

Rapport public d'activité
2007

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

“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.”

Editorial

Maintenir la France en tête du train des TIC

L'année 2007 a été une étape importante de la régulation des télécommunications. Sans pour autant marquer un tournant, elle clôt un cycle. Dix ans après la libéralisation du marché des télécommunications, il n'est pas exagéré de dire qu'elle a été un succès auquel a contribué l'ensemble des acteurs du secteur.

Elle a en effet permis la mise en place du dégroupage (offert aujourd'hui à près de 70 % de la population), le développement des usages des nouvelles technologies chez les Français (le pays figure au deuxième rang mondial en termes d'usage de la VoIP), une baisse des prix d'environ 30 % sur dix ans (correspondant à un gain pour le consommateur estimé à 10 milliards d'€), et l'implication des collectivités dans l'aménagement numérique des territoires.

Mais, il ne s'agit pas de s'arrêter à ce bilan. La régulation doit s'adapter, en particulier dans un secteur aussi dynamique que celui des télécommunications. Ouvrir un marché monopolistique à la concurrence n'était qu'une première étape, relativement aisée au vu des nouveaux défis qui attendent le régulateur.

Le déploiement de la fibre optique jusqu'à l'abonné (FTTH) et le développement du haut et du très haut débit via les technologies sans fil s'annoncent comme les enjeux majeurs de demain. Il s'agit de vecteurs indéniables de performance (très haut débit) et d'innovation (essor de nouveaux usages), structurants et déterminants pour permettre à la France de se maintenir dans le peloton de tête mondial des TIC. Leur mise en œuvre doit répondre à un double défi : couvrir l'ensemble de la population et établir les conditions d'une concurrence pérenne.

S'agissant de la fibre optique, la construction d'une nouvelle boucle locale doit être encouragée tout en veillant à ne créer aucune situation de monopole. La mutualisation des déploiements sur la partie terminale des réseaux, encadrée par des dispositions réglementaires, est nécessaire pour assurer un déploiement concurrentiel du FTTH sur l'ensemble du territoire.

Concernant le développement des services de communications sans fil, le décollage des services de données en téléphonie mobile (services multimédias, Internet), portés notamment par l'essor de la 3G, appelle une attention particulière : l'accès aux fréquences basses sera crucial pour offrir le très haut débit mobile à tous. Réserver une partie des fréquences du "dividende numérique", comme l'a préconisé la Conférence mondiale des radiocommunications fin 2007, est donc impératif.

Ces défis, le régulateur doit les relever dans un environnement de plus en plus mouvant. Les intérêts des acteurs sont désormais différents alors qu'auparavant

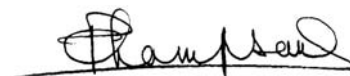
tous les nouveaux entrants unissaient leurs efforts contre le monopole. Parallèlement, les phénomènes de concentration des acteurs (en général, ceux qui ont fait le choix d'investir dans les réseaux, plutôt que celui d'utiliser les réseaux des autres) et les évolutions technologiques, très rapides, remodelent constamment le secteur. A l'exemple de la convergence fixe-mobile qui efface la frontière entre les réseaux fixes et les réseaux mobiles.

Dans ce nouveau contexte, le maintien d'une concurrence pérenne suppose que l'Autorité trouve un juste équilibre entre l'incitation à investir et la prévention des pratiques anticoncurrentielles. Il ne s'agit plus, par exemple, d'imposer systématiquement des obligations à un ou plusieurs opérateurs puissants sur un marché. Même si la régulation concurrentielle *ex ante* restera encore nécessaire sur certains marchés de gros pour garantir le maintien d'une concurrence efficiente, il apparaîtra parfois plus judicieux de fixer des obligations générales qui s'appliquent à tous les opérateurs pour fluidifier le marché, à l'instar du mécanisme de portabilité des numéros.

Ces mutations ne doivent pas faire oublier les dimensions sociales et sociétales. Le régulateur et les pouvoirs publics doivent ainsi veiller à ce que l'ensemble des consommateurs bénéficie du jeu concurrentiel, quelle que soit leur situation sociale ou géographique. L'accès au service téléphonique pour tous ou l'existence de tarifs sociaux demeurent des objectifs importants. De même, le régulateur s'assure que les opérateurs proposent des services de bonne qualité (service universel téléphonique, services mobiles, services de renseignements, haut débit, service universel postal) et incite au déploiement des réseaux, qu'ils soient fixes ou mobiles, sur l'ensemble du territoire.

Par ailleurs, l'Autorité va également être amenée à concentrer ses efforts dans un tout autre domaine : la préparation de l'ouverture totale des marchés postaux à la concurrence, fixée au 1^{er} janvier 2011, dans le cadre de la mission de régulation du secteur postal que lui a confiée la loi en 2005.

Alors que l'Union européenne s'apprête à modifier pour la troisième fois son cadre réglementaire en matière de télécommunications et a fixé la date de la libéralisation complète du secteur postal, l'Autorité regarde vers l'avenir et persévère dans son effort pour contribuer, même modestement, à l'intérêt commun.



Paul Champsaur
Président

L'année 2007 en bref

25

CHAPITRE 1

Les principaux dossiers de l'année 2007 29

- | | | |
|-----------|---|----|
| A. | La révision du cadre réglementaire européen des communications électroniques | 29 |
| B. | Le dividende numérique | 30 |
| | 1. Un nouveau cadre législatif | 31 |
| | 2. Des besoins bien identifiés | 31 |
| | 3. Des études techniques encourageantes | 32 |
| | 4. Une avancée majeure lors de la CMR 2007 | 32 |
| | 5. Les actions à entreprendre en 2008 | 33 |
| C. | La quatrième licence 3G | 34 |
| D. | Le très haut débit (la fibre) | 35 |
| E. | L'accès aux boîtes aux lettres dans les immeubles | 36 |
| F. | La mise en perspective des conventions câbles | 38 |

CHAPITRE 2

Les principaux indicateurs économiques de marché en 2007 41


- | | | |
|-----------|---|----|
| A. | Les marchés des télécommunications | 41 |
| B. | Le marché de la correspondance | 42 |

Partie 2

43

Présentation de l'Autorité

	CHAPITRE 1	
	L'organisation de l'ARCEP	47
A.	Le Collège	47
B.	L'organigramme	48
	CHAPITRE 2	
	Le fonctionnement de l'Autorité	49
A.	Les indicateurs de l'activité de l'ARCEP	49
	1. Les avis et décisions	49
	1.1 Les avis	49
	1.2 Les décisions	49
	2. Les opérateurs autorisés	50
	2.1 Les opérateurs de communications électroniques	50
	2.2 Les opérateurs postaux	51
	3. Les contentieux	52
B.	Les moyens de l'ARCEP	52
	1. Les moyens budgétaires	52
	2. Le système d'information	53
	3. La documentation	53
	4. Les ressources humaines	54
	5. Les enquêtes et les études commanditées par l'ARCEP	55



C.	La transparence et la concertation avec les acteurs	57
	1. La charte de déontologie	57
	2. Les actions d'information menées par l'Autorité en direction des différents publics concernés	58
	2.1 <i>Arcep.fr</i> , le site Internet de l'Autorité	58
	2.2 <i>Appel118.fr</i> , le site pour les renseignements téléphoniques	59
	2.3 La Lettre de l'Autorité	59
	2.4 Les Entretiens de l'Autorité	60
	2.5 Le dialogue avec les collectivités : le CRIP	60
	2.6 Le comité des consommateurs	61
	3. La concertation avec les acteurs du secteur	61
	3.1 Les consultations publiques	61
	3.2 Réunions et comités	63
	4. Les relations avec le Parlement, les juges, les pouvoirs publics et les autres institutions publiques	65
	4.1 Le contrôle parlementaire	65
	4.2 Le contrôle des juges	66
	4.3 Les relations avec le gouvernement	67
	4.4 Les relations avec les autres Autorités administratives indépendantes (AAI) et les autres institutions	67

Partie

3

69

Le secteur postal

CHAPITRE 1

Le cadre juridique 73

A.	Le cadre européen	73
	1. La nouvelle directive postale a fixé à 2011 l'ouverture complète des marchés	73
	2. Les nouvelles dispositions européennes	74
	2.1 Sur le service universel	74
	2.2 Sur les aspects concurrentiels	75
	2.3 Sur le financement du service universel	75
	3. La Cour de justice de l'Union européenne (CJCE) a précisé les conditions d'ouverture du marché	76
	3.1 L'extension du monopole postal au courrier transfrontalier dans certaines conditions	76
	3.2 Les routeurs doivent pouvoir bénéficier des tarifs postaux accordés aux grands clients	76
B.	Le cadre national	76
	1. Rappel du cadre législatif	77
	2. Les missions du régulateur	77
	3. Des textes d'application restent à adopter	78
	4. La jurisprudence nationale	78

CHAPITRE 2

L'état de préparation du marché français à l'échéance de 2011

79

A.	Le rappel sur les objectifs de l'ouverture des marchés	79
	1. Le choix d'ouvrir les marchés postaux à la concurrence	79
	2. L'articulation d'un marché ouvert avec l'obligation de service universel	80
B.	Les développements de la concurrence	81
	1. L'émergence de la concurrence en Europe	81
	2. Le marché français	82
	2.1 Les entreprises autorisées	82
	2.2 Les obstacles à l'entrée sur le marché	83
	2.3 La concurrence sur les marchés amont du courrier, la collecte et la concentration des envois	85
	2.4 L'état de préparation à une concurrence totale	86

CHAPITRE 3

Les marchés postaux

87

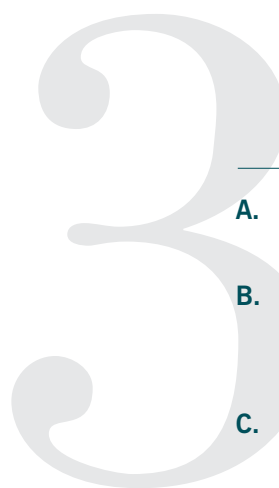
A.	Le panorama des marchés en 2006	87
	1. Les volumes	87
	2. Plus de 14,5 milliards d'€ de revenus en 2006	89
	3. La répartition géographique des flux de distribution en 2006	90
B.	Le marché des envois de correspondance	90
	1. Le marché de la distribution des envois de correspondance en France	90
	1.1 Les volumes et les revenus en hausse en 2007	90
	1.2 Le secteur réservé et le secteur en concurrence en 2006 et en 2005	92
	1.3 Le trafic industriel et le trafic égrené en 2006 et en 2005	92
	2. Les envois de correspondance à l'export en 2007	93
C.	Les autres segments de marché	93
	1. Les colis	93
	1.1 Le colis "ordinaire"	94
	1.2 L'express colis "légers"	94
	2. La distribution de la presse aux abonnés	95
	3. La publicité non adressée	96

D.	Le marché du routage, en amont de la distribution	97
	1. Un marché de plus de 7 milliards d'objets	97
	2. Le routage de marketing direct	97
	3. Le routage de courrier de gestion	98
	4. Le routage de presse	98
E.	L'investissement et l'emploi	99
	1. Les investissements des opérateurs autorisés	99
	2. L'emploi des opérateurs autorisés	99

CHAPITRE 4

Le service universel postal 101

A.	Les orientations de l'Autorité	101
	1. Le service universel en France	101
	2. La notion de qualité du service universel	102
	3. La politique de l'Autorité en matière de service universel postal	102
B.	L'offre de service universel	103
	1. La "conformité" du catalogue du service universel postal	103
	1.1 Le catalogue du service universel doit fournir une information claire et lisible	103
	1.2 Les prestations associées utilisant un produit du service universel	104
	1.3 La liste des produits du catalogue du service universel au regard de l'article R.1 du CPCE	105
	1.4 Le suivi des évolutions du catalogue du service universel	105
	2. Le cas particulier de l'envoi de petits objets au tarif lettre	105
C.	La qualité du service universel postal	106
	1. Les informations publiées par La Poste	107
	1.1 Les délais d'acheminement	107
	1.2 Les réclamations	108
	2. La consultation publique de l'ARCEP concernant la qualité du service universel postal	109
	2.1 La publication de nouveaux indicateurs	109
	2.2 Plus de transparence sur la qualité des recommandés et des colis	110
	2.3 Une demande pour des informations locales	110
D.	Le contrôle de la qualité du service universel postal	111
	1. Le cadre juridique des objectifs de qualité de service assignés à La Poste	111
	2. La position de l'Autorité sur la nature des objectifs de qualité qu'il convient d'arrêter à l'opérateur en charge du service universel postal	111



CHAPITRE 5

L'encadrement pluriannuel des tarifs relevant du service universel postal

113

A.	Le dispositif pluriannuel en vigueur pour les années 2006 à 2008	114
B.	Le point après deux ans d'application	114
	1. L'évolution des prix	114
	2. Le plafond de prix	114
C.	Les perspectives pour l'année 2008	115

CHAPITRE 6

Les règles de comptabilisation des coûts de La Poste

117

A.	Cadre réglementaire et contexte	117
B.	La spécification des formats de restitution des comptes réglementaires	118
	1. Les restitutions de synthèses	118
	2. Les restitutions de l'information économique	118
	3. La restitution des coûts des principaux services postaux	119
C.	Les règles de comptabilisation	119
	1. L'analyse par l'ARCEP du système de comptabilité de La Poste	119
	2. Les règles d'allocation des coûts	119

CHAPITRE 7

L'action de l'Autorité à l'international

121

Les communications électroniques

4

Partie

123

	CHAPITRE 1	
	Le cadre juridique	127
A.	Le cadre national	127
	1. Rappels	127
	2. Les dispositions adoptées en 2007	128
	2.1 Le nouveau règlement intérieur	128
	2.2 Les décrets d'application pris en 2007	129
	2.3 Les conditions et modalités d'attribution d'une autorisation pour la quatrième licence 3G	129
	2.4 La création d'un nouveau numéro d'urgence : le 116 000	130
	2.5 La mise à disposition des listes d'abonnés pour l'annuaire universel	130
	2.6 Un cadre réglementaire pour les services à valeur ajoutée	131
	3. Les droits et obligations des opérateurs	132
	3.1 Les droits dont bénéficient les opérateurs	132
	3.2 Les principales obligations qui pèsent sur les opérateurs	134
B.	La révision du cadre européen	135
	1. La nouvelle recommandation sur les marchés pertinents	135
	1.1 L'objectif de la recommandation	135
	1.2 La nouvelle liste	136
	1.3 La régulation des fourreaux est autorisée	138

2. Les propositions de directive de la Commission européenne	138
2.1 D'importants changements institutionnels, dont la création d'un régulateur européen (EECMA)	138
2.2 Une évolution de la procédure d'analyse des marchés au profit de l'EECMA	139
2.3 De nouveaux remèdes aux problèmes de concurrence	140
2.4 Un renforcement de la protection des consommateurs	141
2.5 Plus de flexibilité dans la gestion du spectre	141
3. La position du Groupe des régulateurs européens (GRE) sur la création de l'EECMA	142
C. L'harmonisation européenne	143
1. Les travaux du Groupe des régulateurs indépendants et du Groupe des régulateurs européens (GRI-GRE)	143
1.1 Les publications du GRI-GRE en 2007	144
1.2 Le programme de travail pour 2008	145
2. Les travaux des autres instances communautaires	146
2.1 Le COCOM	146
2.2 Le Radio Spectrum Committee (RSCoM)	147
2.3 Le Radio Spectrum Policy Group (RSPG)	148
3. Les travaux de la Conférence européenne des postes et télécommunications (CEPT)	149
4. Les principales décisions prises par les autorités de régulation nationales de l'Union européenne	149
4.1 Le rapport de la Commission sur les analyses de marché	150
4.2 Le point sur les principales analyses de marché dans l'Union européenne	152

CHAPITRE 2

Les marchés des communications électroniques

A. Les chiffres du marché et la situation sur le marché	155
1. Le marché des clients finals	155
1.1 Le marché des communications électroniques	155
1.2 La facture moyenne mensuelle du mobile est moins élevée que celle du fixe	160
2. L'investissement et l'emploi	162
3. Le marché intermédiaire : prestations d'interconnexion et de gros	163
3.1 Revenus et volumes	163
3.2 L'interconnexion fixe	164
3.3 Le dégroupage	165
3.4 L'interconnexion mobile	166

B.	Les différents segments de marché	167
	1. La téléphonie fixe	167
	1.1 L'accès	167
	1.2 Les communications en téléphonie fixe	172
	1.3 La consommation moyenne	178
	2. L'Internet	181
	2.1 Le marché de l'Internet	181
	2.2 La consommation moyenne	183
	2.3 La voix sur IP	184
	2.4 La télévision par ADSL	185
	3. Le mobile	186
	3.1 Le marché mobile	186
	3.2 La voix sur mobile	191
	3.3 Les données sur mobile	193
	3.4 La consommation moyenne	194
	4. Les services à valeur ajoutée	196
	4.1 Les services avancés (hors services de renseignements)	196
	4.2 Les services de renseignements	198
	5. Les services de capacité : liaisons louées et transport de données	198
	6. Les autres services	199
	6.1 Les services d'hébergement et de gestion de centres d'appel	199
	6.2 Les terminaux et équipements	200
C.	Consommation et usages en France	200
	1. L'équipement des ménages	200
	1.1 L'équipement en téléphone fixe est stable	200
	1.2 Un quart des ménages équipé en ordinateur portable	202
	1.3 La moitié des ménages connectée à Internet	204
	2. L'équipement des personnes	205
	2.1 Stabilisation de l'équipement en téléphones fixe et mobile	205
	2.2 Plus de la moitié des adultes sont équipés à domicile d'une connexion à Internet	207
D.	Quelques données comparatives avec les autres pays européens	209
	1. Eléments de comparaison par services de télécommunications	209
	1.1 Le haut débit	209
	1.2 La téléphonie mobile	210
	1.3 La télévision par Internet	211
	2. Comparaisons tarifaires	211
	2.1 Le prix d'un panier en téléphonie fixe	211
	2.2 L'abonnement	213
	2.3 Les appels mobiles	214

CHAPITRE 3

La régulation concurrentielle des marchés des communications électroniques

		219
A.	Les analyses de marché en France en 2007	219
	1. Un outil de régulation adapté	220
	2. Les nouveaux cycles d'analyse de marchés	220
	2.1 La terminaison d'appel mobile	220
	2.2 Le haut débit et le très haut débit	221
	3. Les marchés définis par la nouvelle recommandation européenne	221
B.	Les marchés du haut débit	223
	1. Le marché de détail	223
	1.1 La consolidation du secteur	223
	1.2 Le succès des offres multiservices	224
	2. La régulation des marchés de gros du haut débit	226
	2.1 Les offres de gros du haut débit	226
	2.2 Etat des lieux des offres de gros	227
	2.3 Les principes généraux de la régulation du haut débit	229
	2.4 Les analyses de marché	230
	2.5 La régulation opérationnelle et technique des offres de gros du haut débit	231
	2.6 Elaboration et utilisation de modèles de coût	233
	2.7 Règlement du différend Free contre France Télécom	233
C.	Les mobiles	234
	1. La terminaison d'appel mobile	234
	1.1 Le second cycle de l'analyse des marchés	234
	1.2 Les perspectives	240
	2. La terminaison d'appel SMS	241
	2.1 L'analyse de marché menée en 2006 par l'Autorité	241
	2.2 La mise en place d'une méthodologie de comptabilisation des coûts	241
	3. Le marché de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux mobiles et les opérateurs mobiles virtuels (MVNO)	242
	3.1 Les tendances du marché de détail	242
	3.2 L'analyse de la situation concurrentielle	243
	3.3 Les parts de marché en métropole	244

D.	La téléphonie fixe	245
	1. Le premier cycle d'analyse des marchés : la régulation de l'ensemble des marchés de la téléphonie fixe	245
	2. L'évolution du contexte concurrentiel	246
	2.1 Sur les marchés de détail résidentiels : la pression concurrentielle exercée par les offres triple play	246
	2.2 Sur les marchés de détail non résidentiels : la prime à la taille et forte sensibilité à la qualité de service	247
	3. Vers la dérégulation des marchés de détail et des marchés du transit	247
	4. La régulation concentrée sur les goulots d'étranglement des marchés de l'accès et de l'interconnexion	248
E.	Le marché des entreprises : les services de capacité	249
	1. L'analyse de marché	249
	2. La mise en œuvre opérationnelle de la régulation	250
	3. Evolution tarifaire	250
F.	Le marché de gros des services de diffusion audiovisuelle	250
	1. Rappel du cadre réglementaire	250
	2. La mise en œuvre des obligations de comptabilisation des coûts et de séparation comptable de TDF	251
G.	La mise en œuvre de la séparation comptable	252
	1. Rappel des fondements économiques et réglementaires de la séparation comptable	252
	1.1 La structure des marchés des communications électroniques	252
	1.2 Empêcher la discrimination et les subventions croisées abusives	252
	1.3 Un instrument prévu par le cadre réglementaire	253
	1.4 La simulation de plusieurs entités distinctes au plan comptable	253
	2. La mise en œuvre concrète de l'obligation de séparation comptable de France Télécom	253
	2.1 Les protocoles de cession interne	254
	2.2 Les comptes séparés par marché	254
	3. Les résultats de l'exercice de séparation comptable 2006	255
	3.1 Les protocoles de cession interne	255
	3.2 Les comptes séparés par marché	255
	4. L'audit des obligations comptables de France Télécom	258
	4.1 Les principaux résultats de l'audit du système de comptabilisation des coûts de France Télécom	258
	4.2 Les principaux résultats de l'audit du dispositif de séparation comptable de France Télécom	260

4

CHAPITRE 4**La régulation des ressources rares**

263

A.	La gestion des fréquences	263
	1. Le cadre général	263
	1.1 La gestion des fréquences aux niveaux national, européen et mondial	263
	1.2 Le marché secondaire des fréquences	265
	1.3 Spectre et révision du cadre réglementaire européen	266
	1.4 Le dividende numérique	270
	2. Les licences mobiles	272
	2.1 La quatrième licence 3G	272
	2.2 La réutilisation de la bande 900 MHz pour la 3G	272
	2.3 Le renouvellement de l'autorisation GSM de Bouygues Télécom	273
	2.4 La bande 2,6 GHz	274
	3. La boucle locale radio / Wimax	275
	3.1 Les dispositifs du marché secondaire	276
	3.2 Les redevances dues par les opérateurs de boucle locale radio au titre de l'année 2007	280
	3.3 Quelles perspectives pour 2008-2009 ?	280
	4. Les mobiles par satellites	280
	5. Assignations et allotissements de fréquences	281
	6. Le registre des fréquences	282
B.	La numérotation	283
	1. Les missions de l'ARCEP	283
	2. Les ressources attribuées en 2007	284

CHAPITRE 5**Les consommateurs**

287

A.	La prise en compte de l'intérêt des consommateurs	287
	1. Les actions propres de l'Autorité	288
	1.1 Le renforcement de l'information auprès des consommateurs	288
	1.2 La contribution de l'Autorité au renforcement du droit de la consommation	290

2. Les actions de l'Autorité dans le cadre de sa mission de régulation	292
2.1 Les prix	292
2.2 La qualité de service	293
2.3 La portabilité des numéros	293
2.4 Les obligations de service universel	294
2.5 La mise à disposition auprès du public d'un annuaire universel et de services de renseignements de qualité	295
3. L'action en faveur des personnes handicapées	295
B. Le suivi de la qualité de service	296
1. La téléphonie mobile	297
2. La téléphonie fixe	298
3. Le haut débit	299
3.1 Des indicateurs de la qualité de service des offres de détail des fournisseurs d'accès à Internet pour informer le consommateur	299
3.2 Les offres de gros du haut débit	299
3.3 Les écrasements à tort	301
4. Les services de renseignements téléphoniques (118)	301
5. La qualité de service du prestataire de service universel	302
C. Le roaming international	303
1. La mise en œuvre des "eurotarifs" : une meilleure information pour le consommateur	303
2. Le principe d'une régulation des marchés de gros et de détail	304
D. La portabilité des numéros	305
1. Les évolutions législatives et réglementaires	305
2. La portabilité des numéros mobiles (PNM)	306
2.1 En métropole	306
2.2 En outre-mer	309
3. La portabilité des numéros fixes	310
3.1 Le point sur la portabilité fixe	310
3.2 Le groupe de travail sur la portabilité sortante de France Télécom	311
3.3 Le groupe de travail sur le cadre commun des processus de portabilité	312
3.4 Le groupe de travail sur le routage des appels à destination des numéros fixes portés	312

E.	Le service universel	313
1.	Le service universel et l'opérateur de service universel	313
1.1	Les composantes du service universel	313
1.2	La désignation du ou des opérateurs prestataires du service universel	314
1.3	Les obligations du ou des opérateurs en charge du service universel	314
1.4	Les tarifs sociaux et le pay or play	315
1.5	Le financement du service universel	316
2.	Le rôle de l'Autorité	318
2.1	L'évaluation du coût du service universel	318
2.2	L'évaluation du coût net du service universel pour 2006	321
3.	Les évolutions réglementaires intervenues en 2007 et 2008	322
3.1	La réévaluation des contributions au titre du service universel pour les années 1998, 1999 et 2000	322
3.2	La loi introduit plus de souplesse pour la désignation du prestataire du service universel	323
4.	Les litiges en cours	323
5.	Le contrôle des tarifs du service universel en 2007	324
5.1	L'introduction d'un encadrement tarifaire pluriannuel	324
5.2	Pourquoi un encadrement tarifaire pluriannuel ?	324
5.3	Le contrôle a priori des prestations de service universel	325
F.	L'annuaire universel	325
1.	Le contexte général	325
1.1	Le cadre législatif et réglementaire	325
1.2	Les droits des abonnés	326
1.3	Les obligations des opérateurs	326
1.4	L'accès aux données de l'annuaire universel	327
2.	Les actions menées par l'Autorité	328
2.1	Le rappel des mesures mises en place par l'ARCEP	328
2.2	Des actions renforcées	328
2.3	Des enquêtes administratives à l'encontre des principaux opérateurs mobiles	329
G.	Les services à valeur ajoutée et les 118	330
1.	Le marché des services à valeur ajoutée	330
1.1	Une chaîne de valeur complexe et spécifique	330
1.2	Des dysfonctionnements constatés	331
2.	Les mesures prises par l'Autorité	331
2.1	La mise en œuvre d'une régulation "symétrique"	332
2.2	Les évolutions des obligations imposées à France Télécom	332
3.	Les autres interventions de l'ARCEP dans le secteur des SVA	333

	CHAPITRE 6	
	Aménagement du territoire	335
A.	La couverture du territoire	335
	1. Le haut débit	335
	1.1 L'identification des zones blanches du haut débit	336
	1.2 Les réponses techniques pour la couverture des zones blanches	337
	2. La téléphonie mobile	338
	2.1 Le "programme zones blanches"	338
	2.2 La couverture du territoire en 3G	339
	2.3 La transparence en matière de couverture	339
	2.4 Les axes de transport prioritaires	340
B.	L'action des collectivités territoriales	341
	1. L'intervention des collectivités territoriales	341
	2. Les travaux du Comité des réseaux d'initiative publique (CRIP)	342
	2.1 La couverture des zones blanches du haut débit	343
	2.2 Les réseaux très haut débit (FTTH)	343
	2.3 L'élaboration d'un Label "Zone d'activité très haut débit"	343
	2.4 Les opérateurs locaux	344
	CHAPITRE 7	
	Les télécommunications en outre-mer	345
A.	Le point sur les marchés	345
	1. Le haut débit	345
	1.1 Le marché de détail	345
	1.2 Le marché de gros	346
	2. Les marchés mobiles	346
	2.1 Les parts de marché des opérateurs mobiles en outre-mer	346
	2.2 Les tendances de consommation	346
	3. Les marchés fixes	347
B.	La 3G en outre-mer	347
	1. Une consultation publique pour préparer les conditions d'attributions	347
	2. Le lancement de l'attribution au fil de l'eau	348
C.	La baisse de la terminaison d'appel mobile	349
D.	Le roaming entre la métropole et l'outre-mer	350
E.	La portabilité mobile à la Réunion et à Mayotte	352
F.	Le price cap du service universel spécifique à l'outre-mer	352

G.	Les câbles sous-marins	353
	1. Un maillon incontournable	353
	2. L'action de l'Autorité pour baisser les tarifs	354
H.	Le nouveau plan de numérotation à Mayotte	354
	CHAPITRE 8	
	L'action de l'ARCEP à l'international	355
A.	L'Union internationale des télécommunications (UIT)	355
	1. L'UIT-T	356
	2. L'UIT-R	356
	3. L'UIT-D	357
B.	L'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE)	358
C.	La coopération avec les pays francophones : Fratel	359
	1 La réunion annuelle du réseau Fratel à Dakar	359
	2 Le séminaire d'échange d'informations et d'expérience à Yaoundé	359
	3 La formation Badge	360
D.	Missions d'études et entretiens	360
	Glossaire	361