

Rapport public d'activité **2005**

L'article L. 135 du code des postes et des communications électroniques, dans sa rédaction modifiée par la loi n° 2005-516 relative à la régulation des activités postales du 20 mai 2005, dispose :

"L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes établit chaque année, avant le 30 juin, un rapport public qui rend compte de son activité et de l'application des dispositions législatives et réglementaires relatives aux communications électroniques et aux activités postales. Elle y dresse une analyse des principales décisions prises par les autorités de régulation des communications électroniques et des postes dans les Etats membres de la Communauté européenne au cours de l'année écoulée, en vue de permettre l'établissement d'une comparaison des différents types de contrôles exercés et de leurs effets sur les marchés. Ce rapport est adressé au Gouvernement et au Parlement. Il est adressé également à la Commission supérieure du service public des postes et des communications électroniques. L'Autorité peut suggérer dans ce rapport toute modification législative ou réglementaire que lui paraissent appeler les évolutions du secteur des communications électroniques et de celui des postes et le développement de la concurrence.

L'Autorité rend compte de ses activités, et notamment des progrès réalisés eu égard aux objectifs mentionnés à l'article L. 32-1, devant les commissions permanentes du Parlement compétentes, à leur demande. Ces dernières peuvent consulter l'Autorité sur toute question relevant de sa compétence.

L'Autorité peut procéder aux expertises, mener les études, recueillir les données et mener toutes actions d'information sur le secteur des communications électroniques et sur celui des postes. A cette fin, le prestataire du service universel postal, les titulaires de l'autorisation prévue à l'article L. 3, les opérateurs ayant effectué la déclaration prévue à l'article L. 33-1 sont tenus de lui fournir les informations statistiques concernant l'utilisation, la zone de couverture et les modalités d'accès à leur service. Les ministres compétents sont tenus informés des résultats de ces travaux. "

ÉDITORIAL

Une année charnière

L'année 2005 a constitué une année charnière à plus d'un titre pour le secteur et l'Autorité.

Les compétences de l'Autorité ont été étendues à la régulation du secteur postal par la loi du 20 mai 2005. Dans ce domaine comme dans les télécommunications, l'ART, devenue ARCEP, entend favoriser au maximum le développement économique du secteur, l'innovation et l'investissement, non seulement en matière de services postaux mais également sur toute la chaîne de valeur, de la conception à la distribution des envois postaux.

L'objectif est de concilier l'existence et la viabilité du service universel postal avec l'introduction de la concurrence sur le marché des envois de correspondance avec des prestataires assurant un service de qualité.

L'ARCEP assume ces nouvelles responsabilités dans un esprit de concertation et en toute transparence. Un dialogue constructif est entretenu avec les entreprises du secteur, aussi bien avec l'opérateur historique (groupe La Poste) qu'avec celles qui devront être titulaires d'une autorisation.

Dans le domaine des communications électroniques, l'année 2005 s'est terminée sur des perspectives encourageantes. L'investissement a progressé de 15%, en forte augmentation par rapport aux années précédentes. Cette embellie a concerné aussi bien les opérateurs fixes que mobiles.

Dans leur ensemble, les grandes tendances observées ces dernières années ont été confirmées. La valeur des services aux clients finals a dépassé les 40 milliards d'euros, soit une croissance annuelle de 2,4 %. Sur le marché mûre de la téléphonie fixe, dont les revenus ont continué de baisser, on a assisté à une modification des offres avec de plus en plus de formules proposant des consommations illimitées. Le haut débit a constitué pour de nombreux acteurs du fixe un relais de croissance significatif. Ce marché a continué à se développer à un rythme soutenu, avec un essor important d'offres innovantes intégrant télévision et voix sur large bande. Dans les mobiles, la croissance s'est poursuivie, à un rythme modéré, et les premiers opérateurs virtuels sont arrivés sur le marché fin 2005.

L'année 2005 a surtout marqué une nouvelle étape dans la régulation de l'intensité concurrentielle des marchés au bénéfice des consommateurs. L'Autorité a mené à leur terme pratiquement toutes les analyses des marchés pertinents identifiés par la Commission européenne. Tirant parti des possibilités offertes par le nouveau cadre réglementaire, l'ARCEP a mis en place une régulation flexible, mieux adaptée aux marchés de gros et assouplie sur les marchés de détail. Des avancées notables ont ainsi été enregistrées.

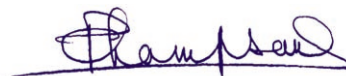
On peut notamment citer la création de la vente en gros de l'abonnement au service téléphonique (VGAST) qui va permettre le développement de nouvelles offres, plus simples pour le consommateur, intégrant abonnement et communications ou l'enrichissement des offres de gros sur le marché du "bitstream" pour améliorer la couverture du haut débit. Il en va de même de la création d'une offre de gros permettant aux opérateurs entrants de proposer aux entreprises une offre de services de capacité à très haut débit, alternative à celle de France Télécom.

D'importants travaux ont été entrepris en 2005. La mise à jour du plan de numérotation a constitué un chantier majeur pour l'Autorité. L'ARCEP a revu les règles de gestion du plan de numérotation de 1998 pour les mettre en conformité avec le nouveau cadre réglementaire et répondre au développement des offres de téléphonie alternatives, notamment celles s'appuyant sur la voix sur IP. Une nouvelle catégorie de numéros, commençant par 09, a été ouverte, dédiée aux communications interpersonnelles. L'attribution de numéro commençant par 118 aux fournisseurs de services de renseignements va renforcer le choix des consommateurs.

Certains chantiers lancés en 2005 devraient aboutir dans les mois à venir, comme la mise en place de l'annuaire universel, ou encore la refondation de la portabilité des numéros mobiles qui devra être réalisée en dix jours à partir de début 2007. Enfin, l'attribution de fréquences BLR permettra à des opérateurs et des collectivités territoriales de densifier leur réseau et de résorber les zones non desservies en haut débit par l'ADSL.

L'Autorité a répondu aux attentes des élus en créant, début 2005, le Comité des réseaux d'initiative publique (CRIP), associant élus, opérateurs et l'ARCEP. Les collectivités territoriales, qui pourront s'appuyer sur les travaux du CRIP vont ainsi être en mesure de renforcer la couverture haut débit de leur territoire et notamment de leurs zones d'activité. La publication de document de référence (conventions types, préconisations techniques) leur facilitera la mise en œuvre de projets.

Ces fondations solides vont permettre à la régulation de franchir une nouvelle étape en s'adaptant aux frontières mouvantes nées de la convergence entre communications fixes et mobiles, entre transmission de la voix et de données et en poursuivant l'allègement de la régulation sectorielle, notamment sur les marchés de détail, au profit du droit commun de la concurrence.

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'P. Champsaur', with a horizontal line drawn underneath it.

Paul Champsaur
Président

SOMMAIRE

Présentation de l'ARCEP

CHAPITRE I

Le fonctionnement de l'ARCEP 31

A. Le collège 32

B. L'organigramme 34

CHAPITRE II

Les missions du régulateur 35

A. Communications électroniques 37

B. Secteur postal 37

CHAPITRE III

Les moyens de l'ARCEP 39

A. les moyens budgétaires 41

B. Les ressources humaines 41

C. Les études 42

CHAPITRE IV

Les indicateurs opérationnels 45

A. Les indicateurs de l'activité de l'ARCEP 47

1. Les avis et décisions 47

1.1. les avis 47

1.2. les décisions 47

1.3. Les avis sur les décisions tarifaires de FT 48

2. Nombre d'opérateurs autorisés 49

3. Nombre de contentieux 49

B. les indicateurs de marché en 2005	50
1. La téléphonie fixe	50
2. La téléphonie mobile	50
3. Internet haut débit	51

CHAPITRE V

La communication de l'Autorité	53
A. Le site Internet de l'Autorité	55
1. Les 10 thèmes les plus consultés entre décembre 2005 et février 2006	55
2. Nombre d'abonnés dans les listes de diffusion	55
3. Nombre de sites pointant vers le site de l'Autorité	55
B. La Lettre de l'Autorité	55

SOMMAIRE

Le cadre juridique et réglementaire

CHAPITRE I

Le secteur postal	61
A. La loi de régulation postale	63
1. La modification en profondeur l'organisation du secteur	63
2. Les missions et attributions de l'ARCEP	64
B. Les decrets d'application	64
C. Les limites du monopole postal en 2006	65
D. La révision des directives postales	66
1. Le calendrier	66
2. La libéralisation du marché postal en Europe	67
3. Les institutions et les travaux européens	67
E. L'Union postale universelle (UPU)	68

CHAPITRE II

Le secteur des communications électroniques	69
A. Le cadre législatif	72
B. Le décret du 26 juillet 2005	72
1. Les obligations des opérateurs	73
1.1. Obligations générales	73
1.2. Obligations spécifiques	73
2. Déclaration des réseaux et des services	75
3. Conditions d'exploitation des réseaux indépendants	75
C. Les autres dispositions règlementaires adoptées en 2005	76
1. Annuaire et services de renseignements	76
2. Fréquences	76
3. Service universel	76
4. Droits de passage	77
5. Dispositions diverses	77

CHAPITRE III

L'harmonisation européenne	79
A. Les travaux du COCOM	81
1. Numérotation	81
1.1. Le 116	81
1.2. La mise en œuvre du 112	82
1.3. Les numéros gratuits	82
2. Fréquences	83
2.1. Les bandes MSS 2GHz	83
2.2. De la radiodiffusion analogique à la radiodiffusion numérique	83
3. Recommandation sur la séparation comptable	84
B. Les travaux du GRI/GRE	84
1. Les travaux réalisés en 2005	85
1.1. Les documents du GRE	85
1.2. Les documents du GRI	88
2. Programme de travail pour 2006	89
C. La révision du cadre réglementaire	90
1. Méthodologie	90
1.1. Un exercice récurrent	90
1.2. Un exercice obligatoire	91
1.3. Les compétences respectives	92
2. La consultation des ARN	93
2.1. Une évolution et non pas une révolution	93
2.2. Les messages clés	95
3. L'ARCEP et la révision du cadre réglementaire	97

SOMMAIRE

Le secteur postal

CHAPITRE I

L'observatoire des marchés postaux 101

A. Segmentation et panorama des marchés 103

- 1. Le marché des envois postaux 103
- 2. Les autres marchés analysés dans l'observatoire 105

B. Les résultats de l'observatoire par marché 106

- 1. Les envois postaux distribués et les marchés correspondants 106
 - 1.1 La distribution des envois de correspondance 109
 - 1.2 La distribution de presse 109
 - 1.3 Le marché du colis domestique 110
 - 1.4 Le marché de l'express domestique 110
 - 1.5 La distribution de la publicité non adressée 110
- 2. Les activités amont : le marché du routage 111
 - 2.1 Le routage du marketing direct et du courrier de gestion 112
 - 2.2 Le routage 113
- 3. Positionnement des acteurs selon la phase de traitement des envois 113

CHAPITRE II

Les autorisations 115

A. Le régime d'autorisations applicable aux activités nouvellement ouvertes à la concurrence 117

B. La typologie des opérateurs concernés 119

C. Les travaux de l'ARCEP avec le secteur 120

CHAPITRE III

Le service universel postal	123
A. L'étude des attentes des utilisateurs	125
1. Les pratiques postales	125
1.1. Les lettres	125
1.2. Les recommandés	126
1.3. Les colis	127
2. Points particulièrement significatifs dans les attentes	128
2.1. L'importance prédominante du délai dans les attentes du public	129
2.2. L'importance de la distribution en J+2 pour les colis	129
2.3. Heure limite d'envoi des lettres	129
2.4. L'attente de fiabilité est très importante pour le recommandé	130
2.5. Taux d'incidents perçus	130
2.6. Des critères de commodité surtout importants pour les colis et les recommandés	130
B. L'audit de la mesure de qualité de service de La Poste sur la lettre en J+1	131
1. La mesure de la qualité de service.	131
2. L'audit de la mesure	132

Le marché

CHAPITRE I

Les chiffres du marché et la situation sur le marché	137
A. Le marché des clients finals	139
1. Le marché des communications électroniques	139
1.1. En valeur	139
1.2. En volume	141
1.3. Le parc de clients	143
2. Consommation moyenne des clients	143
B. L'investissement et l'emploi	146

CHAPITRE II

Les différents segments du marché	149
A. La téléphonie vocale fixe	151
1. L'accès	151
1.1. Les abonnements	151
1.2. La sélection du transporteur	152
1.3. Le dégroupage	153
1.4. La publiphonie et les cartes	154
2. Les communications en téléphonie fixe	155
2.1. Les communications en valeur et en volume	156
2.2. Total de la téléphonie fixe (valeur et volume)	157
3. La consommation moyenne par client	158
B. L'Internet	158
1. Le marché de l'Internet	158
1.1. Les abonnements	158
1.2. Les revenus	159
2. Le bas débit	160
3. Le haut débit	161
4. La facture moyenne mensuelle par abonnement Internet	162

C. Le mobile	163
1. Le marché du mobile	163
1.1. Les clients	163
1.2. Les revenus et les volumes	165
2. La voix sur mobile	167
2.1. Revenus de la voix par destination d'appel	167
2.2. Volumes de la voix par destination d'appel	168
3. Les données sur mobile	169
3.1. Les revenus	169
3.2. Volume total de SMS émis	170
4. La consommation moyenne par client	170
D. Les autres services	172
1. Les services avancés	172
2. Les services de renseignements, d'annuaires et revenus de la publicité	173
3. La vente et la location de terminaux et d'équipements	173
4. Hébergement et gestion des centres d'appels	174
E. Les liaisons louées	174
F. Le transport de données	174

CHAPITRE III

Consommation et usages en France 177

A. L'équipement des ménages	179
1. En téléphone fixe	179
2. En ordinateur	179
3. Internet	180
B. L'équipement des personnes	183
1. Téléphone fixe et téléphone mobile	183
2. Nouveaux usages	184

CHAPITRE IV

Comparaisons tarifaires avec les autres pays 187

A. Le prix d'un panier en téléphonie fixe	189
B. L'abonnement	191
1. L'abonnement résidentiel	191
2. L'abonnement professionnel	191
C. Le prix des communications en Europe	192
1. Appels locaux	192
2. Appels nationaux	194
3. Appels mobiles	194

SOMMAIRE

La régulation concurrentielle des marchés

CHAPITRE I

L'analyse des marchés en France et en Europe 199

A. La procédure d'analyse des marchés en France en 2005 201

1. Etat des lieux 201

2. Interaction des différents acteurs 202

B. L'analyse des marchés au sein de l'Union européenne en 2005 205

1. Une recrudescence des notifications 205

2. Phases II ouvertes par la Commission en 2005 206

2.1. Phase II et veto en 2005 206

2.2. Phase II et modification de projets de décision notifiés en 2005 207

CHAPITRE II

La téléphonie fixe 211

A. L'analyse des marchés de la téléphonie fixe 213

1. La conclusion de l'analyse en 2005 213

2. Les marchés pertinents de détail 214

2.1. Délimitation 214

2.2. L'influence significative 214

2.3. Les obligations imposées 215

3. Les marchés pertinents de gros 215

3.1. Délimitation 215

3.2. L'influence significative 216

3.3. Les obligations imposées 217

B. Les points marquants de l'analyse des marchés de la téléphonie fixe 218

1. La Voix sur large bande (VLB) 218

2. Les "grandes offres" 220

3. Les marchés de la terminaison d'appel géographique sur les réseaux alternatifs fixes 221

4. La vente en gros de l'accès au service téléphonique (VGAST)	222
4.1. L'architecture technique et tarifaire retenue pour la VGAST	222
4.2. Qualité de service	223
4.3. Volumétrie	224
4.4. Articulation avec les autres offres de gros	224
4.5. Disponibilité de l'offre VGAST	224

CHAPITRE III

Le haut débit 225

A. Le marché du haut débit en 2005 227

1. Le marché de détail	227
1.1. Le marché de détail résidentiel	228
1.2. Le marché de détail professionnel	230
2. Les marché de gros	230
2.1. Le dégroupage	231
2.2. Les autres offres de gros	234

B. La régulation des marchés de gros du haut débit 235

1. Les principes généraux de la régulation du haut débit	235
2. Les analyses de marchés	236
2.1. Le dégroupage et les offres de gros d'accès large bande livrées au niveau régional	236
2.2. Les offres de gros d'accès large bande livrées au niveau national	237

C. Le dégroupage 238

1. Aspects opérationnels et techniques du dégroupage	238
1.1. Le groupe multilatéral " Processus de commandes "	238
1.2. Travaux du comité d'experts	239
1.3. Offre de raccordement des répartiteurs en infrastructure passive	240
1.4. Règlement de différend sur les NRA-HD	240
1.5. La publication d'indicateurs de qualité de service	241
1.6. Evolutions de l'offre de référence de France Télécom	241
2. Aspects tarifaires du dégroupage	241
2.1. Tarifs récurrents	241
2.2. Tarifs non récurrents	242
2.3. Révision des tarifs des prestations connexes	243

D. Les offres d'accès large bande livrées au niveau régional 244

1. La mise en place de la régulation sur ce marché	244
1.1. Définition des offres régionales	244
1.2. Offre de référence " Accès et collecte DSL "	244

2. L'action de l'Autorité sur ce marché	245
2.1. Avis Turbo DSL du 12 mai 2005	246
2.2. Réunions du groupe multilatéral " Bitstream "	246
2.3. Règlement de différend Colt/France Télécom	247
2.4. Modèle réglementaire de coût de l'accès dégroupé	247
2.5. Travaux sur un modèle de la collecte et groupe " Bureau "	248
2.6. Evolutions de l'offre de référence de France Télécom	248

CHAPITRE IV

Les mobiles	249
A. Le marché mobile en 2005	251
1. Les caractéristiques du marché mobile	251
2. Les nouveaux acteurs : les MVNO	251
3. La situation concurrentielle	252
3.1. Le suivi du marché	252
3.2. Premiers résultats	253
3.3. Etat des lieux sur les conditions de gros	254
3.4. Les autres indicateurs	254
3.5. Perspectives	255
B. L'interconnexion mobile en 2005	255
1. La terminaison d'appel vocal	255
1.1. Le cadre issu de l'analyse des marchés : rappel des obligations	255
1.2. Mise en œuvre : obligations comptables	257
1.3. Premier audit des comptes en 2005	257
1.4. Un nouveau cadre pour la comptabilisation des coûts	258
1.5. Calendrier	260
1.6. Mise en œuvre des obligations	261
2. La terminaison d'appel SMS	263
2.1. Le marché du SMS sur les réseaux mobiles	263
2.2. L'analyse de l'Autorité	265
2.3. Contexte européen	265
C. Le roaming international	269
1. Une initiative de la Commission relayée par les ARN	269
1.1. Aspects transparence	269
1.2. Aspects concurrentiels	270
2. Description et fonctionnement du marché de détail	270
3. Description et fonctionnement du marché de gros	271
3.1. Enjeux institutionnels et techniques	271
3.2. Enjeux économiques et stratégiques	272
3.3. Volumes de roaming in	272
4. L'initiative de l'ARCEP	273
4.1. Constat concurrentiel	273
4.2. Propositions	273

CHAPITRE V

Les autres marchés	275
A. Les services de capacité et liaisons louées	277
1. Définitions	277
2. Délimitation des marchés	277
3. L'influence significative	278
4. Obligations envisagées	278
4.1. Permettre la replicabilité des offres de détail	278
4.2. Promouvoir le déploiement de fibres optiques	279
B. Le marché de gros des services de diffusion audiovisuelle	279
1. Délimitation du marché	279
2. Obligations envisagées	280
3. L'avis du CSA	280
4. L'avis du Conseil de la concurrence	281
5. Notification à la Commission européennes et aux ARN	282
6. Le dispositif de régulation <i>ex ante</i> adopté par l'ARCEP	282

CHAPITRE VI

Éléments de doctrine	283
A. La valorisation de la paire de cuivre	285
1. La boucle locale cuivre	285
1.1. description	285
1.2. Les coûts de la boucle locale cuivre	286
2. La relation avec le tarif du dégroupage total	286
3. La méthode de valorisation utilisée jusqu'en 2005	287
3.1. Méthode des CMILT	287
3.2. Assiette géographique	287
4. Les enjeux de la méthode de valorisation	288
5. La consultation publique menée par l'Autorité	289
5.1. Le processus de consultation	289
5.2. Les méthodes étudiées	290
5.3. Analyse des méthodes présentées	293
5.4. Éléments de mise en œuvre	294
6. La décision de l'Autorité	295
B. Le contrôle tarifaire	295

La régulation des ressources rares

Les fréquences	299
A. Le cadre de la regulation	301
1. Gestion des fréquences aux niveaux mondial, européen et national	301
1.1. Les travaux d'harmonisation des fréquences	301
1.2. L'ingénierie du spectre	302
1.3. L'identification de bandes de fréquences pour de nouveaux usages	302
2. Réflexion prospective sur les méthodes de gestion du spectre	303
B. Marchés secondaires de fréquences	304
1. Les bandes de fréquences concernées	304
2. Les bandes de fréquences proposées	305
2.1. Bandes BLR	305
2.2. Bandes PMR	306
2.3. Bandes du Service Mobile par Satellite	306
2.4. Bandes du Service Fixe Terrestre et par Satellite	306
C. Le dividende numérique	307
D. La boucle locale radio/WiMax	309
1. Le marché de la BLR	310
1.1. Les opérateurs en place	310
1.2. L'expression de nouveaux besoins	311
1.3. Des fréquences disponibles dans la bande 3,4-3,6 GHz	311
1.4. Les principes retenus pour les autorisations	312
2. Un processus d'autorisation en trois étapes	313
2.1. Phase 1 : le recensement des intentions de candidature	313
2.2. Phase 1 : le constat de la rareté	314
2.3. Phase 1 : la sélection des candidats	314
E. Mobiles par satellite	317
F. PMR/PAMR	317
1. PAMR à haut débit 450-470 MHz	318
2. Le marché de la radio mobile professionnelle (PMR)	318
G. Assignations de fréquences	319

CHAPITRE II

La numérotation	321
A. Les missions de l'ARCEP	323
B. La mise à jour du plan de numérotation	324
1. Les nécessités d'une révision	324
2. La concertation avec les acteurs	325
3. Hiérarchisation des décisions de l'ARCEP	325
C. Changements et innovations dans les règles de gestion	326
1. Suppression de la procédure de réservation	326
2. Mise à disposition à un opérateur tiers	327
3. Renforcement du contrôle de l'utilisation	327
D. L'ouverture de la tranche 09	327
1. Répondre aux besoins nouveaux	327
2. Les modalités d'ouverture des 09	328
E. Les ressources attribuées au 31 décembre 2005	329
F. Les outils à la disposition du public	331

SOMMAIRE

Collectivités et aménagement du territoire

CHAPITRE I

L'action des collectivités territoriales	335
A. Les compétences des collectivités locales	337
B. La couverture des territoires	338
1. Le haut débit	338
2. Les mobiles	339

CHAPITRE II

Les travaux du Comité des Réseaux d'Initiative Publique (CRIP)	341
A. Les marchés de services haut débit	343
B. Les catalogues de service des délégations de service public	345
C. L'équipement des zones d'activité	346
1. La convention type de mise à disposition	346
2. La charte de préconisations techniques	347
D. Les zones blanches du haut débit	347
1. Définition des zones blanches	347
2. La localisation des zones blanches	348
3. Les montages juridiques pertinents	348
4. Les technologies mises en œuvre	349

SOMMAIRE

Les consommateurs

CHAPITRE I

La prise en compte de l'intérêt des consommateurs	353
A. L'action de l'ARCEP au quotidien	355
B. L'assistance aux consommateurs	356

CHAPITRE II

Le rapport sur la médiation	257
------------------------------------	-----

CHAPITRE III

L'annuaire universel	361
A. Le contexte général	363
1. Le cadre législatif	363
2. L'action de l'ARCEP	363
B. Les droits des abonnés, les obligations des opérateurs et éditeurs	364
1. Les droits des abonnés	364
2. Les obligations des opérateurs et des éditeurs	364
2.1. Le choix de parution des abonnés	364
2.2. Les cessions de listes entre opérateurs et éditeurs	365
C. L'accès aux données de l'annuaire universel	365
D. La mise en place de l'annuaire universel	366
1. Les travaux sur les dispositions techniques	367
2. Le contenu des listes	367
3. Les opérateurs concernés	368
4. L'identification des éditeurs ayant droits	368
5. La tarification et la contractualisation	368
6. Les données d'annuaires universels	369
E. Un processus en marche	369

CHAPITRE IV

Les services de renseignements téléphoniques	371
A. Le contexte juridique	373
B. Les nouveaux numéros 118XYZ	373
C. L'ouverture des services	374
D. Premier bilan	375

CHAPITRE V

La portabilité des numéros	377
A. Evolutions législatives et réglementaires	379
B. La portabilité des numéros mobiles (PNM)	381
1. En métropole	381
1.1. Identifier les améliorations nécessaires	381
1.2. Impact des évolutions législatives et réglementaires	381
1.3. Le processus de la PNM pour le client	382
1.4. Les numéros mobiles portés en 2005	384
2. Dans les départements de la zone Antilles Guyane	385
3. Dans le département de la Réunion	386
C. La portabilité des numéros fixes	387
1. Les numéros concernés	387
2. Les numéros fixes portés en 2005	387
3. Perspectives et impact des évolutions législatives et réglementaires	388

SOMMAIRE

Les autres compétences de l'Autorité

CHAPITRE I

Autorisations et contrôles	391
A. Le régime déclaratif	393
1. Les opérateurs soumis à déclaration	393
2. Les acteurs non soumis à déclaration	393
3. Les chiffres	394
B. Le contrôle des obligations	394
C. La qualité de service	396
1. Le GSM	396
1.1. Les mesures réalisées sur les axes de circulation	397
1.2. Les services de données	397
2. La téléphonie fixe	398
3. Les services de renseignements	398

CHAPITRE II

Le service universel	401
A. Le service universel téléphonique	403
1. Service universel et opérateur de service universel	403
1.1. Les composantes du service universel	403
1.2. Les obligations des opérateurs en charge du service universel	404
1.3. La désignation du ou des opérateur(s) prestataire(s) du service universel	405
2. Le financement du service universel	405
2.1. Les contributeurs au financement du service universel	405
2.2. Une contribution assise sur le chiffre d'affaires	405
2.3. Les services de communication électroniques concernés	406
2.4. Répartition des contributions par type d'opérateurs	408

B. Le rôle de l'ARCEP	408
1. L'évaluation du coût du service universel	408
1.1. La péréquation géographique	409
1.2. Les tarifs sociaux	409
1.3. Les services de renseignements et annuaires	409
1.4. Les cabines téléphoniques	409
1.5. Les avantages immatériels	410
2. Évaluation du coût net du service universel pour 2003 et 2004	410
3. Le coût net du service universel de 2002 à 2006	411
4. La notion de charge excessive	411
C. Les litiges en cours	412
D. Le contrôle a priori des tarifs du service universel en 2005	413
1. L'accès et les communications téléphoniques	413
1.1. L'augmentation des frais de mise en service	413
1.2. Le prix de l'abonnement	413
1.3. Le prix des communications téléphoniques	414
2. Les engagements de France Télécom	415
2.1. La vente en gros de l'accès au service téléphonique	415
2.2. Le dégroupage	415
3. La première décision d'opposition au titre du service universel	415

CHAPITRE III

L'international	417
A. L'Union Internationale des Télécommunications (UIT)	419
1. L'UIT-T	419
2. L'UIT-R	420
3. L'UIT-D	421
4. Le Sommet mondial de la société de l'information (SMSI)	421
B. La Conférence européenne des administrations des Postes et Télécommunications (CEPT)	422
C. L'ETSI	423
D. L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)	424
E. Coopération et voyages d'étude	425
1. Les échanges bilatéraux	425
2. La coopération francophone	425
2.1. Réunion annuelle du réseau Fratel à Paris	425
2.2. Séminaire d'échange d'informations à Nouakchott	426
2.3. Formation BADGE	426
3. Etudes	426
4. Les voyages d'étude	426

CHAPITRE IV

La prospective	427
A. L'unité prospective	429
B. Le développement des réseaux de nouvelle génération (NGN)	432
1. Les actions de l'unité "Prospective"	432
1.1. Les motivations des opérateurs	432
1.2. Le déploiement des NGN	433
1.3. Les éléments d'un NGN	434
2. Les enjeux pour la régulation	435
2.1. La qualité de service et l'interconnexion	435
2.2. Agir en amont sur l'interopérabilité	435
2.3. L'impact économique des NGN	436

Annexes

Glossaire	437
------------------	-----

Présentation de l'ARCEP

CHAPITRE I Le fonctionnement de l'ARCEP

CHAPITRE II Les missions du régulateur

CHAPITRE III Les moyens de l'ARCEP

CHAPITRE IV Les indicateurs opérationnels

CHAPITRE V La communication de l'Autorité

1

2

3

4

5

6

7

8

9

Le fonctionnement de l'ARCEP

- A. Le collège
- B. L'organigramme

Les 7 membres de l'Autorité

Michel FENEYROL,
Ingénieur général des télécommunications,
nommé le 3 janvier 2001.



Jacques DOUFFIAGUES,
Ancien ministre,
nommé le 4 janvier 2001.



Gabrielle GAUTHEY,
Ingénieur général des télécommunications,
nommée le 31 décembre 2002.



Président

Paul CHAMPSAUR,
Inspecteur général de l'INSEE,
nommé le 3 janvier 2003.



Edouard BRIDOUX,
Professeur des universités,
nommé le 4 janvier 2005.



Joëlle TOLEDANO,
Professeur des universités,
nommée le 23 juin 2005.



Nicolas CURIEN,
Ingénieur des télécommunications,
professeur au CNAM,
nommé le 29 juin 2005.



A. Le collège

Depuis l'adoption de la [loi de régulation postale le 20 mai 2005](#), le collège de l'ART, qui est devenue l'ARCEP (Autorité de régulation des communications électroniques et des postes), a été élargi, passant de cinq à sept membres. Les conditions garantissant l'indépendance de l'ARCEP ont été réaffirmées : les membres du collège ne sont pas révocables et leur mandat de six ans n'est pas renouvelable. Cette indépendance repose également sur le mode de désignation des membres du collège qui fait intervenir les plus hautes autorités du pays. Trois d'entre eux sont nommés par le président de la République. Les quatre autres sont respectivement désignés par le président de l'Assemblée nationale et le président du Sénat.

Trois membres du collège ont été nommés par décret du président de la République :

- en qualité de président : **Paul CHAMPSAUR** ;
- en qualité de membres : **Michel FENEYROL** et **Edouard BRIDOUX**.

Deux membres du collège ont été nommés par le président du Sénat :

- en qualité de membres : **Jacques DOUFFIAGUES** et **Nicolas CURIEN**.

Deux membres du collège ont été nommés par le président de l'Assemblée nationale :

- en qualité de membres : **Gabrielle GAUTHEY** et **Joëlle TOLEDANO**.

Organigramme

au 1^{er} juin 2006

Collège

Président

Paul
CHAMPSAUR

Membres

Jacques
DOUFFIAGUES

Michel
FENEYROL

Gabrielle
GAUTHEY

Édouard
BRIDOUX

Joëlle
TOLEDANO

Nicolas
CURIEN

Mission mise en œuvre du cadre communautaire

Auréli
DOUTRIAUX

Directeur Général

Philippe
DISTLER

Directeur Général adjoint

François
LIONS

Mission communication

Jean-François
HERNANDEZ

Adjointe :
Ingrid VIOLET-
APPENZELLER

Économie et Prospective

Coordination des analyses économiques.
Service et annuaire universels.
Observatoires et études externes.
Prospective.

Isabelle KABLA-LANGLOIS
Adjoint : François VARLOOT

Analyses économiques et concurrentielles
Nicolas DEFFIEUX
Économie des réseaux et services
François VARLOOT
Prospective
Didier CHAUVÉAU
Observatoire des marchés et études externes
Sylvie DUMARTIN

Régulation des Marchés Fixe et Mobile

Régulation des marchés de gros et de détail des services fixes (commutés et liaisons louées) et mobiles.
Régulation tarifaire et portabilité.

Benoît LOUTREL

Marchés de détail réseaux fixes
Stéphane LHERMITTE
Marché de l'accès et de l'interconnexion
Ari BIBAS
Marché réseau mobiles
Lucile BADAIRE-LOISEAU

Collectivités et Régulation des Marchés Haut Débit

Régulation des marchés de gros et de détail des réseaux et services haut débit et de la radiodiffusion.
Suivi des relations avec les collectivités territoriales au titre de l'aménagement numérique du territoire.

Laurent LAGANIER
Adjoint : Jean-Claude BEAUCHEMIN

FTTx et dégroupage
Sébastien SORIANO
Diffusion audiovisuelle et bitstream
Collectivités Territoriales
Jean-Claude BEAUCHEMIN

Opérateurs et Régulation des Ressources Rares

Point d'entrée pour les opérateurs (déclaration, cadre pour les nouvelles technologies).
Planification et régulation des ressources rares (numéros et fréquences).
Suivi des obligations associées aux autorisations (notamment qualité de service et couverture).

Jérôme ROUSSEAU
Adjoint : Olivier BLONDEAU

Opérateurs et Planification des ressources
Anne HUGUET
Opérateurs Mobiles
Fabrice ALVES
Fréquences
Olivier BLONDEAU
Numérotation
Jacques LOUESDON

Régulation postale

Régulation des activités postales relatives au courrier : délivrance des autorisations aux opérateurs, contrôle du service universel, contrôle comptable et tarifaire de l'opérateur en charge du service universel
Guillaume LACROIX

Autorisations et service universel
Catherine GALLET-RIBAK
Contrôle tarifaire et comptable
Rémy LEBRUN

International

Coordonne et met en œuvre l'action internationale de l'ARCEP.

Anne LENFANT
Adjoint : Joël VOISIN-RATELLE

Affaires européennes
Françoise LAFORGE
Relations internationales
Joël VOISIN-RATELLE
Coordination UIT et normalisation
Marie-Thérèse ALAJOUANINE

Juridique

Chargé de tous les aspects juridiques de l'activité de l'ARCEP, veille à la sécurité juridique des décisions

Joëlle ADDA
Adjoint : Loïc TAILLANTER

Administration et Ressources Humaines

Gère les ressources et les moyens de l'ARCEP ainsi que la documentation, l'intranet et les relations avec les consommateurs.

Jean-Marc SALMON
Adjoint : Elisabeth CHEHU-BEIS

Système d'information et affaires générales
Pierre-Jean DARMANIN
Programmation, Budget et Contrôle de gestion
Bernard THOUVIGNON
Mission Documentation
Elisabeth CHEHU-BEIS
Consommateurs
Stéphane KUNA
Ressources humaines et relations sociales
Catherine AUTIER

Les missions du régulateur

- A. Communication électroniques
- B. Secteur postal

Le [cadre réglementaire transposant les directives européennes](#) concernant les communications électroniques, adopté en juillet 2004, a été complété le [20 mai 2005](#) avec la loi de régulation postale qui a étendu les responsabilités du régulateur renommé l'ARCEP (Autorité de régulation des communications électroniques et des Postes) en lui donnant mission de veiller à l'ouverture et au bon fonctionnement du marché postal.

A. Communications électroniques

Dans le domaine des communications électroniques, l'ARCEP doit :

- permettre l'exercice d'une concurrence effective et loyale au bénéfice des utilisateurs. La concurrence n'est pas une fin en soi. Elle stimule l'innovation et l'investissement, développe le marché, favorise la diversification des offres par les prix et la qualité et bénéficie par là aux consommateurs.
- veiller à la fourniture et au financement du service universel dans le cadre du service public des télécommunications. Le service universel comprend quatre composantes : un service de qualité à un prix abordable, y compris des tarifs sociaux ; un service de renseignements et un annuaire universel ; l'accès à des cabines téléphoniques sur la voie publique ; des mesures particulières en faveur des handicapés et des catégories de personnes en raison notamment de leur niveau de revenu ;
- veiller au développement de l'emploi, de l'innovation et de la compétitivité dans le secteur des télécommunications. Dans ses avis et décisions, l'ARCEP s'attache à favoriser l'emploi et l'innovation des entreprises du secteur en préservant un environnement favorable à leur compétitivité ;
- prendre en compte l'intérêt des territoires et des utilisateurs dans l'accès aux services et aux équipements. L'aménagement du territoire est une préoccupation constante de l'Autorité, tant en ce qui concerne l'extension du haut débit dans les zones peu denses que pour la couverture mobile du territoire.

B. Secteur postal

La [loi sur la régulation des activités postales](#) a donné mission à l'ARCEP de veiller à l'ouverture et au bon fonctionnement du marché postal :

- en délivrant les autorisations d'exercer une activité postale ;
- en émettant des avis rendus publics sur les tarifs et les objectifs de qualité du service universel ;
- en approuvant les tarifs du secteur réservé.

Les moyens de l'ARCEP

- A. Les moyens budgétaires
- B. Les ressources humaines
- B. Les études

A. Les moyens budgétaires

Pour 2005, la dotation budgétaire de l'ARCEP a été fixée à 18,71 millions d'€, dont 10,77 millions d'€ pour les dépenses de personnel et 7,94 millions d'€ pour les dépenses de fonctionnement courant (hors reports de crédits de fonctionnement).

La détermination des besoins budgétaires de l'exercice 2006 s'est effectuée pour la première fois dans le cadre de la LOLF (loi organique des Lois de Finances). L'ARCEP constitue l'action 08 "régulation des communications électroniques et des postes" du programme 199 "régulation et sécurisation des échanges de biens et services". Ce programme est l'une des composantes de la mission ministérielle du MINEFI "développement et régulation économiques".

Pour 2006 le montant total de la dotation s'élève à 21,47 millions d'€ en autorisations d'engagement et 21,07 millions de crédits de paiement dont, pour le fonctionnement, 8,05 millions d'€ en autorisations de programmes et 7,65 millions en crédits de paiement. L'effectif budgétaire mesuré selon les normes de la LOLF est de 170 équivalents effectifs temps plein.

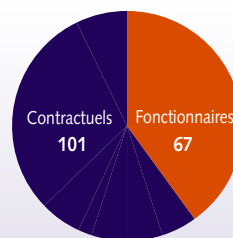
Par ailleurs, il ressort de la comptabilité analytique de l'Autorité que les coûts totaux ordonnancés en 2004 se sont élevés à 16,6 millions d'€, dont 5,9 millions au titre du suivi du régime d'autorisation générale et du régime d'autorisation individuelle. En regard, le montant facturé aux acteurs du secteur en 2004 au titre des taxes et de la redevance de gestion s'établit également à 5,9 millions d'€.

Pour 2005, les coûts totaux ordonnancés s'élèvent à 18,7 millions d'€, du fait notamment de la mise en place de la régulation postale, dont 6,2 millions d'€ au titre du suivi des régimes d'autorisation générale et individuelle. Ces coûts sont uniquement ceux de l'ARCEP, et ne tiennent pas compte des coûts encourus par d'autres entités administratives également en charge de ce dossier comme le ministère de l'Industrie ou l'Agence nationale des fréquences (ANFr). Le montant facturé aux acteurs en 2005 au titre des taxes et de la redevance de gestion s'élève quant à lui à 6,5 millions d'€.

B. Les ressources humaines

Les effectifs de l'Autorité sont passés de 152 collaborateurs au 31 décembre 2004 à 168 au 31 décembre 2005 (74 femmes, 94 hommes). La répartition entre agents fonctionnaires et contractuels a évolué de 65 titulaires et 87 contractuels au 31 décembre 2004 à 67 titulaires et 101 contractuels au 31 décembre 2005. Le nombre d'emplois de catégories A est passé de 114 à 131, soit 78% de l'effectif.

Répartition des effectifs
au 31/12/05



La moyenne d'âge des agents au 31 décembre 2005 s'élève à 40,9 ans (47,1 ans pour les titulaires et 36,7 ans pour les contractuels).

L'effort de formation professionnelle et de participation aux colloques des agents de l'Autorité s'est accru de 28% en 2005 pour atteindre le montant de 248 000 euros.

L'organisation de l'Autorité a été modifiée dans le souci d'améliorer l'efficacité de son action et de renforcer son expertise économique avec :

- la création au sein du Service Economie et Prospective (SEP) d'une unité supplémentaire "Analyses économiques et concurrentielles" ;
- la séparation de l'unité "Marché fixe" en deux unités "Marché de gros réseau fixe" et "Marché de détail réseau fixe", au sein du service Régulation des marchés fixe et mobile (SFM).

Le comité technique paritaire (CTP) de l'Autorité a été saisi de ces évolutions en janvier 2005.

Le CTP s'est également réuni en juin 2005 afin de donner son avis sur la création du service de la régulation postale le 1^{er} juillet 2005. Enfin, une troisième réunion s'est tenue en septembre 2005 au cours de laquelle des règles de bon usage des ressources informatiques et relatives à la politique de rémunération des agents contractuels mise en place au 1^{er} janvier 2006 ont été ajoutées aux règles de fonctionnement interne de l'Autorité.

Une commission consultative paritaire a été mise en place le 23 mai 2005.

Des élections professionnelles se sont tenues les 18 octobre et 8 novembre 2005 afin de renouveler les représentants du personnel au comité technique paritaire et désigner ceux de la commission consultative paritaire.

C. Les études

L'évolution rapide du secteur, la technicité et l'importance des questions liées à la régulation ont amené l'ARCEP à recourir à des expertises de nature techniques, économiques, statistiques ou juridiques. Les travaux des cabinets de consultants permettent à l'ARCEP de bénéficier de compétences spécialisées, d'avis neutres et extérieurs. Pour l'ARCEP, il s'agit le plus souvent d'outils de travail qui ne sont pas destinés à être rendus publics. Toutefois, certaines études ont vocation à informer le secteur et sont mises à la disposition du public sur le site Internet de l'Autorité.

En 2005, le budget consacré aux études s'est élevé à 1 079 031 €. Vingt-trois études ont été engagées d'un montant moyen de 47 000 € et d'une durée moyenne de 5 mois.

Liste des principales études externes 2005

Thèmes
Régulation des marchés du fixe et du mobile
Demande des entreprises (liaisons louées, transmission de données)
Suivi des tarifs (marché résidentiel)
Service vocaux à valeur ajoutée
Collectivités locales
Evolution des réseaux régionaux
Service universel
Audit sur le chiffre d'affaires en services de télécommunications 2003 et 2004
Prospective et technologie
Exposition aux champs électromagnétiques émis (réseaux locaux)
Evolution du cœur de réseau fixe
Consommation et usages
Diffusion et usage des technologies de l'information
Qualité de service et consommateurs
Qualité du service de téléphonie vocale des réseaux mobiles de seconde génération en France
Qualité des services de données des réseaux mobiles de seconde génération en France
Qualité des services de renseignements
Gestion des ressources
Marché PMR (réseaux radioélectriques professionnels)
Régulation du secteur postal
Evaluation des attentes des utilisateurs du Service Universel Postal (SUP) en France

Les indicateurs opérationnels

- A. Les indicateurs de l'activité de l'ARCEP
- B. Les indicateurs de marché en 2005

A. Les indicateurs de l'activité de l'ARCEP

1. Les avis et décisions

L'action de l'ARCEP se traduit par l'adoption d'avis et de décisions.

L'Autorité est consultée pour avis sur les projets de loi, de décret ou de règlement relatifs au secteur postal et à celui des communications électroniques. Elle peut également donner des [avis au Conseil de la concurrence lorsqu'elle est saisie](#)².

Articles L.5-8 et L. 36-10 du CPCE. 2

Une activité importante du régulateur dans le domaine des communications électroniques consiste à attribuer des ressources aux opérateurs, que ce soit en numérotation ou en fréquences. Elle représente plus de la moitié des décisions adoptées par le collège. L'ARCEP doit établir un [plan de numérotation téléphonique](#) et attribuer dans des conditions objectives, transparentes et non discriminatoires des numéros ou blocs de numéros aux opérateurs qui en font la demande³. Chaque attribution de numéros donne lieu à une décision. Il en est de même pour l'[attribution des autorisations d'utilisation des fréquences radioélectriques aux opérateurs](#) dans les mêmes conditions d'objectivité, de transparence et de non discrimination⁴.

Article L. 44 du CPCE. 3

Article L. 42-1 du CPCE. 4

1138 avis et décisions ont été adoptés par le collège de l'ARCEP.

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Avis et décisions adoptés	458	1047	1159	1365	1299	1189	1322	1098	1138

Source : ARCEP

1.1. Les avis

L'ARCEP a rendu 112 avis en 2005 :

- 23 avis sur des projets de loi, de décrets, d'arrêtés, de rapports ou sur une demande du ministre délégué à l'Industrie ;
- 2 avis donnés au Conseil de la concurrence ;
- 1 avis sur un projet de décision du CSA ;
- 86 avis sur des décisions tarifaires de France Télécom.

1.2. Les décisions

L'ARCEP a adopté 1026 décisions en 2005, dont notamment :

- 2 décisions sur des lignes directrices (l'une portant sur la définition de groupe fermé d'utilisateurs dans le nouveau cadre réglementaire, l'autre précisant les droits et obligations concernant les opérateurs GSM ou IMT-2000) ;

- 2 décisions fixant les conditions d'utilisation de réseaux radioélectriques du service fixe ;
- 18 décisions relatives au service universel ;
- 10 décisions relatives à des règlements de différends, dont deux relatives à des mesures conservatoires ;
- 7 décisions relatives à la procédure de règlements de différends ;
- 3 décisions relatives à des enquêtes administratives ;
- 7 décisions relatives à l'interconnexion et à l'accès ;
- 22 décisions relatives à l'analyse des marchés ;
- 324 décisions relatives aux ressources en numérotation, dont :
 - 4 décisions de portée générale ;
 - 320 décisions relatives à la numérotation, dont 282 décisions de réservation et d'attribution de numéros, 30 d'abrogation ou 8 de modification des conditions d'utilisation ;
- 631 décisions relatives aux ressources en fréquences, dont :
 - 5 décisions de portée générale ;
 - 626 décisions relatives à l'attribution, la modification ou la suppression d'autorisation d'utilisation de fréquences, dont 322 concernant des réseaux indépendants (parmi lesquelles 92 pour des réseaux mobiles hors 2RP et 62 pour des réseaux mobiles de type 2RP), 134 concernant le service fixe, 46 le service fixe par satellite, 87 le transport audiovisuel (54 pour la radio et 33 pour la télévision), et 37 relatives à des expérimentations (dont 25 pour services mobiles) ;

1.3. Les avis sur les décisions tarifaires de FT

1.3.1. Les avis tarifaires en 2005

En 2005, 150 dossiers tarifaires ont été transmis à l'ARCEP par France Télécom, dont 122 pour instruction et 28 pour information.

Sur ces 122 demandes, dont environ un quart relatives à des services relevant du périmètre du service universel, 107 ont été instruites par l'Autorité, 6 étaient en cours d'instruction au 31 décembre 2005 et 9 ont été retirées par France Télécom avant que l'ARCEP ne se prononce. Sur la base des dossiers instruits, l'Autorité a regroupé dans certains cas des décisions tarifaires au sein d'une même instruction, ce qui a eu pour effet de réduire le nombre d'avis rendus.

L'Autorité a donc rendu 97 instructions (avis ou décisions) dont 86 publiques sur des décisions tarifaires de France Télécom... L'ARCEP s'est prononcée défavorablement sur 3 décisions tarifaires de France Télécom :

- 2 décisions tarifaires ont été mises en conformité par France Télécom avec avis de l'ARCEP, puis homologuées par les ministres (ancien cadre réglementaire) ;

- 1 décision tarifaire a donné lieu à une décision d'opposition⁵ par l'ARCEP (dans le cadre du service universel).

1.3.2.- Les délais d'instruction en 2005

L'ARCEP dispose de trois semaines après réception du dossier complet pour **émettre un avis ou prendre une décision d'opposition**⁶

Le délai moyen d'instruction (date d'avis ou de décision / date de complétude des dossiers) est ressorti en 2005 à 12 jours, contre 16 jours en 2004. Cependant, le délai moyen d'analyse (date d'avis ou de décision / date de réception) n'a pas évolué sur la période 2004-2005 pour s'établir à environ un mois.

Cf. Partie VII, Chapitre 2

5

Cf. article R 20-30-11 du CPCE pour le service universel et D 315 du CPCE pour les autres cas.

6

2. Nombre d'opérateurs autorisés

Au 31 décembre 2005, on dénombrait 280 opérateurs autorisés ou déclarés⁷, dont 255 opérateurs fixes, 2 opérateurs à la fois fixes et mobiles et 23 opérateurs mobiles. Parmi ces 257 opérateurs fixes, 99 se sont déclarés en 2005, dont 33 pour exploiter un réseau et 66 autres pour fournir des services.

Voir Partie IX, chapitre 2

7

En 2005, 19 opérateurs fixes ont renoncé à leur autorisation ou ont signifié mettre fin à leur activité déclarée.

En outre, 179 opérateurs exploitaient en 2005 des réseaux locaux radio-électriques, dits RLAN, utilisant des ressources en fréquences.

3. Nombre de contentieux

Toutes les décisions de l'ARCEP sont susceptibles de recours devant les juridictions administratives (Conseil d'Etat ou Tribunal administratif) ou civiles (Cour d'Appel de Paris, Cour de cassation), suivant la nature du litige. En 2005, 15 décisions du collège de l'Autorité ont fait l'objet de recours contentieux devant le Conseil d'Etat et 14 contentieux ont été ouverts concernant les taxes et redevances. Par ailleurs, 12 procédures ont été ouvertes concernant des règlements de différends et 40 concernant des sanctions.

Nature Des procédures	Ouverture à l'ARCEP	Décisions rendues par l'ARCEP	En cours	Voies de recours exercées	Arrêts rendus	En cours fin 2005 devant les juridictions
Règlements De différends L.36-8	10 demandes contentieuses et 2 mesures conservatoires	8 décisions et 2 décisions de mesures conservatoires	2	3	1	2
Sanctions (demandes et autosaisines) L.36-11	40	30	10	3	0	3

Objet	Nombre de recours	Nombre de décisions rendues		Nombre de dossiers pendants	
		Tribunal administratif	Conseil d'Etat	Tribunal administratif	Conseil d'Etat
Décisions de l'Autorité	15	0	13	0	15
Taxes et redevances	14	14	0	14	0

Source : ARCEP

B. Les indicateurs de marché en 2005

1. La téléphonie fixe

Evolution du marché :

- en valeur : 11,99 Mds d'€ (-5 %)
- en volume : 104,3 Mds de minutes (-0,7 %)

Développement de la concurrence :

8 M d'abonnés à la sélection du transporteur (+3,8 %)

Evolution des prix :

Facture moyenne mensuelle par client (y compris abonnement et frais d'accès) : 26,90 € HT (-8,6 %)

Consommation mensuelle moyenne par client : 236 minutes (-4,9 %)

2. La téléphonie mobile

Evolution du marché :

- en valeur : 16,1 Mds d'€ (+8,5 %)
- en volume : 81,7 Mds de minutes (+10 %)
- nombre de clients : 48,1 millions de clients (+7,8 %)
- taux de pénétration : 78,4% contre 73,9% à la fin 2004

Développement de la concurrence :

- nombre de numéros portés : 549 700 (+ 119 %)

Evolution des prix :

Facture mensuelle moyenne⁸ : 29 € HT (+1 %)

Consommation mensuelle moyenne : 147 minutes (+2,4 %)

3. Internet haut débit

Evolution du marché :

Nombre d'abonnés : 9,5 millions (+ 44,3 %)

CA Internet (haut et bas débit): 3,23 Mds d'€ (+ 17,1%)

Développement de la concurrence :

Total des lignes dégroupées : 2 820 000 (+ 78 %)

- dont dégroupage partiel : 2 228 000
- dont dégroupage total : 592 000

La facture moyenne mensuelle par client est calculée à partir du CA de la téléphonie mobile y compris le transport de données rapporté au parc moyen annuel. Ne sont pas pris en compte les revenus provenant de l'interconnexion, c'est-à-dire les appels entrants.

La communication de l'Autorité

- A. Le site Internet de l'Autorité
- B. La lettre de l'Autorité

A. Le site Internet de l'Autorité

La consultation du site Internet est restée très intense en 2005 avec 1,6 million de visiteurs uniques⁹, en légère baisse par rapport à 2004 (-3,9%). Depuis l'année 2000, le nombre de visiteurs a progressé de près de 500 %.

Visiteur unique: on comptabilise chaque adresse IP différente connectée quel que soit le nombre de visites effectuées par cette même adresse, contrairement à la notion de visites multiples où plusieurs connexions peuvent correspondre au même visiteur: ce dernier est alors compté plusieurs fois.

1. Les 10 thèmes les plus consultés (hors page d'accueil) entre décembre 2005 et février 2006

- Le dégroupage de la boucle locale (grand dossier et FAQ)
- Base numérotation (Rechercher les 4,5 ou 6 premiers chiffres d'un numéro de téléphone commençant par 0, 1 ou 3 pour savoir à quel opérateur il appartient)
- Progression et déploiement géographique du dégroupage (tableau de bord trimestriel)
- Actualité : communiqués de presse
- Moteur de recherche
- Observatoires (statistiques sur le secteur)
- Présentation de l'ARCEP
- Textes de référence
- Mise en place de l'annuaire universel (FAQ, tableau de bord)
- Avis et décisions adoptés par l'ARCEP

2. Nombre d'abonnés dans les listes de diffusion

Au 1^{er} mars 2006, 12 894 personnes étaient abonnées à la liste de diffusion télécom en français (975 en anglais) et 660 à la liste de diffusion dédiée au secteur postal (47 en anglais) lancée mai 2005.

3. Nombre de sites pointant vers le site de l'ARCEP

Le nombre de sites pointant vers www.arcep.fr et www.art-telecom.fr (source Google au 1^{er} mars 2006) dépasse les 600 sites.

B. La lettre de l'Autorité

La Lettre de l'Autorité, publiée tous les deux mois et diffusée à plus de 6 000 exemplaires, est l'un des autres outils de l'ARCEP pour informer les professionnels du secteur et tout public s'intéressant aux aspects techniques, juridiques ou économiques de la régulation. Elle leur permet de se tenir au courant de l'actualité, notamment de l'avancée des analyses des

marchés pertinents. Dans chaque numéro, un dossier est consacré à un sujet spécifique (par exemple les collectivités territoriales et le haut débit, les MVNO, le service universel, la régulation du secteur postal, les fréquences). Pour mieux faire connaître la régulation postale et ses enjeux, La Lettre de l'Autorité a publié à partir du milieu de l'année 2005, des interviews de différents régulateurs européens. Elle a également donné la parole aux acteurs du secteur. Mi 2005, l'ARCEP a par ailleurs présenté dans une chronique régulière les différents instruments et concepts de la science économique qu'elle utilise pour ses analyses (parts de marché, barrière à l'entrée, etc.).

Le cadre juridique et réglementaire

CHAPITRE I Le secteur postal

CHAPITRE II Le secteur des communications électroniques

CHAPITRE III L'harmonisation européenne

2

3

4

5

6

7

8

9

Le code des postes et des communications électroniques (CPCE) résulte de la consolidation des lois et décrets pris dans le cadre de la transposition de directives communautaires concernant aussi bien le domaine des communications électroniques que le secteur postal.

Le CPCE définit les règles applicables aux opérateurs postaux et de communications électroniques, et confie à l'ARCEP des pouvoirs de régulation *ex ante* (analyse de marchés notamment) et parfois *ex post* (règlement de différends ou procédures de sanction).

Ses compétences peuvent, dans certains cas, être exercées de façon complémentaire avec celles d'autres autorités administratives indépendantes (AAI) dont les missions sont différentes, comme le Conseil de la concurrence ou le CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel).

Les relations de l'ARCEP avec les autres AAI

Le Conseil de la concurrence est gardien du bon fonctionnement de la concurrence et peut sanctionner les ententes et abus de position dominante sur un marché¹ tandis que les pouvoirs de l'ARCEP se limitent strictement aux missions définies dans le code des postes et des communications électroniques (CPCE). L'Autorité est investie d'une mission de régulation sectorielle, en amont de marchés spécifiques (postal ou de communications électroniques) afin de les rendre effectivement concurrentiels, et, en aval, pour sanctionner les manquements aux règles du CPCE ou à celles qu'elle a adoptées en application du CPCE.

Articles L. 462-6, L. 420-1 et L. 420-2 du code de commerce.

1

Les rôles de ces deux autorités sont complémentaires car elles agissent sur des domaines différents. Cependant, afin d'éviter tout risque de conflit, le législateur a prévu une collaboration entre ces deux autorités : le président de l'ARCEP saisit le Conseil de la concurrence des abus de position dominante et plus généralement pour avis sur toute question relevant de sa compétence ; réciproquement, le Conseil de la concurrence communique à l'ARCEP toute saisine entrant dans le champs de compétence de celle-ci².

Article L. 36-10 du CPCE.

2

Le CSA, quant à lui, garantit l'exercice de la liberté de communication audiovisuelle, en matière de radio et de télévision par tout procédé de communication électronique en s'assurant du respect par tous les éditeurs de service des lois et de la réglementation en vigueur. Il peut également sanctionner une station de radio ou une chaîne de télévision qui ne respecte pas la réglementation. Le CSA est susceptible d'être consulté par l'ARCEP, notamment quand ses décisions ont un effet notable sur la diffusion de services de radio et de télévision³ ou lorsque les faits à l'origine du litige sont susceptibles de restreindre de façon notable l'offre de service de communication audiovisuelle⁴. Réciproquement, l'ARCEP est consultée par le CSA dans le cadre d'une procédure de différend chaque fois que les faits à l'origine du litige sont susceptibles de restreindre l'offre de services de communications électroniques⁵.

Article L. 36-6 du CPCE.

3

Article L. 36-8 du CPCE.

4

Article L. 17-1 de la loi n° 86-1067 modifiée, relative à la liberté de communication.

5

En dehors du cadre législatif ou réglementaire applicable aux communications électroniques ou aux services de communication audiovisuelle, les représentants de l'ARCEP et du CSA ont développé une pratique institutionnelle de coopération au sein d'un groupe de liaison.

L'année 2005 a été marquée par l'adoption de nouvelles normes qui ont fait évoluer le cadre juridique applicable à la régulation des activités postales et des communications électroniques. La loi n° 2005-516 du 20 mai 2005, relative à la régulation des activités postales, a marqué un tournant dans l'activité de l'Autorité (chapitre 1) tandis que les nouveaux décrets relatifs aux communications électroniques ont précisé le cadre juridique pour le secteur des télécommunications (chapitre 2).

Le secteur postal

- A. La loi de régulation postale
- B. Les décrets d'application
- C. Les limites du monopole postal en 2006
- D. La révision des directives postales
- E. L'Union postale universelle (UPU)

A. La loi de régulation postale

La loi n° 2005-516 du 20 mai 2005 relative à la régulation des activités postales, publiée au JO du 21 mai 2005, a mis fin au contentieux engagé par la Commission européenne contre la France au motif qu'il n'existait pas de régulation indépendante du secteur postal. En effet, la directive postale de 1997, dans son article 22, imposait aux Etats membres une séparation fonctionnelle entre l'autorité réglementaire nationale et l'opérateur postal.

Cette loi de régulation revêt une grande importance car elle rénove en profondeur le cadre des activités postales, bien au-delà des aspects touchant à la régulation : elle définit notamment la mission de La Poste en matière d'aménagement du territoire, et met fin à l'absence de responsabilité des opérateurs postaux à raison de la perte ou de l'avarie des envois.

Les textes européens

- Directive n° 97/67/CE du 15 décembre 1997 du Parlement européen et du Conseil, concernant des règles communes pour le développement du marché intérieur des services postaux de la Communauté et l'amélioration de la qualité du service. Cette directive "cadre" a posé le principe d'un service universel postal, défini selon des règles communes.
- Directive n° 2002/39/CE du 10 juin 2002 du Parlement européen et du Conseil, concernant la poursuite de l'ouverture à la concurrence des services postaux de la Communauté. Ce texte a précisé les étapes de la libéralisation du secteur postal

1. La modification en profondeur et l'organisation du secteur

La régulation des marchés postaux consiste à concilier l'existence et la viabilité du service universel avec l'introduction graduelle de la concurrence sur le marché des envois de correspondance, La Poste étant chargée par la loi du service universel postal⁶. Le ministre en charge des postes et l'ARCEP assurent cette régulation ; la répartition des responsabilités entre le gouvernement et le régulateur sectoriel s'établit comme suit :

- Le gouvernement prépare et met en œuvre la réglementation postale et négocie les traités internationaux. Il arrête également les objectifs de qualité du service universel postal et statue, avec le ministre des Finances, sur les tarifs appliqués à la presse⁷.
- Les compétences de régulation de l'ARCEP sont entrées en vigueur le 1^{er} novembre, soit le premier jour du sixième mois suivant la promulgation de la loi⁸. Celles-ci concernent principalement :
 - La délivrance d'autorisations⁹ et la mise en œuvre des droits et obligations qui leur sont attachés¹⁰ ;

Article L. 2 du CPCE.

6

Article L. 4 du CPCE.

7

Article 18 de la loi n° 2005-516 du 20 mai 2005 relative à la régulation des activités postales.

8

Article L. 5-1 du CPCE.

9

Article L. 5-2 1° du CPCE.

10

- Le contrôle de la mission de service universel de La Poste et notamment de ses performances en matière de qualité de service ;
- Le contrôle comptable et tarifaire du prestataire du service universel ;
- Le règlement de différends .

2. Les missions et attributions de l'ARCEP



B. Les décrets d'application

La loi de régulation des activités postales ne sera entièrement opérationnelle qu'une fois pris les décrets d'application. En effet, les textes existants sont soit obsolètes, comme l'ancien code des PTT dont la partie réglementaire date de l'époque où La Poste était une direction du ministère des PTT, soit à refondre du fait de l'apparition de l'ARCEP. Ce gros travail réglementaire, entamé en 2005, se poursuivra en 2006.

Les principaux textes d'application de la loi postale

Décret sur les autorisations	Publiés au JO du 5 mai 2006 ¹
Arrêté sur les autorisations	
Décret sur le règlement des différends	
Décret sur les fonctionnaires et agents assermentés	
Abrogation du décret instituant un médiateur du service universel postal	
Décret sur les caractéristiques du service universel	Consultations formelles au premier trimestre 2006, publication au second trimestre.
Arrêté sur les objectifs de qualité de service	
Décret sur l'autorisation des services d'envois recommandés judiciaires	Préparation en cours
Décret sur l'accès aux boîtes aux lettres particulières	
Décret sur la responsabilité des opérateurs postaux	Consultations formelles terminées au premier trimestre 2006
Autres décrets d'application, qui ne sont pas directement liés à la régulation postale : <ul style="list-style-type: none"> • le décret sur la banque postale (adopté), • les décrets sur le fond de péréquation territoriale (en consultations formelles). 	

Source : ministère chargé des postes

1 Décret n°2006-507 du 3 mai 2006,

Arrêté du 3 mai 2006,

Avis 05-1008 de l'ARCEP du 17 novembre 2005 sur les projets de décrets postaux.

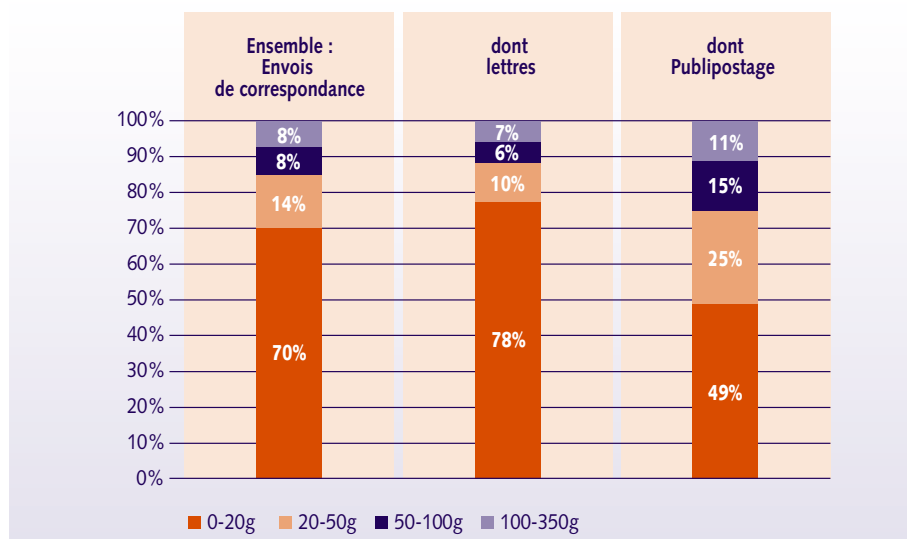
C. Les limites du monopole postal en 2006

Comme dans l'ensemble des pays de l'Union européenne, la loi a ramené les limites du monopole postal au niveau prévu par la directive postale de 2002 pour les années 2006 à 2009. A compter du 1^{er} janvier 2006, le monopole postal concerne donc les envois de correspondance dont le poids est inférieur à 50g ou dont le prix est inférieur à 2,5 fois le tarif de base, c'est-à-dire 1,325 €.

On peut estimer que l'abaissement des limites du secteur réservé de 100g à 50g a pour conséquence de doubler le volume de marché ouvert à la concurrence (de 8% à 16% pour l'ensemble des envois de correspondance). C'est donc une part encore limitée du volume de courrier qui est ouverte à la concurrence ; mais les autres types d'envois (notamment la presse et les colis) le sont d'ores et déjà.

Selon une étude menée par le cabinet CTCon pour la Commission européenne sur la répartition des flux de courrier, le marché ouvert à la concurrence dans 11 pays européens représentait, avant 2006, 8% des flux de correspondance, plus précisément 7% des flux de lettres et 11% des flux de publipostage.

Analyse des flux de courrier en fonction du poids sur 11 pays européens



Source : CTCon, 1998

D La révision des directives postales

L'une des issues possibles du débat européen qui s'engage en 2006 est la libéralisation complète des marchés postaux au 1er janvier 2009. Il s'agit d'un changement majeur au regard des 84 % du courrier encore sous monopole. De ce fait, l'ensemble du dispositif européen des services postaux est réexaminé, qu'il s'agisse de l'étendue des obligations de service universel ou des procédures de régulation nécessaires pour réaliser le marché unique des services postaux.

1. Le calendrier

A la fin de 2006, la Commission européenne devrait faire connaître sa proposition de directive. D'ici là, elle rendra un rapport faisant le bilan de la politique actuelle. Pour ce faire, elle s'appuiera sur les résultats de la consultation publique (ouverte de novembre 2005 à janvier 2006), et sur deux études, en cours de réalisation, sur la situation du marché postal dans chaque pays européen. La négociation au Conseil des ministres devrait se tenir sous les présidences allemandes et finlandaises de 2007. Le Parlement européen, quant à lui, vient de publier un rapport dans lequel il demande à la Commission d'examiner toutes les options possibles.

2. La libéralisation du marché postal en Europe

	Antérieure à 2005	2006	2008 (libéralisation envisagée sous condition)
Libéralisation complète	Suède	Royaume-Uni	Allemagne Pays-Bas
Libéralisation au-delà de la directive	Espagne (*), Italie		
Mise en œuvre de la directive	France, Belgique		

(*) ce pays conserve toutefois le courrier international sortant dans le monopole, comme le permet la directive dans les cas justifiés.

Certains Etats membres ont totalement libéralisé leur marché (la Suède et, depuis le 1^{er} janvier 2006 le Royaume-Uni) ou ont envisagé, sous condition, de le faire (Allemagne et Pays-Bas). D'autres s'en tiennent aux règles de la directive actuelle (Belgique, France, Italie) ou à des régimes *ad hoc* (l'Espagne n'a de monopole que sur les envois interurbains ou internationaux). Deux opérateurs se sont exprimés publiquement en faveur de la libéralisation (les postes allemandes et hollandaises), et demandent une transformation profonde des règles actuelles : service universel réduit et application du droit commun de la concurrence. D'autres attendent d'en savoir plus sur l'équilibre des propositions de la Commission pour réagir.

3. Les institutions et les travaux européens

L'organisation	Les instances postales	Leur rôle
L'Union Européenne	Le Conseil des ministres de l'Union européenne, souvent dans sa formation "industrie, énergie, Communications électroniques"	Vote les propositions de directives transmises par la Commission, dans le cadre de la procédure de co-décision avec le Parlement européen
	Le Comité de la directive postale	Composé des Etats membres de l'Union, il rend un avis sur les sujets que lui soumet la Commission
La CEPT (conférence européenne des postes et Télécommunications)	Le CERP Comité européen des régulateurs postaux	Composé des pays européens (46 pays actuellement), il s'agit essentiellement d'une instance de liaison et de concertation
Le CEN (Comité européen de normalisation)	Le TC331 Comité technique chargé de piloter les travaux européens de normalisation postale	Il rassemble les instituts de normalisation européens (AFNOR pour la France). Il élabore et vote les normes européennes . Une vingtaine de normes sont publiées ou en cours d'étude dans le domaine postal, notamment sur les mesures de qualité de service.

En amont de la négociation intergouvernementale, la Commission recueille périodiquement les avis des Etats membres qui siègent au Comité de la directive postale, auquel le ministère délégué à l'Industrie associe l'ARCEP. De son côté, la Commission participe comme observateur aux travaux des ministères et à ceux des régulateurs européens réunis au sein du Comité européen des régulateurs postaux (le CERP) de la CEPT. Les travaux du CERP portent sur le régime du courrier international, sur les systèmes comptables en vigueur dans les différents pays, sur les mécanismes de financement du service universel prévus dans la législation des Etats membres, et sur les statistiques postales. L'ARCEP anime le groupe de travail sur les statistiques postales.

L'Union postale universelle

L'Union postale universelle (UPU), fondée en 1874, est une organisation intergouvernementale qui a intégré en 1948 le système des Nations Unies. Basée à Berne (Suisse), elle compte actuellement 190 pays-membres et a pour langue officielle le français. Un Bureau International permanent assure son secrétariat.

La mission de l'UPU consiste à permettre le fonctionnement du courrier international par l'établissement d'un "territoire postal unique" à l'échelle du globe : l'envoi d'une lettre doit être possible de n'importe quel point de départ vers n'importe quelle destination. Les règles communes applicables au service postal international sont énoncées dans la Convention postale universelle, qui a valeur de traité, et dans ses Règlements.

C'est dans le cadre de l'UPU que les postes mondiales arrêtent les principes de fixation des "frais terminaux" que la poste de destination d'un envoi postal facture à la poste d'expédition, pour couvrir ses frais de distribution du courrier.

La délégation française à l'UPU est traditionnellement composée de représentants du ministre en charge des postes, du ministre des Affaires étrangères et de La Poste. L'ARCEP y participe à la demande du ministre. Joëlle Toledano, membre du collège de l'ARCEP, anime un groupe de travail de l'UPU sur l'économie postale.

Le secteur des communications électroniques

- A. Le cadre législatif
- B. Le décret du 26 juillet 2005
- C. Les autres dispositions réglementaires adoptées en 2005

La transposition des directives du "paquet télécom" de 2002 a conduit à l'adoption de nouvelles lois qui ont précisé le cadre juridique applicable aux communications électroniques et modifié en profondeur les principaux textes qui, depuis 1990, avaient façonné le paysage des télécommunications en France.

Les textes européens

Les communications électroniques :

- Directive "cadre" (JOCE du 24/04/02)
- Directive "autorisation" (JOCE du 24/04/02)
- Directive "accès" (JOCE du 24/04/02)
- Directive "service universel" (JOCE du 24/04/02)
- Directive "vie privée et communications électroniques" (JOCE du 12/07/02)
- Directive "concurrence" (JOCE du 17/09/02)
- Décision "spectre radioélectrique", décision n° 676/2002/CE du Parlement européen et du Conseil, du 7 mars 2002 (JOCE du 24/04/02)
- Lignes directrices de la Commission du 11 juillet 2002 sur l'analyse des marchés et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques (JOCE du 11/07/02).

Les textes fondateurs en France de 1990 et 1996 :

- La loi n° 90-568 du 2 juillet 1990, relative à l'organisation du service public de la poste et des télécommunications, a créé deux nouvelles personnes morales de droit public "La Poste" et "France Télécom", distinctes juridiquement et financièrement de l'Etat, chacune étant qualifiée d' "exploitant autonome de droit public" sous tutelle du ministre.
- La loi n° 90-1170 du 29 décembre 1990 "de réglementation des télécommunications" a défini les différentes catégories de réseaux et de services, engagé la libéralisation de certains d'entre eux, et précisé les compétences réglementaires du ministre en matière de télécommunications.
- La loi n° 96-299 du 10 avril 1996, relative à l'expérimentation dans le domaine des technologies et services de l'information, a permis l'octroi, à titre expérimental, des premières licences de réseaux et de services de télécommunications destinées à favoriser des initiatives innovantes pour une durée et sur une zone géographique limitées.
- La loi n° 96-659 du 26 juillet 1996, dite "loi de réglementation des télécommunications", a transposé en droit national les dispositions européennes en vue de l'ouverture totale à la concurrence du secteur

des télécommunications au 1er janvier 1998 et a modifié de façon substantielle le code des postes et des télécommunications pour définir le cadre juridique du nouveau régime concurrentiel. Trois principes fondamentaux ont été posés :

- les activités de télécommunications s'exercent librement ;
- la nécessité, dans un environnement concurrentiel, d'un service public des télécommunications dont la principale composante est le service universel ;
- la fonction de régulation est indépendante de la fonction d'exploitation.

A. Le cadre législatif

Le nouveau cadre juridique s'appliquant aux télécommunications résulte de l'adoption de trois lois essentielles.

Tout d'abord, la [loi n° 2003-1365 du 31 décembre 2003](#), relative aux obligations de service public des télécommunications et à France Télécom, a transposé la directive "service universel".

Ensuite, la [loi n° 2004-575 du 21 juin 2004](#), pour la confiance dans l'économie numérique, a transposé la directive "commerce électronique" et a clarifié les notions de communications au public en ligne, communications au public par voie électronique, communication audiovisuelle, ainsi que les compétences du CSA.

Enfin, la [loi dite "communications électroniques", n° 2004-669 du 9 juillet 2004](#), a profondément transformé le cadre législatif applicable aux communications électroniques. Parmi les principales modifications, on peut citer le principe de liberté d'établissement et d'exploitation des réseaux ouverts au public et de la fourniture au public de communications électroniques qui se substitue aux procédures d'autorisations des opérateurs prévues par l'ancien article L. 33-1 du CPCE. De même, l'article 133 II a permis le maintien d'obligations spécifiquement applicables aux opérateurs puissants (en vertu des articles L. 33-1 II et L. 34-8 II à V du CPCE) jusqu'à la mise en œuvre par l'Autorité des compétences que lui confèrent les dispositions des articles L. 37-1 et L. 37-2 du CPCE, c'est-à-dire jusqu'à la fin du processus d'analyse des marchés. Enfin, l'article 133 III a organisé la transition entre l'ancien et le nouveau cadre en ce qui concerne les autorisations d'utilisation de fréquences.

B. Le décret du 26 juillet 2005

La mise en œuvre du nouveau cadre a été précisée par un décret essentiel¹⁴ relatif aux conditions d'établissement et d'exploitation des réseaux et à la fourniture de services de communications électroniques, pris le 26 juillet 2005.

¹⁴ Décret 2005-862 du 26 juillet 2005 relatif aux conditions d'établissement et d'exploitation des réseaux et à la fourniture de services de communications électroniques.

Ce décret, qui a refondu les articles D. 98 à D. 99-3 du CPCE, a pour objet principal de définir les obligations des opérateurs de communications électroniques. Par ailleurs, des précisions ont été apportées quant à la procédure de déclaration des réseaux ouverts au public et des services fournis au public. Enfin, certaines dispositions concernent les conditions d'exploitation des réseaux indépendants.

1. Les obligations des opérateurs

1.1. Obligations générales

Le décret du 26 juillet 2005 a prévu un ensemble d'obligations applicables, "*lorsqu'elles sont pertinentes*", aux exploitants de réseaux ouverts au public et aux fournisseurs de services de communications électroniques au public. En effet, en application du premier alinéa de l'article D. 98-3, ces opérateurs sont soumis à différentes obligations précisées dans les articles D. 98-4 à D. 98-13 qui concernent :

- les conditions de permanence, de qualité et de disponibilité des réseaux et des services¹⁵ ; Article D. 98-4 du CPCE. 15
- la sécurité des communications¹⁶ ; Article D. 98-5 III du CPCE. 16
- les règles portant sur les normes et spécifications du réseau et des services¹⁷ ; Article D. 98-6 du CPCE. 17
- les prescriptions exigées par l'ordre public, la défense nationale et la sécurité publique¹⁸ ; Article D. 98-7 du CPCE. 18
- les règles portant sur l'acheminement et la localisation des appels d'urgence¹⁹ ; Article D. 98-8 du CPCE. 19
- la fourniture d'éléments chiffrés²⁰ (financiers, commerciaux, techniques) relatifs à l'exploitation de leur réseau ou à la fourniture de services pour vérifier si un opérateur exerce une influence significative sur les marchés reconnus pertinents. Ces informations servent également à la collecte des taxes et redevances dues, à la détermination de leur contribution au financement du service universel et à l'établissement par l'ARCEP de bilans comparatifs relatifs à la qualité de service et aux prix, "*dans l'intérêt des utilisateurs*". Ces informations sont fournies à l'ARCEP selon une périodicité définie, et l'Autorité a le pouvoir de demander des éléments supplémentaires ; Article D. 98-11 du CPCE. 20
- l'information et à la protection des utilisateurs²¹. Article D. 98-12 du CPCE. 21

1.2. Obligations spécifiques

Le décret 2005-862 du 26 juillet 2005 recense également les obligations spécifiques, applicables selon le type d'opérateur concerné.

1.2.1. Pour les exploitants de réseaux

Le nouvel article D. 98-10 prévoit des "*règles portant sur les conditions nécessaires pour assurer l'interopérabilité des services*" qui ne s'appliquent

qu'aux exploitants de réseaux ouverts au public (en application du 3^{ème} tiret de l'article D. 98-3). Outre les conditions d'interconnexion qui garantissent l'interopérabilité des services, l'opérateur doit se conformer aux prescriptions techniques arrêtées par l'ARCEP dans les conditions prévues à l'article L. 36-6 et applicables aux réseaux et aux services fournis sur ces réseaux en vue de garantir leur interopérabilité.

1.2.2. Pour les fournisseurs de services

22 Article D. 98-5 I et II 1 et 2 du CPCE.

Certaines règles²² relatives au respect du secret des correspondances, à la neutralité et au traitement des données à caractère personnel ne s'appliquent qu'aux fournisseurs de services de communications électroniques au public (en application de l'article D. 98-3, 2^{ème} tiret).

L'opérateur doit ainsi prendre les mesures nécessaires pour garantir la neutralité de ses services vis-à-vis du contenu des messages transmis sur son réseau et le secret des correspondances. A cet effet, il doit assurer ses services sans discrimination quelle que soit la nature des messages transmis et prendre les dispositions utiles pour assurer l'intégrité des messages.

Par ailleurs, les fournisseurs de services doivent prendre les mesures propres à assurer la protection, l'intégrité et la confidentialité des données à caractère personnel qu'ils détiennent et qu'ils traitent. Ils sont tenus d'exploiter les données à caractère personnel conformément aux finalités déclarées.

L'opérateur doit également garantir à ses clients la gratuité d'accès aux informations à caractère personnel les concernant, la possibilité de recevoir une facture détaillée ou non.

1.2.3. Pour les fournisseurs de services téléphoniques au public

22 Article D. 98-3 premier tiret du CPCE.

Le décret prévoit également certaines obligations²² relatives aux données personnelles qui ne s'appliquent qu'aux fournisseurs de services téléphoniques au public. C'est ainsi que ces opérateurs doivent offrir à leur client le droit de s'opposer gratuitement à l'identification de leur ligne par les postes appelés. Ils sont également tenus, lorsqu'ils proposent un service d'identification de la ligne appelante ou de la ligne connectée, d'en informer les abonnés et de permettre à l'abonné vers lequel des appels sont transférés d'interrompre ou de faire interrompre le transfert d'appel gratuitement et par un moyen simple.

Dans leur relation avec les opérateurs internationaux, les fournisseurs de services téléphoniques doivent répondre à toute demande d'interconnexion émanant d'opérateurs autorisés dans des pays offrant une équivalence de traitement. Le décret rappelle que dans les pays de l'espace économique européen, cette équivalence de traitement est assurée de plein droit. Pour les autres pays où cette équivalence n'est pas assurée, les relations entre les opérateurs doivent garantir l'absence de discrimination avec d'éventuels concurrents.

1.2.4. Pour l'ensemble des opérateurs

Les dispositions de l'article D. 98-12 du CPCE renforcent les obligations génériques d'information des utilisateurs, telles que prévues dans le code de

la consommation (articles L. 111-1, L. 121-18 et L. 121-83 du code de la consommation). Appliquée au secteur des communications électroniques, l'information du client doit notamment porter sur les conditions relatives à la qualité de service, les délais de fourniture des prestations, les services de maintenance, les offres tarifaires et les formules de réduction ou encore les modalités d'indemnisation et de remboursement.

Ces différentes informations doivent être accessibles à la fois dans les points de vente de l'opérateur et par tout moyen téléphonique ou électronique dans des conditions de prix raisonnables. De même, s'agissant des contrats conclus avec l'opérateur, le texte prévoit que chaque utilisateur doit en obtenir la copie.

Dans ces matières, l'Autorité exerce un pouvoir de contrôle et peut obtenir, à tout moment, la communication des informations mises à la disposition des utilisateurs ainsi que l'envoi d'exemplaires de formules de contrats.

Enfin, lorsque l'opérateur fait appel à des sociétés de commercialisation de services, les dispositions réglementaires prévoient qu'il reste directement soumis aux obligations du code et qu'il conserve la responsabilité de la fourniture du service auprès des abonnés.

2. Déclaration des réseaux et des services

Les nouveaux articles D. 98 à D. 98-2 du CPCE relatifs aux modalités de la procédure de déclaration prévue à l'article L. 33-1 listent les informations à fournir obligatoirement. Les conditions de délivrance d'un récépissé par l'ARCEP, qui comporte un numéro d'enregistrement constituant pour le déclarant son numéro d'opérateur, sont précisées.

3. Conditions d'exploitation des réseaux indépendants

Le décret n° 2005-862 a modifié les conditions d'exploitation des réseaux indépendants conformément au nouveau cadre législatif. Il est tout d'abord rappelé que les réseaux indépendants doivent se conformer aux instructions des autorités judiciaires, des services de police ou de l'armée en cas de nécessité imposée par l'ordre public, la sécurité publique ou la défense nationale²⁴. Dans ce cadre, le ministre des communications électroniques et l'ARCEP peuvent également imposer des obligations aux exploitants de réseaux indépendants. L'article D. 99-1 prévoit que lorsqu'un réseau indépendant est connecté à un réseau ouvert au public, l'ARCEP peut à tout moment demander à l'exploitant de justifier des moyens mis en place pour que cette connexion ne permette pas l'échange de communications entre des personnes autres que celles auxquelles l'usage du réseau est réservé. Par ailleurs, obligation est faite à l'exploitant d'un réseau indépendant de prendre toute mesure pour préserver l'intégrité et la sécurité des réseaux ouverts au public auxquels son réseau est connecté²⁵.

Article D. 99 du CPCE.

24

Article D. 99-2 du CPCE.

25

C. Les autres dispositions réglementaires adoptées en 2006

1. Annuaires et services de renseignements

Le décret n° 2005-606 du 27 mai 2005 a modifié la partie réglementaire du CPCE concernant les annuaires et les services de renseignements. Il prévoit notamment qu'un abonné d'un opérateur mobile doit donner son consentement préalable pour être inscrit dans un annuaire et que les clients utilisant des cartes prépayées peuvent également avoir la possibilité de figurer dans un annuaire²⁶. Les articles R. 10-3 à R. 10-8 précisent les conditions de constitution des annuaires et les relations entre opérateurs et éditeurs d'un annuaire universel (notamment pour la procédure de communication des listes d'abonnés).

26 Article R. 10 du CPCE.

2. Fréquences

Le décret n° 2005-400 du 27 avril 2005, prévu par l'article L. 42-1 du CPCE, a précisé les délais d'octroi des autorisations d'utilisation de fréquences et de notification des conditions de leur renouvellement, ainsi que les obligations qui s'imposent aux titulaires pour permettre le contrôle de leurs conditions d'utilisation. Il est ainsi prévu que le délai entre la réception de la demande complète de fréquences par l'ARCEP et la notification au demandeur de la décision ne peut excéder, sauf dérogation, les six semaines²⁷.

27 Article D. 406-14 du CPCE.

Par ailleurs, le décret n° 2005-422 du 4 mai 2005 a apporté quelques modifications au décret du 3 février 1993 relatif aux redevances de mise à disposition de fréquences radioélectriques et de gestion dues par les titulaires des autorisations délivrées en application des articles L. 33-1 et L. 33-2 du CPCE.

De son côté, le décret n° 2005-1168 du 13 octobre 2005 relatif à l'Agence nationale des fréquences et au fonds d'aménagement du spectre, a précisé le montant et la répartition des contributions des titulaires d'autorisations de fréquences. Il a également précisé que lorsque l'ANFr procède ou fait procéder (à la demande de l'administration ou de l'autorité affectataire) à un réaménagement de fréquences, elle arrête les dépenses et frais nécessaires aux réaménagements du spectre qui font l'objet d'une intervention du fonds de réaménagement du spectre ou d'un préfinancement par celui-ci²⁸.

28 Article R. 20-44-6 du CPCE.

3. Service universel

Le décret n° 2005-75 du 31 janvier 2005 a indiqué que les tarifs des offres de communications téléphoniques incluses dans la composante de service universel peuvent faire l'objet d'un encadrement pluriannuel²⁸. Ce décret précise la procédure que doivent suivre les opérateurs fournissant des

29 Article R. 20-30-11 du CPCE.

prestations de service universel pour transmettre les dossiers tarifaires à l'Autorité et le délai que le régulateur doit respecter pour transmettre son avis.

Il est intéressant de rappeler pour mémoire que le décret n° 2004-1222 du 17 novembre 2004 d'application des articles L. 35 à L. 35-8 sur le service universel précise les obligations de service public et le financement du service universel des communications électroniques.

4. Droits de passage

Le décret n° 2005-1676 du 27 décembre 2005 est relatif aux redevances d'occupation du domaine public non routier, aux droits de passage sur le domaine public routier et aux servitudes sur les propriétés, prévus par les articles L. 45-1, L.47 et L. 48 du CPCE. Ce texte s'attache essentiellement à établir le plafond des redevances dues au titre de l'occupation privative du domaine public.

5. Dispositions diverses

Le décret n° 2005-399 du 27 avril 2005 a apporté des précisions relatives à la désignation des membres, et aux attributions, de la Commission supérieure du service public des postes et des communications électroniques (CSSPPCE). Par ailleurs, conformément à l'article 5 de la directive "cadre" n° 2002/21/CE, ce décret prévoit un nouvel article D. 295 du CPCE qui encadre les procédures de fourniture d'informations à la Commission européenne et aux autorités compétentes des autres Etats membres, et de publication d'informations, dans le respect du secret des affaires et autres secrets protégés par la loi.

Le décret n° 2005-605 a apporté des modifications dans la deuxième partie (Décrets en Conseil d'Etat) du CPCE. Il précise notamment :

- que les enquêtes mentionnées à l'article L. 32-4 du CPCE sont menées par des fonctionnaires ou agents du ministère chargé des communications électroniques et de l'ARCEP, habilités à cet effet par le ministre et assermentés³⁰ ;
- que le CSA doit donner dans un délai de six semaines son avis à l'ARCEP en cas de règlement de différend relatif à des faits susceptibles de restreindre de façon notable l'offre de service de communication audiovisuelle³¹ ;
- que, pour les autorisations d'utilisation de fréquences relevant de l'article L. 42-1, le silence gardé pendant plus de six semaines par l'ARCEP, à compter de la réception de la demande complète, vaut décision de rejet³² ;
- le montant des redevances³³ dues par les attributaires de numéros de téléphone en application de l'article L. 44 du CPCE.

Article R. 9-1 du CPCE.

30

Article R.11-1 du CPCE.

31

Article R. 20-44-9 du CPCE.

32

Articles R. 20-44-27 à R. 20-44-33 du CPCE.

33

Liste des arrêtés pris en 2005

- Arrêté du 21 mars 2005 relatif à la mise sur le marché d'équipements radioélectriques utilisant des bandes de fréquences dont l'utilisation n'est pas harmonisée dans l'ensemble de la Communauté européenne, pris en application de l'article R. 20-11 du code des postes et des communications électroniques ;
- Arrêté du 3 mars 2005 portant désignation de l'opérateur chargé de fournir la composante du service universel ;
- Arrêté du 3 mars 2005 concernant l'annuaire universel et le service universel de renseignements ;
- Arrêté du 3 mars 2005 relatif à la publiphonie.

L'harmonisation européenne

- A. Les travaux du COCOM
- B. Les travaux du GRI/GRE
- C. La révision du cadre réglementaire

A. Les travaux du Cocom

Le comité des communications électroniques (COCOM)³⁴ a pour objectif d'assister la Commission européenne, en particulier dans son rôle de législateur secondaire. Instrument classique de la comitologie³⁵, le COCOM permet aux Etats membres de donner officiellement leur avis à la Commission européenne, soit dans les domaines relevant de sa compétence de consultation (article 3 de la décision "comitologie" du Conseil du 28 juin 1999³⁶), soit dans ceux relevant de sa compétence de réglementation (article 5 de la même décision). Il favorise également les échanges de vue entre les Etats membres et la Commission sur tout sujet porté à l'ordre du jour.

Les cas où le COCOM exerce des compétences de consultation ou de réglementation sont déterminés par les directives relatives aux communications électroniques. C'est également au sein du COCOM que la Commission européenne présente ses projets de veto (selon l'article 7 de la directive "cadre") d'un projet de mesure nationale d'analyse de marché, et que les autorités de régulation nationales (ARN) peuvent réagir.

Au côté de la Direction Générale des Entreprises du ministère de l'Industrie, l'ARCEP assure la représentation des autorités françaises au sein du COCOM.

En 2005, le COCOM a principalement travaillé sur plusieurs problématiques liées à la numérotation et aux fréquences.

1. Numérotation

1.1. LE 116

Le COCOM a été saisi pour avis sur le projet de décision de la Commission relatif aux numéros commençant par le préfixe 116³⁷. Cette tranche de numéros est destinée à des services d'intérêt général. En Allemagne par exemple, le numéro 116 116 a été mis en place pour les oppositions de carte bancaire. Le but de cette décision est de parvenir à une harmonisation des numéros sur toute l'Europe afin qu'un même numéro de cette tranche puisse servir pour un même service dans tous les pays de l'Union.

Plusieurs amendements ont été apportés au projet à la suite des réactions des pays membres, dont la France. Ces amendements visaient notamment à préciser l'objectif du projet de décision c'est-à-dire réserver une tranche de numéros commençant par 116 pour des numéros harmonisés destinés à des services paneuropéens harmonisés. Les Etats membres ont aussi demandé des clarifications par rapport aux conditions d'attribution de ces numéros. En effet, ces numéros constituant une ressource rare, il convient de les attribuer dans des conditions objectives, transparentes et non discriminatoires, ce qui nécessite des conditions d'attribution non équivoques. En réponse à ces préoccupations, la Commission a prévu de publier, postérieurement à la décision finale³⁸, un document qui contiendra des lignes directrices

Selon les dispositions de l'article 22 de la directive "cadre".

Le Parlement européen définit la "Comitologie" comme étant le processus d'adoption de mesures d'exécution des actes législatifs, prévoyant que ces mesures sont adoptées par la Commission assistée par un Comité d'experts des Etats membres.

Décision n° 1999/468/CE.

Ce sujet est aussi étudié dans le cadre de la CEPT.

La décision et les documents complémentaires devraient être adoptés en 2006.

34

2

35

36

37

38

pour l'attribution de ces numéros. L'annexe contenant les numéros sera progressivement modifiée au fur et à mesure des attributions faites par les ARN.

1.2. La mise en œuvre du 112

L'article 26 de la [directive "service universel"](#) prévoit la mise en place d'un numéro d'appel d'urgence unique européen, le "112". Cet article proroge les dispositions de la [décision du 29 juillet 1991](#)³⁹ qui a été abrogée par la directive "cadre". La Commission a diffusé en juin 2005 un questionnaire visant à faire un état des lieux de la mise en œuvre du 112. Le rapport final n'était pas encore publié en mars 2006, mais les premiers résultats font apparaître la possibilité pour tous les utilisateurs de téléphonie fixe et mobile à travers l'Union européenne, de pouvoir joindre les services d'urgence en composant le 112.

La Commission a insisté sur la nécessité d'améliorer l'accès au 112 pour permettre de réduire les temps de réponse et d'intervention des services d'urgence. Ainsi, la localisation de l'appelant apparaît primordiale à ses yeux. Elle préconise pour ce faire le système du *push*⁴⁰ (transmission automatique de la localisation de l'appelant au service d'urgence). Or, pour certains Etats membres, si la localisation est souhaitable, elle peut être difficile à mettre en œuvre d'un point de vue technique en raison des différentes solutions choisies par les opérateurs pour leurs réseaux.

Afin d'améliorer l'utilisation du 112, un groupe de travail *ad hoc* a été créé. Il regroupe les représentants des services d'urgence ainsi que ceux des ministères en charge des communications électroniques.

Parallèlement, la Commission a demandé aux Etats de fournir plus d'informations au public sur le 112 car elle s'inquiète du manque de notoriété de ce numéro. Un sondage *eurobaromètre* devrait être publié sur ce sujet.

1.3. Les numéros gratuits

La Commission a soumis au COCOM plusieurs propositions concernant les numéros d'appel gratuits en Europe :

- les numéros gratuits internationaux devraient être gratuits pour l'appelant depuis un Etat membre de l'Union, quel que soit le réseau utilisé (fixe ou mobile) ;
- les numéros gratuits nationaux devraient être gratuits pour l'appelant depuis l'Etat membre concerné quel que soit le réseau utilisé (fixe ou mobile) ;
- les numéros gratuits nationaux devraient être accessibles depuis un autre pays de l'UE via la numérotation internationale standard, au coût normal d'un appel international.

Ces propositions soulèvent le problème de la gratuité effective des appels vers ces numéros en particulier lorsque les appels sont émis à partir d'un réseau mobile. Les Etats membres ont exprimé des réserves sur ces propositions notamment sur la prise en charge du coût des appels en provenance des mobiles et de l'étranger. Ce coût devrait en principe être pris en charge par

39 Décision 91/396/CEE du 29 juillet 1991, relative à la création d'un numéro d'appel d'urgence unique européen

40 Le système inverse est le pull (le service d'urgence doit chercher l'information sur la localisation auprès de l'opérateur)

l'appelé ; or le coût de ces appels risque de dissuader une entreprise d'avoir recours à ce type de numéro pour être contactée. La Commission a demandé cependant aux Etats membres d'offrir la possibilité aux entreprises qui le souhaitent de mettre en œuvre ces solutions. Parallèlement, une réflexion est menée sur la faisabilité technique et économique de ces propositions. Ces travaux devraient trouver leur aboutissement en 2006.

2. Fréquences

2.1. Les bandes MSS 2GHz

Les bandes de fréquences MSS 2GHz⁴¹ sont destinées à des services de communication par satellite à haut débit comprenant une composante terrestre. La CEPT a été mandatée par le RSCOM⁴² afin d'harmoniser les conditions techniques d'utilisation de ces bandes de fréquences. Cependant, les spécificités du système, notamment sa composante terrestre, posent des problèmes réglementaires qui ont été soumis au COCOM à travers un groupe d'experts *ad hoc* qui réunit aussi des membres du RSCOM, de la CEPT, de l'ETSI et de la Commission.

Bandes 1980-2010 et 2170-2200 MHz.

41

Le Comité du spectre radioélectrique (RSCOM) donne son avis à la Commission dans le domaine des fréquences.

42

Les difficultés réglementaires sont liées en partie à la composante terrestre du système. Cette composante constitue un véritable atout par rapport aux systèmes de communication électroniques par satellite déployés actuellement dans la mesure où elle permet une réception dans les zones urbaines (où la réception satellitaire est difficile à cause du phénomène dit des "canyons urbains"). Ainsi, dans les villes, les signaux du satellite sont retransmis par la composante terrestre qui agit comme un réseau mobile 3G. De plus, la composante terrestre peut fonctionner indépendamment du satellite. En effet, lorsque deux utilisateurs se trouvent dans la zone de couverture de la composante terrestre, la communication peut ne pas transiter par le satellite. Il convient par conséquent de préciser les conditions d'autorisation et d'utilisation de cette composante terrestre notamment au regard des autres systèmes de communication mobile haut débit.

En outre, la rareté des ressources dans ces bandes (2 fois 30 MHz) ne permet qu'à deux opérateurs seulement d'exploiter ce service sur l'ensemble du territoire européen⁴³. Les conditions d'autorisation doivent de ce fait être harmonisées au niveau européen.

2 fois 15 MHz par opérateur.

43

Ces questions font l'objet d'une analyse menée conjointement par les experts du COCOM et les services de la Commission et devraient trouver réponse dans le courant de l'année 2006.

2.2. De la diffusion analogique à la radiodiffusion numérique

Le COCOM a été sollicité pour avis sur le projet de communication relatif à l'accélération de la transition de la radiodiffusion analogique à la radiodiffusion numérique qui a été adopté le 24 mai 2005. Dans ce document, la Commission a défini ses objectifs et a préconisé une coordination des plans de passage au numérique. En outre, elle y a présenté les avantages qui pourraient être tirés du "dividende numérique". En effet, le passage à la

radiodiffusion numérique permettra une utilisation plus efficiente des ressources spectrales grâce au traitement et à la compression des données transmises. Ainsi, des bandes de fréquences pourront être libérées et attribuées à des services innovants.

La Commission a publié sur son site Internet une liste des plans nationaux d'extinction de la télévision analogique. Le document COCOM05-51FINAL résume les contributions des Etats membres. Il ressort des différentes contributions que la plupart des Etats prévoient une extinction totale de la radiodiffusion analogique à l'horizon 2010-2012. De même, la plupart des plans prévoient une extinction progressive, région par région.

3. Recommandation sur la séparation comptable

Le COCOM a été consulté pour avis sur le projet de [recommandation \(2005/698/CE\)](#) sur la séparation comptable, adopté le 19 septembre 2005. Ce texte a pour objectif une application cohérente des méthodes comptables au niveau européen dans le cadre des obligations auxquelles peuvent être soumis les opérateurs au titre des analyses de marchés. La recommandation fournit des orientations sur les modalités de mise en œuvre de la comptabilisation des coûts et de la séparation comptable. Le GRE (Groupe des régulateurs européens) a adopté une position commune qui constitue un complément à cette recommandation sous la forme de lignes directrices relatives aux exigences en matière de restitution et à la publication des informations.

B. Les travaux du GRI/GRE

Le GRI/GRE

(Groupe des Régulateurs Indépendants/Groupe des Régulateurs Européens)

La coopération entre ARN a été engagée de façon informelle dès 1997 au sein du groupe des régulateurs indépendants (GRI), créé à l'initiative de quelques ARN, dont l'ARCEP. Ce "club" informel composé de dirigeants des ARN permet d'échanger les expériences afin de traiter des problèmes concurrentiels similaires d'un pays à un autre.

Le GRI accueille les ARN de tous les membres de l'Union européenne ainsi que la Suisse, le Liechtenstein, l'Islande et la Norvège⁴⁴, la Roumanie et la Bulgarie en qualité d'observateurs. La candidature de la Turquie comme observateur au sein du GRI a été acceptée en février 2005 et celle de la Croatie en octobre 2005.

En appui au club de dirigeants des ARN, des groupes de travail ont été mis en place. Les thèmes abordés concernent les réseaux fixes, les marchés mobiles, le nouveau cadre, les analyses des données de marché, les opérateurs puissants, la comptabilité et les coûts. Les ARN s'échangent

44 La Suisse, l'Islande, la Norvège, et le Liechtenstein sont membres de l'AELE, l'association européenne de libre échange. Ces trois derniers ont adhéré à l'Espace économique européen.

leurs expériences par le biais de benchmarks et de questionnaires au sein du GRI. Des positions communes sont également élaborées au sein de ces groupes dans un but d'harmonisation et de partage des meilleures pratiques de régulation au sein de l'Union. Les documents produits et publiés par le GRI peuvent être classés selon les catégories suivantes : les PIBs⁴⁵, présentant les principes communs à appliquer dans un secteur donné afin d'harmoniser des pratiques, adoptés par consensus ; les rapports, décrivant une situation donnée, servant de base à des travaux ultérieurs ; les benchmarks comparant des données ; et les documents de consultation présentant la position des régulateurs et interrogeant le secteur.

Depuis le 29 juillet 2002, le travail commun des ARN s'est formalisé via le groupe des régulateurs européens (GRE), créé par une décision de la Commission afin de discuter de l'application concrète du nouveau cadre réglementaire. Le GRE est composé des Etats membres de l'Union Européenne ; les autorités nationales des pays extérieurs à l'Union mais membres du GRI y siègent à titre d'observateurs. Il est doté d'un secrétariat permanent placé auprès de la Commission (DG société de l'information), et conseille la Commission en lui apportant l'expérience et l'expertise des ARN. A titre d'exemple, le GRE a apporté son expertise à la Commission en préparant des textes de second rang du paquet réglementaire comme la recommandation sur la séparation comptable (travail commencé en 2003 abouti en 2005). Par ailleurs, le GRE n'a pas de groupes de travail propres. De ce fait, les deux groupes, le GRE et le GRI travaillent de pair. A titre d'illustration, le programme de travail est élaboré conjointement par le GRI et le GRE depuis 2004.

En 2005, le GRI et le GRE ont été présidés par le régulateur danois appuyé par deux vice-présidents (le régulateur belge, qui a assuré la précédente présidence et le régulateur britannique qui assume la présidence en 2006). Le régulateur italien occupera la présidence du GRI/GRE en 2006 en 2007.

*Principles of
implementation
and best practice.*

45

2

1. Les travaux réalisés en 2005

Le GRI et le GRE ont publié sur leur site Internet⁴⁶ en 2005 les documents suivants relatifs aux analyses de marchés, à la révision du cadre réglementaire, à l'itinérance internationale (roaming international), au haut-débit, à la comptabilité réglementaire.

www.erg.eu.int
et
<https://irgnet.icp.pt/index.asp>

46

1.1. Les documents du GRE

1.1.1. Guide sur les activités du GRE/GRI

Ce document constitue un manuel explicatif du rôle et du mode de fonctionnement du GRI et du GRE. Il permet de rappeler que le GRE dispose d'une indépendance éditoriale et que ses documents reflètent l'opinion et les décisions des ARN, qui peuvent être différentes de celles de la Commission, même lorsque cette dernière participe aux travaux des groupes.

1.1.2. Rapport sur les expériences des ARN sur les analyses de marchés

Ce document est la version finale du rapport sur les analyses de marché. Il est destiné à alimenter la réflexion sur les remèdes ainsi que la révision de la recommandation "marchés pertinents" et, plus généralement, du cadre réglementaire en train d'être engagée par la Commission. Seulement 5 des 18 marchés y sont analysés (10, 11, 12, 15 et 16).

Pour chacun des marchés précités, l'analyse comparative montre les similitudes et les différences dans la définition des marchés, les principales questions qui se sont posées dans la désignation des opérateurs puissants et les obligations mises en place dans les différents pays. Les commentaires de la Commission sur les différentes analyses ainsi que les veto sont aussi pris en compte. Ainsi, ces rapports permettent d'avoir une première approche des analyses achevées et en cours à la date du 1er septembre 2005.

1.1.3. Position commune sur les remèdes

Il s'agit d'une mise à jour de la position commune sur les remèdes de 2004. Les modifications et ajouts majeurs portent sur l'explicitation de la théorie de l'échelle des investissements, sur les facteurs de choix des modèles de coûts et de prix, et sur la possibilité d'imposer des remèdes différents ; soit à des opérateurs distincts puissants sur des marchés semblables (termination d'appel), soit à l'intérieur d'un même marché et à un même opérateur en fonction de la géographie ou de différences de conditions d'offre et de demande. Par ailleurs, des modifications mineures ont été apportées pour prendre en compte l'expérience des ARN ou des textes élaborés depuis la publication de la première version de cette position commune.

Le document préconise dans son encadré 1, très légèrement modifié par rapport à la version antérieure, une approche flexible concernant les marchés émergents. En effet, ces marchés sont définis comme étant caractérisés par une incertitude de la demande à laquelle s'attache la notion de risque du fait de cette incertitude. Il est également indiqué que tout investissement ou tout nouveau service ne conduit pas forcément à la reconnaissance du caractère émergent d'un marché. Si le marché émergent en lui même n'a pas à être régulé, en revanche, les marchés d'accès doivent l'être s'ils permettent aux opérateurs puissants d'exercer un effet de levier dommageable à une concurrence effective et loyale sur les marchés émergents.

Deux développements importants sont également ajoutés :

- l'un sur les modalités de tarification des différents segments de la chaîne de valeur des services
- l'autre sur un approfondissement de la notion de non-discrimination.

Suite à une consultation publique conduite fin 2005, le texte mis à jour devrait être adopté en juin 2006.

1.1.4. Le roaming international

Analyse de marché du roaming

Une position commune sur les définitions et les analyses de marché a été élaborée sur le marché de gros de l'itinérance internationale. Ce document permet aux régulateurs européens d'avoir des lignes directrices pour leur analyse du marché 17. Il fait ressortir qu'il est difficile pour les ARN, sauf circonstances nationales exceptionnelles, de définir une position dominante simple sur ce marché, de même qu'il est difficile de définir une position dominante conjointe en se calquant sur la jurisprudence actuelle de la Cour de Justice des Communautés européennes (cf. Arrêt du tribunal de première instance de la Cour de Justice Européenne du 6 juin 2002 dans l'affaire T-342/99, Airtours plc contre Commission).

Face à ce constat, le commissaire européen pour la société de l'information et des médias, Viviane Reding, a annoncé lors de la réunion du GRE à Paris en février 2006, qu'un règlement européen serait proposé pour faire diminuer les prix du roaming international. Un appel à commentaires a été lancé pour recueillir le point de vue des acteurs du marché. Le GRE prépare une position commune sur ce sujet (cf. infra).

Transparence des tarifs de détail du roaming international

Ce document a pour vocation d'améliorer la connaissance et la capacité de choix des consommateurs. La nécessité de transparence des tarifs est notamment prévue aux articles 21 de la directive "service universel" et 8 de la directive "cadre".

Il présente l'état des lieux des sites web mis en oeuvre par les ARN pour améliorer la transparence des tarifs de détail du *roaming*, conformément à la décision de la réunion Plénière de novembre 2005. Sept ARN ont déjà mis en place des sites indiquant les prix pour des appels de 3 ou 4 minutes à destination de quelques pays. D'autres ARN ont annoncé leur intention de le faire. Un certain nombre d'ARN organiseront des liens avec la page pertinente du site des opérateurs mobiles et des MVNO.

1.1.5. Portabilité : transparence des tarifs de détail

Le GRE a élaboré un rapport sur la transparence des tarifs de détail lors de la mise en oeuvre de la portabilité des numéros. En effet, dans un marché où les numéros sont portés, il est nécessaire de permettre aux consommateurs d'avoir les informations tarifaires liées notamment à la terminaison d'appel.

Ce rapport a été élaboré d'après les résultats d'un questionnaire auquel ont répondu 22 pays, dont l'ARCEP qui a participé à sa rédaction. Il présente un état de la portabilité des numéros en Europe et analyse les problèmes liés à la transparence des tarifs.

Le rapport insiste plus particulièrement sur la portabilité des numéros mobiles. Il fait apparaître de grandes disparités entre les pays. En 2004, les numéros mobiles portés se sont comptés en millions en Espagne (4.3 M), en Italie (3.7 M), en Finlande (1.5 M) et au Royaume Uni (1.2 M).

Avec 250 000 numéros mobiles portés, la France se situe dans le milieu du tableau mais avec une forte progression (109%) par rapport à 2003.

Dans un contexte où les numéros sont portés, il est difficile pour le consommateur de savoir à quelle tarification il sera soumis. En effet, si les tarifs sont appliqués en fonction du numéro appelé ("*number oriented pricing*"), la portabilité sera sans effet pour lui. Si au contraire les tarifs sont appliqués en fonction du réseau appelé ("*network oriented pricing*"), le consommateur peut difficilement savoir quel tarif lui sera appliqué car il dépendra du prix de la terminaison d'appel du réseau appelé.

Le rapport recense en outre les différentes mesures mises en place dans les pays membres pour répondre à cette nécessité. Il convient tout d'abord de préciser que la plupart des pays (14) n'ont mis en place aucune mesure spécifique pour faciliter l'information du consommateur sur la tarification des numéros portés. Les mesures proposées consistent à avertir l'appelant du tarif de son appel soit par téléphone, par SMS, par Internet ou par une annonce au début de l'appel.

Enfin, il est à noter qu'il existe une forte corrélation entre la solution technique choisie pour la portabilité et la transparence des tarifs. Si les opérateurs sont en mesure de savoir en temps réel que le numéro appelé est porté, ils peuvent appliquer le tarif correspondant et ainsi facturer leur client en toute transparence. Dans ce cas, le client devrait être averti au moment de l'appel que le numéro appelé a été porté. Si les solutions techniques existent (bip au moment de l'appel par exemple), leur mise en œuvre peut s'avérer coûteuse.

1.1.6. La concurrence sur le marché du haut débit

Ce benchmark⁴⁷ permet une comparaison européenne des prix de gros au 1^{er} juillet 2005 (prix mensuels et frais d'accès au service, prix du dégroupage total et partiel, coûts sous-jacents, méthodes de comptabilisation des coûts) et des prix de détail (prix de l'abonnement à une ligne traditionnelle et ADSL).

Ce benchmark, enrichi du prix de détail du prix de l'abonnement et des prix de détail du bitstream, a pour vocation d'aider les ARN dans leurs prises de décision.

1.1.7. Position commune sur la révision du cadre

Le GRE a adopté une position commune sur la révision du cadre réglementaire, suite à l'appel à commentaire lancé par la Commission le 25 novembre 2005 (cf. infra).

1.2. Documents GRI

1.2.1. Méthodologie du *retail minus*

Ce document fournit aux ARN un ensemble de huit principes de mise en œuvre et de meilleures pratiques pour imposer le *retail minus* aux opérateurs puissants. Il donne aux ARN des lignes directrices dans la détermination des prix de gros sans nécessairement appliquer la méthode des coûts comptables, en particulier dans les marchés où cette méthode n'est pas le

47 Il s'agit d'une mise à jour d'un benchmark. Il en ressort que, malgré une disparité de situations entre les différents pays, les écarts tendent à s'amoindrir. En outre, l'utilisation des coûts courants comme méthode de comptabilisation se généralise. La prochaine mise à jour du benchmark est prévue au 1^{er} juillet 2006 (mise à jour sur une base annuelle).

remède le plus approprié. Ce document a été soumis à consultation publique puis adopté en février 2006.

1.2.2. Méthodologie des coûts courants

Ce document a été rédigé dans un souci pédagogique et est donc détaillé (rédaction d'un résumé, d'un glossaire, détails de calcul, comme le calcul de la dépréciation des coûts courants ajouté par l'ARCEP). Il présente à la fois une méthodologie *top down* et *bottom-up*, cette dernière option allant dans le sens de la méthode de valorisation des coûts de la paire de cuivre retenue par l'ARCEP (CCA "économiques" avec une méthode de dépréciation économique).

2. Programme de travail pour 2006

Le programme de travail 2006, élaboré conjointement par le GRI et le GRE, a été soumis à consultation des acteurs du secteur. Les principaux sujets sont les suivants :

- la révision du cadre réglementaire : il s'agit du sujet le plus important de ce programme de travail.
- NGN : deux documents sont prévus; l'un sur l'interconnexion IP, l'autre relatif à la régulation à mettre en oeuvre pour les NGN (réseaux de nouvelle génération). Ce dernier prévoit désormais des travaux sur la régulation économique de la VoIP à la demande de l'ECTA.
- le haut débit :
 - complémentarité entre accès filaire et accès radio et conditions de licence des réseaux Wimax.
 - mise à jour du rapport sur la situation de la concurrence dans le haut débit publié en 2005 ;
- un rapport sur la qualité de la fourniture du haut débit (débits, exactitude de la facturation), les tarifs et les offres groupées, considéré du point de vue des consommateurs, devrait également être élaboré ;
- la transparence des tarifs de détail du roaming : les travaux entrepris en 2005 seront poursuivis en 2006. L'équipe projet se focalisera sur la mise en oeuvre des propositions pour améliorer la transparence des prix du *roaming*.
- situation concurrentielle dans les mobiles : il s'agit là de l'ajout d'un sujet de 2^{ème} priorité (à la demande de l'ECTA).
- suite à l'annonce de l'élaboration d'un règlement sur le roaming, le GRE a constitué une équipe projet pour répondre à l'appel à commentaires. Ce document sera également un élément important du programme de travail 2006.

Le programme de travail traitera également les sujets suivants : qualité de service de la VoIP pour les consommateurs, concurrence dans les services mobiles. En outre, à la demande du régulateur roumain, l'impact du SU sur

les conditions de concurrence dans les pays où le taux de pénétration du service téléphonique fixe est faible sera abordé.

L'OFCOM, actuel président du GRI/GRE, a annoncé son intention de réaliser un atelier public à mi-année pour discuter avec l'industrie de l'avancée des travaux en cours.

C. La révision du cadre réglementaire

1. Méthodologie

1.1. Un exercice récurrent

L'élaboration d'un cadre réglementaire et sa révision est un exercice sinon habituel, du moins récurrent pour les Etats membres de l'Union européenne. Depuis le Livre Vert fondateur de 1987, l'évolution régulière de la réglementation européenne a permis l'émergence progressive de la concurrence dans un secteur à l'origine largement monopolistique, grâce à une régulation *ex ante* adaptée à chaque étape de la concurrence.

A l'origine, l'ouverture du marché des communications électroniques a été réalisée grâce à trois instruments :

- la libéralisation des marchés, mettant fin aux monopoles historiques, permise par des directives de la Commission basées sur l'article 86 du traité ;
- des mesures d'accompagnement figurant dans les directives d'harmonisation, notamment la directive cadre de 1990 instaurant le principe de fourniture d'un réseau ouvert (Open Network Provision, ONP) pour un nombre limité de services ;
- l'élaboration de règles de concurrence (lignes directrices).

Le Livre Vert de la Commission de 1995 a entraîné la libéralisation entière du secteur et adapté la directive ONP à un environnement plus concurrentiel. Ceci a abouti au paquet réglementaire de 1996-98 qui a ouvert les infrastructures et le service téléphonique à la concurrence.

Lors du réexamen du cadre de 1996, déjà prévu dans les directives elles-mêmes, les évolutions des technologies, du marché et de la concurrence ont conduit la Commission à revoir entièrement le cadre réglementaire, afin de rapprocher les principes de la régulation sectorielle de ceux du droit de la concurrence. D'où l'élaboration du paquet réglementaire de 2002 (6 directives + 1 décision) qui a confirmé notamment la régulation des ressources rares et mis en place une régulation concurrentielle fondée principalement sur des analyses de marché (en rupture avec la logique ONP). Il a intégré la convergence télécommunication/audiovisuel (notion de communications électroniques) et conservé, en l'adaptant, une régulation symétrique propre au secteur.

La révision du cadre réglementaire qui intervient aujourd'hui n'est donc pas un événement exceptionnel dans le secteur des communications électroniques. Elle a été prévue dans les directives de 2002. Le contexte est par ailleurs très différent de celui de la révision de la directive postale, secteur dans lequel la question de l'ouverture totale des services postaux à la concurrence se pose encore.

1.2. Un exercice obligatoire

Si la Commission européenne a lancé ce processus, c'est parce qu'en vertu des textes elle y est tenue :

- les directives de 2002 comportent toutes un article de réexamen, selon lequel la Commission doit examiner périodiquement le fonctionnement de la directive concernée et faire un rapport au Parlement européen et au Conseil, le premier rapport intervenant au plus tard trois ans après la date d'application, soit le 25 juillet 2006 (31 octobre 2006 pour la directive "vie privée") ;
- la recommandation sur les marchés pertinents et l'article 8 de la directive "concurrence" imposent à la Commission d'examiner la nécessité d'une éventuelle mise à ce jour respectivement le 30 juin 2004 et 31 décembre 2004⁴⁸.

Les textes imposent donc que l'année 2006 soit celle de la "review", la Commission devant être mesurée de faire un bilan au Parlement européen et au Conseil dans le courant du 1^{er} semestre 2006.

En tout état de cause, cette révision n'est pas consécutive à un constat d'inadaptation de la réglementation au marché actuel. Au contraire, le bilan du cadre, bien qu'il n'ait été transposé en droit français d'un point de vue législatif qu'en juillet 2004 et d'un point de vue réglementaire en 2005, est à ce jour positif. La concurrence s'est développée comme en témoigne la croissance des parts de marché des opérateurs alternatifs avec un niveau d'investissements satisfaisant. Sa flexibilité et son adaptabilité permettent également aux ARN d'adapter la régulation aux évolutions technologiques et économiques des marchés, tout en garantissant un cadre stable d'analyse.

La révision du cadre réglementaire couvre les directives "cadre", "accès", "service universel", "autorisation" et "vie privée" ainsi que l'article 8 sur les réseaux câblés de la directive "concurrence" et la recommandation sur les marchés pertinents. Cette dernière relève uniquement de la Commission et, contrairement aux directives, n'est pas adoptée par le Parlement européen et le Conseil. La recommandation sur les marchés pertinents sera donc révisée plus rapidement et entrera en vigueur en 2007, sans qu'il soit besoin de transposition dans chaque Etat membre. En revanche, pour les directives, il faudra au minimum trois ans de plus pour qu'elles soient adoptées puis transposées en droit national. Cependant, les directives et la recommandation sur les marchés pertinents sont étroitement liées et vont de pair pour l'exercice de la régulation des marchés des communications électroniques.

Le réexamen de ces deux derniers textes a été reporté, la transposition étant jugée encore trop incomplète au sein de l'Union européenne aux dates prévues.

48

49 Dans son "call for input on the forthcoming review of the EU regulatory framework for electronic communications and services including review of the recommendation on relevant markets " du 25 novembre 2005, la Commission a précisé quels sont les textes soumis à un réexamen pour l'année 2006.

Périmètre de la "review 2006" annoncé par la Commission⁴⁹

Parlement européen et Conseil	Commission européenne
<p>Les directives</p> <ul style="list-style-type: none"> • cadre • accès • service universel • autorisation • vie privée et communications électroniques 	<ul style="list-style-type: none"> • article 8 sur les réseaux câblés de la directive concurrence • la recommandation marchés pertinents

1.3. Les compétences respectives

La révision du cadre permettra d'évaluer l'impact et l'efficacité de ces sept textes, en termes notamment de développement de la concurrence au bénéfice du consommateur, d'innovation, de croissance, quatre ans après leur adoption au niveau européen et deux ans et demi après leur entrée en application théorique dans chacun des Etats membres de l'Union européenne, dont la date était fixée au 25 juillet 2003 pour la plupart.

Toutefois, la transposition des directives ayant pris du retard, le cadre réglementaire est effectivement appliqué depuis moins de deux ans dans de nombreux Etats membres, la réalisation d'un bilan par la Commission apparaît dans ces conditions peu aisée.

50 cf. communication de la Commission au Parlement et au Conseil du 14 septembre 2005 "Une approche fondée sur le marché en matière de gestion du spectre radioélectrique dans l'Union européenne".

Par ailleurs, la Commission a également lancé une réflexion plus large⁵⁰ sur la gestion des ressources en spectre qui sera traitée en partie à travers ce réexamen (directives "cadre" et "autorisation").

S'agissant de la procédure institutionnelle à suivre pour modifier les textes précités, il convient, en raison de leur nature juridique différente, de distinguer les directives du Parlement et du Conseil des textes adoptés par la Commission européenne.

En ce qui concerne la directive "concurrence" et la recommandation marchés pertinents, la Commission est seule compétente. La nouvelle recommandation devrait ainsi être publiée en décembre 2006, avec une entrée en vigueur immédiate.

Pour les directives du Parlement et du Conseil, l'issue du processus ne devrait pas intervenir avant 2010-2012. En effet, ces textes sont soumis à la procédure de codécision⁵¹ qui emprunte les étapes suivantes :

51 La présente description constitue un schéma très rapide de la procédure, cf article 251 TCE.

- Propositions de directives transmises par la Commission au Parlement européen et au Conseil.
- Débats entre le Parlement européen et le Conseil, avec participation de la Commission, pour trouver un accord sur le texte et adoption de nouvelles directives.
- Délai de transposition des directives imparti aux Etats membres et entrée en application.

2. La consultation des ARN

La Commission a lancé un vaste processus de consultation des acteurs du secteur pour mener à bien cette révision du cadre. Les ARN ont répondu en présentant leur point de vue par le biais du GRI/GRE⁵². Cette démarche commune est une "première" dans le cadre d'une révision des textes réglementaires, car jusqu'à présent, seules des contributions indépendantes, reflétant surtout des préoccupations et réflexions nationales, avaient été présentées⁵³. Par cette réponse commune, les autorités de régulation font part à la Commission de leur vue sur le processus de révision du cadre réglementaire et de leur expérience partagée en tant que régulateurs, répondant ainsi pleinement aux compétences dévolues au GRE. Une équipe projet a été mise en place à cette occasion et tous les régulateurs européens ont été mobilisés pour l'élaboration de la réponse commune des membres du GRE. L'ARCEP a participé activement à son élaboration, coordonnée par le régulateur irlandais ComReg.

Le GRE, dans sa réponse, a suivi la trame proposée par la Commission mais a mis en exergue certains points importants dans le cas d'une évolution des textes. Il insiste sur le caractère satisfaisant du cadre actuel et suggère des pistes d'amélioration si des amendements devaient y être apportés : les principaux concernent le processus d'analyse des marchés, la régulation de l'accès et l'importance renouvelée des problématique de normalisation. Le GRE se montre par ailleurs ouvert mais prudent quant au mode de gestion des fréquences radioélectriques d'une part et à la modification de la recommandation sur les marchés pertinents d'autre part.

La réponse complète est disponible à l'adresse suivante : http://europa.eu.int/information_society/policy/ecom/doc/info_centre/public_consult/review/comments/irgerg_call_for_input_final.pdf

Les autorités françaises, au premier rang desquelles la direction générale des entreprises (DGE) du ministère de l'Industrie, ont également produit une contribution à laquelle l'ARCEP a participé.

2.1. Une évolution et non pas une révolution

La révision du cadre doit être une évolution et non pas une révolution par rapport à son état actuel. Le cadre réglementaire de 2002 en vigueur a, en effet, permis des avancées concurrentielles indéniables notamment sur les marchés de la téléphonie fixe et du haut débit qui ont conduit à une baisse significative des prix. Par ailleurs, le cadre actuel favorise l'investissement - l'investissement global de l'Union européenne excède celui des Etats-Unis et celui de la région Pacifique réunis. Ce cadre apparaît donc particulièrement fondé et l'on peut déjà voir une tendance à la dérégulation des marchés quand la concurrence effective est constatée par les régulateurs. Pour autant, les autorités de régulation soulignent certains points où des améliorations pourraient être apportées aux textes existants.

Viviane Reding, commissaire européen de la DG info, a rappelé le rôle moteur des TIC dans la stratégie de Lisbonne dans un discours du 3 juin 2005. Ce discours est disponible à l'adresse suivante :

<http://europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/05/328&format=HTML&aged=1&language=FR&guiLanguage=fr>

2.2. Les messages clés

La révision du cadre réglementaire doit s'inscrire dans la dynamique des objectifs de Lisbonne⁵⁴. La prévisibilité et la clarté du futur cadre vis-à-vis des acteurs du marché sont essentielles. Enfin, il convient de s'engager vers une régulation plus ciblée qui permette, à terme, de lever la régulation sectorielle des marchés lorsque la concurrence y est effective.

52

53

54

De même, la révision de la recommandation sur les marchés pertinents doit concentrer l'intervention sur les segments de marché les moins concurrentiels (notamment sur les marchés de gros).

2.2.1. Les analyses de marchés

Tout en maintenant la stabilité de l'environnement réglementaire, une amélioration du processus de coopération entre les ARN et la Commission, en vertu de l'article 7 de la directive "cadre", conduirait à une meilleure harmonisation des pratiques dans un contexte d'évolution des marchés différente des marchés d'un pays à l'autre.

Certaines analyses de marché pourraient être, d'une part, exonérées de la procédure de notification en fonction d'une règle "*de minimis*" (petits opérateurs, comme en Finlande) et, d'autre part, soumises à un allègement de la procédure de notification dans les cas de "super dominance" (c'est-à-dire de monopole structurellement persistant comme dans le cas des terminaisons d'appels ou d'accès à la boucle locale pour le dégroupage).

La question de l'efficacité du processus en matière d'harmonisation et de sécurité juridique en cas de recours juridique se pose également. La réponse souligne par ailleurs l'importance du maintien de l'article 7.6 de la directive "cadre" relatif aux circonstances exceptionnelles. Enfin, les régulateurs souhaiteraient un effort de synthèse et de communication de la Commission sur les thèmes traités dans les analyses de marché afin de renforcer une meilleure compréhension mutuelle.

Par ailleurs, les régulateurs ne sont pas favorables à un pouvoir de veto de la Commission sur les remèdes. Les ARN sont plus proches de leur marché, ce qui garantit une application proportionnée des remèdes propres au contexte de chaque marché national.

2.2.2. Concurrence et régulation de l'accès

Ce sujet est un point clé de la révision du cadre. Des propositions sont formulées autour de trois axes.

Promouvoir des investissements efficaces

Il est important d'encourager les investissements efficaces et l'innovation. Par ailleurs, l'importance que prennent les NGN ne doit pas être négligée.

Le GRE s'oppose toutefois à une trêve de régulation (*regulatory holiday*) qui viserait, selon certains opérateurs, à favoriser l'investissement. En effet, les effets d'une re-crédation de monopole, même temporaire, seraient négatifs pour le consommateur et l'ensemble de l'économie.

Le GRE reconnaît par ailleurs l'importance de garantir une rémunération des investissements proportionnelle aux risques encourus. Ceci peut être assuré en précisant la nature des accords d'accès et d'interconnexion, le fondement des obligations tarifaires, le taux de rémunération et la mise en œuvre du concept d'échelle des investissements.

Permettre aux régulateurs de régler les problèmes de concurrence liés à une structure de marché oligopolistique

Dans une structure de marché oligopolistique, qui tend à se développer au sein de l'Union européenne, le concept de puissance collective, appliqué à la régulation *ex ante* sur la base d'une interprétation très stricte de la jurisprudence du droit de la concurrence, est difficile à mettre en œuvre. Par conséquent, il est nécessaire que la Commission garantisse la possibilité pour les régulateurs d'intervenir sur ces marchés oligopolistiques qui connaîtraient des problèmes de concurrence à travers une extension de l'interprétation de la puissance collective et également par un renforcement de l'article 5 de la directive "accès".

Clarifier le pouvoir des ARN en termes de remèdes

Le cadre actuel n'est pas clair en ce qui concerne la possibilité pour un régulateur d'imposer des obligations, comme celle de séparation comptable, dont la nécessité et la justification dépassent le cadre d'un seul marché, le problème de concurrence soulevé concernant plusieurs marchés (couplage, convergence, opérateur intégré, ciseau tarifaire, etc.).

En outre, il semble nécessaire de préciser la notion de non discrimination, afin de faciliter la mise en œuvre du principe d'égalité d'accès aux réseaux des opérateurs puissants.

Afin de s'adapter aux changements technologiques et aux évolutions de marchés (notamment dans la perspective de déploiement des NGN et de l'émergence d'offres de convergence à des rythmes différents dans chaque pays), les autorités de régulation ont besoin de flexibilité dans la définition des marchés et d'outils appropriés (par exemple de nouveaux remèdes, tels que l'accès aux fourreaux). Elles souhaitent également que soient prises en compte les spécificités nationales dans le processus d'application des remèdes, tout en respectant les principes communs d'analyse.

Enfin le GRE estime nécessaire de soumettre le marché des liaisons louées au régime normal d'analyse des marchés et de ne pas fixer la définition du marché et les obligations applicables aux liaisons louées dans la directive "service universel" comme c'est le cas actuellement. Il conviendrait également de réviser la définition de l'ensemble minimal de liaisons louées qui, à ce stade, ne répond pas au principe de neutralité technologique.

2.2.3. Normes et interopérabilité

La standardisation revêt un rôle crucial, et il est donc nécessaire de maintenir les articles 17 et 18 de la directive "cadre". En effet, l'évolution vers les réseaux de nouvelle génération (NGN) s'accompagne d'une mutation sans précédent des coeurs de réseaux des opérateurs historiques. Cette évolution touchera également à terme les coeurs des réseaux mobiles. La normalisation, notamment européenne, joue dans cette transition un rôle clé. La liste des normes doit être dynamique pour suivre le développement des réseaux, services et équipements. Le GRE attire l'attention de la Commission sur la question des droits de propriété intellectuelle, indispensable à la protection des normes.

2.2.4. Approche commune pour la gestion du spectre

Le secteur des communications électroniques fait face à une demande croissante d'utilisation du spectre, due aux développements technologiques et à la convergence fixe/mobile. La mise en œuvre des politiques européennes au niveau national ne doit pas exclure l'utilisation de technologies ou de services à dimension pan-européennes. Le GRE encourage la définition d'une approche commune pour la gestion du spectre.

Des mécanismes pour le marché secondaire des fréquences doivent permettre d'assurer à la fois efficacité et flexibilité. Par ailleurs, une régulation technique demeure nécessaire pour éviter les interférences entre les réseaux radio et pour renforcer une utilisation efficace de certaines bandes de fréquence.

2.2.5. La recommandation sur les marchés pertinents

La recommandation sur les marchés pertinents a montré sa bonne adéquation aux marchés ; les analyses menées par les ARN en vertu de cette liste ont très largement démontré l'existence d'opérateurs puissants et la nécessité d'une régulation *ex ante* pour la plupart d'entre eux. Cependant des améliorations peuvent être envisagées à plusieurs titres : certaines définitions de marché ont posé problème (marché 18 par exemple) ; une réduction des marchés pertinents permettrait d'alléger le processus d'analyse de marchés. Dans la perspective d'une modification de cette liste, le GRE souligne que tout retrait d'un marché de la liste soit basé sur l'application des trois critères.

La Commission pose trois questions dans son appel à commentaires :

- sur la nécessité d'une modification ou d'un retrait de marché de la liste des marchés pertinents,
- sur la nécessité de l'ajout d'un marché,
- sur les trois critères de dominance (présence de barrières élevées et non provisoires à l'entrée, l'évolution vers une situation de concurrence effective, incapacité du droit de la concurrence à remédier seul aux défaillances du marché).

Le GRE note que la définition actuelle des marchés fixes de détail a mené à de nombreuses décisions désignant des opérateurs puissants et que par conséquent, les régulateurs doivent conserver la possibilité de les réguler si nécessaire. Toutefois, lorsque la concurrence sur ces marchés est effective, la régulation de ces marchés peut diminuer. Enfin les marchés de détail fixes pourraient être fusionnés.

Par ailleurs, le GRE souligne les enjeux d'une transition entre la recommandation existante et la nouvelle version à venir. Il souhaiterait d'une part que ne soit pas rendu obligatoire le fait de relancer une analyse sur ceux des marchés inscrits dans cette nouvelle liste qui auraient été déclarés concurrentiels. D'autre part, en cas de retrait de marchés dans la nouvelle recommandation, il convient également d'assurer une certaine sécu-

rité juridique aux ARN qui n'auraient pas terminé leur analyse de marché en vertu de la première recommandation ou qui feraient face à des recours sur les analyses finalisées.

Le GRE souligne l'importance des trois critères qui procurent de la flexibilité aux régulateurs pour s'adapter aux circonstances nationales. Toutefois, il souhaiterait que des lignes directrices sur l'application pratique des trois critères soient élaborées conjointement par la Commission européenne et les ARN sous l'égide du GRE, afin de garantir davantage de cohérence et d'harmonisation quant à leur interprétation.

Le GRE précise par ailleurs que le concept de marché émergent n'a pas montré son utilité que ce soit au stade de la définition de marché pertinent ou du choix des obligations. Il n'apparaît donc pas nécessaire d'insister davantage sur ce concept.

La position du GRE, entièrement soutenue par l'ARCEP, permet d'indiquer à la Commission les orientations souhaitables, du point de vue des ARN, pour la révision du cadre réglementaire qui sera en vigueur à l'horizon 2010. Cette contribution s'inscrit dans une étape préliminaire du processus réglementaire, au cours de laquelle la Commission examinera également l'ensemble des contributions reçues, au premier rang desquelles les positions prises par les acteurs du marché et les autorités nationales.

Prochaine étape du processus attendue : la Commission fera connaître sa propre analyse et fera des propositions de modifications des textes avant mi-2006 ; ces premières propositions, elles-mêmes soumises à une nouvelle consultation publique, devraient aboutir en fin d'année à l'adoption d'une nouvelle recommandation et à des propositions fermes de textes pour une discussion au Parlement et au Conseil.

3. L'ARCEP et la révision du cadre réglementaire

Face au réexamen du cadre réglementaire qui touche directement son activité, l'Autorité s'est organisée pour être en mesure de participer activement au processus.

Elle dispose ainsi d'une structure interne "review" qui associe les différents services de l'Autorité afin d'approfondir les enjeux de cette révision, d'effectuer un premier bilan du cadre actuel et de formuler des propositions, eu égard à son expérience et son appréciation des nouveaux défis de régulation.

L'organisation institutionnelle dans laquelle s'inscrit l'ARCEP lui permet de contribuer à ce réexamen à différents niveaux : en son nom propre mais également aux niveaux national et européen.

Au niveau national, les autorités françaises ont contribué à la consultation publique de la Commission européenne. La DGE, direction générale des entreprises du ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie, a ainsi rencontré les acteurs du secteur et les différents ministères et autorités concernés avant de proposer un projet de contribution. Le texte une fois harmonisé par le SGAE (secrétariat général des affaires européennes) a été transmis à la représentation permanente à Bruxelles en relation avec la Commission européenne.

Le secteur postal

CHAPITRE I Les marchés postaux, selon l'observatoire des activités postales

CHAPITRE II Les autorisations

CHAPITRE III Le service universel postal

3

4

5

6

7

8

9

Les marchés postaux, selon l'observatoire des activités postales

- A. Segmentation et panorama des marchés
- B. Les résultats de l'observatoire par marché

Pour assumer la mission de régulation du secteur postal que lui a confiée la loi du 20 mai 2005, l'ARCEP a mené diverses études¹ et rencontré en 2005 les entreprises de ce secteur, en particulier celles qui devront être titulaires d'une autorisation.

Pour dialoguer avec les acteurs et mieux cerner l'avenir du secteur, l'Autorité a consacré ses X^{èmes} Entretiens à la régulation du secteur postal et à ses enjeux. Plus de 200 personnes, dont des représentants de plusieurs régulateurs européens, ont suivi les débats, le 6 octobre 2005 à l'Université Paris-Dauphine, organisés autour de quatre tables rondes. Animées par des membres de l'Autorité, elles ont permis d'aborder différentes problématiques concernant l'évolution des marchés postaux, l'innovation dans le secteur, le service universel postal et sa régulation².

En Europe, le manque d'une information sectorielle claire et à jour a été souligné par plusieurs études³ sur le secteur postal. La Commission européenne a d'ailleurs demandé aux Etats membres de relancer la collecte de données statistiques dans ce domaine. L'Autorité a donc décidé de créer un observatoire de l'activité postale française, sur le modèle de son observatoire des marchés des communications électroniques. Cet observatoire vise à restituer aux acteurs du secteur et au public les principaux indicateurs du secteur.

1 Evaluation des attentes des utilisateurs de courrier égrené menée par TNS-Sofres pour l'ARCEP et audit de la mesure de qualité de service de La Poste sur la lettre en J+1 menée par Ernst & Young pour l'ARCEP. Ces deux études sont présentées dans la partie relative au service universel postal.

2 Le compte rendu de ces X^{es} Entretiens est disponible sur le site Internet de l'ARCEP.

3 "Synergies sectorielles dans le domaine du courrier", BIPE, Août 2005 et "Main Developments in the European Postal Sector", WIK-Consult, 2004.

A. Segmentation et panorama des marchés

Le contour et le contenu des activités postales sont complexes. Autour du cœur du marché des envois postaux couvert par l'obligation de service universel et encore fortement monopolistique sur le marché des envois de correspondance, existent plusieurs marchés "connexes" (portage de presse, express, publicité non adressée). Les évolutions techniques et l'ouverture des marchés font que le marché postal interagit de plus en plus avec les marchés connexes.

1. Le marché des envois postaux

L'article L.1 du CPCE (code des postes et des communications électroniques) définit les services postaux comme "la levée, le tri, l'acheminement et la distribution des envois postaux dans le cadre de tournées régulières". Un envoi postal est obligatoirement adressé et peut être une correspondance, un imprimé ou un colis.

En contrepartie de ses obligations de service universel, La Poste dispose d'un secteur réservé. Les limites de ce monopole ont été abaissées le 1^{er} janvier 2006, passant des envois de correspondance (lettres et publicité adressée) de 100 g à 50 g (ou 2,5 fois le tarif de base). Ce monopole inclut également le courrier transfrontalier entrant de moins de 50 g.

En dehors de ce monopole, la concurrence peut s'exprimer sur :

- les envois de correspondance de plus de 50 g (ou plus de 2,5 fois le tarif de base),
- le courrier transfrontalier sortant (courrier export),
- la presse,
- les recommandés,
- les colis.

Le tableau ci-dessous présente un panorama des différents marchés des envois postaux, à partir des résultats de l'observatoire (détaillés dans les paragraphes suivants) :

Valeurs 2004		
Envois postaux	Volumes (en milliard d'objets)	CA (en milliard d'€)
Correspondance et catalogues :	16,71	7,60 (hors export)
Ventilation 1. Courrier égrené / industriel		
• Courrier égrené	7,71	n.d.
• Courrier industriel non routé	3,90	n.d.
• Courrier industriel routé	5,10	n.d.
Ventilation 2. Secteur réservé / libéralisé		
• réservé : correspondance domestique et transfrontalière entrante ≤ 100 g	15,00	6,60
• libéralisé (hors export) :		
correspondance > 100 g et catalogues	1,23	1,00
• export	0,48	n.d.
Recommandés	0,23	1,00
Presse aux abonnés postaux	2,00	0,80
Colis domestique	0,35	1,44

Source : ARCEP, observatoire des activités postales

La ventilation proposée du trafic et du chiffre d'affaires des envois de correspondance reflète plusieurs types d'usages postaux.

La qualification de courrier "industriel" ou de "*bulk mail*" – les envois en nombre - s'applique à du courrier produit de façon informatique en grandes quantités tel que les factures, les relevés bancaires, la publicité adressée, les périodiques. De fait, le courrier industriel est un courrier bien préparé (pré-trié) et émis par un nombre de grands émetteurs relativement réduit à destination d'un grand nombre de ménages.

Les grands émetteurs peuvent choisir de préparer eux-mêmes leurs envois en nombre ou bien sous traiter cette activité à des routeurs.

Alors que les dates de production de ce courrier sont régulières et prévisibles, la demande des clients en matière de délais de distribution relèvent davantage de la fiabilité que de l'urgence. Eu égard à ces caractéristiques, il s'agit d'une partie du trafic postal qui peut être commercialisé et distribué à des coûts sensiblement inférieurs à ceux du courrier égrené et urgent. Selon

les pays, le courrier industriel représente entre 50 et 70 % du trafic des envois de correspondance des opérateurs postaux historiques.

Le courrier égrené⁴ est émis à l'unité ou en petite quantité par des particuliers, des professionnels mais aussi des grands émetteurs, il ne fait l'objet d'aucune préparation spécifique et est déposé dans les boîtes de collecte sur la voie publique ou à proximité des centres de tri ou bien dans les points de contact de La Poste.

Pour plus de détails, se reporter à l'étude réalisée pour l'ARCEP sur les pratiques postales et les attentes des utilisateurs de courrier égrené dans la partie sur le service universel postal.

4

2. Les autres marchés analysés dans l'observatoire

Autour du cœur du marché des envois postaux décrit précédemment existent plusieurs marchés "connexes" :

- Le portage de presse représente une alternative à la distribution postale. En effet, certains éditeurs de presse ont créé leur propre réseau de distribution. D'après la Direction du développement des médias (DDM⁵), l'abonnement représente en moyenne 27 % de la diffusion de la presse française. Le portage demeure relativement peu développé en France, malgré des variations importantes d'une famille de presse à l'autre, alors qu'il représente 88 % de la diffusion des quotidiens aux Pays-Bas, 60 % en Allemagne et 50 % au Royaume-Uni.
- Le marché de la distribution des plis non adressés (messages sans référence personnelle, sans adresse et sans nom) est totalement concurrentiel. Au sens de la loi relative à la régulation des activités postales, la publicité non adressée n'est pas un envoi postal. Contrairement à l'économie du "courrier adressé", ces plis ne nécessitent ni collecte, ni tri, ni tournées quotidiennes de distribution. L'économie de la publicité non adressée peut utiliser le géomarketing reposant sur une segmentation précise des prospects, avec un ciblage fin de la zone démarchée. Ce marché est intéressant à étudier car des opérateurs de publicité non adressée s'appuient sur cette activité de distribution des imprimés sans adresse pour développer une offre de services de distribution adressée.
- Enfin, l'observatoire de l'ARCEP porte sur l'express domestique sur le segment des plis et du colis "léger" jusqu'à 30 kg. Le transport express correspond à la livraison d'objets dans des délais garantis et à une distribution point à point, du seuil de la porte de l'expéditeur jusqu'à celui du destinataire. Les services offerts par les intégrateurs s'appuient en particulier sur des moyens aériens. Les "expressistes" font bénéficier leurs clients d'un suivi informatisé et d'une preuve de livraison de leurs objets. Tous ces services peuvent expliquer que pour un pli domestique de moins de 100g en express, la facture du client puisse atteindre environ 30 euros contre 1,22 euro pour ce même pli en courrier prioritaire.

La DDM est placée sous l'autorité du Premier ministre et rattachée pour sa gestion au Secrétariat général du Gouvernement

5

3

B. Les résultats de l'observatoire par marché

La présente publication restitue les résultats d'une première collecte réalisée par l'ARCEP, d'octobre à décembre 2005 auprès des principaux opérateurs actuellement actifs sur le champ des activités soumises à autorisation (7 opérateurs "futurs autorisés").

Les opérateurs en dehors du champ d'application du dispositif d'autorisations ont été contactés via leurs associations professionnelles⁶ :

- APEM et SNELPD pour les routeurs ;
- UFEX pour les opérateurs d'express ;
- FEVAD pour les entreprises de vente à distance (marché du colis).

6 entreprises sollicitées sur 7 ont répondu au questionnaire statistique et ont été consultées sur la prochaine collecte statistique 2005. Les fédérations, lorsqu'elles ont répondu, ont fait des estimations portant sur l'ensemble de leur marché.

1. Les envois postaux distribués et les marchés correspondants

La distribution est une activité de main-d'œuvre, qui voit coexister des réseaux spécialisés dans le traitement de certains envois (la presse, la publicité non adressée, les colis à destination des ménages, les colis interentreprises, les envois express...), et un réseau polyvalent et universel, le réseau postal, qui est présent partout et distribue une grande variété d'envois, adressés pour l'essentiel.

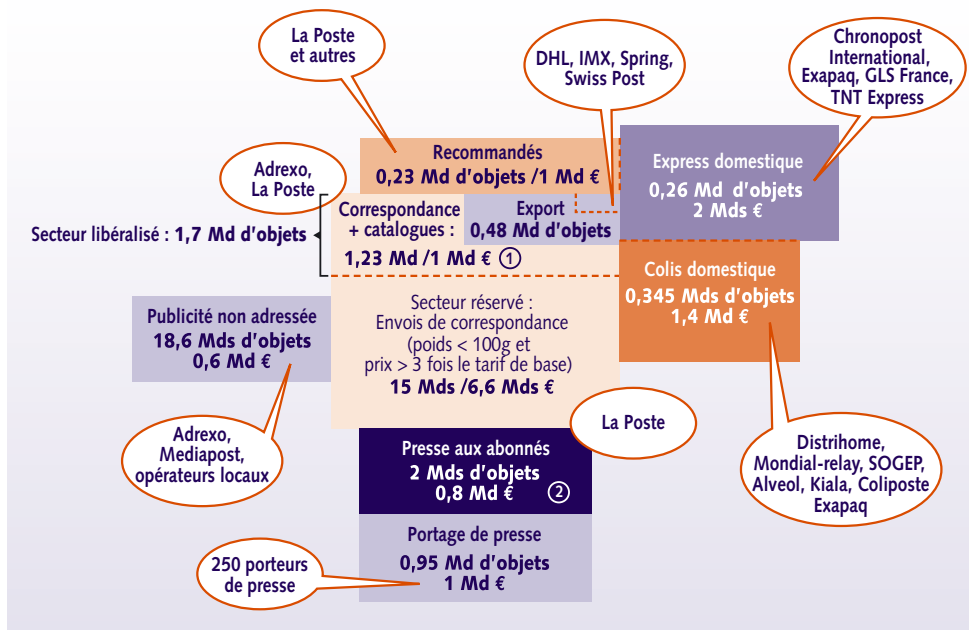
Le graphique ci-contre présente le panorama des marchés postaux et donne des exemples d'entreprises actives sur les différents marchés étudiés.

6 SNELPD : Syndicat national des entreprises de logistique de publicité directe ;
FEVAD : Fédération des entreprises de vente à distance ;
APEM : Association des Prestataires de services en Editions Multi-Média ;
UFEX : Union française de l'Express.

Marchés postaux (objets distribués) en France en 2004.

Volumes et chiffres d'affaires :

Les volumes sont en milliards d'objets et les chiffres d'affaires sont en milliards d'e. La taille des rectangles n'est pas fonction des volumes et des chiffres d'affaires.



Source : ARCEP, UFEX, FEVAD, DDM, UPU.

① Au sens de la loi de la régulation des activités postales, les catalogues ne font pas partie des envois de correspondance.

② Prestations postales offertes au titre du service public de transport et de distribution de la presse, y. c. la contribution de l'État.

Ce schéma fait d'abord apparaître les volumes d'objets majoritairement distribués ou traités par les différents opérateurs sollicités ; les envois non adressés⁷ (18,6 milliards d'objets) sont à eux seuls pratiquement aussi nombreux que les envois adressés, répartis ici entre les lettres, la presse, les colis, les recommandés et les envois express.

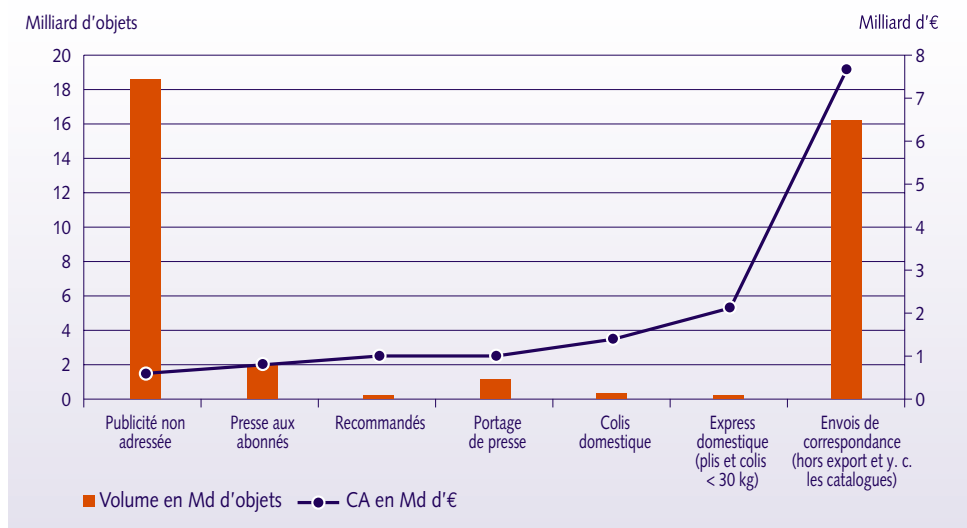
La part élevée des envois du secteur réservé dans le total des envois de correspondance (y. c. catalogues) est de 15 milliards d'objets sur 16,23 milliards d'objets (hors export), avec un monopole sur les envois de correspondance d'un poids inférieur à 100g⁸.

Ce schéma révèle également différentes modalités de distribution : la distribution point à point, à délais garantis et preuve de livraison de l'express, la distribution "classique" en boîtes aux lettres. Celle dernière peut se faire sur une liste d'abonnés pour le portage de presse.

Les envois non adressés ne sont pas des envois postaux, ni au sens de la Loi de la régulation des activités postales, ni dans la directive postale modifiée 2002. C'est moins clair au regard de la nomenclature (NAF) de l'INSEE, la publicité non adressée pouvant soit être classée en classe 74 pour "la distribution de prospectus et d'échantillons publicitaires", soit en classe 64 pour la distribution des "envois en nombre sans adresse".

La limite de poids du monopole de La Poste a été abaissée à 50 g, le 1^{er} janvier 2006 et le prix à 2,5 fois le tarif de base.

Chiffre d'affaires et volume correspondant pour chaque produit étudié en 2004



Source : ARCEP.

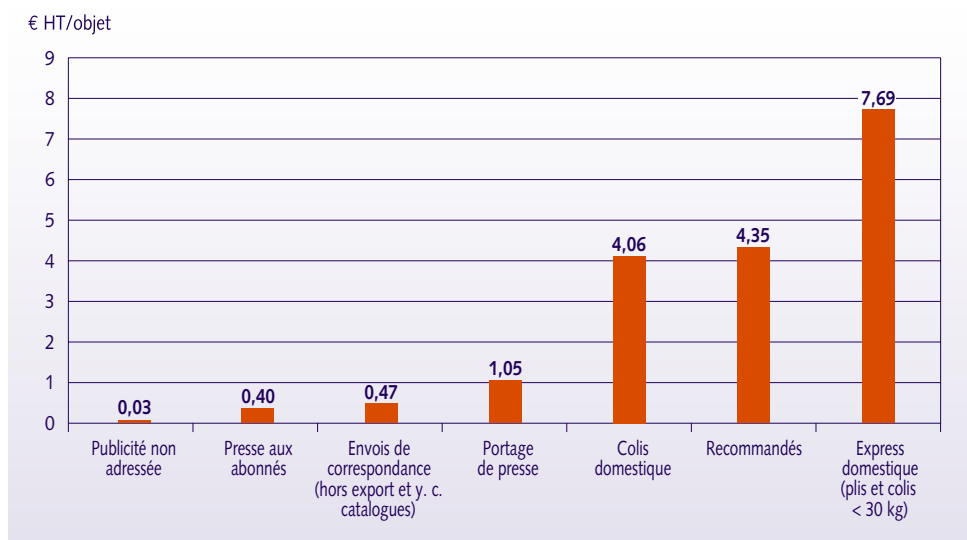
9 Ce sont toutes deux des prestations à "valeur ajoutée" impliquant une remise contre signature et faisant l'objet d'un traitement spécifique.

10 Les critères discriminants entre ces deux segments ne sont pas non plus toujours clairs : limites de poids, délais garantis, etc.

La dispersion des prix moyens par produit reflète notamment la dispersion des coûts des techniques de distribution utilisées. La moins coûteuse est la distribution en mode non-adressé (0,03 € pour l'imprimé non adressé) et les plus coûteuses sont les distributions du colis, du recommandé (environ 4 € par objet) et celle des envois express (environ 8 € par objet). Les frontières entre les marchés du recommandé et de l'express⁹ et entre les marchés de l'express et du colis¹⁰ ne sont pas totalement claires et pourraient vraisemblablement évoluer.

Indicateur de revenu moyen par produit en 2004.

(Ratio revenu sur volume)



1.1. La distribution des envois de correspondance

Les envois de correspondance (y. c. les catalogues) ont représenté environ 16,7 milliards d'objets, dont l'export et le volume traité par les concurrents de La Poste sur la distribution domestique et l'export. La plus grande partie relève du monopole postal, soit 90% du total des envois de correspondance (hors recommandés).

Dans ce domaine, ADREXO se positionne comme le principal concurrent de La Poste. Cette filiale du groupe Spir Communications s'appuie sur sa principale activité de distribution des imprimés sans adresse pour développer une offre de services de distribution adressée.

Le segment du courrier international sortant (l'export) est ouvert à la concurrence pour toutes tranches de poids. Les opérateurs alternatifs sont pour la plupart des filiales des postes européennes (Deutsche Post Global Mail, Swiss Post, Spring) - à l'exception d'IMX - et n'ont que des bureaux de vente en France.

1.2. La distribution de la presse

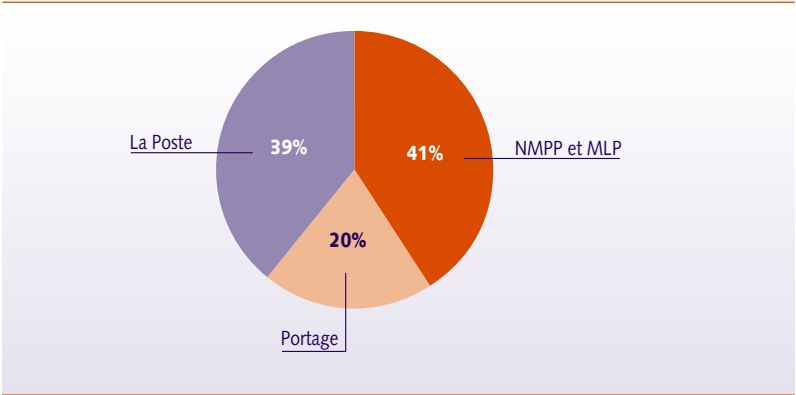
La diffusion de la presse est réalisée par trois canaux :

- les messageries urbaines de presse (NMPP et MLP¹¹) alimentent les points de vente au détail (dont les kiosques à journaux) ;
- le portage : les éditeurs de presse distribuent eux-mêmes ou font distribuer leurs quotidiens ;
- la distribution par La Poste.

Nouvelles Messageries de la Presse Parisienne et Messageries Lyonnaises de Presse.

11

Diffusion de la presse en 2004
(en volume)



Source : ARCEP.

Seuls les porteurs de presse (250 environ) et La Poste font partie du périmètre de l'observatoire. Le portage représente en effet une alternative à la distribution postale. Il s'agit de réseaux créés par les éditeurs de presse pour la distribution de leurs quotidiens.

12 D'après la collecte de l'ARCEP et d'après une estimation de 2003 de la Direction du Développement des Médias pour le CA du portage. Le trafic correspondant est issu de la collecte de l'ARCEP de 2004 et de l'Observatoire de la presse Grand Public (année 2004).

Hors distribution des NMPP et des MLP, la distribution de la presse à domicile (portage et distribution postale) a représenté environ 3 milliards d'objets répartis à raison de deux tiers pour le circuit postal et d'un tiers pour le portage, pour un chiffre d'affaires total d'environ 1,8 milliard d'euros en 2004¹².

1.3. Le marché du colis domestique

Coliposte, la division de La Poste en charge du colis, est positionné sur tous les segments du marché du colis domestique (B-to-B, B-to-C, C-to-B et C-to-C), mais se retrouve particulièrement en concurrence sur :

- le segment B-to-B notamment avec Exapaq ;
- le segment B-to-C : en effet, les groupes de vente par correspondance (Les 3 Suisses, La Redoute et Yves Rocher) ont mis en place leurs propres réseaux de distribution à domicile avec Mondial Relay, SOGEP et Distrihome. De plus, la traditionnelle livraison à domicile n'étant pas toujours une réponse appropriée aux besoins des consommateurs, qui sont de plus en plus demandeurs d'une livraison en phase avec leur mode de vie, en particuliers les actifs, des prestataires comme Alvéol, Kiala et la Sogep offrent aussi la livraison en points relais.

En 2004, ce marché a concerné au total 345 millions d'objets, pour un chiffre d'affaires de 1,4 milliard d'euros.

1.4. Le marché de l'express domestique

Le marché de l'express domestique est divisé entre les offres de plis et de "colis légers" pesant moins de 30kg (qui constituent le coeur du marché de l'express) et les offres "tous poids". Les principaux transporteurs express, Chronopost International, Extand, GLS (General Logistics Systems) et TNT Express se positionnent sur le segment du "colis léger".

Selon une estimation de l'UFEX, le marché observé (le segment du colis "léger") a concerné environ 260 millions d'objets, pour un chiffre d'affaires d'environ 2 milliards d'euros en 2004.

1.5. La distribution de la publicité non adressée

Ce marché est particulièrement développé en France du fait de l'importance du secteur de la grande distribution et des grandes surfaces spécialisées qui utilisent ce média. Mais les acteurs du secteur s'attendent à des évolutions du fait de la modification du décret¹³ qui interdisait la publicité télévisée pour plusieurs secteurs, dont la grande distribution.

Ce marché est désormais dominé par deux grands opérateurs nationaux : en 2004, plus de 18,6 milliards de plis non adressés ont été distribués en France par Mediapost (filiale du groupe La Poste), par Adrexo (groupe SPIR Communication) et par une myriade de petits opérateurs locaux ; le chiffre d'affaires total est estimé à 600 millions d'euros.

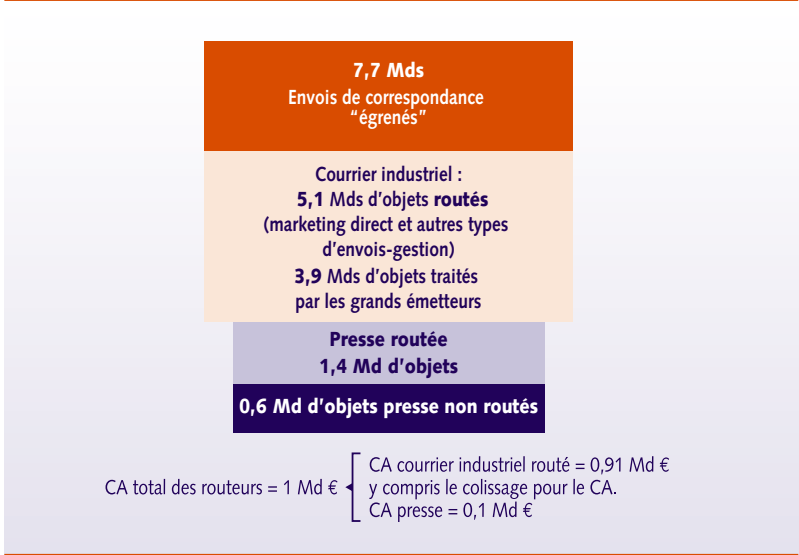
13 Décret du 27 mars 1992, modifié par le décret du 7 octobre 2003, sur la publicité télévisée et les secteurs interdits.

2. Les activités amont : le marché du routage

En 2004, le courrier industriel (envois en nombre expédiés par les grands émetteurs) a représenté environ 50% du total des envois de correspondance expédiés. Il s'agit d'envois en nombre de publicité adressée et de courrier de gestion (factures, relevés bancaires). Le reste correspond aux envois égrenés des particuliers, des petits professionnels, mais aussi des grands émetteurs qui envoient du courrier égrené.

La part du courrier industriel dans les envois de correspondance dépend des tarifs pratiqués par La Poste et est susceptible d'évoluer.

Part du courrier industriel dans les envois postaux en France en 2004



N.B. : Les colis peuvent aussi être routés, mais l'observatoire n'a pas étudié ce marché.
Source : Estimation ARCEP, SNELPD, Étude Triangle 2004 réalisée pour le compte de l'ARCEP.

De nombreuses entreprises (routeurs) interviennent sur les marchés de l'impression, de la mise sous pli et de la préparation des envois en nombre et introduisent une forme de concurrence dans le secteur postal. Ces activités en amont des services postaux portent sur la fabrication du courrier avant sa remise à La Poste ou à un autre opérateur postal. Les grands émetteurs peuvent également prendre en charge eux-mêmes ces activités.

L'activité de routage donne lieu à l'établissement de relations entre, d'une part, l'émetteur-annonceur et le routeur et, d'autre part, entre le routeur et La Poste.

Selon les chiffres du SNELPD, le routage est assuré, en France, par environ 200 entreprises spécialisées. Il existe des routeurs spécialisés dans le marketing direct, dans le courrier de gestion et d'autres spécialisés dans la presse.

le routage

Une entreprise (ou émetteur-annonceur de courrier) peut faire préparer ses envois en nombre, en amont de la distribution, en faisant appel à des routeurs. Tous les marchés ne sont pas concernés par l'activité de routage : la publicité non adressée car elle ne nécessite pas de tri, le recommandé car son traitement sécurisé ne permet pas la sous-traitance.

Historiquement, le routeur exerce plusieurs types d'opérations de pré-postage, situées en amont des activités de La Poste : conditionnement (assemblage, façonnage, adressage, mise sous enveloppe ou sous film et "colisage") des objets postaux, tri (groupement en liasses et sacs postaux par destination), affranchissement.

Aujourd'hui, les activités des routeurs¹⁴ sont plus diversifiées, certains offrent une palette de services très complète, notamment grâce à l'informatisation :

- commercialisation de fichiers et traitements de données informatiques ;
- préparation et expédition des commandes.

Huit grands domaines de diversification peuvent être distingués : le marketing direct, la logistique de VPC-vente par correspondance (*fulfilment*), les travaux d'impression, le stockage et le transport, l'archivage et la gestion électronique de documents (pour le courrier de gestion), l'informatique, la gestion de la relation client (pour le marketing direct).

Les routeurs peuvent ainsi se situer aussi bien en amont qu'en aval des activités traditionnelles de La Poste.

2.1. Le routage du marketing direct et du courrier de gestion

56% du courrier industriel a été traité par les routeurs en 2004, soit 5,1 milliards d'objets (marketing direct et courrier de gestion). Le reste a été traité directement par les grands émetteurs avant d'être déposé à La Poste.

Selon le SNELPD, en 2004, 80% du trafic total de publicité adressée (ou marketing direct) a été traité par les routeurs ; 15% de ce trafic provenant de petits flux de courrier consolidés par des regroupements.

Les routeurs spécialisés dans l'éditique de courrier de gestion (factures, relevés de banque, quittances, etc.) sont des « laséristes ». Cette activité se différencie du routage de marketing direct par des machines plus sophistiquées, une main d'œuvre plus qualifiée, mais surtout un traitement différent du courrier (impératifs de sécurité, de confidentialité et d'intégrité du pli). Ce segment est essentiellement dominé par des grands groupes qui ont plusieurs sites de production répartis sur le territoire.

Selon le SNELPD, en 2004, 35% du trafic total de courrier de gestion a été traité par les routeurs.

14 Le SNELPD (Syndicat national des entreprises de logistique de publicité directe) dénombre environ 200 entreprises de routage qui déposent régulièrement du courrier à La Poste et qui, à ce titre, peuvent être considérées comme actives sur ce marché.

2.2. Le routage

Le routage de presse aux abonnés est assuré par des sociétés spécialisées travaillant en étroite et constante collaboration avec les éditeurs et La Poste ; elles prennent en charge le conditionnement, l'affranchissement, le tri et l'expédition des envois de quotidiens et de périodiques.

Selon le SNELPD, en 2004, 76% du trafic presse aux abonnés distribué par La Poste a été traité par les routeurs, soit 1,4 milliard d'exemplaires. Sur la presse aux abonnés distribuée par La Poste, les routeurs ont traité les deux tiers des envois de presse urgente et la totalité des envois de presse non urgente.

3. Positionnement des opérateurs selon la phase de traitement des envois

Selon la demande de l'émetteur et le type d'objet, différents types de traitement ou de préparation sont possibles et les opérateurs peuvent choisir d'intervenir sur tout ou partie de la "chaîne de valeur" des envois de correspondance ou de presse, comme le paragraphe précédent sur les activités de routage l'a montré.

La chaîne de valeur illustrée dans le schéma ci après est une représentation simplifiée de la décomposition du processus de production allant, en général, de l'émetteur au destinataire et comprenant des phases de conditionnement, tri, affranchissement, collecte, tri, transport et distribution.

Cette présentation schématique des traitements possibles des envois postaux par différents opérateurs peut être étendue à l'ensemble des marchés étudiés dans l'observatoire.

L'ouverture à la concurrence sur le marché de la distribution des envois de correspondance et la tendance à la diversification des opérateurs et au degré de sophistication de leurs offres (par exemple, la possibilité de proposer des prestations sur-mesure pour des campagnes publicitaires) font que les frontières entre les marchés dits amont (avant dépôt à La Poste ou à un opérateur alternatif de distribution) et les phases généralement considérées comme en aval sont en train d'évoluer.

		Fabrication et conditionnement	Acheminement	Distribution
Correspondance 16,71 Mds d'objets	égrené	Emetteur ou sous-traitant	Acheminement et distribution par La Poste	
	en nombre	Fabrication et traitement préparatoire par l'émetteur ou un sous-traitant(routeur)		Fin d'acheminement et distribution par La Poste
	en nombre	Fabrication et acheminement par l'émetteur ou un sous-traitant		
Recommandé		Emetteur	Acheminement et distribution par La Poste	
0,23 Mds d'objets		Emetteur	Acheminement et distribution par un autre opérateur	
Presse 2,95 Mds d'objets		Emetteur ou sous-traitant	Acheminement et distribution par La Poste	
		Fabrication et traitement préparatoire par l'émetteur ou un sous-traitant (routeur)	Fin d'acheminement et distribution par La Poste	
		Fabrication et acheminement par l'émetteur ou un sous-traitant		
Colis		Emetteur	Acheminement et distribution par La Poste	
0,345 Mds d'objets		Emetteur	Acheminement et distribution par un autre opérateur	
Express		Emetteur	Acheminement et distribution par l'opérateur "intégrateur"	
Imprimé sans adresse		Emetteur	La Poste	
18,6 Mds d'objets		Emetteur	Un opérateur	

Source : ARCEP.

Cette analyse peut être déclinée selon les traitements spécifiques à chaque type d'objets et le niveau de concurrence sur le marché considéré :

- le "courrier adressé" traverse une chaîne de valeur plus ou moins complexe selon son émetteur, grand compte ou particulier :
 - schématiquement, les envois en nombre expédiés par les grands émetteurs (banques, EDF, France Télécom, Direction générale des impôts, etc) intéressent un grand nombre d'acteurs qui exercent des métiers différents dans la chaîne amont (conditionnement, pré-tri et tri, affranchissement) et dans la phase aval (collecte, tri, transport, distribution). Dans le schéma proposé ci-dessus, la coupure entre l'amont et l'aval varie donc d'une ligne à l'autre.
 - les envois égrenés (courrier non homogène expédié en petite quantité) n'intéressent que les acteurs intervenant dans la fourniture de services postaux de la collecte à la distribution.
- l'économie du transport express suppose une intégration des moyens de production, un seul¹⁵ opérateur est donc en charge de l'acheminement à la distribution et il existe plusieurs grands opérateurs d'express avec plus ou moins d'alternatives selon que le client est particulier ou grand compte.

14 Ce qui n'empêche pas la sous-traitance de certaines phases.

Les autorisations

- A. Le régime d'autorisation applicable aux activités nouvellement ouvertes à la concurrence
- B. La typologie des opérateurs concernés
- C. Les travaux de l'ARCEP avec le secteur

L'Autorité a commencé à définir, avec les entreprises concernées, le contenu technique des obligations qui seront inscrites dans les autorisations délivrées aux prestataires de services postaux.

A. Le régime d'autorisations applicable aux activités nouvellement ouvertes à la concurrence

La loi relative à la régulation des activités postales a instauré un régime d'autorisations sur un champ volontairement limité : le marché des envois de correspondance intérieure incluant la distribution dans le cadre de tournées régulières¹⁶, les envois transfrontiers.

En effet, il n'est pas apparu utile d'étendre ce système au-delà des activités de courrier proprement dites. En France, aucun encadrement réglementaire n'a jamais été mis en œuvre pour les secteurs tels que la livraison de colis ou la publicité non adressée. En revanche, la libéralisation de la distribution de courrier adressé (correspondance et publicité) ne fait que débiter. Dès lors, il importe de suivre l'évolution de ce marché et d'encadrer précisément les obligations imposées aux opérateurs autorisés notamment afin de garantir leur sérieux et leur fiabilité.

Plusieurs études¹⁷ montrent que les choix en matière de système d'autorisations générales ou de licences individuelles (nécessitant une approbation préalable de la part du régulateur) pour les concurrents des opérateurs de service universel sont variables d'un pays à l'autre. Ils diffèrent non pas tant sur les objectifs poursuivis (respect des exigences essentielles, connaissance et suivi du marché, transparence sur le service rendu, droit d'accès aux moyens détenus ou contrôlés par le prestataire du service universel qui sont indispensables à l'exercice des activités postales) que sur le champ d'application des autorisations (SU, hors SU, pour certaines prestations postales uniquement ou sur tout le secteur postal, incluant ou non l'express, la collecte et la remise etc.) et sur les modalités concrètes de mise en œuvre (contrôles préalables, contrôles ex-post, sanctions).

Le tableau ci-dessous illustre la variété des champs d'application des régimes retenus dans plusieurs pays de l'Union Européenne. Plusieurs pays combinent régime d'autorisations et système déclaratif pour le reste des activités postales non soumises à autorisation. A l'exception de la Suède, tous les pays présentés ci-dessous ont choisi des champs d'application plus larges que celui retenu en France.

La loi précise que la distribution est effectuée « dans le cadre de tournées régulières ». Les opérateurs d'express et les coursiers urbains sont donc a priori exclus du champ d'application du système d'autorisations.

WIK Consult, Main developments in the European Postal Sector, July 2004. Disponible sur http://europa.eu.int/comm/internal_market/post/studies_fr.htm#sector2004 ou bien encore l'étude du BIPE pour La Poste, Bilan des systèmes de licences postales et des dispositifs de contrôle existants, Juillet 2002.

16

17

Déclarations		Autorisations générales ou licences individuelles
Pays		
Allemagne	Hors licences (lettres > 1 000g, portage de presse, messengerie)	Lettres <= 1 000g (y.c. routage*, collecte et remise, distribution dans les boîtes postales de la poste allemande, express) Hors lic. exclusive de la poste allemande
Belgique	Services postaux hors SU : ex, Colis hors SU, collecte-remise	SU (y.c. colis)
Danemark	Tout objet postal adressé hors secteur réservé de la poste danoise (express, catalogues, presse, colis, etc.)	
Espagne	Hors SU	SU
Portugal		SU Hors SU (dont express)
Royaume-Uni		Lettres <= 350g sauf courrier international sortant, express ou course pour un tarif > £1 par objet Mais y.c. routage et consolidation, échange de documents
Suède		Lettres <= 2 kg Avec tournée régulière moyennant paiement

Source : ARCEP.

*les prestations de routage sont désormais soumises à licences en Allemagne et sont incluses dans la catégorie des prestations à valeur ajoutée (licences "D" qui comprennent 5 sous catégories D1 à D5, le routage fait partie "des prestations logistiques intégrées, D5".

En France, ce régime crée un cadre de droits et d'obligations équilibré pour les opérateurs intervenant sur les marchés de la distribution des envois de correspondance intérieure et des envois de correspondance transfrontière.

L'objectif est de mettre en place un régime accessible pour le plus grand nombre d'entrants, qui ne constitue pas une barrière à l'entrée. Le dispositif d'autorisations doit conjointement donner à l'Autorité les moyens d'information suffisants pour assurer sa mission de contrôle et de sanction en cas de manquement par un opérateur à ses obligations et ce, en vue de protéger les utilisateurs de services postaux.

Le décret qui précise les modalités d'application de ce système d'autorisations et l'arrêté¹⁸ du ministre chargé des postes, qui spécifie le contenu des obligations attachées aux autorisations ont été publiés le 5 mai 2006.

18 Arrêté pris sur proposition de l'Autorité, prévu dans le projet de décret relatif aux autorisations, après délibération du Conseil d'Etat le 31 janvier 2006

Les droits et obligations des opérateurs autorisés

- l'acheminement de courrier doit préserver le respect de la confidentialité des envois et l'intégrité du contenu des envois ;
- les opérateurs à qui est confié du courrier doivent offrir certaines garanties sur l'organisation de leurs opérations et en cas de dysfonctionnements ; cela implique notamment qu'ils soient aisément identifiés, qu'ils prévoient des procédures qui garantissent la fiabilité et la qualité de l'activité mise en place ainsi qu'une procédure de traitement des réclamations ;
- les opérateurs doivent respecter le monopole postal ;
- le régulateur et l'autorité politique doivent être en mesure d'apprécier l'état et les tendances du marché, afin d'ajuster le cadre réglementaire et la pratique de la régulation ; à ce titre, les opérateurs seront astreints à la communication de données sur leur activité ;
- le titulaire d'une autorisation doit pouvoir obtenir, dans des conditions transparentes et non-discriminatoires, l'accès à certains moyens détenus ou contrôlés par le prestataire du service universel, indispensables à l'exercice de son activité postale ([article L.3-1 de la loi postale](#)) ;
- le titulaire d'une autorisation pour distribuer des envois de correspondance intérieure aura accès aux boîtes aux lettres particulières, selon des modalités définies par décret en Conseil d'Etat ([article L.5-10 de la loi postale](#)).

B. La typologie des opérateurs concernés

Même si l'ouverture des marchés est différente d'un pays à l'autre, il est frappant de constater que les stratégies d'entrée sont assez similaires. Elles consistent à cibler les flux de courrier concentrés à la collecte, distribués dans des zones denses, principalement :

- le courrier industriel
- le courrier local (flux inter-entreprises, publicités adressées locales, journaux adressés)
- le courrier B-to-B.

Beaucoup d'opérateurs démarrent leur activité de distribution de plis adressés en s'appuyant sur leur réseau de distribution de publicité non adressée et/ou de presse. Ils commencent en général à distribuer des objets lourds et/ou encombrants (catalogues, magazines) en dehors des limites de prix et de poids du secteur réservé.

Les futurs opérateurs autorisés peuvent donc présenter des profils variés, entre un opérateur offrant un service de distribution avec une couverture nationale et un opérateur de courrier international, pouvant être une gran-

de poste européenne, il existe une myriade d'activités possibles. Une des inconnues porte sur le nombre de "petits" opérateurs locaux qui seront tentés de profiter de la libéralisation.

En Suède, les demandes de licences ont été importantes dans les deux premières années qui ont suivi la mise en place du système de licences. Beaucoup d'opérateurs ont ensuite disparu.

En Allemagne, le régulateur a délivré 1746 licences entre 1998 et la fin de l'année 2004 (le régime de licences allemandes a un vaste champ d'application) mais seuls 1088 opérateurs sont déclarés actifs sur les différents marchés autorisés.

L'ARCEP a déjà reçu plusieurs demandes d'information sur le régime d'autorisations notamment de la part de coursiers urbains ou d'opérateurs d'express et de messagerie locaux qui souhaitent mettre en place des tournées régulières de distribution de courrier de gestion ou de courrier publicitaire pour leurs plus grands clients.

Les travaux de l'ARCEP avec le secteur

Les contraintes attachées à la délivrance des autorisations sont proportionnées aux enjeux de l'autorisation et des activités concernées. Ceux-ci sont variables puisque l'autorisation est requise pour des catégories de services très différentes.

La loi sur la régulation des activités postales énumère les situations suivantes :

- Les envois transfrontiers : cette activité consiste à acheminer et faire distribuer des envois à destination ou en provenance de l'étranger ;
- Des activités de distribution sur le territoire national, exercées par l'opérateur historique et de nouveaux entrants sur le marché, au nombre desquels les services de portage de presse, qui opèrent déjà sur le marché de la distribution d'envois à domicile ;
- L'offre de services d'envois recommandés utilisés dans le cadre de procédures administratives et juridictionnelles ; un décret en Conseil d'Etat définira les caractéristiques de ce service.

L'activité de distribution régulière, en cours de libéralisation, implique la mise en place d'une organisation structurée et planifiée ainsi que l'accès aux boîtes aux lettres. Les obligations attachées à cette activité devront donc prendre en compte ces spécificités.

Il est également vraisemblable que la distribution de recommandés utilisés dans le cadre de procédures administratives et juridictionnelles nécessite la mise en place de contrôles particuliers, par exemple sur l'identité du destinataire et que ces contrôles requièrent de la part du titulaire des compétences et des garanties spécifiques.

Dans cette même optique d'obligations proportionnées, les autorisations délivrées aux opérateurs de courrier transfrontalier sortant qui opèrent sur un marché déjà concurrentiel ne doivent pas constituer de barrières à l'entrée sur le marché.

L'Autorité s'attache donc à travailler en concertation avec les opérateurs concernés pour définir et décliner concrètement les obligations, fixées par la loi et le décret, selon les activités postales soumises à autorisation.

L'ARCEP a ainsi entrepris une réflexion sur la mise en œuvre du régime d'autorisations avec les opérateurs de courrier international actifs en France. Elle mène le même type de travaux avec plusieurs opérateurs de distribution d'envois de correspondance pour être prête, dès la publication du décret et de l'arrêté relatifs aux autorisations, à délivrer les premières autorisations postales.

Le service universel postal

- A. L'étude des attentes des utilisateurs
- B. L'audit de la mesure de qualité de service de La Poste sur la lettre en J+1

Aux termes de la loi de régulation postale, l'ARCEP veille au respect des dispositions législatives et réglementaires applicables au service universel postal. A ce titre, elle a choisi de débiter ses activités en menant une étude sur les attentes des utilisateurs et en faisant réaliser une étude par un organisme indépendant sur la mesure des délais d'acheminement du courrier.

A. L'étude des attentes des utilisateurs

L'ARCEP a choisi d'orienter son analyse sur les attentes des utilisateurs de courrier égrené, jusqu'à maintenant peu ou mal connues. Il s'agit des ménages et des entreprises, en particulier des PME. En effet, celles-ci peuvent engager des dépenses postales importantes au regard de leur budget sans disposer pour autant d'un pouvoir de négociation auprès des opérateurs. La réalisation de l'étude a été confiée à TNS-Sofres¹⁹.

Les résultats permettront à l'Autorité de déterminer quelles sont les caractéristiques du Service Universel auxquelles les utilisateurs attachent le plus d'importance.

1. Les pratiques postales

L'étude cerne d'abord les "comportements postaux" des entreprises et des ménages. Pour trois produits : les lettres, les colis et les recommandés, elle analyse leur situation d'émetteur, puis de destinataire.

1.1. Les lettres

L'étude fait ressortir que les ménages et les entreprises sont essentiellement destinataires. Du fait de l'influence des grands émetteurs²⁰, les ménages et les entreprises sondés reçoivent davantage de lettres qu'ils n'en émettent (94 % des entreprises et 57 % des ménages reçoivent au moins une lettre tous les jours ou presque alors que seulement 68 % des entreprises et 6 % des ménages en envoient tous les jours ou presque).

En ce qui concerne les ménages, les émetteurs et récepteurs les plus importants sont les habitants de l'agglomération parisienne (24 % reçoivent plus de 10 lettres par semaine et 24 % en envoient plus de 10 par mois) ainsi que les CSP+ (24 et 23 %). À l'inverse, les ménages âgés de plus de 65 ans sont ceux qui reçoivent le moins de lettres (59 % en reçoivent moins de 5 par semaine)²¹.

L'enquête a été réalisée par téléphone du 19 septembre au 17 octobre 2005 auprès de 1334 ménages et 1022 entreprises. Le premier échantillon était constitué de ménages français représentatifs équipés de lignes de téléphone fixe et le second d'entreprises représentatives des secteurs marchands et non-marchands comprenant au moins un salarié. Les préférences des utilisateurs ont été recueillies par la méthode du *trade-off* qui consiste à évaluer les critères de choix d'un consommateur confronté à des alternatives en lui demandant de répartir un nombre de points défini entre plusieurs caractéristiques prises deux à deux. L'objectif de cette méthode est de hiérarchiser les préférences afin d'en mesurer le poids dans le système de valeurs des ménages et des entreprises.

Ils ne sont pas dans le champ de l'étude. Ils expédient du courrier "en nombre", dans le cadre de contrats avec La Poste, et non de façon "égrenée" comme les ménages.

Les entreprises grandes émettrices de lettres égrenées, qui sont souvent aussi des destinataires importantes, relèvent principalement des secteurs des assurances et intermédiaires financiers (58 % reçoivent plus de 50 lettres par semaine et 68 % envoient plus de 50 lettres par semaine), des activités juridiques (51 % et 49 %), des sociétés de services aux entreprises ainsi que des secteurs non-marchands (51 % et 41 %), en particulier l'administration publique (70 % envoient plus de 50 lettres par semaine).

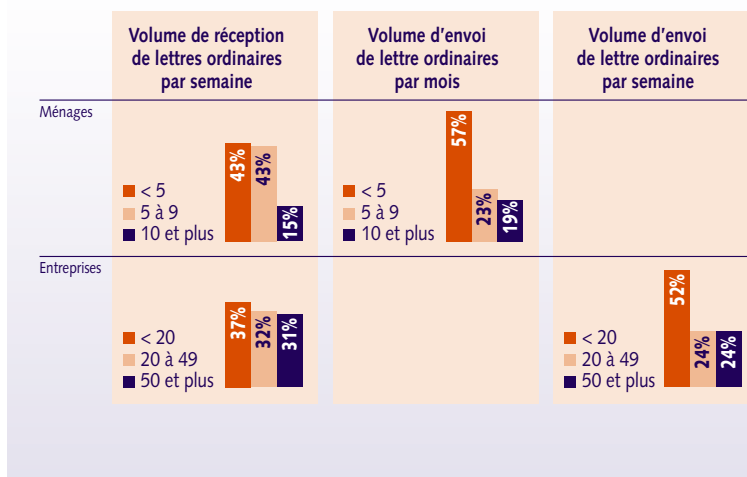
19

3

20

21

Envoi et réception des lettres



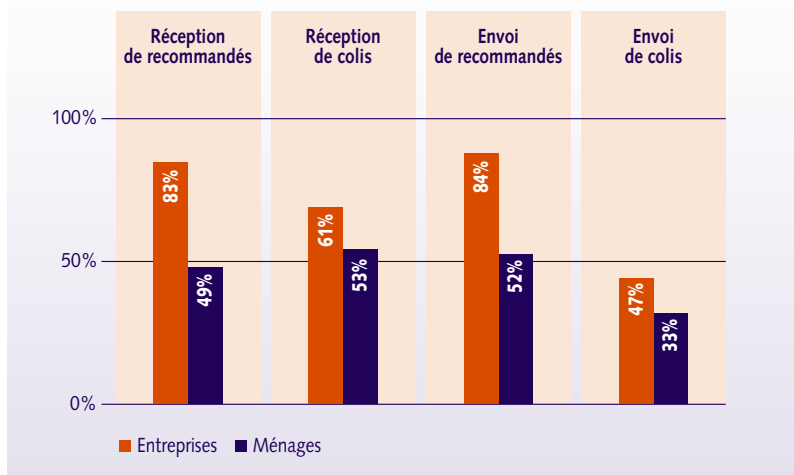
Source : ARCEP - TNS - SOFRES.

1.2. Les recommandés

La fréquence d'utilisation du recommandé est plus faible que dans le cas de la lettre classique. En volume, les ménages et entreprises envoient le plus souvent légèrement moins de recommandés qu'ils n'en reçoivent. Les recommandés sont utilisés plus fréquemment par les entreprises que par les ménages. Ici encore, certaines catégories d'entreprises en font un usage plus important, il s'agit des activités juridiques (79 % en reçoivent au moins 4 par mois et 75 % en envoient au moins 4 par mois), les intermédiaires financiers (72 % et 81 %) et les services immobiliers (49 % et 69 %). Les grands émetteurs sont souvent aussi les grands récepteurs.

Environ un ménage sur deux a envoyé et/ou reçu un recommandé au cours des douze derniers mois. Les principaux émetteurs et récepteurs du service sont les CSP+ (68 % ont reçu au moins un recommandé et 67 % en ont envoyé au moins un au cours des 12 derniers mois), les internautes (66 % et 68 %) et les ménages de l'agglomération parisienne (64 % et 64 %). Le comportement particulier des plus de 65 ans est à noter. Ils sont moins fréquemment utilisateurs de recommandés (41 %). Cependant, lorsqu'ils utilisent ce service, ils le font dans des proportions plus importantes que la moyenne des autres ménages (23 % des utilisateurs de plus de 65 ans en ont envoyé 6 et plus contre 16 % pour la moyenne des ménages).

Réception/émission de colis et recommandés selon les populations



Source : ARCEP - TNS - SOFRES.

1.3. Les colis

L'usage du colis est globalement moins répandu et moins fréquent que dans les cas des lettres et des recommandés. À l'instar de la lettre, les ménages et les entreprises reçoivent davantage de colis qu'ils n'en émettent. Les entreprises n'étaient que 47 % à déclarer avoir envoyé un colis au cours des 12 derniers mois alors qu'elles étaient 61 % à déclarer en avoir reçu. De même, les ménages étaient 33 % à déclarer avoir envoyé au moins un colis au cours des douze derniers mois alors qu'ils étaient 53 % à déclarer en avoir reçu.

En ce qui concerne les entreprises, l'utilisation du colis est surtout l'affaire de quelques grands émetteurs notamment dans les secteurs du transport (29 % en envoient au moins 4 par mois) et du commerce (27 % en global et 33 % dans le commerce de gros). La très grande majorité des entreprises n'envoie des colis que de façon occasionnelle. Les professionnels reçoivent majoritairement des colis provenant d'autres professionnels. Ils sont à 76 % envoyés en prestation Colissimo.

Même si les ménages sont globalement des petits émetteurs de colis, une portion non négligeable d'entre eux utilise ce produit de façon importante. 40 % des ménages émetteurs de colis en envoient au moins quatre par an et 50 % de ceux qui en sont destinataires en reçoivent au moins 4 par an. Le développement du commerce en ligne, y compris entre particuliers à travers des sites Internet comme e-bay, est peut être à l'origine de ce phénomène. Les ménages envoient d'ailleurs, le plus souvent, leurs colis à d'autres ménages (à 82 %). Toutefois, les colis qu'ils reçoivent viennent majoritairement d'entreprises (à 61 %). Les plus gros utilisateurs du produit colis sont les CSP+ (63 % en ont reçu au moins 1 au cours des 12 derniers mois et 44 % en ont envoyé au moins 1), les internautes (64 % et 41 % et les ménages de l'agglomération parisienne (57 % et 38 %).

2. Points particulièrement significatifs dans les attentes

Pour chacun des produits (lettres, recommandés, colis) il a été demandé aux personnes interrogées de classer un certain nombre de caractéristiques (délai, fiabilité, facilité de remise, etc.) en fonction de leur préférence puis de s'exprimer sur le niveau de prestation attendu pour chacune de ces caractéristiques (par exemple pour le délai d'acheminement, la livraison en J+1/J+2 ou J+5)²² en dehors de la prise en compte de la variable prix. En effet, elle est de nature à fortement structurer les résultats et ainsi biaiser la perception des attentes intrinsèques des utilisateurs sur les autres caractéristiques qui constituent le cœur de l'étude.

Les classements des préférences sur les différentes caractéristiques sont synthétisés dans le tableau suivant. Les préférences des ménages sont représentées en ocre, celles des entreprises en noir.

Des analyses plus détaillées permettant de nuancer ces classements sont ensuite présentées au regard des choix exprimés sur les niveaux de service. Les "plus" et les "moins" correspondent à l'intensité de l'attente pour chacune des caractéristiques de la part des utilisateurs du service. Les "moins" ne signifient pas qu'ils ne souhaitent pas disposer du service concerné ou qu'ils s'en désintéressent mais signifient qu'il s'agit de caractéristiques plutôt moins importantes que celles auxquelles un "plus" est attribué. Elles sont évaluées les unes par rapport aux autres et indépendamment de la valorisation monétaire que leur donneraient les utilisateurs de services postaux.

Représentation des préférences des clients

Caractéristiques	Émission			Réception		
	Courrier	Colis	Recommandés	Courrier	Colis	Recommandés
Commodité du lieu de dépôt	++	++ +	- +			
Heure limite d'envoi	++	-	--			
Commodité de la remise en cas d'absence					++	+
Commodité de distribution					+	+
Nombre de jours de distribution				+++ ++	- +	- -
Heure de distribution				++		
Délai d'acheminement	+++ +++	+++ ++	++ ++	+++ ++	++ ++	++ +
Assurance 100% fiabilité			++ +			++ -
Information sur le suivi	- +	- --	-- +	- --	-- --	-- --

22 ou pour la commodité de remise pour les ménages en cas d'absence :

- deuxième présentation du facteur au domicile
- mise en instance au bureau de poste comme aujourd'hui
- possibilité de mise en instance dans un point relais

Il ressort au global une assez forte homogénéité des attentes, entre les clientèles (ménages et entreprises), pour chaque prestation évaluée et entre les caractéristiques d'envoi et d'expédition, pour chaque prestation évaluée aussi.

Le délai d'acheminement, toujours exprimé sous la forme du J+1, est la dimension essentielle des attentes formulées. L'information sur le suivi ne ressort pas comme un critère important dans les attentes des clientèles, hormis pour l'envoi des recommandés par les établissements. Enfin, le nombre de jours de distribution par semaine est un critère important pour la réception du courrier. Les deux clientèles restent totalement attachées à une distribution 6 jours par semaine.

2.1. L'importance prédominante du délai dans les attentes du public

Il s'agit du premier critère d'importance loin devant les autres pour les ménages et surtout pour les entreprises en ce qui concerne l'émission de lettres. Pour les entreprises, il est ainsi près de deux fois plus important que le second critère qui est l'heure limite d'envoi. En réception, le J+1 reste le premier critère pour les entreprises et, pour les ménages, la distribution en J+1 passe juste derrière la distribution six jours par semaine.

2.2. L'importance de la distribution en J+2 pour les colis

80 % des ménages et plus de 60 % des entreprises pourraient se satisfaire d'une distribution en J+2 pour les colis. Cette tolérance ne doit pas masquer le fait que le délai d'acheminement reste néanmoins le critère qui est, au global, le plus important.

La facilité d'utilisation a également un aspect important à la fois en émission et en réception. La commodité de remise en cas d'absence est même le premier critère pour les ménages réceptionnant des colis et le second pour les entreprises. La commodité du lieu de dépôt est également le second critère pour les entreprises expédiant des colis.

2.3. Heure limite d'envoi des lettres

Les deux tiers des entreprises souhaiteraient une heure limite d'envoi pour les lettres plus tardive qu'aujourd'hui. Il s'agit du second critère en ordre d'importance derrière le délai d'acheminement. Cela rejoint l'attente de rapidité du traitement du courrier par La Poste qui a été exprimée par l'importance attachée à la livraison en J+1.

Il convient également de noter que les pratiques au niveau de la réception du courrier semblent également traduire un besoin de rapidité. 20 % des entreprises ont recours à des procédés de distribution alternatifs à celui de la distribution par le facteur. Il peut s'agir d'une collecte par un membre de

l'entreprise directement auprès du bureau de poste (14 %), de la livraison par tournée spéciale de La Poste (5 %) ou de la livraison par une société autre que La Poste (1 %). Quand une personne de l'entreprise se déplace en bureau de poste pour récupérer le courrier, elle le fait le plus souvent avant 9 heures (54 %) et généralement avant 10 heures (83 %).

2.4. L'attente de fiabilité est très importante pour le recommandé

Ménages et entreprises n'indiquent pas les mêmes motifs d'utilisation pour le recommandé. L'attente principale des ménages qui utilisent le produit recommandé pour envoyer ou recevoir un objet réside dans la fiabilité : "Je veux être sûr que ça arrive" (50 %). La situation est différente pour les entreprises pour qui l'achat du recommandé est principalement motivé par la preuve de distribution/signature du destinataire (48 %).

En ce qui concerne les caractéristiques du service, c'est une nouvelle fois l'attente de rapidité qui est la première préoccupation dans le sens de l'émission ; en revanche, la commodité de distribution est la plus importante quand il s'agit de la réception mais le délai d'acheminement se classe néanmoins second en ordre d'importance.

2.5. Taux d'incidents perçus

Le nombre de sondés ayant déclaré une perte en réception peut apparaître au premier regard comme relativement important. 22 % des ménages et 31 % des entreprises ont déclaré ne pas avoir reçu un objet qu'ils attendaient ou l'avoir reçu détérioré au cours des douze derniers mois. Il convient néanmoins de noter, d'une part, qu'il s'agit ici de pertes perçues. D'autre part, un calcul rapide montre que ces chiffres doivent être fortement relativisés²³. Enfin, 11 % des ménages et 16 % des entreprises ont déclaré avoir déposé une réclamation auprès de La Poste, cela peut montrer, au regard du taux d'incidents perçus, une relative tolérance ou des difficultés pour rassembler les éléments permettant de constituer un dossier de réclamation.

2.6. Des critères de commodité surtout importants pour les colis et les recommandés

Les ménages et les entreprises s'accordent dans le sens où leur première préoccupation est liée au délai d'acheminement. Néanmoins, ils attachent également de l'importance à la facilité d'utilisation des prestations postales. Ainsi, la commodité du lieu de dépôt est le second critère en ordre d'importance pour l'envoi de lettres pour les ménages. De même, en réception de colis, la commodité de remise en cas d'absence est le critère le plus important pour les ménages et la commodité de distribution se range en seconde place pour les entreprises. En ce qui concerne la réception de

23 Pertes des lettres
 • 9 % des ménages ont déclaré ne pas avoir reçu une lettre qu'ils attendaient. Si nous posons les hypothèses que chacun d'eux n'a été concerné que par la perte d'une lettre et que le nombre de ménages en France est de 23,8 millions (recensement de 1999), le nombre de pertes agrégées pour les ménages est de 2,1 millions de lettres.
 • 18 % des entreprises ont déclaré n'avoir jamais reçu une lettre qu'ils attendaient. Sous l'hypothèse qu'il existe 2,97 millions d'entreprises (chiffres INSEE 2004) et que chacune d'elles n'a été concernée que par la perte d'une lettre, le nombre de pertes agrégées pour les entreprises est d'environ 535 000 lettres.
 Le total de lettres perdues serait donc de 2,67 millions. En considérant qu'environ 17 milliards d'envois de correspondance sont traités annuellement par La Poste (résultats de l'observatoire des marchés postaux 2004), les pertes agrégées cumulées des entreprises et des ménages représenteraient un taux de 1,57 pour 10 000.

recommandés, la commodité de distribution est le premier critère pour les entreprises et la commodité de remise en cas d'absence est le second pour les ménages. Les résultats sont pratiquement identiques pour la réception de recommandés.

Les poids accordés aux critères de commodité sont plus importants en réception qu'en émission.

De manière générale, les ménages, qui sont destinataires de colis et de recommandés affichent une sensibilité plus marquée que les entreprises aux critères de commodité, ces dernières mettant toujours en avant la rapidité.

B L'audit de la mesure de qualité de service de La Poste sur la lettre en J+1

En Europe, la qualité du service postal se mesure principalement par le pourcentage de lettres distribuées le lendemain du jour de dépôt²⁴. La directive postale de 1997 demande d'ailleurs aux Etats d'assigner un objectif chiffré aux opérateurs de service universel. Les objectifs applicables aux envois transfrontières sont fixés dans une annexe de la directive postale, et révisés après avis du comité de la directive postale.

Il existe bien entendu d'autres mesures de qualité du service postal que le "J+1", soit qu'elles portent sur d'autres caractéristiques du service, soit qu'elles portent sur d'autres produits.

La Poste s'est engagée dans le "Contrat de plan État-La Poste 2003-2007" à atteindre un objectif de qualité de service de 85 % en J+1 en 2007. Le contrat de plan ne spécifie pas les résultats à atteindre pour chaque année, mais ceux-ci font l'objet d'une notification à la Commission européenne ; aux termes de la directive postale, celle-ci publie chaque année les objectifs des Etats membres. Dans son rapport d'activité 2004, La Poste déclare qu'en moyenne sur 2004, 75,7% des lettres prioritaires ont été distribuées en J+1 contre 65,7% en 2003. Le chiffre annoncé pour 2005 est de 79,2%.

	Allemagne	Royaume-Uni	Italie	Pays-Bas	Suède	Belgique	Danemark	Portugal
Objectif de J+1 (2003)	80%	92,5%	87%	97%	85%	92%	97%	93,2%

Source : Commission européenne.

1. La mesure de la qualité de service.

La Poste fait réaliser ces mesures par un institut de sondage²⁵ (actuellement l'IFOP), qui doit appliquer une méthode normalisée sur le plan européen : c'est l'objet de la norme EN 13850 de "mesure du délai d'acheminement bout en bout pour le courrier prioritaire égrené" adoptée le 16 février 2002

Dès 1974, La Poste a mis en place des mesures de qualité de service. Depuis 1999 celles-ci sont du type « bout en bout » et sont réalisées par un organisme indépendant.

par le Comité Européen de Normalisation et homologuée par l'AFNOR le 5 mai 2003.

La norme EN 13850 a été rendue obligatoire par le comité de la directive postale : les mesures de qualité et les résultats publiés doivent désormais l'être conformément à ses prescriptions dans toute l'Union européenne.

La norme EN13850

Cette norme définit des principes et des exigences à mettre en œuvre pour mesurer le délai d'acheminement du courrier national et trans-frontier. Elle spécifie les méthodes de mesure de la qualité des services "normaux" offerts aux personnes physiques, ménages et entreprises exprimée en pourcentage de courrier distribué en (j+n jours).

La norme prévoit une mesure de "bout en bout", représentant la distance qui sépare le point où le courrier est introduit dans le système de collecte/ prise en charge, sous la responsabilité des opérateurs postaux chargés de la collecte, et le point de distribution finale, placé sous la responsabilité des opérateurs postaux chargés de la distribution.

Le système de mesure repose sur l'envoi de courriers test entre panélistes qui enregistrent les dates et heures des dépôt réception. Les résultats sont ensuite pondérés au regard des flux réels pour aboutir à une estimation de la qualité de service au niveau national.

2. L'audit de la mesure

Au titre de sa mission de contrôle du service universel, l'ARCEP a sélectionné le cabinet Ernst & Young pour réaliser un audit sur la conformité de la mesure de la qualité de service de La Poste sur la lettre domestique en J+1 par rapport à la norme EN 13850

L'audit repose principalement sur :

- un examen de la méthodologie statistique (constitution de l'échantillon représentatif, études sur le courrier réel, stratification géographique, distribution géographique du panel, estimateurs, collecte des données, résultats, stabilité des paramètres, etc.) pour garantir que cette mesure fournit une image fidèle de la réalité des délais d'acheminement de bout en bout ;
- un contrôle de la gestion du panel des expéditeurs et des destinataires des courriers test dont a la charge le prestataire qui réalise la mesure.

L'Autorité a également choisi d'inclure dans cet audit une comparaison de l'approche d'autres pays européens, en matière de publication des résultats de qualité de service et de fiabilité de la mesure du J+1

Cet audit permettra à l'Autorité de :

- s'assurer que l'approche retenue par La Poste est conforme à la norme EN 13850 ;
- garantir que la mesure de la qualité de service de La Poste sur la lettre en J+1 est fiable ;
- donner éventuellement des informations sur le degré de précision de la mesure de la qualité de service de La Poste sur la lettre en J+1.

Au terme de cet audit, les points à contrôler annuellement pour valider les mesures de qualité de service en J+1 ultérieures seront mis en évidence.

Le marché

CHAPITRE I Les chiffres du marché et la situation sur le marché

CHAPITRE II Les différents segments du marché

CHAPITRE III Consommation et usages en France

CHAPITRE IV Comparaisons tarifaires avec les autres pays

4

5

6

7

8

9

Les chiffres du marché et la situation sur le marché

- A. Le marché des clients finals
- B. L'investissement et l'emploi

A. Le marché des clients finals

Dans l'ancien cadre réglementaire (avant 2004), l'Observatoire des marchés de l'ARCEP ne prenait en compte que les opérateurs titulaires d'une licence L.33-1 ou L.34-1 pour leurs activités de télécommunications. L'obtention d'une licence n'étant pas nécessaire pour être fournisseur d'accès à Internet ou opérateur de transport de données, les informations collectées et publiées par l'Observatoire sur ces deux marchés étaient, de fait, incomplètes en particulier en termes de revenus.

Pour disposer d'une information plus exhaustive, l'Autorité, en coopération avec l'INSEE qui collectait les données auprès des opérateurs non licenciés, publiait chaque année un document commun ARCEP/INSEE.

L'évolution du cadre réglementaire des communications électroniques a élargi le périmètre d'enquête de l'Observatoire des marchés. Depuis 2004, il comprend tous les fournisseurs d'accès Internet et les transporteurs de données.

Le nombre d'opérateurs interrogés par l'ARCEP a ainsi doublé, passant de 115 à 220. En termes de revenus, l'accroissement du champ augmente de 2,6 milliards d'euros le chiffre d'affaires pour l'année 2004.

1. Le marché des communications électroniques

1.1. En valeur

Revenus perçus auprès du client final (*champ correspondant au nouveau cadre réglementaire*)

Millions d'euros	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
Téléphonie fixe	14 631	14 375	14 030	13 509	12 629	11 992
Internet	922	1 413	1 753	2 418	2 760	3 232
Services mobiles	7 789	10 028	11 788	13 243	14 868	16 126
Ensemble de la téléphonie et Internet	23 342	25 816	27 570	29 171	30 257	31 350
Services avancés	1 842	1 810	1 856	1 900	2 070	2 131
Liaisons louées	2 113	2 328	2 260	2 272	2 233	2 197
Transport de données	1 551	1 853	2 191	2 284	2 104	2 070
Renseignements et revenus accessoires	319	342	344	358	364	375
Hébergement et centres d'appels	20	43	34	40	25	17
Vente et location de terminaux	1 760	2 072	1 753	2 014	2 380	2 241
Ensemble des revenus	30 948	34 263	36 008	38 039	39 433	40 381

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,

* = résultat provisoire 2005.

Internet : estimation ARCEP/Observatoire des marchés pour les données de 2000 à 2003.

Transport de données : source enquête de branche ARCEP/INSEE sur les communications électroniques pour les données 2000 à 2003.

Notes :

- les services mobiles comprennent la téléphonie mobile (y compris les revenus des SMS), ainsi que la radiomessagerie et les réseaux mobiles professionnels jusqu'en 2002 ;

- les services avancés sont bruts des reversements, c'est-à-dire qu'ils incluent la partie du chiffre d'affaires reversée par les opérateurs aux fournisseurs de service.

Évolution des revenus perçus auprès du client final

Évolution en %	2001	2002	2003	2004	2005*
Téléphonie fixe	-1,8%	-2,4%	-3,7%	-6,5%	-5,0%
Internet	53,3%	24,1%	37,9%	14,1%	17,1%
Services mobiles	28,7%	17,5%	12,3%	12,3%	8,5%
Ensemble de la téléphonie et Internet	10,6%	6,8%	5,8%	3,7%	3,6%
Services avancés	-1,7%	2,5%	2,4%	9,0%	2,9%
Liaisons louées	10,2%	-2,9%	0,5%	-1,7%	-1,6%
Transport de données	19,5%	18,2%	4,2%	-7,9%	-1,6%
Renseignements et revenus accessoires	7,1%	0,6%	4,2%	1,8%	2,9%
Hébergement et centres d'appels	115,0%	-20,9%	17,6%	-37,7%	-31,8%
Vente et location de terminaux	17,7%	-15,4%	14,9%	18,1%	-5,8%
Ensemble des revenus	10,7%	5,1%	5,6%	3,7%	2,4%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004.

* = résultat provisoire 2005.

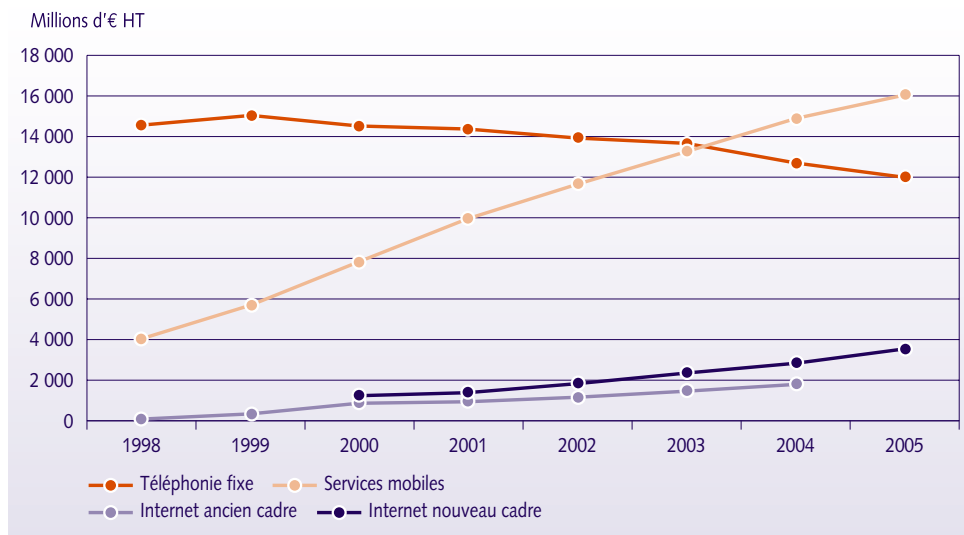
Les revenus perçus auprès des clients finals sur le marché des communications électroniques ont totalisé un peu plus de 40 milliards d'euros en 2005, en augmentation de 2,4% par rapport à 2004. Plus des trois quarts des revenus proviennent de l'ensemble téléphonie et Internet.

Les revenus des services de téléphonie mobile ont connu une forte croissance (+8,5%), bien que ralentie par rapport aux années précédentes. En 2003 et 2004, la croissance annuelle dépassait les 12%. La décélération de la croissance des revenus des opérateurs mobiles s'est amorcée dès le début de l'année 2005.

Les revenus liés à la téléphonie fixe ont continué de baisser, mais moins fortement qu'en 2004, grâce notamment à la hausse des revenus liés à l'accès et aux abonnements de téléphonie fixe.

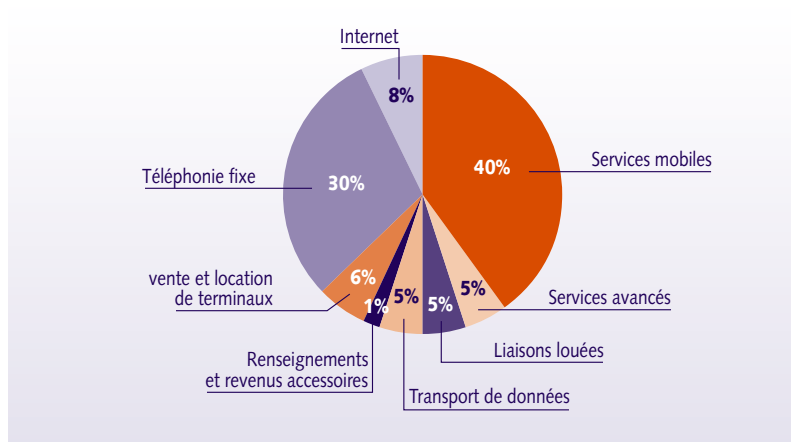
Grâce au fort développement des accès haut débit, les revenus de l'Internet ont cru de 17,1% par rapport à 2004.

Revenus des services de téléphonie et de l'Internet



Source ARCEP,

Répartition des revenus des services de communications électroniques en 2005



Source ARCEP,

1.2. En volume

Volumes auprès des clients finals

Millions de minutes	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
Téléphonie fixe	121 950	118 480	112 456	108 931	105 100	104 318
Services mobiles	35 640	44 457	51 844	63 469	74 248	81 704
Total services "voix"	157 590	162 937	164 300	172 400	179 348	186 022
Internet bas débit	28 900	52 446	66 831	71 779	54 687	38 147
Nombre de SMS émis (millions d'unités)	1 471	3 508	5 523	8 188	10 335	12 721

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,

* = résultat provisoire 2005.

Volumes auprès des clients finals

Évolution en %	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
Téléphonie fixe	-1,7%	-2,8%	-5,1%	-3,1%	-3,5%	-0,7%
Services mobiles	73,3%	24,7%	16,6%	22,4%	17,0%	10,0%
Total services "voix"	9,0%	3,4%	0,8%	4,9%	4,0%	3,7%
Internet bas débit	129,1%	81,5%	27,4%	7,4%	-23,8%	-30,2%
Nombre de SMS émis		138,5%	57,4%	48,3%	26,2%	23,1%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,

* = résultat provisoire 2005.

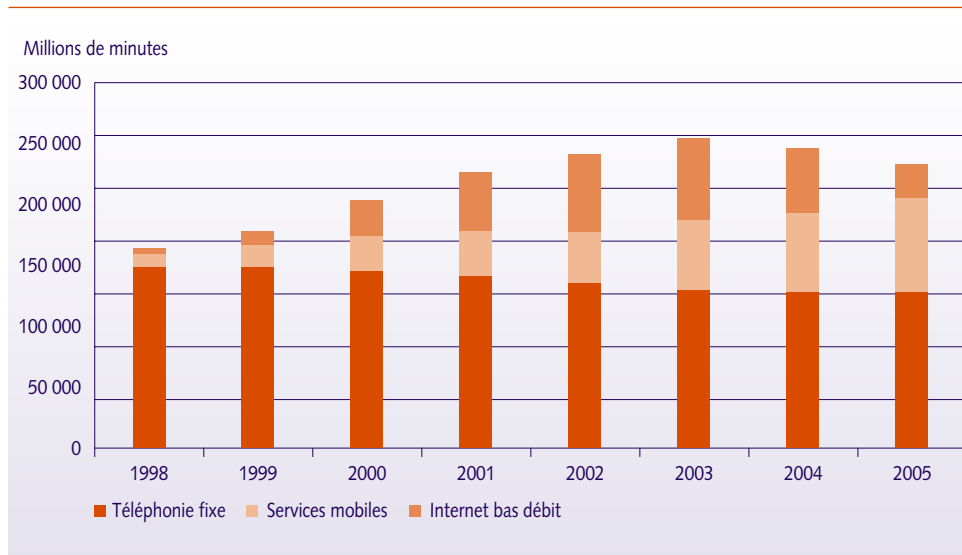
Dans l'ensemble, le trafic "voix" (fixe et mobile) a progressé, mais plus lentement que les deux années précédentes. Le volume de trafic de téléphonie fixe, mesuré en millions de minutes, a diminué beaucoup moins fortement que les années précédentes : -0,7% en 2005 alors qu'il décroissait à un rythme d'environ 3% les deux années précédentes.

Le volume de trafic de la téléphonie mobile a enregistré une augmentation assez forte. Néanmoins, pour la première année depuis 1998, la croissance a tout juste progressé de deux chiffres. Alors que de 2002 à 2004, le volume de trafic au départ des mobiles augmentait nettement plus que le parc de client, reflétant une forte augmentation de l'usage, en 2005, il a augmenté à peine plus que le nombre de clients (de l'ordre de 8%).

Le nombre de SMS émis a de nouveau montré une forte progression en 2005, pour atteindre 12,7 milliards de SMS, en augmentation de plus de 20%.

Le trafic d'Internet bas débit a poursuivi sa chute, commencée en 2004, avec une baisse de 30%.

Evolution des volumes de téléphonie et de l'Internet bas débit



Source ARCEP,

1.3. Le parc de clients

Abonnements

Millions d'unités	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
Abonnements à un service de téléphonie fixe	34,081	34,084	34,124	33,913	34,541	36,380
Sélection du transporteur	4,359	5,938	6,420	7,514	7,676	8,199
Abonnements à Internet	5,263	6,987	9,124	10,617	11,939	13,265
Nombre de clients aux services mobiles	29,645	36,854	38,593	41,702	44,544	48,099

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,

* = résultat provisoire 2005.

Abonnements

Évolution en %	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
Abonnements à un service de téléphonie fixe	0,6%	0,0%	0,1%	-0,6%	1,8%	5,3%
Sélection du transporteur		36,2%	8,1%	17,0%	2,2%	6,8%
Abonnements à Internet	73,7%	32,8%	30,6%	16,4%	12,4%	11,1%
Nombre de clients aux services mobiles	43,8%	24,8%	4,3%	8,1%	6,8%	8,0%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,

* = résultat provisoire 2005.

L'année 2005 aura été marquée par un nombre toujours en hausse de clients aux différents services.

Dans les mobiles, depuis fin 2003 le nombre de clients a progressé régulièrement à un rythme de 7,5 à 8% par an. Fin 2005, les opérateurs mobiles ont dénombré un peu plus de 48 millions de clients à leurs services.

Le nombre d'abonnements à Internet a progressé en 2005 de 11,1%. En un an, environ 1,3 million de nouveaux abonnements ont été souscrits : l'évolution du haut débit confirme la tendance déjà observée en 2004. Cette évolution s'est faite en grande partie au détriment du bas débit. Au total, le nombre d'abonnements à fin 2005 dépasse les 13 millions, dont les neuf dixièmes correspondraient à des abonnements "grand public", pour un peu plus de 26 millions de foyers en France.

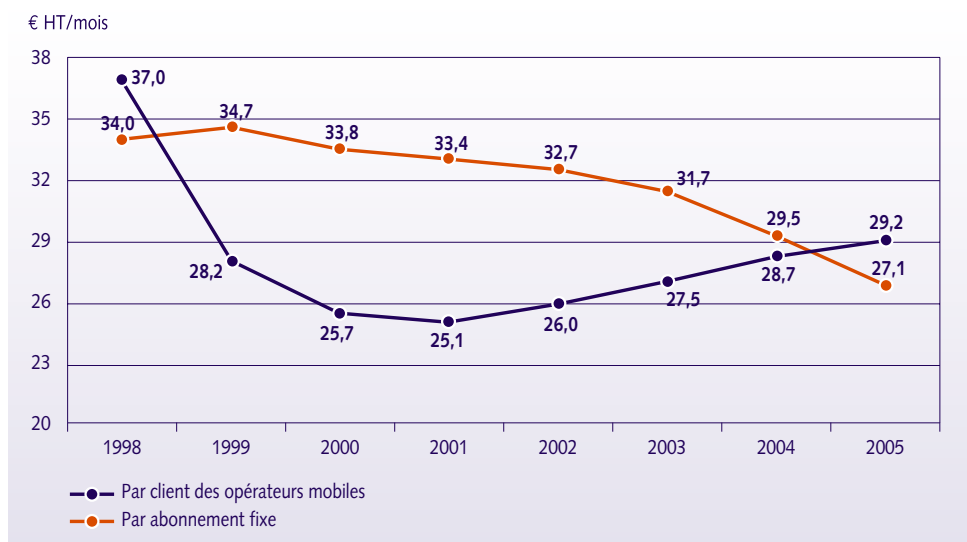
Dans la téléphonie fixe, le nombre d'abonnements a progressé en 2005 en raison du développement des accès haut débit qui ont progressé de plus de 3 millions par rapport à 2004.

2. Consommation moyenne des clients

La notion de facture moyenne par client grand public n'est pas équivalente entre d'une part le fixe ou l'Internet et d'autre part le mobile. L'usage d'un abonnement à un accès au réseau fixe ou à Internet est partagé entre les personnes composant le foyer. Pour le mobile, un abonnement fait référence dans la très grande majorité des cas à un seul individu. La facture moyenne mensuelle reflète donc la consommation du détenteur du mobile et non celle du foyer.

Durant l'année 2005, l'écart entre les factures moyennes du fixe et du mobile s'est creusé (respectivement 27,1 €HT et 29,2 €HT), alors qu'elles étaient pratiquement équivalentes à la fin de 2004. La facture moyenne par client s'est accrue pour les abonnés à la téléphonie mobile, alors que celle des abonnés à la téléphonie fixe a baissé. Si le trafic mensuel moyen par client, exprimé en minutes, est demeuré plus important pour les abonnés fixes que pour les abonnés mobiles, il a toutefois fléchi alors que l'usage a augmenté pour les mobiles. En moyenne un abonné fixe a téléphoné 239 minutes chaque mois (soit 3h59) contre en moyenne 147 minutes pour les clients des opérateurs mobiles (soit 2h27).

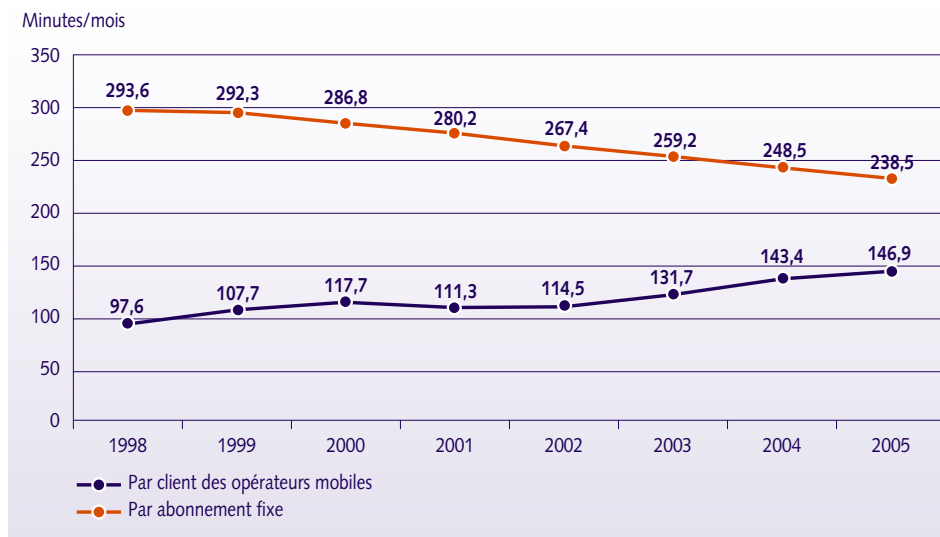
Facture moyenne mensuelle par client



Source ARCEP.

Au départ des postes fixes, la consommation moyenne mensuelle du client a reculé de 4,0% en volume et de 7,9% en valeur en 2005. Ces baisses sont dues principalement à la croissance de la voix sur IP (principalement voix sur ADSL). Environ 3 millions d'abonnés utilisent des services large bande pour téléphoner, dont 600 000 exclusivement en raison du dégroupage total de leur ligne. 2,4 millions de clients disposent à la fois d'un abonnement auprès de l'opérateur historique et auprès d'un FAI (fournisseur d'accès à Internet). Leur consommation se répartit entre les deux opérateurs, donc mécaniquement la consommation moyenne par abonnement baisse. Par ailleurs, les communications téléphoniques sur large bande sont facturées à un prix nettement inférieur aux tarifs du RTC, ce qui implique une baisse de la facture moyenne.

Volume moyen mensuel par client



Source ARCEP.

Factures moyennes et ARPU : précisions méthodologiques

L'ARCEP publie chaque trimestre un Observatoire des marchés qui donne des indicateurs de facture moyenne mensuelle par abonnement pour la téléphonie fixe, la téléphonie mobile et Internet. Ils correspondent aux sommes facturées, en moyenne, par l'opérateur au client pour l'abonnement et les communications (voix et données). Ces indicateurs sont différents des ARPU (Average revenue per user) qui correspondent aux revenus des opérateurs pour l'ensemble des recettes liées à l'utilisation des réseaux (appels entrants et sortants).

Les revenus pris en compte pour le calcul de la facture moyenne mensuelle au départ des réseaux mobiles incluent plus précisément : les revenus des appels sortants, des services de données (messagerie interpersonnelle et services d'accès à Internet), le roaming out. Les revenus correspondant à l'interconnexion (appels entrants) ne sont pas pris en compte.

Les analystes financiers et les opérateurs publient de leur côté un indicateur de revenu moyen par client (revenu moyen récurrent ou ARPU). Il comprend : les revenus des appels sortants, des services de données, des services à valeur ajoutée ET les revenus des appels entrants (interconnexion). Selon les opérateurs, il comprend ou pas les revenus du roaming.

De même, l'Observatoire publie des indicateurs de trafic mensuel moyen sortant par client, représentatifs de l'usage par les consommateurs de leur téléphone.

Par analogie avec l'ARPU, un indicateur de trafic moyen par client ou AUPU (Average usage per user) est employé par certains cabinets financiers et par les opérateurs ; il incorpore tout ou partie des appels entrants pour disposer d'une assiette de volume qui soit comparable à celle utilisée pour l'ARPU. Il ne représente pas la consommation moyenne par client et constitue plutôt un indicateur de volume d'activité de l'opérateur ramené au client.

En ce qui concerne la téléphonie fixe, les revenus pris en compte sont les seuls revenus correspondant aux abonnements et aux communications téléphoniques (y compris les revenus des communications téléphoniques passées sur large bande) à l'exclusion de tout autre revenu, notamment ceux des services avancés et de l'Internet. Il s'agit d'une vision partielle de la facture fixe puisqu'elle ne prend en compte que les valeurs relatives à la téléphonie.

En ce qui concerne Internet, les revenus pris en compte sont les revenus des abonnements forfaitaires donnant accès à Internet et les revenus des connexions Internet facturées à la minute.

B. L'investissement et l'emploi

Les emplois directs

Unités	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
Emplois (champ : ancien cadre réglementaire)	154 522	151 191	145 487	138 716	136 687	
Évolutions en %	-0,5%	-2,2%	-3,8%	-4,7%	-1,5%	
Emplois (champ : nouveau cadre réglementaire)					142 204	140 662
Évolutions en %						-1,1%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,

* = résultat provisoire 2005.

Le nombre d'emplois directs dans le secteur s'est légèrement tassé en 2005, malgré le doublement du nombre d'opérateurs interrogés pour l'Observatoire des marchés en raison du changement de cadre réglementaire. Les opérateurs interrogés dans l'ancien cadre réglementaire représentaient 137 000 emplois fin 2005, les nouveaux environ 5 000 emplois supplémentaires. Au total, l'emploi a connu en 2005 une baisse moindre que les années précédentes avec un fléchissement de 1,1% par rapport à 2004. Les effectifs des opérateurs mobiles ont été un peu plus nombreux en 2005 (+1,7%), soit un total de près de 18 000 salariés. Les opérateurs mobiles ont représenté en 2005 environ 13% de l'emploi salarié du secteur.

Les investissements au cours de l'exercice

Millions d'euros	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
Investissements (<i>champ : ancien cadre réglementaire</i>)	7 832	9 182	5 699	5 437	5 343	
Évolutions en %	32,5%	17,2%	-37,9%	-4,6%	-1,7%	
Investissements (<i>champ : nouveau cadre réglementaire</i>)					5 495	6 272
Évolutions en %						14,1%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,

* = résultat provisoire 2005.

L'investissement a progressé de 14% en 2005 ce qui contraste avec les années précédentes. Cette embellie a touché aussi bien les opérateurs fixes que mobiles. Ces derniers sont à l'origine d'un peu plus de 40% du montant des investissements réalisés au cours de l'année 2005.

Les différents segments du marché

- A. La téléphonie vocale fixe
- B. L'Internet
- C. Le mobile
- D. Les autres services
- E. Les liaisons louées
- F. Le transport de données

A. La téléphonie vocale fixe

1. L'accès

1.1. Les abonnements

Abonnements au service téléphonique sur réseaux fixes

Millions d'unités	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Nombre d'abonnements en fin de période	34,081	34,084	34,124	33,913	34,541	36,380	5,3%
Nombre d'abonnements sur lignes analogiques	-29,597	29,248	28,980	28,673	28,502	28,186	- 1,1%
Nombre d'abonnements sur lignes numériques	4,373	4,774	5,084	5,176	5,038	4,780	-5,6%
dont abonnements par le câble	0,043	0,062	0,058	0,060	0,069	0,139	114,9%
dont abonnements à la voix sur IP					0,931	3,275	254,2%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,
* = résultat provisoire 2005.

Le nombre d'abonnements à la téléphonie fixe a augmenté de 5,3% grâce au développement du haut débit en 2005. Les accès à la téléphonie par le câble ont été multipliés par deux en un an après plusieurs années de croissance modérée.

L'évolution du nombre d'abonnements "classiques" sur lignes analogiques et numériques reflète des phénomènes économiques, mais aussi démographiques, dont les effets peuvent être contradictoires. Le facteur démographique est lié au nombre de résidences principales qui augmente tous les ans de 300 000 selon l'INSEE. A l'inverse, deux facteurs ont pesé sur la croissance du nombre des abonnements "classiques" sur RTC : la substitution du fixe par le mobile (selon Médiamétrie/GFK, 18% des ménages ne disposaient plus de téléphone fixe en 2005) et l'augmentation du dégroupage total (600 000 lignes à la fin de 2005), qui fait passer les abonnements des rubriques "lignes analogiques" ou lignes "numériques" à la rubrique "voix sur IP".

Revenus des frais d'accès, abonnements et services supplémentaires

Millions d'€	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Accès, abonnements et services supplémentaires	5 144	5 366	5 426	5 505	5 439	5 613	3,2%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,
* = résultat provisoire 2005.

La hausse du prix de l'abonnement téléphonique intervenue début mars 2005 (+7,6%) compensée par la légère baisse du nombre d'abonnements sur ligne analogique ou numérique a limité la hausse des revenus de l'accès à 3,2% en 2005.

1.2. La sélection du transporteur

Abonnements à la sélection du transporteur

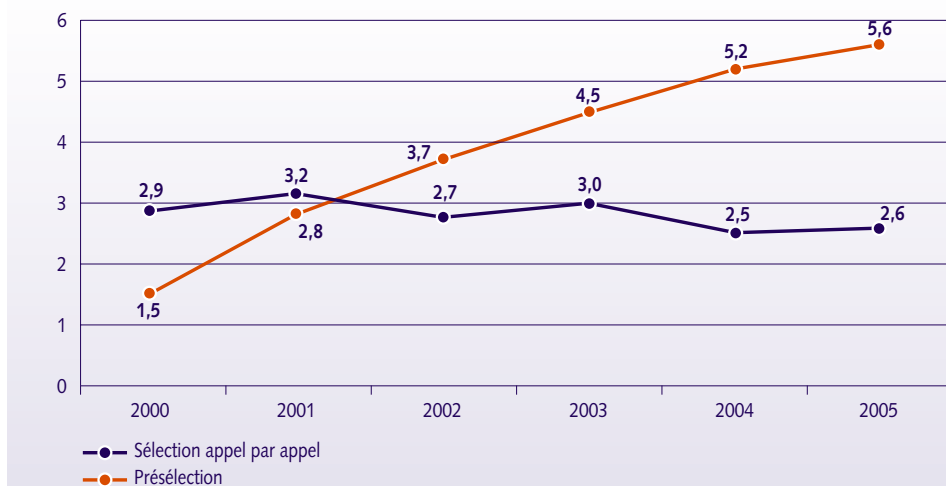
Millions d'unités	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Abonnements à la sélection du transporteur	4,359	5,938	6,420	7,514	7,676	8,199	6,8%
dont abonnements à la sélection appel par appel	2,860	3,167	2,722	2,991	2,513	2,567	2,2%
dont abonnements à la présélection	1,499	2,771	3,698	4,523	5,163	5,632	9,1%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,

* = résultat provisoire 2005.

Nombre d'abonnements à la sélection du transporteur

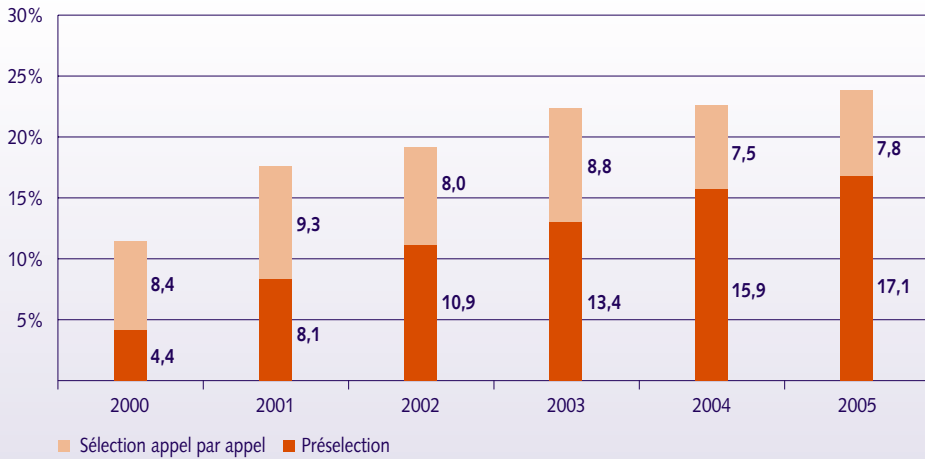
Millions d'unités



Source ARCEP,

La sélection du transporteur permet de téléphoner par l'intermédiaire d'un autre opérateur que son opérateur de boucle locale. Ce choix peut être fait de façon automatique (présélection) ou appel par appel. Le nombre d'abonnements à la sélection du transporteur a cru d'un peu plus de 6,8% et concerné 8,2 millions de clients en fin d'année 2005. La présélection par abonnement a augmenté à un rythme plus faible qu'en 2004 (+9,1% contre +14%). Rapporté au nombre de lignes fixes, la présélection est choisie par 17,1% des abonnés du fixe. La hausse en 2005 de presque 2,2% du nombre d'abonnements à la sélection appel par appel (3 millions) fait suite à une baisse de 15% en 2004.

Part des abonnements à la sélection du transporteur dans le nombre d'abonnements au service téléphonique (hors câble et VoIP)

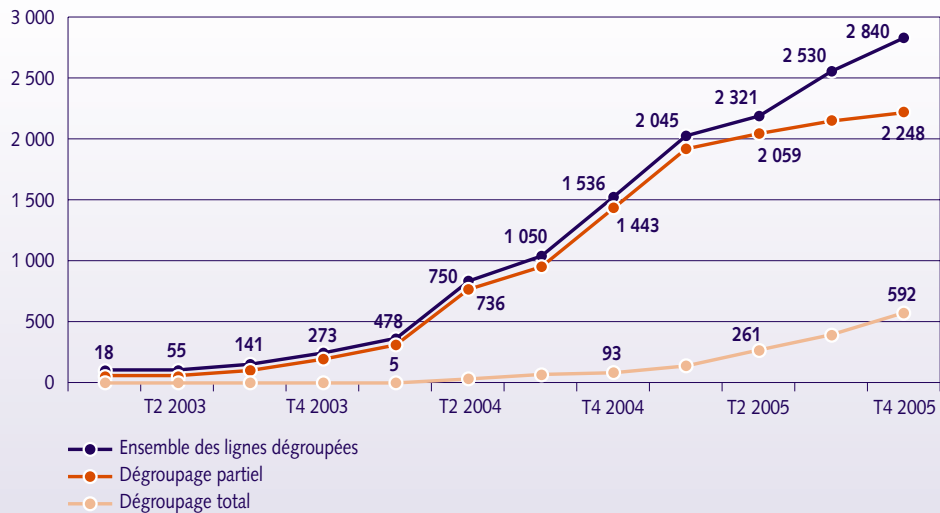


Source ARCEP.

1.3. Le dégroupage

Nombre de lignes dégroupées

Milliers de lignes



Source ARCEP.

Avec 2,8 millions de lignes dégroupées à la fin de 2005, le dégroupage a poursuivi sa forte progression. Le nombre de lignes partiellement dégroupées a augmenté de 785 000 sur l'année, et le nombre de lignes totalement dégroupées à près de 500 000. Au deuxième semestre, le rythme du

dégroupage total s'est accéléré : le nombre de lignes totalement dégroupées a augmenté davantage que le nombre de lignes partiellement dégroupées (+330 000 contre +170 000).

1.4. La publiphonie et les cartes

Publiphonie

Millions d'unités	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Revenus des communications	516	469	426	333	277	220	-20,7%
Volume des communications	2 397	1 960	1 627	1 383	1 092	829	-24,1%
Nombre de publiphones au 31 décembre (unités)	229 620	213 993	202 418	192 275	189 298	179 770	-5,0%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,

* = résultat provisoire 2005.

Publiphonie



Source ARCEP,

Cartes post et prépayées de téléphonie fixe

	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Revenus des cartes de téléphonie fixe	332	251	217	244	248	233	-5,9%
Millions de minutes écoulees via les cartes	2 611	1 903	1 380	1 741	1 941	2 247	15,8%
Nombre de cartes prépayées vendues en millions	44	26	16	23	13	28	110,6%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,

* = résultat provisoire 2005.

Les cartes des réseaux fixes (hors télécartes utilisables uniquement dans les publiphones de l'opérateur) sont de deux types :

- *les cartes post-payées pour lesquelles les communications sont facturées après le passage des communications (cartes d'abonnés rattachées à un compte d'abonné pour lesquelles la consommation figure sur les factures téléphoniques courantes ou cartes accréditives ou bancaires permettant la facturation directe sur un compte bancaire ou un compte tenu par un distributeur) ;*
- *les cartes prépayées : elles offrent un montant fixe, payé à l'avance, de communications téléphoniques.*

2. Les communications en téléphonie fixe

Précisions relatives aux indicateurs du service téléphonique sur IP ou "communications au départ des services de voix sur IP"

Sur la terminologie employée :

Les indicateurs du service téléphonique sur IP de la présente publication couvrent la voix sur large bande quel que soit le support (IP DSL principalement, mais aussi IP sur câble) et la voix sur Internet lorsque les opérateurs sont déclarés auprès de l'ARCEP.

L'ARCEP a désigné par "voix sur large bande" les services de téléphonie fixe utilisant la technologie de la voix sur IP sur un réseau d'accès à Internet dont le débit dépasse 128 kbit/s et dont la qualité est maîtrisée par l'opérateur qui les fournit ; et par "voix sur Internet" les services de communications vocales utilisant le réseau public Internet et dont la qualité de service n'est pas maîtrisée par l'opérateur qui les fournit.

Les communications au départ des services de voix sur IP comptabilisées dans l'Observatoire correspondent à des services offerts au niveau de l'accès. Ces indicateurs ne correspondent pas à du trafic qui utiliserait le protocole IP uniquement sur le cœur de réseau.

Par ailleurs, l'Observatoire n'interroge pas les opérateurs non déclarés permettant de faire de la voix sur Internet de PC à PC. Ces opérateurs n'entrent pas dans le champ de l'enquête.

Sur le revenu pris en compte :

L'Observatoire distingue les communications au départ des services de téléphonie sur IP des autres communications vocales. Toutefois, alors que le volume des communications VoIP couvre l'ensemble de ce trafic constaté sur le marché final, le revenu ne couvre que le trafic VoIP facturé (par exemple en supplément d'un forfait multi-play).

2.1. Les communications en valeur et en volume

Revenus des communications depuis les lignes fixes

Millions d'euros	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Communications nationales	5 014	4 520	4 192	3 850	3 567	3 215	-9,9%
Communications internationales	897	871	850	819	673	620	-7,9%
Communications vers mobiles	2 729	2 895	2 919	2 758	2 425	2 091	-13,8%
Ensemble des revenus depuis les lignes fixes	8 639	8 287	7 961	7 427	6 666	5 926	-11,1%
dont communications au départ des services de VoIP					16	100	514,7%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,

* = résultat provisoire 2005.

Volumes des communications depuis les lignes fixes

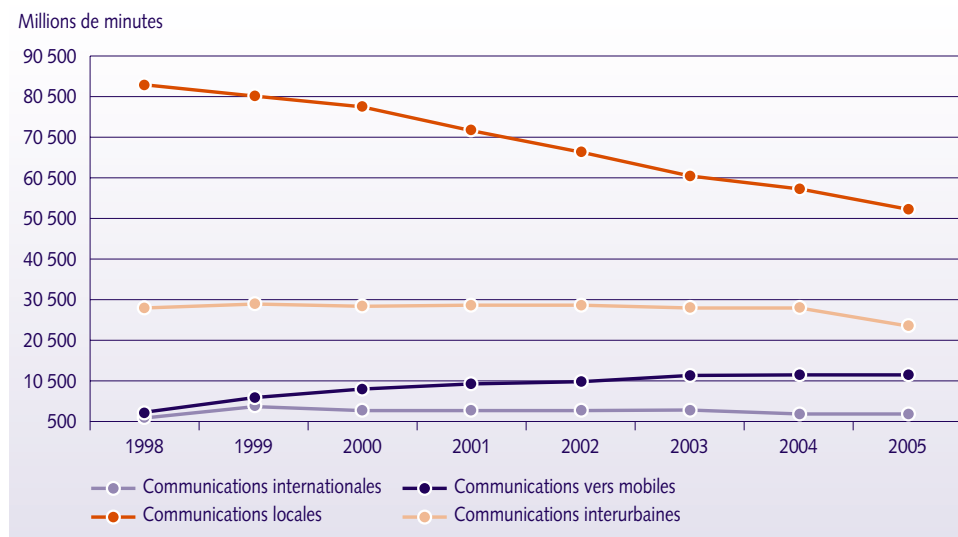
Millions de minutes	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Communications nationales	104 838	100 624	94 143	89 536	86 149	85 100	-1,2%
Communications internationales	4 454	4 610	4 808	4 907	4 281	4 056	-5,3%
Communications vers mobiles	7 649	9 384	10 498	11 365	11 638	12 086	3,9%
Ensemble des volumes depuis les lignes fixes	116 942	114 617	109 449	105 807	102 067	101 242	-0,8%
dont communications au départ des services de VoIP					1 453	8 041	453,5%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,

* = résultat provisoire 2005.

Depuis 1998, le trafic au départ des postes fixes n'a cessé de diminuer. Pourtant l'année 2005, avec un fléchissement de 1,2%, a semblé marquer une pause par rapport aux baisses constatées entre 2002 et 2004 (de l'ordre de 3,5 à 4,5 % par an). Avec 8 milliards de minutes, les communications au départ des accès IP ont freiné la chute du trafic depuis les lignes fixes : hors trafic VoIP la baisse en 2005 aurait été plus accentuée à 7,4%.

Volumes des communications depuis les lignes fixes



Source ARCEP,

2.2. Total de la téléphonie fixe (valeur et volume)

Revenus de l'ensemble de la téléphonie fixe

Millions d'euros	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Accès, abonnements et communications depuis les lignes fixes	13 783	13 653	13 387	12 932	12 105	11 539	-4,7%
Publiphonie	516	469	426	333	277	220	-20,7%
Cartes	332	251	217	244	248	233	-5,9%
Ensemble téléphonie fixe	14 631	14 373	14 030	13 509	12 630	11 992	-5,0%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

Volumes de l'ensemble de la téléphonie fixe

Millions de minutes	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Ensemble des communications depuis les lignes fixes	116 942	114 617	109 449	105 807	102 067	101 242	-0,8%
Publiphonie	2 397	1 960	1 627	1 383	1 092	829	-24,1%
Cartes	2 611	1 903	1 380	1 741	1 941	2 247	15,8%
Ensemble téléphonie fixe	121 950	118 480	112 456	108 931	105 100	104 318	-0,7%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

3. La consommation moyenne par client

Consommation moyenne mensuelle par abonnement fixe

Euros HT ou minutes par mois	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Facture mensuelle moyenne par client (€HT)	33,8	33,4	32,7	31,7	29,5	27,1	-7,9%
Volume mensuel moyen par client	286,8	280,2	267,4	259,2	248,5	238,5	-4%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,

* = résultat provisoire 2005.

Notes : Parc moyen de clients de l'année N : [(parc total de clients à la fin de l'année N + parc total de clients à la fin de l'année N-1) / 2]

La facture est calculée en divisant le revenu des communications depuis les lignes fixes et celui de l'abonnement pour l'année N par une estimation du parc moyen de clients de l'année N rapporté au mois.

Le volume mensuel moyen est calculé en divisant le volume de trafic de l'année N par une estimation du parc moyen de clients de l'année N rapporté au mois.

B. L'Internet

1. Le marché de l'Internet

1.1. Les abonnements

Abonnements à Internet

Millions d'unités	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Bas débit*		6,385	7,469	7,048	5,377	3,800	-29,3%
Haut débit		0,602	1,655	3,569	6,561	9,465	44,3%
Nombre d'abonnements à Internet*	5,263	6,987	9,124	10,617	11,939	13,265	11,1%

* Source : AFA jusqu'en 2002. Chiffres des fournisseurs d'accès suivant : 9 online, AOL France, Club Internet, Free (RTC uniquement), InterPC, NC, Noos, Tiscali France, UPC France, Wanadoo. Sont comptabilisés les comptes d'accès gratuits ou facturés à l'usage qui font l'objet d'au moins une connexion dans les 40 derniers jours, et tous les comptes payants sur une base forfaitaire mensuelle (incluant ou non un forfait téléphonique, particuliers et professionnels).

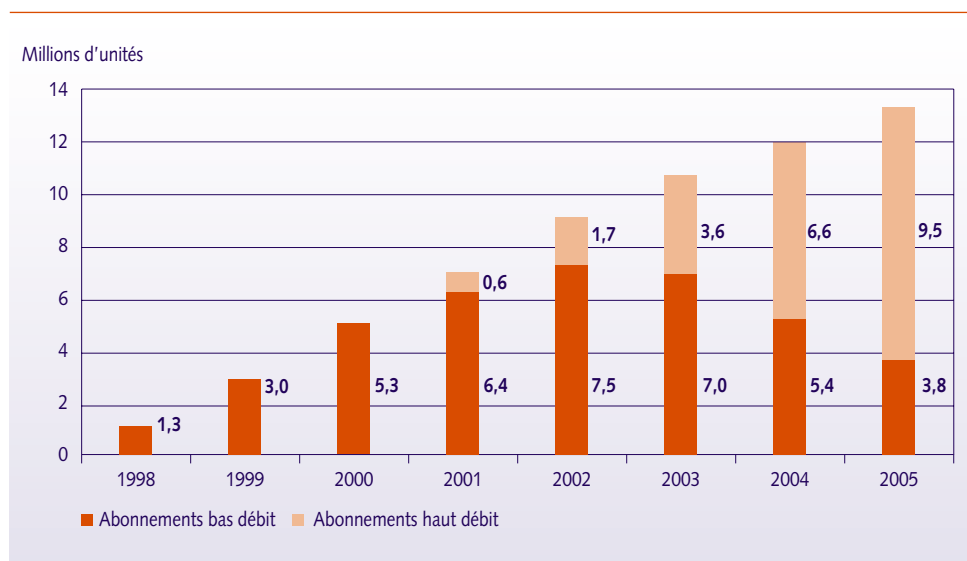
Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

Avec 13,3 millions en fin d'année, le nombre d'abonnements à Internet est marqué par une croissance aussi soutenue en 2005 qu'en 2004 (+11,1% contre +12,4% en 2004). L'Internet haut débit a progressé très fortement (+44% par rapport à 2004), avec notamment l'essor du dégroupage et la substitution des abonnements bas débit (en baisse de près de 30%) vers des abonnements haut débit. Ceux-ci (abonnements xDSL, au câble et

autres) ont représenté fin 2005 plus des deux tiers des abonnements à l'Internet, contre 55% à la fin de 2004.

Nombre d'abonnements à Internet



Source ARCEP,

1.2. Les revenus

Revenus totaux de l'Internet

(champ correspondant au nouveau cadre réglementaire)

Millions d'euros	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Accès à bas débit	638	811	955	955	768	509	-33,7%
Accès à haut débit	194	448	653	1 314	1 732	2 400	38,5%
Autres services liés à l'accès Internet	90	154	146	149	259	323	24,7%
Total Internet	922	1 413	1 753	2 418	2 760	3 232	17,1%

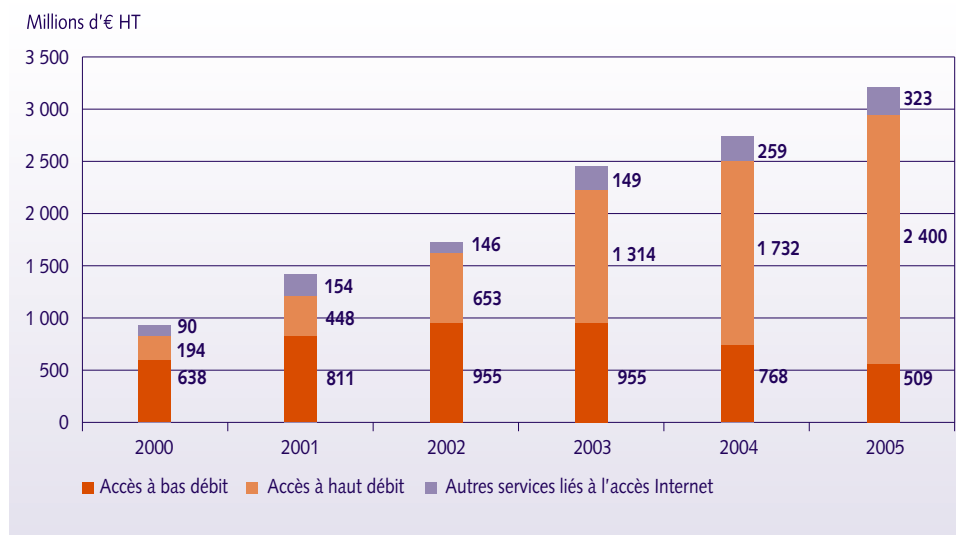
Source ARCEP, Observatoire des marchés - estimations pour les données de 2000 à 2003 - Enquête annuelle 2004, Enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

Les évolutions des revenus de l'Internet ont traduit fidèlement la tendance observée en 2005 sur les abonnements. La structure des revenus entre le bas et le haut débit a évolué conformément à celle du parc de clients. Ainsi, en 2005 les trois quart des revenus Internet ont eu pour origine des accès à haut débit, contre 63% en 2004 et un peu plus de la moitié en 2003.

Revenus de l'Internet

(nouveau cadre réglementaire)



Source ARCEP.

2. Le bas débit

Abonnements bas débit

Millions d'unités	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
comptes d'accès "pay as you go"			2,747	2,376	1,619	-31,9%
Forfaits			4,301	3,001	2,180	-27,3%
Total	6,385	7,469	7,048	5,377	3,800	-29,3%

* Source : AFA jusqu'en 2002. Chiffres des fournisseurs d'accès suivant : 9 online, AOL France, Club Internet, Free (RTC uniquement), InterPC, NC, Noos, Tiscali France, UPC France, Wanadoo. Sont comptabilisés les comptes d'accès gratuits ou facturés à l'usage qui font l'objet d'au moins une connexion dans les 40 derniers jours, et tous les comptes payants sur une base forfaitaire mensuelle (incluant ou non un forfait téléphonique, particuliers et professionnels).

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,

* = résultat provisoire 2005.

Revenus des accès bas débit à Internet

(champ correspondant au nouveau cadre réglementaire)

Millions d'euros	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Communications d'accès	208	189	313	251	195	129	-33,7%
Forfaits	430	622	641	704	574	380	-33,7%
Revenus des accès bas débit à Internet	638	811	955	955	768	509	-33,7%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - estimations pour les données de 2000 à 2003 - Enquête annuelle 2004, enquête trimestrielle pour 2005,

* = résultat provisoire 2005.

Volumes Internet bas débit

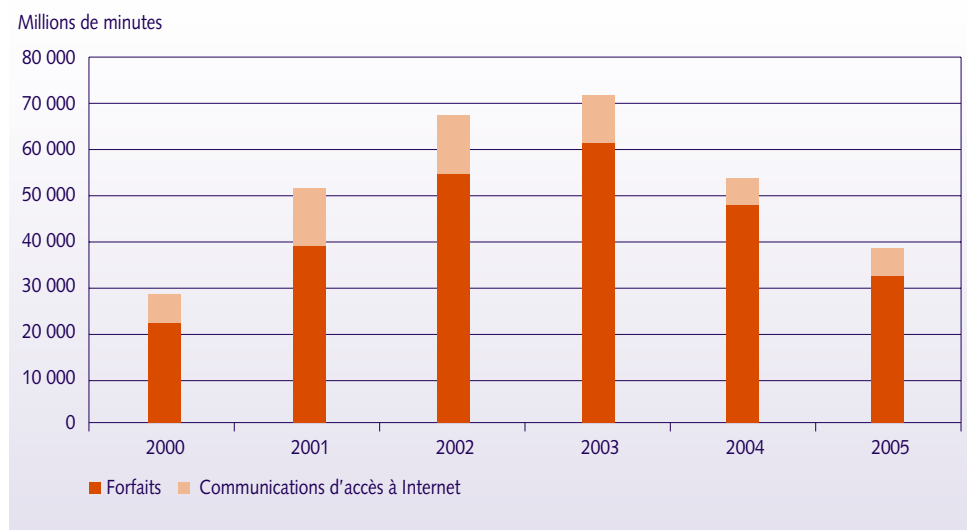
Millions de minutes	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Communications d'accès	6 740	13 326	12 310	10 161	7 690	5 258	-31,6%
Forfaits	22 159	39 120	54 521	61 618	46 997	32 889	-30,0%
Volumes Internet bas débit	28 903	52 446	66 831	71 779	54 687	38 147	-30,2%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,

* = résultat provisoire 2005.

La baisse du nombre des accès bas débit s'est amorcée à la fin de l'année 2003 : les abonnements ont fortement chuté au profit des accès haut débit. L'impact sur le trafic et les revenus ne se constate en revanche qu'à partir de l'année 2004. En 2005, la décroissance atteint un peu plus de 30%.

Répartition du trafic internet bas débit



Source ARCEP,

3. Le haut débit

Abonnements haut débit

Millions d'unités	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Accès xdsl	0,068	0,408	1,368	3,172	6,103	8,900	45,8%
Accès par le câble*	0,127	0,190	0,283	0,394	0,454	0,560	23,3%
Autres accès (BLR, fibre optique, satellite, ...)	0,002	0,003	0,004	0,003	0,004	0,007	54,5%
Total	0,196	0,602	1,655	3,569	6,561	9,465	44,3%

* Source AFORM jusqu'en 2003 (Association Française des Opérateurs de Réseaux Multiservices (<http://www.aform.org>))

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005,

* = résultat provisoire 2005.

Revenus des accès haut débit à Internet

(champ correspondant au nouveau cadre réglementaire)

Millions d'euros	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Accès xdsl	21	163	455	998	1 521	2 195	44,3%
Accès par le câble	25	68	84	129	116	115	-0,8%
Autres accès (BLR, fibre optique, satellite,...)	148	217	114	186	95	90	-5,3%
Revenus de l'Internet haut débit	194	448	653	1 314	1 732	2 400	38,6%

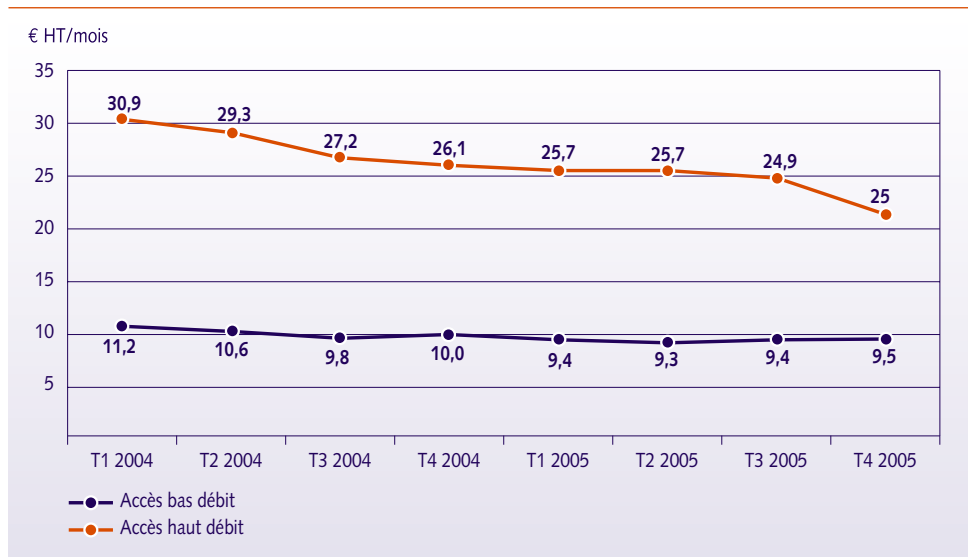
Source ARCEP, Observatoire des marchés - estimations pour les données de 2000 à 2003 - Enquête annuelle 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

Le nombre d'abonnements à Internet à haut débit a atteint près de 9,5 millions à la fin de 2005, soit une croissance de 44,3% en un an. Le nombre d'accès haut débit à Internet a progressé de 2,9 millions, après la forte hausse de 2004 (plus de 3 millions d'abonnements). L'ADSL, majoritaire, a représenté 8,9 millions d'abonnements. Moteur de la croissance en revenus également avec une hausse sur un an de 45,8%, l'ADSL a été à l'origine des neuf dixièmes des revenus du haut débit en 2005.

4. La facture moyenne mensuelle par abonnement Internet

Facture moyenne mensuelle par abonnement Internet



Source ARCEP.

A la fin de 2005, la facture moyenne mensuelle s'est établie à 9,5 euros HT/mois pour les accès bas débit et à 25 euros en moyenne pour les accès haut débit.

C. Le mobile

1. Le marché du mobile

1.1. Les clients

1.1.1. Nombre total de clients

Le nombre de clients à la téléphonie mobile a continué d'augmenter en 2005, à un rythme équivalent à celui de 2004 (+8,0% contre +6,8% en 2004).

Nombre de clients des services mobiles par type de clientèle

Millions d'unités	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Évol.
Nombre de clients	29,645	36,854	38,593	41,702	44,544	48,099	8,0%
Grand public	26,163	32,390	34,133	36,522	38,720	41,690	7,7%
Entreprises	3,482	4,464	4,459	5,179	5,824	6,410	10,0%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

1.1.2. Segmentation par type d'abonnement

Nombre de clients à un service mobile

En millions	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Évol.
Abonnements et forfaits	15,838	18,832	21,485	24,553	27,420	30,515	11,3%
Cartes prépayées	13,806	18,022	17,108	17,149	17,124	17,584	2,7%
dont cartes prépayées actives		16,734	16,416	16,462	16,409	16,727	1,9%
Nombre de clients à un service mobile	29,645	36,854	38,593	41,702	44,544	48,099	7,8%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

Le nombre d'abonnements aux forfaits a enregistré en 2005 une croissance de 11% tandis que les clients utilisant des cartes prépayées ont progressé de 2,5% (contre une stabilité l'année précédente). Le pourcentage de cartes inactives est resté très faible, inférieur à 2% du parc total (860 000 cartes n'ont pas été activées au cours du 4^{ème} trimestre 2005).

La part des forfaits a progressé cette année encore d'un point au détriment des prépayés.

Evolution de la part des forfaits et des cartes prépayées



Source ARCEP,

1.1.3.- Le parc multimédia mobile

Un peu plus de 14 millions de clients ont utilisé un service multimédia en décembre 2005, soit 29 % des clients des opérateurs mobiles contre 23 % un an plus tôt.

Le parc multimédia est défini par l'ensemble des clients, pré ou post payés, qui ont utilisé au moins une fois sur le dernier mois un service multimédia de type Wap, I-mode, MMS ou encore e-mail.

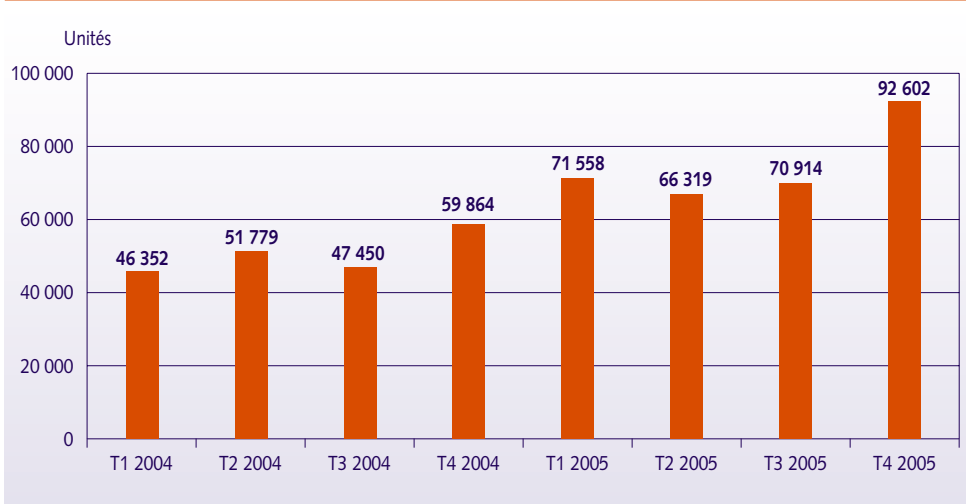
Parc multimédia mobile



1.1.4. La portabilité

Le nombre de numéros mobiles portés d'un opérateur à un autre a atteint 92 600 au cours du quatrième trimestre 2005. Le nombre total de portages (numéros activés chez l'opérateur receveur) a dépassé les 300 000 en 2005 contre environ 200 000 en 2004 (+47%).

Nombre de numéros mobiles portés au cours du trimestre



Source ARCEP,

1.2. Les revenus et les volumes

1.2.1. La croissance en 2005

La voix a représenté la très grande majorité (88%) des revenus des services mobiles (hors services avancés). La part générée par le transport de données (SMS, MMS,...) a procuré un revenu supplémentaire aux opérateurs chaque année un peu plus important.

Décomposition des revenus des services de téléphonie mobile

Millions d'euros	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Services voix	7 738	9 497	11 093	12 125	13 446	14 199	5,6%
Transport de données	152	405	676	1 106	1 416	1 927	36,1%
Revenus des services mobiles	7 761	10 000	11 768	13 231	14 862	16 126	8,5%

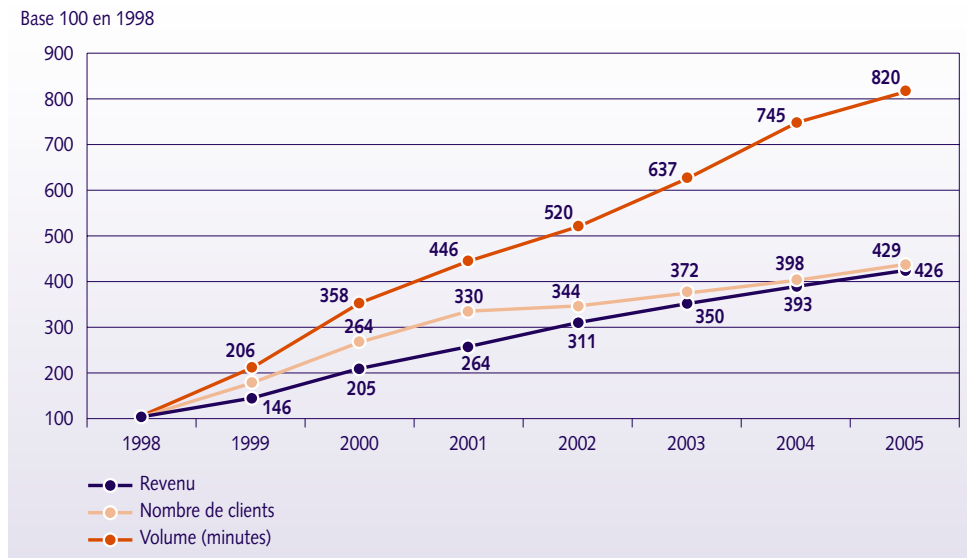
Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

1.2.2. Evolution du marché depuis 1998

Evolution de la téléphonie mobile en valeur, volume et parc

Marché de détail (hors services avancés)



Source ARCEP,

En 2005, les revenus mobiles ont augmenté à peine plus vite que le parc à l'inverse des années 2002 à 2005.

La très forte croissance du volume de trafic observée ces dernières années s'est ralentie en 2005. Pour la première fois, le volume de trafic, mesuré en minutes, n'a pas augmenté davantage que le revenu provenant de la facturation aux clients. Depuis 1998, le volume de trafic mesuré en minutes a été multiplié par huit tandis que les revenus comme le parc de clients des opérateurs mobiles ont été multipliés par quatre dans le même temps.

1.2.3. Segmentation par type d'abonnement

Revenu des services mobiles par type d'abonnement

Millions d'euros	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Abonnements et forfaits	6 851	8 360	9 636	10 963	12 580	13 826	9,9%
Cartes prépayées	910	1 640	2 132	2 268	2 281	2 300	0,8%
Revenus des services mobiles	7 761	10 000	11 768	13 231	14 862	16 126	8,5%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

Les opérateurs mobiles ont poursuivi en 2005 leur politique en faveur de la souscription à des formules d'abonnements par forfaits mensuels qui génèrent la plus grande partie des revenus (86% contre 14% pour le prépayé) et du trafic des mobiles (91% des minutes consommées par les clients des opérateurs mobiles) bien que ne représentant que 63 % des cartes SIM.

Volume de minutes au départ des mobiles par type d'abonnement

Millions de minutes	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Abonnements et forfaits	32 070	39 793	46 646	57 378	68 066	74 574	9,6%
Cartes prépayées	3 570	4 626	5 197	6 091	6 182	7 130	15,3%
Volume total de minutes	35 640	44 419	51 844	63 469	74 248	81 704	10,0%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

2. La voix sur mobile

2.1. Revenus de la voix par destination d'appel

Revenus des minutes de téléphonie mobile par destination d'appel

Millions d'euros	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Communications nationales	7 076	8 681	10 219	10 942	12 029	12 685	5,5%
Communications vers l'international	269	323	424	437	535	551	2,9%
Roaming out	394	492	450	745	881	963	9,3%
Revenus des communications au départ des mobiles	7 738	9 497	11 093	12 125	13 446	14 199	5,6%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

Les communications nationales, qui couvrent l'ensemble des appels à destination d'un mobile, vers un poste fixe en France ainsi que les communications vers la messagerie vocale lorsque celle-ci est payante, sont à l'origine de près de 90% des revenus de la voix pour 97% du trafic. Le roaming out (appels émis et reçus par les clients des opérateurs mobiles lorsqu'ils sont en déplacement à l'étranger) a progressé de 13,2% en volume et 9,3% en valeur.

2.2. Volume de la voix par destination d'appel

Volumes de téléphonie mobile par destination

Millions de minutes	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Communications mobiles vers fixe national	16 269	17 665	18 710	20 839	22 168	20 103	-9,3%
Communications on-net	11 715	16 157	19 939	25 968	31 869	40 583	27,3%
Communications mobiles vers tiers	6 840	9 521	11 973	15 202	18 267	18 905	3,5%
Communications vers l'international	498	692	713	805	959	998	4,1%
Roaming out	313	385	509	655	985	1 115	13,2%
Volumes de communications au départ des mobiles	35 640	44 419	51 844	63 469	74 248	81 704	10,0%

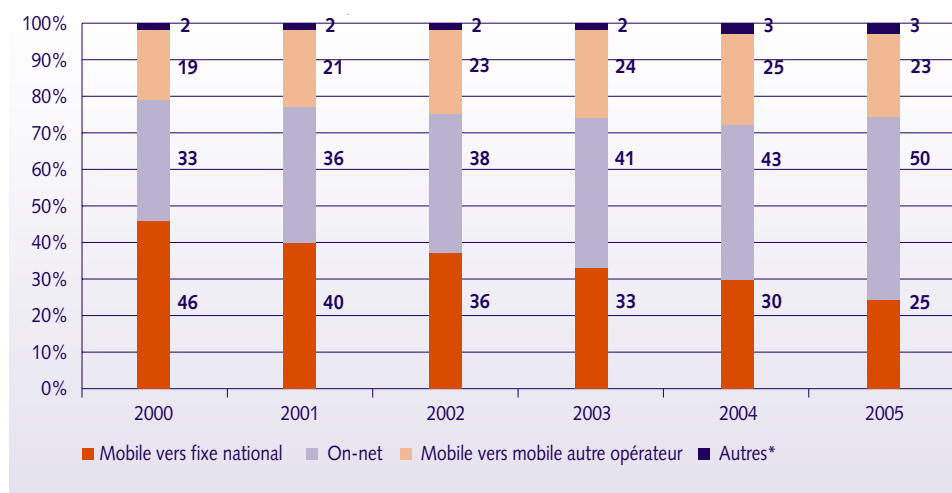
Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

La progression de 10% en 2005 du volume de trafic voix a recouvert des évolutions très contrastées :

- pour la première fois, le trafic à destination d'un poste fixe national a baissé (-9,3%) ;
- les communications on-net (appelé et appelant sont clients du même opérateur mobile) ont progressé de 27,3% sur un an (+ 9 millions de minutes). En 2003 et 2004, elles avaient augmenté de 6 millions de minutes. Avec la fin du système du *bill & keep* en janvier 2005 (système dans lequel les opérateurs mobiles ne se facturaient pas la terminaison d'appel), les opérateurs ont multiplié les offres "d'abondance" privilégiant les communications à destination des clients du même réseau. En 2005, ce trafic a représenté la moitié des communications sortantes mobiles ;
- les communications à destination des autres opérateurs mobiles sont restées relativement stables (+3,5%).

Volume de communications mobiles par destination d'appel



Source ARCEP,

*Autres : communications vers l'international et roaming out. Le roaming out correspond aux appels passés à l'étranger par les clients des opérateurs mobiles français.

3. Les données sur mobile

3.1. Les revenus

Les revenus de la "data" ont enregistré une très nette hausse en 2005 (+36,1% contre +28% en 2004). Cette évolution a été soutenue à la fois par la progression de l'usage des SMS et MMS (de l'ordre de 23% en volume et valeur) et par le fort développement des services d'accès à Internet mobile et aux services multimédias (rubrique "autre transport de données").

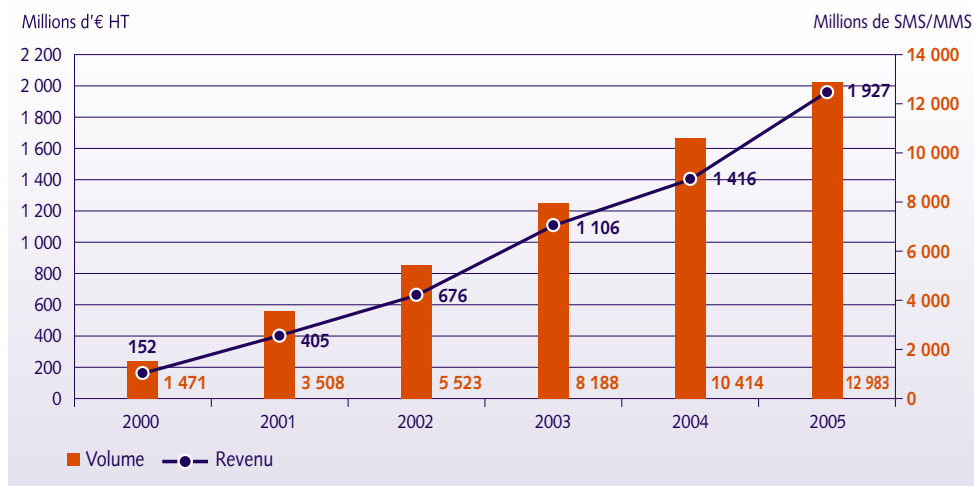
Revenus du transport de données sur réseaux mobiles

Millions d'euros	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Transports de données	152	405	676	1 106	1 416	1 927	36,1%
dont messagerie interpersonnelle (SMS, MMS)	151	395	639	915	1 102	1 357	23,2%
dont autre transport de données	1	10	37	191	314	570	81,5%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

Revenu et volume de la messagerie interpersonnelle



Source ARCEP,

3.2. Volume total de SMS émis

Nombre de messages interpersonnels émis

Millions d'unités	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Nombre de SMS et MMS interpersonnels émis	1 471	3 508	5 523	8 188	10 414	12 983	24,7%
dont SMS	1 471	3 508	5 523	8 188	10 335	12 721	23,1%
dont MMS					79	262	231,6%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

4. La consommation moyenne par client

Consommations moyennes mensuelles par client des opérateurs mobiles

Euros HT, minutes, ou unités par mois	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Facture mensuelle moyenne par client (€HT) (1)	25,7	25,1	26,0	27,5	28,7	29,0	1,0%
Volume mensuel moyen par client (2)	117,7	111,3	114,5	131,7	143,4	146,9	2,4%
Nombre mensuel moyen de SMS émis par client (3)	4,9	8,8	12,2	17,0	20,0	22,9	14,6%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

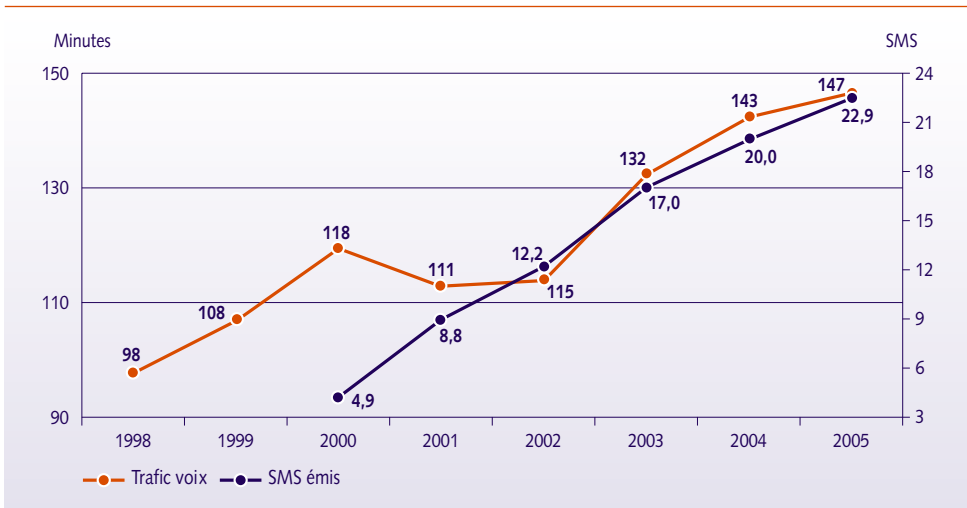
Notes : Parc moyen de clients de l'année N : $[(\text{parc total de clients à la fin de l'année N} + \text{parc total de clients à la fin de l'année N-1}) / 2]$

- (1) Cet indicateur est calculé en divisant le revenu de la téléphonie mobile de l'année N par une estimation du parc moyen de clients de l'année N rapporté au mois. Cet indicateur, qui n'intègre pas les revenus de l'interconnexion, ni ceux des services avancés, est distinct de l'indicateur traditionnel de revenu moyen par client (ARPU).
- (2) Cet indicateur est calculé en divisant le volume de trafic de l'année N par une estimation du parc moyen de clients de l'année N rapporté au mois.
- (3) Cet indicateur est calculé en divisant le nombre de SMS de l'année N par une estimation du parc moyen de clients de l'année N rapporté au mois.

Jusqu'en 2001, la facture moyenne par client avait diminué, résultant de la politique de conquête de nouveaux clients privilégiée par les opérateurs durant ces années. En conséquence, le parc de clients progressait plus vite que les revenus. Le changement de politique privilégiant la consommation a fait mécaniquement augmenter le trafic moyen par abonné.

En 2005, la croissance du revenu moyen par client s'est ralentie alors que le volume de trafic moyen par client, qui n'avait cessé d'augmenter jusqu'en 2004, a connu une plus faible croissance en 2005.

Indicateurs mensuels moyens de volume par client des opérateurs mobiles



Source ARCEP,

Le calcul des ratio de factures moyennes et de trafic moyen mensuel met en évidence des différences de consommation entre les deux types de clients : les titulaires de cartes prépayées téléphonent en moyenne 30 minutes par mois pour 11 euros HT/mois tandis que les titulaires de forfaits ont appelé un peu plus de 2h30 par mois et pour une dépense moyenne de 40 euros HT/mois.

Facture moyenne mensuelle par client des opérateurs mobiles



Source ARCEP.

Consommations moyennes mensuelles par client selon le type d'abonnement

Forfaits	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Revenu mensuel moyen par client (€HT)	39,2	40,1	39,7	39,7	40,3	39,7	-1,4%
Volume mensuel moyen par client (minutes)	183,7	190,7	192,3	207,7	218,0	214,3	-1,7%
Cartes	2000	2001	2002	2003	2004	2005 ^e	Évol.
Revenu mensuel moyen par client (€HT)	7,2	8,6	10,1	11,0	11,1	11,0	-0,4%
Volume mensuel moyen par client (minutes)	28,2	24,2	24,6	29,6	30,1	34,2	13,9%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

D. Les autres services

1. Les services avancés

Revenus des services avancés

Millions d'euros	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Ensemble des revenus de services avancés	1 842	1 810	1 856	1 900	2 070	2 131	2,9%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

Volumes des services avancés

Millions de minutes	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Ensemble des volumes de services avancés*	9 805	9 859	10 063	10 031	9 761	9 401	-3,7%
dont opérateurs fixes	9 144	8 776	8 900	8 979	8 537	7 953	-6,8%
dont opérateurs mobiles	661	1 083	1 163	1 052	1 224	1 448	18,3%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

Le périmètre des services avancés n'est pas identique en volume et en valeur : en volume, seuls les services vocaux sont comptabilisés alors qu'en termes de revenus, le champ couvre également les revenus des services de données. Les revenus issus des services tels que les SMS+ et les MMS+ ont représenté en 2005, 28% des revenus des services avancés facturés par les opérateurs mobiles.

2. Les services de renseignements, d'annuaires et revenus de la publicité

Revenus associés au service téléphonique: renseignements, annuaires et publicité

Millions d'euros	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Renseignements, annuaires et publicité	319	342	344	358	364	375	2,9%
dont opérateurs fixes	276,74	286	279	287	201	202	0,5%
dont opérateurs mobiles	43	55	64	71	163	173	5,8%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

En 2005, le nombre d'appels vers un service de renseignement a dépassé les 225 millions. Les appels depuis un mobile ont été les plus nombreux représentant un peu plus de 60% du total. Les revenus des opérateurs fixes en 2004 intégraient également des revenus liés à la vente d'annuaires, à la publicité et à la cession de fichiers pour un montant de l'ordre de 70 millions d'euros.

3. La vente et la location de terminaux et d'équipements

Revenus des ventes et location d'équipement et de terminaux

Millions d'euros	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Revenus des équipements et des terminaux	1 760	2 049	1 753	2 014	2 380	2 241	-5,8%
dont opérateurs fixes (y compris Internet)	673	809	633	624	813	718	-11,7%
dont opérateurs mobiles	1 087	1 240	1 120	1 389	1 567	1 523	-2,8%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

4. Hébergement et gestion des centres d'appels

Revenus de l'hébergement et de la gestion des centres d'appel

Millions d'euros	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Revenus d'hébergement et de gestion de centres d'appels	20	43	34	40	25	17	-31,8%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

E. Les liaisons louées

Parc de liaisons louées

Unités	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Parc de liaisons analogiques et numériques	357 916	366 529	359 003	317 548	455 860	452 188	-0,8%

Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

Note : Les revenus des liaisons louées peuvent comporter des doubles comptes dans la mesure où y sont comptabilisées les ventes d'opérateurs à opérateurs. Ces ventes peuvent représenter jusqu'à 35% du total des revenus des liaisons louées.

F. Le transport de données

Revenus du transport de données

Millions d'euros	2000	2001	2002	2003	2004	2005*	Évol.
Revenus du transport de données	1 551	1 853	2 191	2 284	2 104	2 077	-1,3%

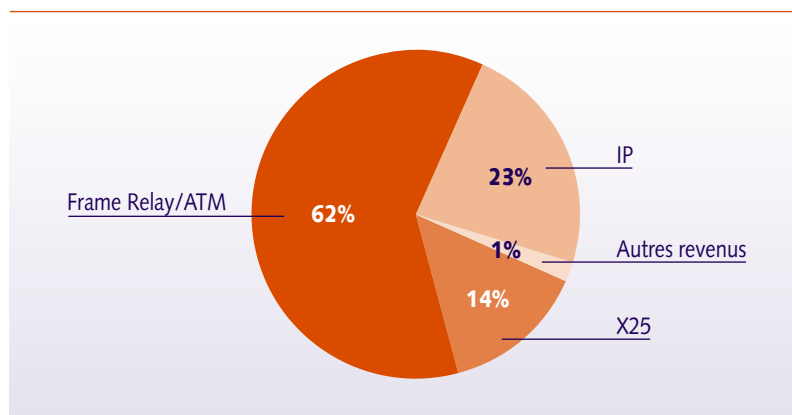
Source ARCEP, Observatoire des marchés - Enquêtes annuelles de 1998 à 2004, enquête trimestrielle pour 2005.

* = résultat provisoire 2005.

Le transport de données correspond aux services sur réseaux X25, Frame Relay, MAN, IP, etc. Ces services de capacité de transport facturés au volume se distinguent des offres de liaisons louées plus généralement choisies pour relier deux établissements d'une entreprise avec des volumes de trafic qui peuvent être importants.

Note : plus de la moitié des revenus Frame relay et une partie significative des services ATM déclarés par les opérateurs concernent en fait des services du type RPV IP vu du côté client, reposant sur des mélanges de technologies de transport (liaisons louées, frame relay, DSL, ATM, Ethernet).

Répartition du chiffre d'affaires du transport de données en 2003



Source: INSEE, enquête de branche dans les télécommunications

Consommation et usages en France

- A. L'équipement des ménages
- B. L'équipement des personnes

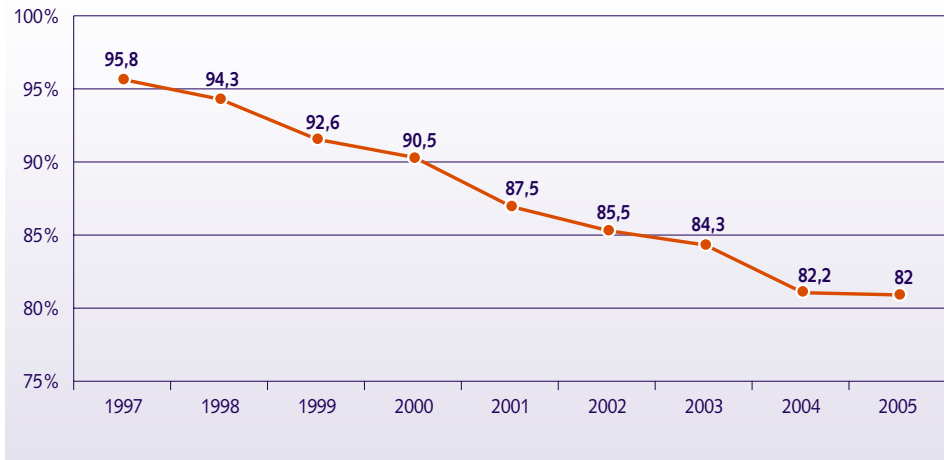
A. L'équipement des ménages

1. En téléphone fixe

Selon l'étude "La référence des Equipements multimédia", réalisée par Médiamétrie et GfK, le taux d'équipement des ménages en téléphone fixe a diminué fortement au cours de la dernière décennie, passant de 97% en 1997 à 82% en 2005.

Le fort développement de l'usage des téléphones mobiles explique cette diminution : à la fin de 2005, un tiers seulement des ménages les plus jeunes (dont la personne de référence est âgée de 18 à 24 ans) ont un téléphone fixe à leur domicile, et les deux tiers seulement des 25-34 ans. Ce sont les ménages les plus modestes qui sont le plus tentés de substituer un téléphone mobile à leur téléphone fixe : 70% des ménages appartenant à la catégorie des ouvriers ou des employés sont équipés en téléphone fixe, contre 90% des ménages de cadres.

Taux d'équipement des foyers en téléphone fixe



Source : "La référence des Equipements Multimédia" 2005 – Médiamétrie / GfK

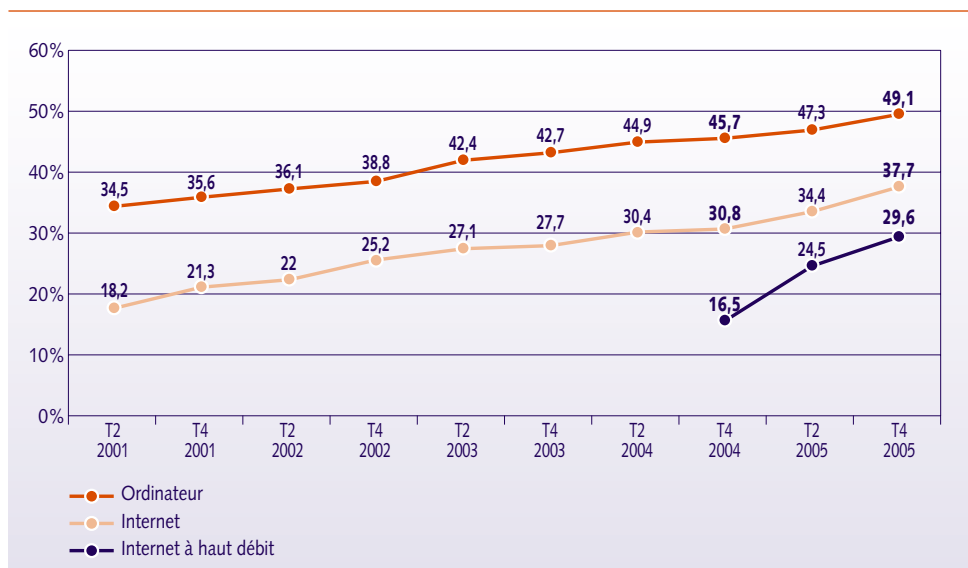
2. En ordinateur

D'après cette étude, près de la moitié des foyers français sont équipés d'un ordinateur à la fin de 2005, soit une progression de 3,5 points en un an.

L'équipement des cadres approche 90%. Pour cette catégorie de ménages, c'est surtout le renouvellement et le multi-équipement qui constitue le principal marché des constructeurs : 40% des ménages de cadres et 21% des ménages appartenant aux professions intermédiaires disposent à la fin de 2005 de plusieurs micro-ordinateurs à leur domicile.

L'ordinateur progresse surtout dans les catégories de ménages qui étaient les moins équipées jusqu'à maintenant : les agriculteurs, les artisans et commerçants, les ouvriers. La présence d'enfants dans les ménages demeure une forte incitation : l'équipement des ménages de trois personnes et plus, déjà le plus élevé, progresse à nouveau davantage en 2005 que celui des ménages moins nombreux. De plus, 28 % des ménages de quatre personnes ou plus disposent de plusieurs ordinateurs. L'équipement des ménages les plus âgés, traditionnellement très bas, ne progresse pas et demeure autour de 13 % pour les 65 ans et plus.

Taux d'équipement des foyers



Source : "La référence des Equipements Multimédia" 2005 – Médiamétrie / GfK

3. Internet

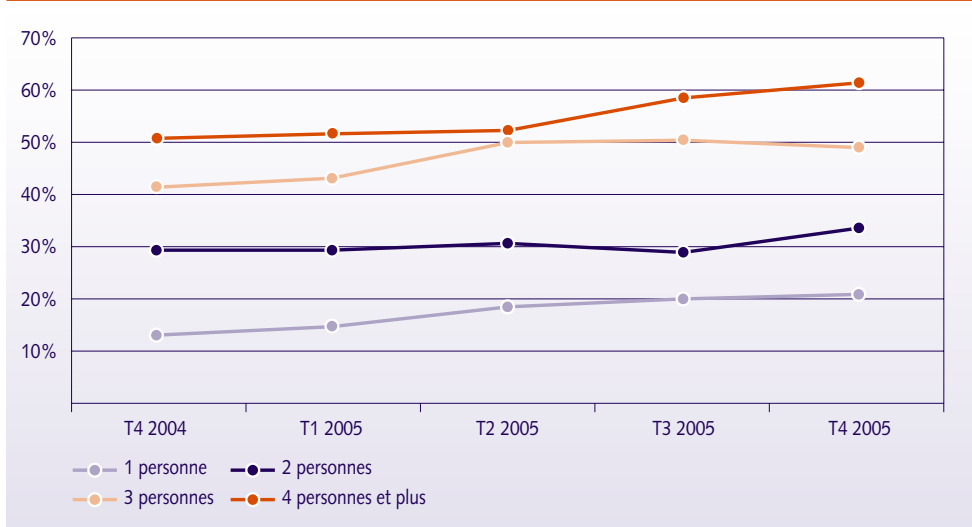
37,7 % des foyers disposent d'Internet à leur domicile à la fin de 2005, soit 7 points de plus qu'à la fin de 2004. Cette année encore, en termes d'âge, ce sont les catégories de ménages déjà les plus équipées qui progressent à nouveau le plus : 52 % des ménages dont la personne de référence est âgée de 25 à 34 ans ont un accès à Internet à leur domicile : c'est 13 points de plus qu'un an plus tôt. L'équipement des ménages de cadres atteint 80 % ; il a gagné 11 points en 2005. L'accès à Internet au domicile concerne désormais une proportion très significative de ménages, quelle que soit la catégorie sociale : 44 % des ménages d'agriculteurs, 42 % des ménages d'employés, 36 % des ménages d'ouvriers.

En 2005, la croissance de l'équipement en connexion Internet est surtout sensible pour les familles, dont l'équipement était déjà le plus élevé à la fin de 2004 : il progresse de plus de 10 points en 2005, pour atteindre 62 %.

La taille du ménage demeure un critère très important d'équipement en micro-ordinateur, et, partant, en accès à Internet : plus le ménage compte de personnes, plus le taux d'équipement est important¹.

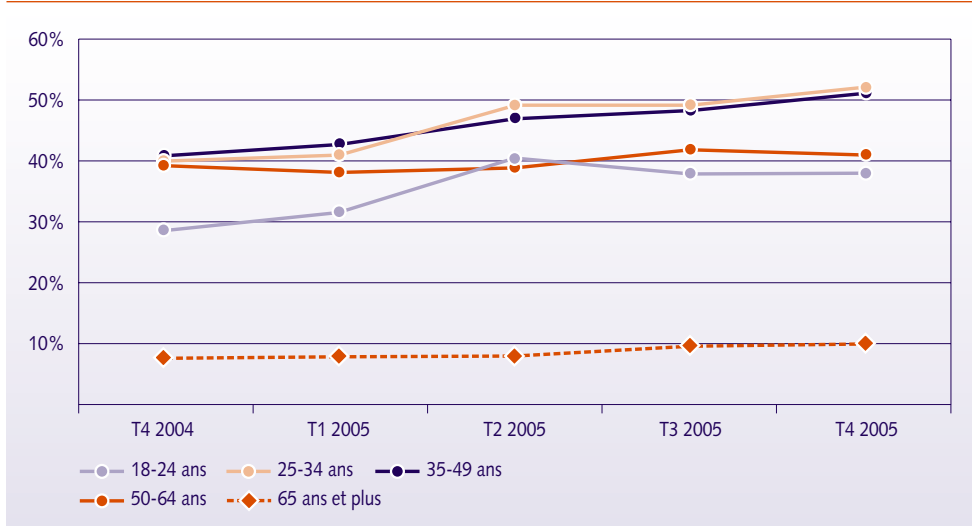
Il est probable que ceci ne se vérifie plus au delà d'une certaine taille. Pour des ménages très nombreux, la contrainte financière peut jouer défavorablement sur le taux d'équipement.

Taux d'équipement en Internet selon la taille du foyer



Source : "La référence des Equipements Multimédia" 2005 – Médiamétrie / GfK

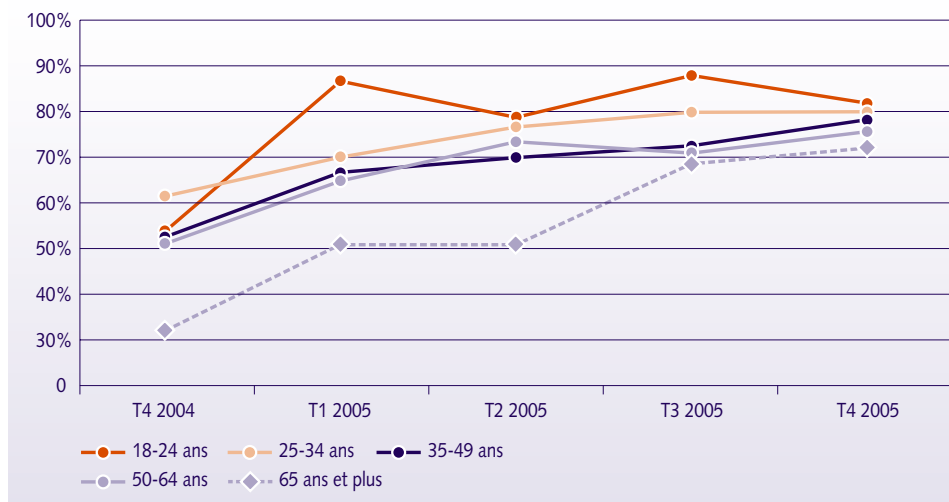
Taux d'équipement en Internet selon l'âge de la personne de référence du foyer



Source : "La référence des Equipements Multimédia" 2005 – Médiamétrie / GfK

Près de 30% des ménages disposent d'un accès à Internet à haut débit à la fin de 2005, soit une croissance de 13 points par rapport à l'année précédente. Environ 80% des foyers connectés à Internet sont désormais connectés à haut débit, pour 54% seulement un an auparavant. L'année 2005 est surtout marquée par une forte diffusion des équipements en haut débit. Par ailleurs, à la fin de 2004, un tiers seulement des ménages de 65 ans et plus équipés d'Internet disposaient d'un accès à haut débit, pour 55% des ménages les plus jeunes. A la fin de 2005, cet écart est beaucoup moins significatif : 74% pour les ménages les plus âgés, 81% pour les plus jeunes. Cette réduction des disparités en termes de haut débit est favorisée par la diffusion des offres sur le territoire.

Taux d'accès au haut débit parmi les ménages équipés en Internet selon l'âge de la personne de référence



Source : "La référence des Équipements Multimédia" 2005 – Médiamétrie / GfK

Les données présentées sont issues d'enquêtes par sondage réalisées par les sociétés Médiamétrie et GfK d'une part et par le Credoc d'autre part.

Réalisée par Médiamétrie et GfK, « La Référence des Équipements Multimédia » est une enquête menée durant l'année 2005 auprès d'un échantillon représentatif de 22 000 personnes âgées de 15 ans et plus, interrogées en face à face sur les équipements présents dans le foyer.

L'enquête réalisée par le CREDOC pour le compte de l'ARCEP et du CGTI décrit les équipements et les usages des individus. Cette enquête a été réalisée en face à face en juin 2005 et auprès de 2200 personnes âgées de 12 ans et plus.

Dans le premier cas, les taux d'équipement s'entendent comme la proportion de foyers équipés. Dans le second cas, il s'agit de la proportion des individus disposant d'un équipement dans leur foyer.

Par exemple, Médiamétrie estime que 34% des 25 millions de ménages disposent d'une connexion à Internet en juin 2005, alors que, à la même date, d'après l'enquête du Credoc, 40% de la population de 12 ans et plus (soit environ 50 millions de personnes) dispose d'une connexion à Internet au domicile. Ces deux taux n'ont pas de raison d'être identiques, sauf si l'équipement du ménage est indépendant de sa taille, ce qui n'est pas le cas (les ménages nombreux sont plus équipés).

B. L'équipement des personnes

1. Téléphone fixe et téléphone mobile

Le téléphone portable ne constitue pas un équipement du logement, et donc du ménage, mais un équipement personnel. Même si, au cours des premières années, le téléphone mobile a pu être utilisé par plusieurs personnes d'un même ménage, aujourd'hui, sa diffusion massive en fait essentiellement un bien personnel.

Selon le Credoc, le téléphone mobile s'est diffusé très rapidement : huit ans seulement après l'attribution des premières licences GSM (en 1992), le taux d'équipement atteignait 47% ; cinq ans plus tard, il a encore progressé. En juin 2005, 70% des Français sont équipés.

Taux d'équipement des adultes en téléphonie fixe et mobile

Champ : personnes de 18 ans et plus



Source : CREDOC, Enquêtes "Conditions de vie et Aspirations des Français".

Dans le même temps, la proportion de personnes disposant d'un téléphone fixe à leur domicile ne cesse de baisser : de 90% en juin 2000 elle n'est plus que de 82% en juin 2005. La quasi-totalité des personnes qui choisissent de résilier leur abonnement au téléphone fixe à leur domicile le remplacent par un téléphone mobile. Ainsi, le nombre de personnes équipées d'un téléphone mobile seulement a augmenté d'un tiers en l'espace de deux ans passant de 12% de la population en 2003 à 16% en 2005.

Taux d'équipement des adultes en téléphonie fixe et mobile

Champ : personnes de 12 ans et plus

Millions d'euros	2003	2004	2005
Est équipé d'un téléphone fixe et d'un téléphone mobile	50	53	54
Est équipé d'un téléphone fixe seulement	36	31	28
Est équipé d'un téléphone mobile seulement	12	14	16
Ne dispose d'aucun téléphone (ni fixe, ni mobile)	2	1	2
Total	100	100	100

Source : CREDOC, Enquêtes "Conditions de vie et Aspirations des Français".

2. Nouveaux usages

Depuis 2004, et surtout au cours de l'année 2005, les possibilités de téléphoner en utilisant une connexion à Internet se sont diffusées de façon sensible. Deux types de services existent :

- la "voix sur large bande" (via un accès ADSL le plus souvent) désigne le service de téléphonie fixe utilisant la technologie de la voix sur IP sur un réseau d'accès à Internet et dont la qualité de service est maîtrisée par l'opérateur (Freebox, 9Box, LiveBox, etc) ;
- la "voix sur Internet" désigne les services de communications vocales utilisant le réseau public Internet et dont la qualité du service n'est pas maîtrisée par un opérateur. En pratique, l'utilisateur télécharge sur son micro-ordinateur un logiciel approprié (Skype ou Net Meeting par exemple), et branche un micro et des hauts parleurs sur l'ordinateur.

Les nouveaux services de téléphonie fixe et la part prise par la téléphonie mobile ont dessiné une nouvelle configuration des usages.

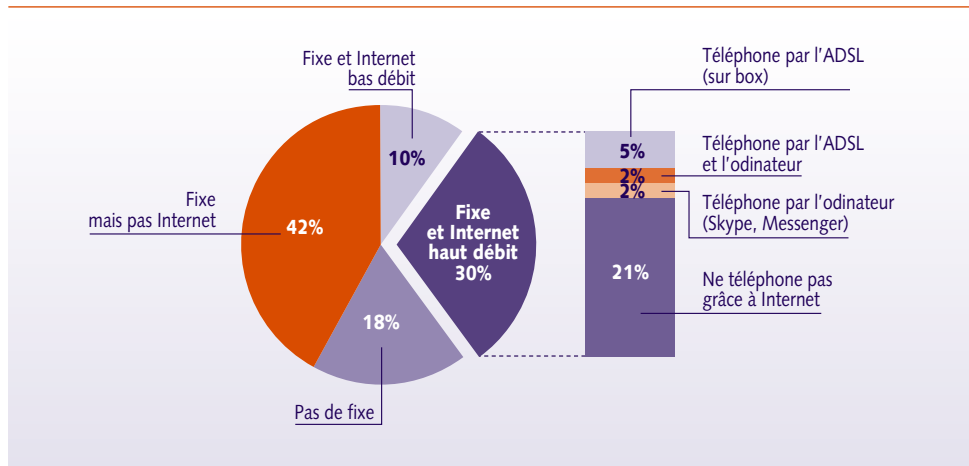
52% des personnes abonnés au téléphone fixe ne peuvent pas utiliser les nouveaux services de téléphonie : 42% n'ont pas d'abonnement à Internet, et 10% ne disposent que d'un abonnement bas débit. Parmi les 30% des personnes de 12 ans et plus qui ont à la fois un téléphone fixe et un abonnement à Internet à haut débit, 7% téléphonent par Internet via l'ADSL et 4% téléphonent en "voix sur Internet".

Par ailleurs 52% des usagers de systèmes tels que Skype ou Net Meeting téléphonent également via leur FreeBox ou LiveBox. Ceci peut s'expliquer par des raisons liées à la facturation de ces services : en 2005, la majorité

des abonnements au téléphone via l'ADSL est gratuit pour les appels nationaux vers les postes fixes seulement, alors que le téléphone par Internet permet aussi de téléphoner gratuitement à l'étranger.

Equipement en téléphone fixe et internet

champ : personnes de 12 ans et plus



Source : CREDOC, Enquêtes "Conditions de vie et Aspirations des Français".

Comparaisons tarifaires avec les autres pays

4

- A. Le prix d'un panier en téléphonie fixe
- B. L'abonnement
- C. Le prix des communications en Europe

A. Le prix d'un panier en téléphonie fixe

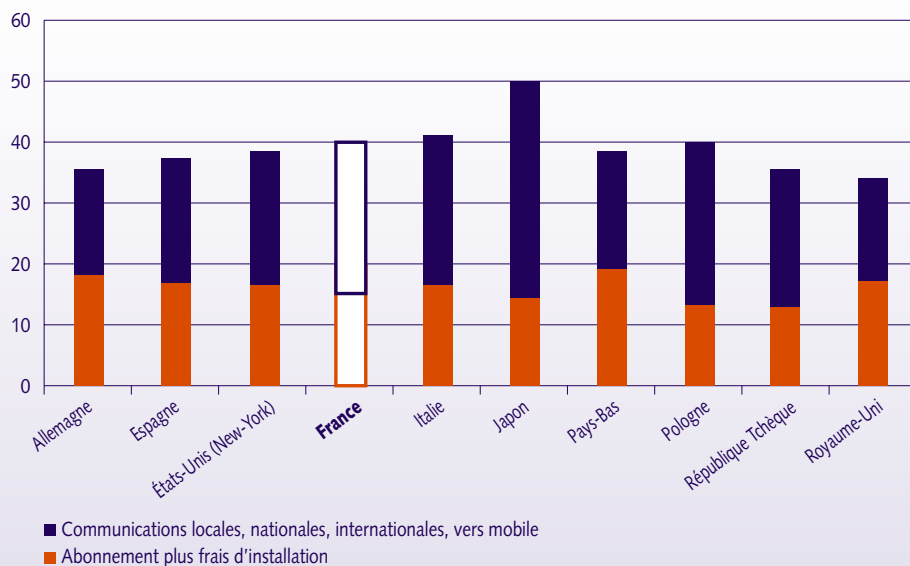
Pour comparer les prix dans les différents pays d'Europe, la Commission, dans son 11^{ème} rapport, s'est basée sur des indices composites de l'OCDE qui incluent des appels nationaux vers des téléphones fixes, des appels internationaux et des appels vers les mobiles. Les clients, résidentiels et professionnels, sont supposés être abonnés à l'opérateur historique (tarifs standard, hors options). Chaque indice, défini sur une base annuelle, prend en compte l'abonnement pour un an et les frais d'installation d'une ligne, amortis sur cinq ans.

L'indice résidentiel est basé sur 1 200 appels nationaux vers une ligne fixe, 120 appels vers un mobile d'une durée moyenne de 2 minutes et 72 appels internationaux. Les appels nationaux sont calculés comme la moyenne des appels vers 14 destinations (de 3 à 490 km), à raison de quatre appels pendant la semaine et deux le week-end d'une durée comprise entre 2,5 et 7 minutes. 36% des appels sont passés en heures de pointe, 64% vers des correspondants situés à moins de 10 km et 9% pour des appels distants de plus de 100 km.

L'indice professionnel est basé sur 3 600 appels nationaux, 360 appels vers un mobile d'une moyenne de 2 minutes et 216 appels internationaux. Les appels nationaux sont calculés comme la moyenne des appels vers 14 destinations (de 3 à 490 km), à raison de quatre appels pendant la semaine et deux le week-end d'une durée moyenne de 3,5 minutes. 86% des appels sont passés en heures de pointe, 64% vers des correspondants situés à moins de 10 km et 12,5% pour des appels distants de plus de 100 km.

Le prix du panier pour un client résidentiel (en €/mois TTC)

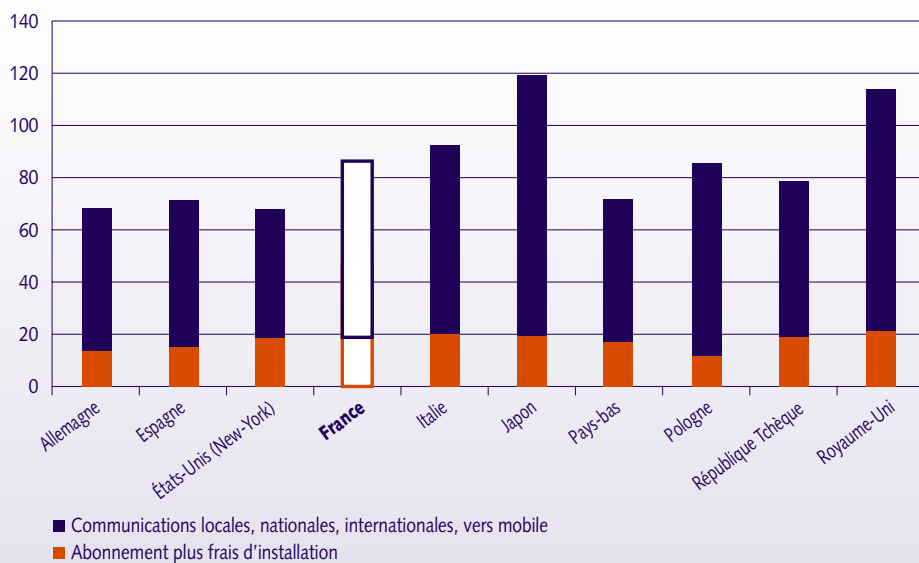
En €/mois TTC



Source : 11^{ème} rapport de la Commission

Le prix du panier pour un clients professionnels (en €/mois HT)

En €/mois HT



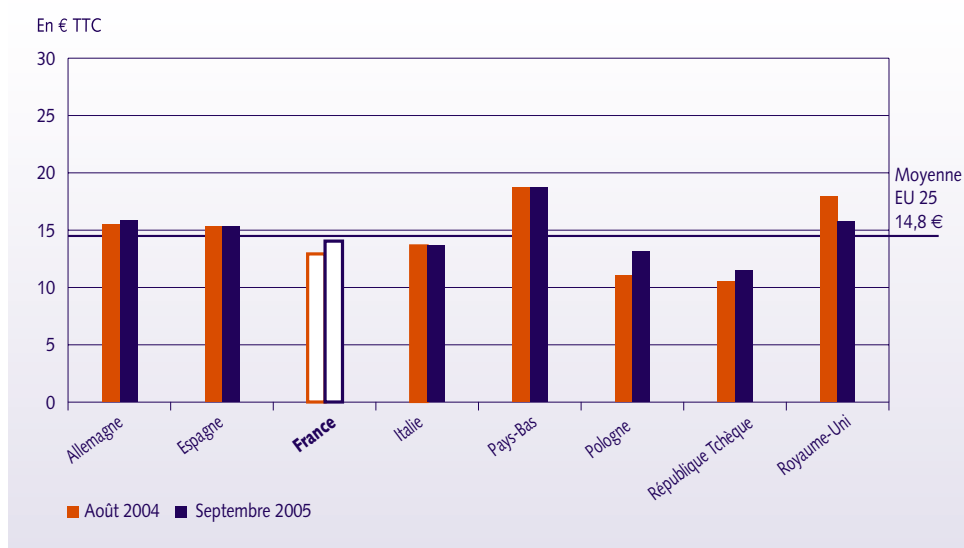
Source : 11^{ème} rapport de la Commission

B. L'abonnement

1. L'abonnement résidentiel

Le prix de l'abonnement mensuel résidentiel en France est légèrement inférieur à la moyenne européenne de 14,8 €/mois TTC en septembre 2005. L'Allemagne, le Royaume-Uni et les Pays-Bas pratiquent des tarifs supérieurs.

Abonnement mensuel résidentiel

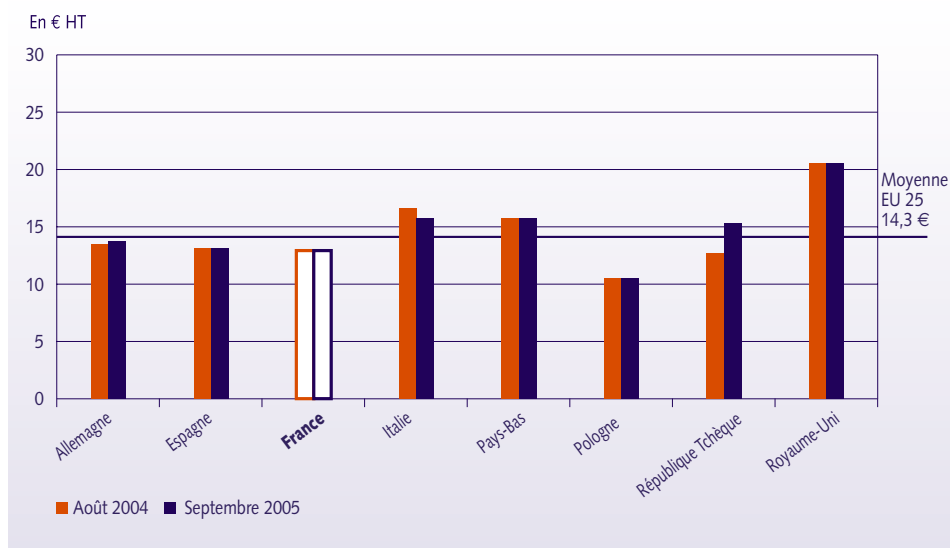


Source : 11^{ème} rapport de la Commission

2. L'abonnement professionnel

A 13,1€/mois HT, le prix de l'abonnement professionnel français est inférieur au prix moyen européen (14,3 €/mois HT). Le Royaume-Uni et l'Irlande ont les tarifs les plus élevés (respectivement 20,3 €/mois HT et 20 €/mois HT).

Abonnement mensuel professionnel



Source : 11^{ème} rapport de la Commission

Le prix des communications en Europe

Dans son 11^{ème} rapport, la Commission européenne donne, à titre indicatif, des informations sur le prix des communications, permettant une classification par pays selon les tarifs pratiqués par les opérateurs historiques respectifs. La multiplication des offres d'abondance et les offres de voix sur IP tendent à limiter, au fur et à mesure de leur développement, la pertinence de ces indicateurs.

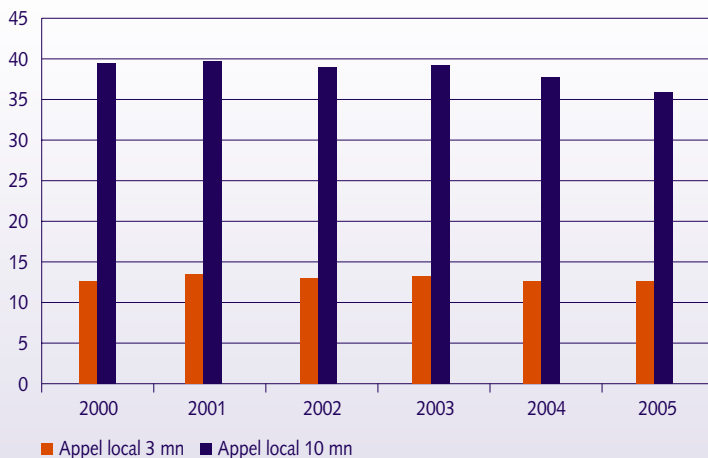
Appels locaux

Le prix d'un appel local de 3 mn (tarif de base de l'opérateur historique en heure de pointe) a diminué en France en septembre 2005 par rapport à 2004 pour s'établir à 13,4 centimes d'€/mois TTC mais reste plus élevé que la moyenne européenne de 12,4 centimes d'€/mois TTC². Les prix les plus élevés sont constatés en Belgique (20,8 centimes d'€/mois TTC). Pour un appel d'une durée de 10 mn, les prix français sont passés sous la barre de la moyenne européenne alors qu'ils étaient supérieurs en 2004 (33 centimes d'€ HT contre 39,2 centimes d'€ HT un an plus tôt). La Suède, la Belgique et la République tchèque pratiquent les prix les plus élevés d'Europe.

¹ La moyenne européenne est calculée à partir de la moyenne de chacun des 25 pays membres, pondérée par la population de chaque pays.

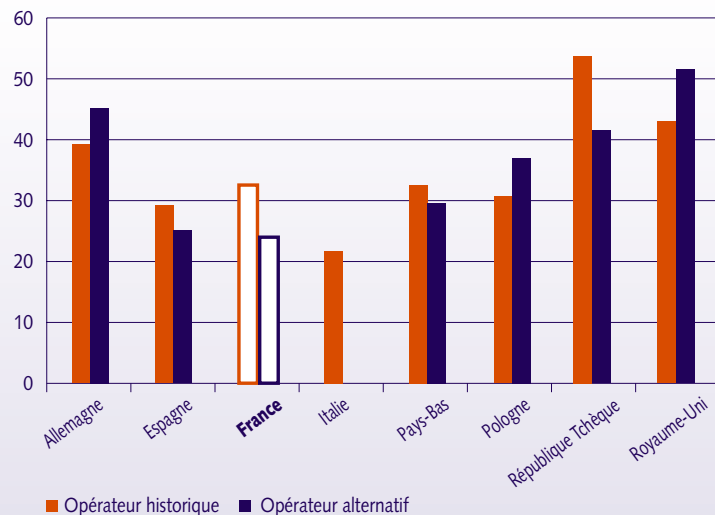
Evolution du prix moyen pondéré des appels locaux en Europe des 25

Centimes d'€/mn TTC

Source : 11^{ème} rapport de la Commission

Prix d'un appel local de 10 mn de l'opérateur historique et de son plus important concurrent

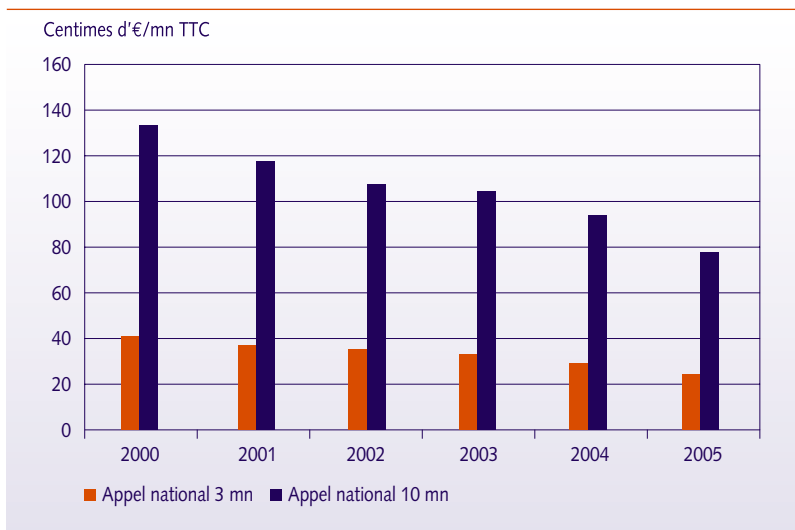
Centimes d'€/mn TTC

Source : 11^{ème} rapport de la Commission

2. Appels nationaux

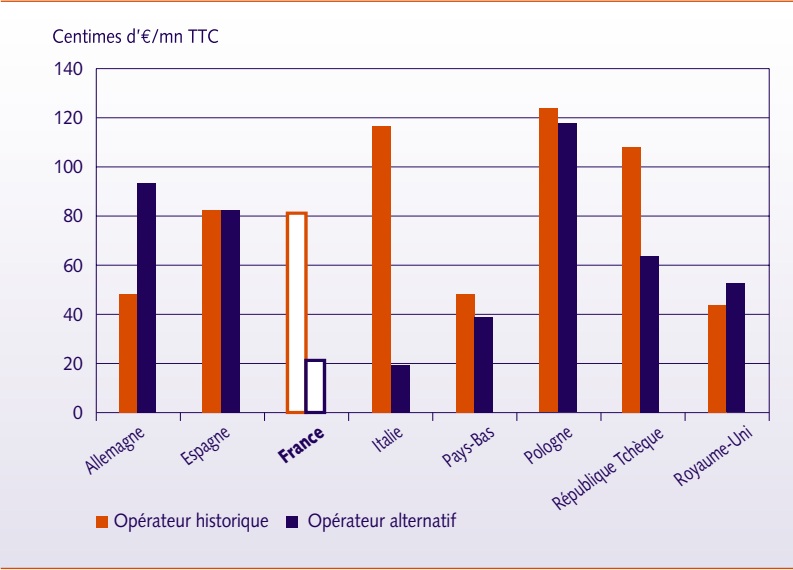
Le prix d'un appel national de 3 mn en septembre 2005 (tarif de base de l'opérateur historique en heure de pointe) n'a pas varié par rapport à l'année précédente au Royaume-Uni, aux Pays-Bas ou en Italie (où il reste le plus élevé d'Europe à 39,9 centimes d'€/mn TTC) mais a légèrement baissé en France à 28,8 centimes d'€/mn TTC. En Allemagne, le prix a été plus que divisé par 2 à 14,7 centimes d'€/mn TTC, revenant largement sous la moyenne européenne (25,4 centimes d'€/mn TTC). Pour un appel national de 10 mn, la Pologne, l'Italie pratiquent les prix les plus élevés, la France et l'Espagne se situant au-dessus de la moyenne européenne.

Evolution du prix moyen pondéré des appels nationaux en Europe des 25



Source : 11^{ème} rapport de la Commission

Prix d'un appel national de 10 mn de l'opérateur historique et de son plus important concurrent



(Source : 11^{ème} rapport de la Commission)

3. Appels mobiles

La Commission a comparé les prix des forfaits proposés par les deux plus importants opérateurs mobiles dans chaque pays d'Europe et a utilisé les paniers de l'OCDE pour classer les différentes offres. Orange France qui pratiquait les prix les élevés pour les petits consommateurs en 2004, est revenu à la deuxième place derrière T-Mobile UK en 2005. Dans cette catégorie, le Luxembourg et la Finlande ont les formules les plus avantageuses parmi les pays de l'Europe des 15. Pour un usage moyen, KPN aux Pays-Bas et Vodafone en Allemagne sont les moins avantageux. Le Luxembourg (Tango), la Finlande (Sonera) et le Danemark (Sonofon) sont les plus accessibles (entre 16,5 et 16,9 €/mois TTC). Vodafone au Portugal, T-Mobile en Allemagne et TIM en Italie présentent les offres les moins attrayantes pour les gros utilisateurs.

	Prix les plus hauts	Prix les plus bas	Fourchette France
Usage faible (25 appels sortants/mois + 30 SMS)	37,5 €/mois TTC (Royaume-Uni)	5,5 €/mois TTC (Lithuanie)	36-18 €/mois TTC (2 ^{ème} et 20 ^{ème} place sur 49 opérateurs)
Usage moyen (75 appels sortants/mois + 35 SMS)	58,1 €/mois TTC (Pays-Bas)	12,7 €/mois TTC (Chypre)	40,6-35,6 €/mois TTC (16 ^{ème} et 20 ^{ème} place sur 49 opérateurs)
Usage intensif (150 appels sortants/mois + 42 SMS)	103,9 €/mois TTC (Portugal)	20 €/mois TTC (Chypre)	71,8-68,6 €/mois TTC (13 ^{ème} et 26 ^{ème} place sur 49 opérateurs)

Source : 11^{ème} rapport de la Commission

