problèmes eux-mêmes. De son côté, le régulateur suédois s'est dit convaincu de la nécessité

de créer « un organe doté d'outils réglementaires » pour faire respecter la concurrence.

Les nouveaux entrants sur le marché hexagonal ont réclamé au régulateur « à la fois de l'audace et de l'équité ». Guillaume Girard-Reydet, Directeur général d'Adrexo, « une puce » dont la part de marché dans le courrier adressé représente « deux heures d'activité du groupe La Poste en France », a souhaité une régulation « qui donnerait aux petits opérateurs un cadre de travail confortable ». Pour les prestataires de service en amont de la distribution, comme les logisticiens ou les

## L'ouverture totale du marché en 2009 doit être respectée

La libéralisation totale du marché en 2009 est un objectif « réaliste », a indiqué M. Reinbothe qui a annoncé qu'une nouvelle directive pour « consolider » les acquis ne pourra intervenir que fin 2007. Pour la Commission, une chose est sûre : « on a connu trop de réalisations positives pour revenir en arrière ». C'est d'ailleurs le vœu du régulateur irlandais qui a estimé que le calendrier devait être respecté au risque de réduire la pression sur les opérateurs dans « leur recherche d'efficacité » et d'introduire des incertitudes dans la planification de développement du marché. ■

## Après la loi, les décrets...

C'est un bouleversement profond du secteur postal qui s'est opéré avec la loi du 20 mai 2005 : une nouvelle étape d'ouverture à la concurrence (courrier de plus 50g), la création d'un régulateur indépendant et d'un régime d'autorisation des concurrents.

Le Gouvernement a engagé des consultations publiques sur deux importants décrets concernant d'une part le service universel postal, d'autre part le régime des autorisations.

### Le décret sur le service universel postal

Selon la loi postale, il appartient

au gouvernement de définir par décret « les caractéristiques du service universel que La Poste est tenue d'assurer ».

Le même texte définit les droits et devoirs de La Poste au titre du service universel et dans le cas particulier de la distribution de la presse. L'une des obligations les plus importantes est celle de contrôler que le service universel est de bonne qualité, qu'il est accessible à tous et que les tarifs sont abordables. A ce titre, l'obligation d'établir des comptes analytiques permettant de vérifier que les tarifs

sont bien fondés sur les coûts, comme celle de vérifier la qualité de service donneront des instruments de contrôle précieux.

Pour l'ARCEP, ce décret sera un « outil de travail » essentiel : il est important que les obligations de service universel soient précises et mesurables, et que le décret donne au régulateur tous les moyens d'en vérifier le bon accomplissement.

### Le décret sur les autorisations des concurrents

La concurrence existe de longue date pour le transport des colis ou

des journaux. En revanche, elle est nouvelle pour les envois de correspondance (le marché de la lettre). Compte tenu de cette nouveauté et des enjeux de confidentialité, la loi donne à l'ARCEP la mission d'attribuer des autorisations aux opérateurs.

Pour l'ARCEP, il est important que la gestion du régime d'autorisation n'implique pas une charge administrative excessive. Pour cette raison, il est important que le décret spécifie de façon très claire et limitative ce que l'on attend des nouveaux opérateurs.

# Les acteurs du secteur postal en France

Le tour d'horizon des différents métiers se poursuit avec la rencontre **d'un spécialiste du traitement du courrier, Néopost, et d'un représentant des gros utilisateurs**, à savoir les entreprises de vente à distance.

## BERTRAND DUMAZY

PDG de Néopost



**Quelles sont les spécificités des métiers de Néopost et comment vous positionnez-vous sur le marché postal en France ?**

Neopost est l'héritier d'Havas qui a lancé, il y a 75 ans la machine à affranchir. Depuis, nous avons toujours conservé la place de leader grâce à nos solutions novatrices couvrant toute la chaîne de traitement, du courrier entrant (ouverture, capture et exploitation de

données), au courrier sortant (préparation à l'envoi, mise sous pli, affranchissement) et, grâce à notre niveau de prestations de service.

Nous sommes un facilitateur de la fonction courrier. C'est ainsi que nous nous positionnons sur notre cœur de métier, la machine à affranchir qui représente plus de 60% de notre chiffre d'affaires annuel (127 M d'euros). Dans la mesure où les problématiques d'une entreprise ne sont pas les mêmes selon qu'elle envoie 150 lettres par semaine ou qu'elle expédie 5 000 plis par jour, Neopost France propose une gamme de solutions en fonction du volume d'affranchissement du client. Neopost France a fait évoluer ses systèmes

d'affranchissement au rythme des innovations technologiques et les a enrichis de nouveaux services (ouverture de lettres, tri, insertion, pliage, suivi des envois, gestion des coûts, etc.).

Par la compréhension d'un marché qu'elle a elle-même contribué à façonner, Neopost n'a cessé d'en préfigurer l'évolution en fournissant des services postaux à domicile, de façon décentralisée, simple et sécurisée.

**Qu'attendez-vous de la libéralisation du secteur postal ?**

Pour la première fois dans la longue et riche histoire

« Tous les acteurs vont devoir **se réinventer, imaginer de nouvelles offres, une autre manière de travailler** »

postale, le client va pouvoir choisir son opérateur. Cette libéralisation va permettre à la concurrence de s'exprimer. Première conséquence : il nous faudra plus que jamais être les meilleurs, apporter à nos 120 000 clients un service optimisé pour les fidéliser dans une relation gagnant-gagnant, avec nous et avec La Poste. La satisfaction de nos clients est une valeur fondamentale pour Neopost France, valeur qui devient encore plus fondamentale.

Deuxième conséquence : tous les acteurs vont devoir se réinventer, imaginer de nouvelles offres, une autre

manière de travailler. Je suis convaincu que pour La Poste, comme pour Neopost, cette libéralisation va libérer les énergies, les potentiels créatifs.

Des effets positifs sont d'ores et déjà visibles : je ne citerai que l'exemple du « Club courrier » au sein duquel se retrouvent La Poste et ses partenaires pour réfléchir, et construire de nouveaux modes de collaboration.

**Qu'attendez-vous du régulateur ?**

La régulation, selon la définition du dictionnaire, permet de « maintenir (un système) en équilibre, d'en assurer le fonctionnement correct ». La mise en place

d'un cadre aura un rôle crucial à jouer dans la préservation d'un équilibre entre un juste jeu concurrentiel et la pérennité des missions de service public. Mais aussi dans la transmission de meilleures pratiques, de mise en œuvre de principes communs tels que la transparence.

Nous sommes donc satisfaits de l'arrivée d'un arbitre fort, professionnel et qui ne soit pas l'actionnaire de La Poste, afin que chacun dans la filière puisse donner la pleine mesure de son potentiel.

[www.neopost.fr](http://www.neopost.fr)

## DOMINIQUE DU CHÂTELIER - Secrétaire général de la FEVAD

(Fédération des Entreprises de Vente à Distance), chargé des Affaires Economiques et Juridiques



**Quelles sont les principales préoccupations de vos adhérents ?**

En préambule, il convient de souligner que les entreprises de vente à distance communiquent avec leurs clients à travers un ensemble de vecteurs de communication relevant du marketing direct (dont supports écrits, téléphone et nouveaux médias électroniques). Si elles deviennent de plus en plus

multi-canal, il n'en reste pas moins que les envois de correspondance commerciale sont largement dominants tant pour recruter que fidéliser leurs clients.

Les entreprises de vente à distance ont une triple préoccupation vis-à-vis de La Poste et, demain, des opérateurs alternatifs qui vont se développer ou émerger.

Tout d'abord la maîtrise du coût des envois postaux est essentielle. La profession est particulièrement attentive aux conditions tarifaires des envois commerciaux. A cet égard, il n'y a pas que la valeur faciale tarifaire qui importe mais également les

conditions contractuelles en fonction de la préparation technique des envois ou des quantités expédiées. Mais si le prix est important, la qualité du service rendu l'est aussi. La réussite d'une campagne de mailing tient au respect des délais annoncés. La remise en temps et en heure permet de maîtriser le rythme des relances sans que celles-ci se télescopent.

« Le régulateur devrait être l'aiguillon du développement de la concurrence qui permettra l'évolution du couple prix/qualité de service »

Enfin, il faut une visibilité à moyen terme. Les entreprises ne peuvent se développer et faire des arbitrages ou procéder à des investissements logistiques sans un minimum de visibilité sur le moyen terme tant sur l'aspect tarifaire que sur les conditions de remise par eux-mêmes ou via leurs partenaires routeurs.

En résumé, c'est bien la performance du couple prix net/qualité de service qui compte avant tout dans la vente à distance sur support écrit.

**Selon vous, quelles sont les conditions pour que la libéralisation du secteur postal soit bénéfique aux entreprises de vente à distance ?**

La profession est attachée au développement de la concurrence, facteur d'émulation et de stimulation

des services postaux et qui facilite l'apparition de nouveaux services et l'optimisation de l'efficacité. La libéralisation postale sera bénéfique si elle crée une pression sur les prix, c'est-à-dire sur toute évolution des dépenses postales net/net, incluant les tarifs et les contrats pour les entreprises de vente à distance.

La libéralisation postale doit aboutir à une grande souplesse dans les négociations individuelles, dans

le respect de l'environnement légal.

**Qu'attendez-vous du régulateur ?**

Tout d'abord le régulateur devrait définir clairement les rôles à venir de tous les opérateurs de la chaîne de courrier (préparation, tri, acheminement, distribution) et permettre à chacun de vivre.

Globalement, le régulateur devrait être l'aiguillon du développement de la concurrence qui permettra l'amélioration du couple prix/qualité de service.

En conclusion, il convient de ne pas oublier que les entreprises de VAD sont de plus en plus multi-canal et qu'elles arbitreront tant entre les opérateurs postaux qu'avec les médias alternatifs comme les communications électroniques.

[www.fevad.com](http://www.fevad.com)

# La régulation postale en Europe

La lettre de l'Autorité poursuit ses rencontres avec les régulateurs européens. **Les responsables du secteur postal du Royaume-Uni (Postcomm) et de l'Allemagne (Bundesnetzagentur) ont la parole.**

## ROYAUME-UNI - DENISE BAGGE

Directrice du service Réseau et Service Universel, Postcomm

### Comment est traitée la question du service universel postal au Royaume-Uni ?

Postcomm est le régulateur indépendant du secteur postal au Royaume-Uni. Sa principale mission est de garantir la pérennité du service universel postal à un tarif abordable.

En avril 2003, Postcomm a entamé une consultation publique qui a duré deux ans auprès d'une grande variété d'usagers pour définir leurs attentes en matière de service universel. Les consommateurs n'avaient alors jamais été interrogés sur ce sujet. Ils nous ont dit qu'ils voulaient un large éventail de services postaux pour répondre aux besoins des ménages et des professionnels. Sur cette base, il a été décidé que le service universel au Royaume-Uni devrait inclure les lettres, prioritaires et économiques, jusqu'à 2 kg, un service standard de colis jusqu'à 20 kg, un service de courrier recommandé et des services spécifiques comme la réexpédition du courrier ou le traitement du courrier international. Le service universel postal au Royaume-Uni n'inclut pas le réseau des bureaux de poste.

L'impact à long terme de toute notre action se mesure à la possibilité de maintenir un service universel postal. Dans un marché totalement ouvert à la concurrence,

Royal Mail sera toujours obligé, aux termes de sa licence délivrée par Postcomm, de fournir des services de courrier (prioritaire et économique), avec une levée et une distribution tous les jours ouvrés, sur l'ensemble du territoire, à un prix abordable et péréqué.

### Comment fonctionne la régulation tarifaire ?

Postcomm contrôle les prix que Royal Mail peut appliquer et continuera à le faire aussi longtemps que l'entreprise ne sera pas soumise à une concurrence effective sur tous les segments de marché. Nous fixons le cadre tarifaire tous les trois à cinq ans et Royal Mail ne peut augmenter ses tarifs que dans les limites ainsi arrêtées. C'est important car Royal Mail retire des avantages significatifs par rapport à ses concurrents, comme d'importantes économies d'échelle sur ses activités et une exemption de la TVA. Nous devons nous assurer que les clients captifs, y compris les petites entreprises, ne payent pas plus que ce qui est raisonnable par rapport aux grands émetteurs qui peuvent choisir entre plusieurs opérateurs.

### Quelles évolutions souhaitez-vous voir dans la prochaine directive postale et quelles sont les prochaines étapes de la libéralisation dans votre

### pays ?

Postcomm a également pour mission de promouvoir la concurrence sur le marché postal au Royaume-Uni. La seule menace d'une concurrence même limitée au Royaume-Uni a déjà entraîné une amélioration de la qualité des services de Royal Mail. Le marché du courrier au Royaume-Uni continue de croître (environ 1 à 2 % par an) et sur le marché des entreprises, les nouveaux opérateurs offrent des services qui donnent un plus grand choix aux clients qui ont des gros volumes à envoyer. A partir du 1er janvier 2006, le marché postal au Royaume-Uni sera totalement ouvert à la concurrence. Cela donnera aux opérateurs l'opportunité d'offrir des services de bout en bout à tous les clients et non plus seulement aux gros émetteurs. Le marché postal ne va pas changer du jour au lendemain, mais cette ouverture apportera plus d'efficacité, d'innovation et d'adaptabilité dans les prestations proposées à un nombre croissant de clients.

[www.postcomm.gov.uk](http://www.postcomm.gov.uk)



## ALLEMAGNE - DR. JOHANNES OFFERMANN

Chef de l'unité concurrence sur les marchés postaux, BNetzA

### Comment est traitée la question du service universel postal en Allemagne ?

Selon la définition de la loi postale nationale, le service universel comprend un minimum de services, de qualité déterminée, fournis sur tout le territoire de la République fédérale d'Allemagne, à un prix abordable. Le périmètre du service universel est restreint à la distribution de courrier, de colis et de presse par des fournisseurs de services postaux. Le décret «service universel postal» a défini les exigences de qualité de service et du réseau de distribution.

A la suite de la modification de la loi postale en décembre 2001, Deutsche Post a été retenu comme opérateur du service universel jusqu'au terme de sa licence lui accordant cette exclusivité (31 décembre 2007). Après cette date, aucune entreprise ne sera a priori obligée de fournir de tels services. En cas de défaut de couverture, un opérateur dominant pourra être obligé par la Bundesnetzagentur de fournir les prestations de service universel. Il sera également possible de lancer un appel à candidatures. Les autres opérateurs licenciés pourront être appelés à contribuer au financement des coûts du service universel, selon des règles de répartition.

### Comment fonctionne la régulation tarifaire ?

Le régulateur applique un prix cap, mais les prix peuvent être approuvés individuellement. Au cours de l'été 2002, la Chambre de décision a établi un comparatif pour le taux moyen de variation du prix de

paniers de services. Les services sujets à régulation ont été regroupés dans les paniers suivants : les services en monopole (panier M), les services en concurrence (panier W) et les services partiels (panier T). Pour ces paniers, la Chambre définit annuellement les baisses des prix en référence aux taux de croissance de la productivité attendus.

Le 1er janvier 2003, les prix du panier M ont été réduits de 7,2% (4,7% en termes réels), ceux du panier T de 6,5% (4,0% en termes réels) tandis que le niveau des prix du panier W ont augmenté de 0,7%. Les objectifs de niveaux de prix ont été fixés en tenant compte de l'obligation de service universel de l'opérateur historique, des niveaux de salaire non standard, des charges d'assurance sociale et autres auxquelles les autres fournisseurs de services postaux ne sont pas soumis. Cette décision a provoqué la toute première réduction des prix des produits postaux en Allemagne. Le calendrier du régime actuel de price cap est fixé jusqu'au 31 décembre 2007. Ceci supprime l'incertitude pour tous les acteurs du marché sur une période de cinq ans

### Quelles évolutions souhaitez-vous voir dans la prochaine directive postale et quelles sont les prochaines étapes de la libéralisation dans votre pays ?

La nouvelle directive ne va pas remettre en cause le principe du service universel mais devrait apporter quelques modifications comme l'introduction d'une clause expérimentale pour arrêter les modalités du

« dernier kilomètre », une harmonisation étroite des règles d'accès aux marchés postaux (comme base d'une reconnaissance mutuelle des autorisations et des licences) ou la définition de la responsabilité du fournisseur de service universel en cas de perte, de dommage ou de manquement aux objectifs de qualité de service, comme c'est le cas dans d'autres secteurs. Concernant le financement du service universel, la création de bases précises pour le paiement de compensations pour la fourniture de service d'intérêt général basées sur la jurisprudence de la Cour européenne de justice (arrêts Poste Italiana et Altmark Trans) et la sensibilisation croissante en faveur de l'option « fonds de compensation » (chapitre 4, article 9 de la Directive 97/67/CE) devraient permettre de mettre fin à l'existence d'un secteur réservé tout en sauvegardant le service universel et d'assurer l'ouverture totale des marchés postaux à la concurrence.

En Allemagne, les limites de poids et de prix du monopole de Deutsche Post seront abaissées le 1er janvier 2006 à 50 g et deux fois et demi le tarif de base. Le secteur réservé aura disparu le 31 décembre 2007. ■

[www.bundesnetzagentur.de](http://www.bundesnetzagentur.de)



# Wimax : des intentions à confirmer pour le 6 janvier prochain

La boucle locale radio a suscité l'intérêt de 175 acteurs. Après l'étape préliminaire de déclarations d'intention, **on devrait assister à des regroupements de dossiers, encouragés par les pouvoirs publics, avant le dépôt formel des demandes le 6 janvier 2006.**

**L**e 6 janvier 2006, à 17h, les candidats à l'exploitation d'une boucle locale radio devront avoir déposé le dossier confirmant leur candidature pour déployer du Wimax dans la bande des 3,4-3,6 GHz en métropole, ainsi qu'en Guyane, à Mayotte et à Saint-Pierre et Miquelon. L'ARCEP dressera alors un bilan des demandes afin de voir comment les satisfaire.

175 acteurs ont adressé une lettre d'intention à l'ARCEP le 17 octobre 2005. Parmi eux, 32 ont manifesté leur intérêt pour un déploiement dans l'ensemble des 22 régions métropolitaines.

Pour cette étape préliminaire, les collectivités territoriales ont été très présentes, usant des compétences qui leur ont été accordées depuis mai 2004 par l'article L.1425-1 du Code général des collectivités territoriales. C'est ainsi que 67 lettres d'intention ont été déposées par 18 régions, 32 départements, 9 agglomérations et 8 syndicats. Pour répondre aux questions juridiques qui lui étaient posées par les collectivités, l'ARCEP avait consulté une nouvelle fois Daniel Labetoulle. L'ancien président de la section du contentieux du Conseil d'Etat a apporté des réponses<sup>(1)</sup> aux interrogations des collectivités territoriales concernant la publicité de leurs délibérations et le secret du montant de la redevance proposée, la possibilité de créer un groupement dans les délais pour déposer un dossier, ainsi que la mise à disposition à un tiers de l'autorisation accordée<sup>(2)</sup>.

76 opérateurs et 32 acteurs de divers horizons (sociétés d'informatique, de BTP, d'autoroutes ou du secteur audiovisuel notamment) ont également déposé une lettre d'intention. Hors métropole, 25 dossiers concernant la Guyane, Mayotte et Saint-Pierre et Miquelon ont été déposés par 13 candidats.

## Rareté du spectre

L'examen des candidatures formelles, région par région, permettra, après le 6 janvier 2006, de vérifier s'il y a, ou non,

rareté de la ressource spectrale. Dans le cas – désormais peu probable – où les ressources s'avèraient suffisantes pour satisfaire les demandes exprimées dans une région donnée, les autorisations y seront accordées au fil de l'eau. Par contre, si plus de deux candidats se déclarent dans une région donnée, la rareté sera reconnue par l'ARCEP, qui entamera alors, à partir du 1er février, une procédure de sélection sur la base d'une soumission comparative. Rappelons que les candidats seront départagés après examen de trois critères : la contribution au développement territorial des services à haut débit, l'aptitude du projet à favoriser la concurrence sur le haut débit et le montant de la redevance proposée par le candidat.

C'est cette rareté du spectre disponible qui devrait inciter les acteurs à se regrouper avant de confirmer leur candidature. Cette mutualisation est d'ailleurs recommandée par l'Autorité qui suggère aux acteurs, et notamment aux collectivités territoriales, d'anticiper l'éventualité d'une procédure de



## 1043 demandes en Métropole

sélection. Ces rapprochements sont également appuyés par le Gouvernement qui a demandé aux préfets d'encourager les postulants à mutualiser leurs projets. ■

<sup>1</sup> <http://www.arcep.fr/dossiers/blr/blr-051005.htm>

<sup>2</sup> Daniel Labetoulle avait été sollicité par l'ARCEP en mars dernier afin de déterminer les modalités d'attribution aux collectivités territoriales d'autorisations BLR-Wimax et les conditions dans lesquelles elles pouvaient faire acte de candidature pour l'attribution d'utilisation de fréquences (Cf. [www.arcep.fr](http://www.arcep.fr))

## Des regroupements encouragés

Dans une circulaire du 27 octobre 2005 adressée aux préfets de région, de Mayotte et de Saint-Pierre-et-Miquelon, les ministres délégués à l'Aménagement du Territoire et à l'Industrie ont appelé à l'organisation de réunions de concertation dans les préfectures entre les acteurs intéressés par l'octroi d'autorisation d'exploitation de boucles locales radio. Tous les

candidats potentiels, acteurs privés ou collectivités territoriales, sont appelés à se rapprocher pour déposer des dossiers communs. Cette mutualisation vise deux objectifs : tout d'abord améliorer la qualité et la cohérence des projets, aux niveaux technologique, commercial et financier mais également du point de vue de la couverture et de l'offre de

services offerts aux clients. Il s'agit ensuite « d'éviter de recourir dans certaines régions à une procédure de sélection comparative des dossiers », jugée longue et porteuse « d'incertitudes » pour les candidats. Les ministres ont toutefois rappelé que « les projets finals seront établis sous l'entière responsabilité » des différents candidats

# Numéros 118 : l'ARCEP met en place un suivi de la qualité

[www.appel118.fr](http://www.appel118.fr)

L'ARCEP va mener une étude sur la qualité des nouveaux services de renseignements téléphoniques, désormais ouverts à la concurrence.

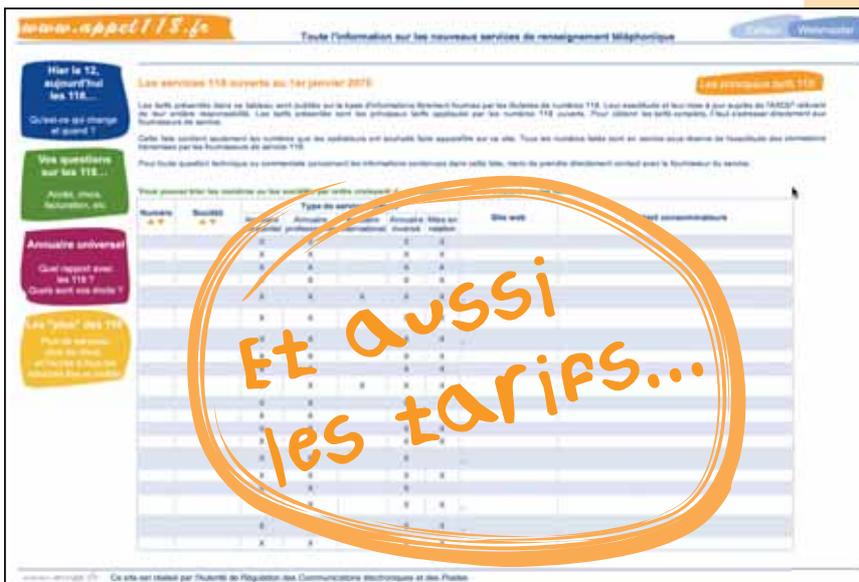
Le 2 novembre 2005 a vu l'ouverture des premiers numéros de la forme 118XYZ pour les services de renseignements. L'ouverture de ce marché entraîne un choix plus grand pour le consommateur (une vingtaine de services différents au départ) mais également une complexité plus importante par rapport à l'utilisation du numéro historique, le « 12 ». C'est la raison pour laquelle, l'ARCEP a ouvert le site [www.appel118.fr](http://www.appel118.fr) qui contient toutes les informations essentielles (et notamment les tarifs et les services) pour bien comprendre ce changement.

Dans ce contexte, l'ARCEP met en œuvre un suivi de la qualité des nouveaux services de renseignements qui répond à deux objectifs principaux. Tout d'abord, offrir au consommateur une visibilité sur les différences qu'il peut y avoir entre les services, au regard de critères techniques ; ensuite suivre le respect des obligations qui s'imposent aux attributaires de numéros 118XYZ.

Ce suivi de qualité portera sur tous les numéros 118 ouverts au moment de l'enquête

et conduira à la publication de données individuelles sur chaque numéro. Les principaux indicateurs évalués porteront sur :

- l'exactitude, c'est-à-dire le nombre de



Les services 118 ouverts au 10 novembre 2005	
numéro	Société
118 777	SFR
118 008	PagesJaunes
118 075	LE NUMERO
118 218	LE NUMERO
118 220	LE NUMERO
118 318	LE NUMERO
118 713	LE NUMERO
118 880	LE NUMERO
118 910	LE NUMERO
118 000	LE 118 000 SAS
118 001	Intra Call Center
118 710	France Télécom
118 711	France Télécom
118 712	France Télécom
118 810	France Télécom
118 007	Allo Bottin
118 268	Allo Bottin
118 612	Allo Bottin
118 999	Allo Bottin
118 222	118 TELEDIS

réponses exactes données par le fournisseur de service sur un ensemble de requêtes types ;

- la rapidité de la fourniture du renseignement, c'est-à-dire le temps d'attente pour avoir accès au service et le temps mis par le fournisseur de service pour répondre à la requête demandée ;
- la disponibilité, c'est-à-dire le taux d'échec pour accéder au service.

Les résultats de cette enquête présenteront d'autres données comme les tarifs appliqués à

l'appelant par les différents services de renseignements ou la fourniture ou non de services complémentaires (mise en relation, envoi de SMS, etc). Ils seront comparés avec les résultats de l'étude menée en octobre 2005 sur les anciens numéros de services de renseignements. La publication de cette enquête devrait avoir lieu en avril 2006, au moment où seront fermés le 12 et les anciens numéros de renseignements.

## BRÈVES

**Service universel :** le coût net définitif du service universel pour l'année 2004 s'élève à 33,283 millions d'euros. L'ARCEP a estimé que ce montant constituait une charge excessive donnant lieu à compensation. Orange, SFR, Bouygues Télécom et Transpac figurent parmi les plus importants opérateurs contributeurs.

**Etudes :** l'ARCEP a lancé un appel à candidatures pour quinze projets d'études pour 2006 portant sur les communications électroniques. Publié au Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics (BOAMP 205 B - dép.75, annonce n° 202), le dossier de consultation est disponible sur le site [www.arcep.fr](http://www.arcep.fr). Les dossiers de candidatures des consultants sont à déposer avant le 13 décembre 17 heures.

**SIM :** selon le Suivi des Indicateurs Mobiles de l'ARCEP, les cinq MVNO qui ont ouvert commercialement leur service (Transatel, Debitel, Omer Telecom, Neuf Cegetel, Tele2) ont gagné au cours du troisième

trimestre de cette année 4,1% des nouveaux clients, portant leur parc agrégé à 108 000 clients (0,24% du total des clients mobiles). Au 30 septembre, 46,1 millions de Français utilisaient un mobile, soit un taux de pénétration à 76,4%. Trois quarts des clients post-payé de métropole étaient sous engagement, donc ne pouvaient changer d'opérateurs sauf à payer des pénalités.

**Economie des réseaux et services mobiles :** l'ARCEP a lancé une consultation publique le 28 octobre sur son projet de décision relatif à la spécification des obligations de comptabilisation et de restitution des coûts, notamment de séparation comptable imposées aux

sociétés Orange France, SFR, Bouygues Telecom, Orange Caraïbe et SRR.

**International :** dans le cadre de ses échanges bilatéraux, l'ARCEP a reçu des délégations des



régulateurs jordanien, thaïlandais, et polonais ainsi que des représentants des ministères des P&T chinois et letton.

	En M €
Péréquation géographique	57,465
Tarifs sociaux	39,198
Cabines téléphoniques	18,598
Fourniture d'un service de renseignement et d'un annuaire	0
Avantages immatériels	-81,978
Coût net du SU 2004	33,283

## Jacques Douffiagues

Jean-Pierre Raffarin, ancien Premier ministre et sénateur de la Vienne, a remis les insignes de Commandeur de la Légion d'Honneur à Jacques Douffiagues, membre de l'ARCEP, le 28 septembre 2005 à l'Hôtel de Ville, en présence de Dominique Bussereau, ministre de l'Agriculture et de la Pêche.



## NOMINATIONS



### Laure Souvré

Nommée assistante de la chef du service juridique, Joëlle Adda, elle avait effectué un remplacement au secrétariat du SEC et au Service International de l'ARCEP. Précédemment, Laure Souvré a occupé diverses fonctions

d'assistante de direction, notamment chez TF1. Titulaire d'un BTS « Assistante de Direction », d'un DEUG de Lettres modernes et formée aux Techniques de management (Mastership), elle a travaillé chez Easynet pendant plus de deux ans en tant qu'assistante DAF et DRH.



### Nicolas Boulanger

Titulaire d'un magistère de Mathématiques Fondamentales et Appliquées à l'Informatique, ancien élève de l'École Normale Supérieure et de l'ENST, il a rejoint l'ARCEP comme responsable évaluations au SEP-Economie des

réseaux et services. Agé de 25 ans, Nicolas a effectué plusieurs stages, notamment chez PSA en Espagne à la direction des systèmes d'information, en tant que chef de projet architecture des centres d'appel et à l'INRIA comme chargé de recherche pour la définition et la validation de modèles mathématiques destinés à optimiser la gestion des ressources hydrauliques et thermiques d'EDF.



### Daniel Nadal

Daniel Nadal, 43 ans, vient renforcer le Service de la régulation postale, en tant qu'expert du réseau postal. Diplômé de l'IAE Paris et titulaire d'un DESS de Gestion, il a été contrôleur de gestion dans différentes entreprises avant d'intégrer La Poste comme chargé

d'études transport en 1992. Chef d'établissement d'un bureau de poste en Alsace pendant 3 ans, il rejoint La Poste Courrier International en 1998. Il a participé à des négociations avec des postes étrangères, puis il a été Directeur d'un centre de traitement du courrier international et Responsable de service logistique/opérations. A partir d'octobre 2004, il a pris en charge les aspects opérationnels du lancement de la filiale La Poste UK à Londres et du projet d'ouverture d'une filiale en Allemagne.

## L'unité Fréquences certifiée ISO 9001

2 questions à Olivier Blondeau  
chef de l'unité « fréquences » de l'ARCEP

### Pourquoi avoir engagé une procédure de certification ISO 2001 ?

La loi a défini les principes généraux encadrant toute décision de l'ARCEP, dont l'attribution de ressources en fréquences. Le régulateur se doit de traiter tous les dossiers de façon transparente, objective et non discriminatoire. La formalisation du processus d'attribution de fréquences dans le cadre d'une certification ISO 9001 s'inscrit dans une démarche qualité qui répond à ces exigences générales. Ainsi, chaque demandeur de fréquences dispose désormais de la garantie que son dossier sera traité suivant un processus bien défini, indépendamment de son statut ou de sa taille. Le Système de Management de la Qualité mis en place dans le cadre de la certification ISO 9001 vise à diminuer le délai de délivrance des autorisations d'utilisation des fréquences, à assurer une plus grande sécurité juridique au bénéfice de l'utilisateur. Cette initiative participe à l'amélioration de l'efficacité des services de l'Etat comme le préconise la LOLF (Loi organique relative aux lois de finances) qui met en place une gestion plus performante de l'administration au bénéfice de tous en fixant les budgets en fonction de missions et de projets bien déterminés.



### Quels bénéfices en attendez-vous ?

Tout d'abord, cette certification renforce la culture du travail bien fait partagée par tous les personnels de l'ARCEP.

Au sein de l'équipe fréquences elle a créé une nouvelle dynamique. Le gain de temps apporté par la rationalisation des tâches est d'ores et déjà consacré à de nouvelles missions plus stratégiques relatives notamment au management du spectre et à l'amélioration des informations pratiques et pédagogiques qui seront régulièrement mises en ligne sur le site Internet de l'ARCEP.

Pour nous, il s'agit d'une première étape. Outre la mission d'attribution de ressources en fréquences, d'autres activités de l'unité fréquences pourront également faire l'objet d'une démarche qualité similaire.

## L'ARCEP en Macédoine

Gweltas Quentrec, spécialiste de l'interconnexion, a effectué, courant septembre, une mission de conseil de trois semaines auprès du FYROM, le régulateur de la république de Macédoine. Récit.



La Macédoine met en œuvre depuis mars 2005 un dispositif de libéralisation complète du marché des communications électroniques inspiré des directives européennes. Cette démarche s'inscrit dans le contexte du dépôt officiel de sa candidature à l'intégration dans l'Union européenne. Cette mission, organisée par la Direction « Elargissement » de la Commission européenne, visait à partager avec le FYROM l'expérience de l'ARCEP dans l'élaboration des stratégies d'ouverture à la concurrence et les principes qui guident l'action d'un régulateur des télécoms. Il s'agissait également de participer très concrètement à l'examen technique et économique du premier catalogue d'interconnexion soumis pour

approbation par l'opérateur historique.

Dans ce pays, comme dans d'autres pays d'Europe de l'Est, la sélection du transporteur ne représente qu'une solution parmi d'autres : la substitution du téléphone fixe par le mobile y est déjà forte, la demande en services d'accès à haut débit et en VoIP constitue un des moteurs principaux d'investissement ; enfin, la structure de tarification du service téléphonique est très difficile à rééquilibrer compte tenu des niveaux très bas des tarifs des appels locaux et nationaux et du faible revenu moyen par habitant. Il est donc souvent nécessaire d'imaginer des modèles de développement de la concurrence différents de ceux mis en œuvre initialement en 1998 dans les pays de l'Ouest.

## A lire

Nicolas Curien, membre du Collège de l'Autorité, publie dans la collection "Repères" (éditions La Découverte) une nouvelle édition de son "Economie des Réseaux".

Dans ce petit livre très dense, à vocation pédagogique, l'auteur aborde les principales questions soulevées par l'ouverture à la concurrence et la régulation des secteurs en réseaux, notamment en matière d'interconnexion, d'accès et de

service universel. Une attention toute particulière est portée aux réseaux de communication électronique, mais d'autres secteurs sont également abordés, notamment celui de l'électricité. Les évolutions constatées, mises à jour depuis la parution de la première édition en 2001, sont discutées et mises en perspective à la lumière de l'analyse économique.



# Services spéciaux : une chaîne de valeur et des problématiques complexes

Comment recréer la lisibilité tarifaire pour les appels vers les services spéciaux ? Les opérateurs de boucle locale doivent-ils acheminer tous les appels vers les services spéciaux ? Autant d'exemples de questions que l'ARCEP va examiner de près en étudiant le fonctionnement concurrentiel de ce secteur.



Il existe deux grands types de services téléphoniques : ceux qui relèvent de la communication interpersonnelle (il s'agit de joindre un correspondant ou de lui transmettre un message) d'une part, et les services dits spéciaux qui permettent l'accès à des services vocaux à valeur ajoutée (généralement à des contenus d'information ou de divertissement) d'autre part.

Dans le cadre des analyses des marchés tant fixes que mobiles que l'Autorité a menées depuis 2004, elle a étudié dans un premier temps les marchés des communications interpersonnelles. Elle étend aujourd'hui cette démarche au fonctionnement concurrentiel du secteur des services spéciaux.

## Des accès et des acteurs multiples

Les modes d'accès à des contenus sont aujourd'hui multiples : services vocaux, SMS et Internet. S'agissant de la voix, un abonné fixe ou mobile peut, en composant des numéros non géographiques, accéder à des informations variées comme par exemple des prévisions météorologiques, des informations fournies par un service après vente d'une entreprise ou par un service de réservation en ligne de voyages. Le format des numéros non géographiques peut être long sous la forme de 08ABPQMCDU, court sous la forme de 3BPQ, ou suivre un autre format de numérotation comme le 118XYZ retenu pour les services de renseignements téléphoniques.

Plusieurs acteurs interviennent pour fournir un service spécial : l'opérateur de boucle locale qui facture l'abonné, un opérateur (dit de collecte) chargé de collecter le trafic depuis l'ensemble des boucles locales et souvent attributaire du numéro non géographique, et enfin le fournisseur de services ou un intermédiaire qu'il mandate, appelé facilitateur, auquel le trafic est livré.

La fourniture de tels services passe par des prestations d'interconnexion (transit et collecte), et par des prestations de facturation et de recouvrement pour les appels passés vers les services spéciaux, prestations offertes par les opérateurs de

boucle locale et permettant ainsi aux fournisseurs de bénéficier de reversements qui résultent du trafic généré vers leurs services.

## Besoin de lisibilité tarifaire

La multiplication des opérateurs de boucle locale – comme les opérateurs mobiles virtuels, les opérateurs dégroupés, les câblo-opérateurs et à compter d'avril 2006 les opérateurs VGAST<sup>1</sup> – implique une multiplication des schémas tarifaires affichés par les fournisseurs de contenu et suscite chez le consommateur un besoin accru et légitime d'une meilleure lisibilité et d'informations claires sur ces tarifs.

Aujourd'hui certains formats de numéros longs peuvent porter des indications de tarification :

- les numéros en 0800, correspondant à des services dits libre appel, sont gratuits pour l'appelant au départ des boucles locales fixes,
- Les numéros en 0810 et 0811 sont associés à des services peu chers car facturés l'équivalent du tarif de base d'une communication locale au départ des réseaux fixes.

De manière générale, les tarifs de détail des services vont en croissant avec les digits AB pour un numéro 08ABPQMCDU : ainsi un service en 0820 est moins cher qu'un service en 0892, lui-même étant moins cher qu'un service en 0899 (le tableau des tarifs des numéros 08 est en ligne <http://www.arcep.fr/telecom/faq/faq-num0800.htm>). Toutefois, cette logique n'existe que pour les numéros longs et n'a pas été mise en place pour les numéros courts.

Par ailleurs, la lisibilité tarifaire peut être brouillée car, par exemple, les appels depuis les réseaux de téléphonie mobile suivent un autre principe de tarification : on facture à l'abonné le prix d'une communication mobile (décompté ou non de son forfait) auquel s'ajoute en général le prix du même service proposé sur les réseaux fixes. Ainsi, un appel vers un numéro en 0800 ne sera jamais gratuit pour un abonné mobile puisqu'il paiera toujours l'équivalent d'une communication mobile.

## Nécessité de clarifier certaines règles

Au-delà de ce besoin de lisibilité tarifaire, la multiplication des opérateurs de boucle locale soulève nombre de questions sur le fonctionnement du marché : chaque opérateur de boucle locale doit-il acheminer le trafic vers n'importe quel service spécial ? Chaque service spécial doit-il être accessible depuis n'importe quelle boucle locale ? Faut-il harmoniser l'accès aux services spéciaux depuis les boucles locales fixes et mobiles, et si oui, de quelle manière ? La nécessité de préciser certaines règles associées à la fourniture des services spéciaux qui n'ont pas toujours été formalisées jusqu'alors, et aussi, d'en imposer de nouvelles le cas échéant, apparaît de plus en plus prégnante.

Enfin, indépendamment d'une analyse prospective du fonctionnement du secteur, France Télécom propose aujourd'hui aux autres opérateurs une prestation de facturation pour compte de tiers, dont le périmètre est considéré comme insatisfaisant par la majorité de ses concurrents, notamment car il n'inclut pas systématiquement la prestation de recouvrement des impayés.

## Un examen du secteur en deux temps

Après un examen du fonctionnement concurrentiel de ce secteur, l'Autorité envisage d'étudier en deux temps les modalités de son intervention éventuelle. D'abord à travers l'étude de la pertinence d'un dispositif de régulation symétrique qui fixerait, si nécessaire, des règles s'appliquant à tous les opérateurs de boucle locale, fixe ou mobile. Puis à travers l'adoption, le cas échéant, d'une décision d'analyse de marché qui imposera des obligations spécifiques sous réserve qu'un ou des opérateurs aient été identifiés comme puissants sur un marché pertinent pour la régulation sectorielle. ■

<sup>(1)</sup> Opérateurs fixes qui utiliseront la Vente en Gros de l'Abonnement au Service Téléphonique (VGAST) pour commercialiser un service téléphonique complet sans utiliser l'abonnement de France Télécom ni les prestations de présélection.

**L'Autorité prépare une consultation publique sur le sujet. Les personnes intéressées peuvent prendre l'attache des services de l'ARCEP : [luclie.loiseau@arcep.fr](mailto:luclie.loiseau@arcep.fr)**

# « Le haut débit s'impose comme un service d'intérêt général »

**ALAIN BAZOT** Président de L'UFC-Que Choisir



## Quels sont les enjeux du haut débit pour les consommateurs ?

Il y a quelques années le haut débit était considéré comme un luxe. Aujourd'hui, il s'impose comme un service d'intérêt général, indispensable à la réalisation de transactions de toutes sortes avec les professionnels, mais aussi à la modernisation des

relations avec les pouvoirs publics (e-administration). Les agents immobiliers en font le constat : l'accès au haut débit est de plus en plus pris en compte par leurs clients à la recherche d'un logement.

Or de fortes disparités géographiques persistent. Près de la moitié de la population n'a pas accès au dégroupage, c'est-à-dire au haut débit aux meilleures conditions économiques. Le débat autour de l'attribution des autorisations Wimax laisse penser que le haut débit dans les zones reculées viendra peut être par les airs. A défaut et en cas de défaillance manifeste du marché et d'absence d'alternative proposée par les collectivités locales, un service universel pourrait alors être envisagé.

## Croyez-vous à une amélioration des relations commerciales entre les FAI et les consommateurs ?

On entend dire que la déloyauté des relations commerciales est la contrepartie quasi légitime d'une concurrence vive sur les prix. Cet argument ne tient pas : dans le mobile, où la concurrence sur les prix est « modeste », le nombre des litiges a fortement augmenté durant plusieurs années.

Indépendamment de l'intensité concurrentielle, les contrats des opérateurs

arrivant sur un marché contiennent systématiquement des clauses abusives ou illicites. Or si les technologies sont nouvelles, les conditions contractuelles sont finalement assez classiques. Même avec la pression des associations de consommateurs qui tentent de négocier et qui sont souvent conduites à obtenir le toilettage des contrats par voie judiciaire, il faut 5 à 7 ans pour disposer de contrats à peu près exempts de reproches. Cela a été le cas pour le mobile, cela est en train de se reproduire avec le haut débit.

Les problèmes de prix et de qualité des « hot line », source d'insatisfaction des clients, pourraient trouver un début solution si, comme le ministre de l'Industrie l'a annoncé lors la table ronde du 27 septembre 2005, le gouvernement légifère. L'UFC-Que Choisir n'attend pas toujours tout de la loi. Mais que faire quand les professionnels alignent et stabilisent leurs tarifs avec une qualité de service médiocre ? A cet égard, il est navrant de constater la quasi disparition des Numéros Verts qui étaient, il y a trois ans encore, extrêmement nombreux.

## Quels sont les attentes des consommateurs en matière de haut débit mobile ?

En la matière, nous pensons que c'est l'offre qui en partie crée et nourrit la demande. Nous craignons par dessus tout que les conditions d'une saine concurrence ne soient pas réunies sur ce « nouveau marché ». L'enjeu est de taille et grande est la responsabilité de l'ARCEP et des pouvoirs publics : faut-il avoir un marché avec un nombre très limité d'acteurs à qui l'on extrait une partie de la rente, par une taxation du CA par exemple, ou renoncer à une partie de cette rente et laisser rentrer de nouveaux acteurs y compris avec de nouvelles technologies ? D'un point de vue consommériste, l'arbitrage est évident ! ■

## SUR L'AGENDA DU COLLÈGE

### NOVEMBRE

- **3 novembre** : Michel Feneyrol reçoit une délégation de représentants du ministère des P&T chinois.
- **4 novembre** : Joëlle Toledano intervient lors d'une conférence organisée par le CNC à l'occasion des dix ans du Code de la Consommation.
- **7 novembre** : Gabrielle Gauthey participe au colloque *Global Forum* organisé à Bruxelles.
- **8-9 novembre** : Joëlle Toledano intervient lors de la conférence « *France, a new Regulatory Framework* » organisée par le Wik à Bonn (Allemagne).
- **9 novembre** : Nicolas Curien fait un exposé à l'Académie des Technologies sur *'Economie de l'immatériel*.
- **10-11 novembre** : Paul Champsaur intervient à Edinbourg à la conférence *NGN delivering competitive market* organisée par l'OFCOM.
- **13-19 novembre** : Gabrielle Gauthey participe à un voyage aux Etats-Unis avec des élus sur le thème *Collectivités et haut débit*.
- **14-15 novembre** : Michel Feneyrol intervient sur le thème de « *la régulation du large bande* » au colloque mondial des régulateurs qui se tient à Hammamet (Tunisie), avant le SMSI.
- **16 novembre** : Michel Feneyrol participe au Sommet Mondial pour la société de l'Information (SMSI) organisé par l'UIT à Tunis.
- **21 novembre** : Paul Champsaur et Michel Feneyrol reçoivent M. Aritomi, vice-ministre du ministère des l'intérieur et des Communications du Japon.
- **22 novembre** : Michel Feneyrol et Gabrielle Gauthey interviennent au workshop *1st Transatlantic telecom Industry* organisé à Montpellier par l'Idate.
- **24 novembre** : Paul Champsaur intervient en clôture des 27èmes journées de l'Idate, à Montpellier, sur le thème : *Réseaux & contenus : où sont les problèmes pour les régulateurs ?*
- **29 novembre** : Gabrielle Gauthey intervient au Congrès des Opérateurs 2005.

### DÉCEMBRE

- **1er décembre** : Gabrielle Gauthey intervient à la 6ème conférence annuelle de l'ECTA à Bruxelles.
- **5 décembre** : Gabrielle Gauthey intervient à Bonn lors de la conférence du Wik organisée sur *NGN and Emerging Markets*.
- **6 décembre** : Joëlle Toledano conclut la Journée annuelle du SNCD (Syndicat National de la Communication Directe).
- **9 décembre** : Jacques Douffagues intervient au colloque *Les autorités de régulation : nouvelles institutions pour de nouvelles attentes* organisé à Fès (Maroc).
- **9 décembre** : Nicolas Curien anime une table ronde sur l'économie des réseaux dans le cadre d'une Journée Réseaux organisée par l'Idate.

### JANVIER

- **9 janvier 2006** : Paul Champsaur et les membres de l'Autorité présentent leurs vœux aux acteurs du secteur.

AUTORITÉ DE RÉGULATION DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES ET DES POSTES

7, square Max Hymans - 75730 Paris Cedex 15

Web : [www.arcep.fr](http://www.arcep.fr) - Miel : [courrier@arcep.fr](mailto:courrier@arcep.fr) - Tél. : 01 40 47 70 00 - Fax : 01 40 47 71 98

Responsable de la publication : Paul Champsaur - Directeur de la rédaction : Philippe Distler.

Rédaction : Ingrid Appenzeller, Alain Finot, Jean-François Hernandez (mission communication).

Ont contribué à ce numéro : Audrey Baudrier, Ari Bibas, Olivier Blondeau, Hélène Boisson, Nicolas Deffieux, Anne Huguet, Guillaume Lacroix, Laurent Laganier, Lucile Loiseau, Elisabeth Marescaux, Henri-Pierre Mélon, Bertrand Pailhes, Igor Primault.

Crédit photo : Dominique Simon (pages 1, 12, 13 et 18), ARCEP (pages 4, 5, 9, 10, 13, 17, 18) ; France Télécom (page 6).

Maquette : E. Chastel.

Impression : Corlet Imprimeur, Condé-sur-Noireau.

Abonnement : [com@arcep.fr](mailto:com@arcep.fr).

**ARCEP** AUTORITÉ DE RÉGULATION  
des Communications électroniques  
et des Postes  
[www.arcep.fr](http://www.arcep.fr)