



Le 9 septembre, 2005

**REPONSE DE TDF A LA CONSULTATION PUBLIQUE
SUR L'ANALYSE DES MARCHES DE GROS DE
SERVICES DE DIFFUSION AUDIOVISUELLE**

SOMMAIRE

Points clés de la réponse de TDF	p. 5
Chapitre 1 : Contexte d'analyse du marché	p. 9
A.1.2 Durée de validité de l'analyse	p. 9
B.1. Définition de la Commission européenne	p. 10
B.3. Délimitation du marché au regard de la législation existant en France dans l'audiovisuel	p. 11
B.3.1 La relation diffuseurs - diffuseurs	p. 13
B.3.2 La relation éditeurs – diffuseurs	p. 14
Cas A : Relation éditeurs – diffuseurs hertziens terrestres	p. 14
Cas A' : Spécificités des contrats conclu dans le cadre de droits exclusifs – Article L.38-III du Code	p. 15
Question relative à l'ensemble de l'analyse du marché	p. 16
Chapitre 2 : Panorama des offres et des éditeurs de services de télévision et de radio à destination du public	p. 18
A. Les services de radio	p. 18
Remarques sur le marché de détail de la radio	p. 18
A.2. Radio par câble, ADSL et satellite	p. 20
B. Les services de télévision	p. 20
Remarques sur le marché de détail de la télévision	p. 20
B.2.2 Télévision numérique terrestre	p. 23
B.3. Télévision par câble, ADSL, satellite	p. 24
B.3.2 Des offres gratuites	p. 24
B.4. Disponibilité géographique	p. 25
Chapitre 3 : La diffusion audiovisuelle : chaîne technique, acteurs, offres aux éditeurs	p. 28
B. Les prestations de transport	p. 28
C. Services de diffusion de programmes radiophoniques	p. 28
C.1. Réseaux utilisés pour la diffusion de radio	p. 28
C.3. Chaîne technique de diffusion	p. 28
C.3.1 Diffusion en mode FM et C.3.2 Diffusion en mode AM	p. 28
D. Services de diffusion de programmes télévisuels	p. 29
D.1. Diffusion hertzienne terrestre	p. 29
D.1.1 Chaîne technique de diffusion	p. 29

Chapitre 4 : Délimitation des marchés de gros des services de diffusion audiovisuelle	p. 30
A. Délimitation du marché en termes de produits et de services	p. 30
A.2. Exclusion des prestations de transport du champ de l'analyse	p. 30
A.4. Absence de substituabilité entre les offres de gros de diffusion de radio et de télévision	p. 31
A.5. Exclusion des modes alternatifs de diffusion de la radio du champ de l'analyse	p. 32
A.6. Absence de substituabilité entre les offres de gros de diffusion de services de radio en modes FM et AM	p. 33
A.7. Absence de substituabilité entre les offres de gros de diffusion de télévision hertzienne terrestre et les offres de gros de diffusion de télévision par ADSL, câble et satellite	p. 33
L'inéluctable érosion de la pénétration du hertzien terrestre	p. 35
La problématique de la substitution du hertzien terrestre par les plates-formes de diffusion alternatives	p. 38
Le point de vue des autorités de concurrence sur la substitution entre plates-formes de diffusion de télévision	p. 40
A.9. Conclusion sur l'analyse de substituabilité en termes de produits et de services	p. 41
B. Délimitation des marchés en termes géographiques	p. 42
Chapitre 5 : Analyse de pertinence des marchés de gros	p. 42
B. Marché de gros des services de diffusion de programmes radiophoniques en mode AM	p. 42
C. Marché de gros des services de diffusion de programmes radiophoniques en mode FM	p. 43
F. Marché de gros des services de diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels	p. 43
F.1. Des barrières élevées et non provisoires à l'entrée	p. 44
F.2. Une évolution incertaine vers une situation de concurrence effective	p. 45
F.3. L'insuffisance d'une régulation <i>ex post</i> pour remédier à elle seule aux défaillances du marché	p. 46
F.4. Conclusion	p. 46
L'existence d'une concurrence réelle dans la fourniture des services de diffusion de programmes	p. 47
La nécessité d'encourager les investissements efficaces en infrastructures et l'innovation ne saurait être invoquée pour justifier une intervention réglementaire	
Chapitre 6 : Désignation d'un opérateur exerçant une influence significative sur le marché	p. 49
C. Conclusion	p. 49

Puissance d'achat compensatrice et dépendance économique : les relations d'un diffuseur comme TDF avec ses clients	p. 50
1. Un nombre restreint de clients puissants de par leur poids dans le chiffre d'affaires de TDF, mais aussi de par leur assise financière ...	p. 51
2. TDF ne dispose pas de la faculté de substituer ses clients ...	p. 51
3. et détient des infrastructures spécialisées, difficiles à réallouer à d'autres activités ...	p. 61
4. sans que cette situation résulte d'une volonté stratégique de l'entreprise	p. 52
Chapitre 7 : Définition d'obligations proportionnées	p. 53

POINTS CLÉS DE LA RÉPONSE DE TDF

TDF remercie l'Autorité pour son analyse détaillée du marché des communications électroniques n° 18, sur lequel elle souhaite apporter divers éclairages et observations, dont on trouvera ci-après les principaux. TDF se tient à la disposition de l'Autorité pour approfondir la discussion, afin de parvenir à la régulation la plus pertinente de ces marchés.

I. LA DÉLIMITATION DES MARCHÉS

TDF souscrit globalement à la délimitation des marchés proposée par l'ARCEP, en particulier la distinction entre la diffusion de la radio et de la télévision et, au sein de la radio entre la modulation d'amplitude (AM) et la modulation de fréquence (FM). Ces diverses offres ne sont en effet pas substituables.

Pour la diffusion de la télévision, TDF ne conteste pas le souhait de l'ARCEP de distinguer la diffusion hertzienne terrestre d'une part et les diffusions par satellite, câble et ADSL d'autre part. Toutefois, nous insistons sur **la nécessité d'une analyse suffisamment prospective**. Il est en effet d'ores et déjà apparent que la pénétration de l'hertzien terrestre est entrée en décroissance, et que **les diverses plates-formes de diffusion seront de plus en plus présentes simultanément et substituables entre elles**, tant pour les distributeurs de services audiovisuels que pour les utilisateurs. L'ARCEP se doit donc de prendre davantage en compte cette évolution dans son analyse actuelle du marché.

En matière de diffusion hertzienne de la télévision, TDF soutient l'ARCEP dans sa proposition de **ne pas envisager de régulation pour la diffusion analogique**. En effet, cette dernière a vocation à s'éteindre vers 2010-2012 (cf. la loi française et la position de la Commission européenne), et elle est déjà en déclin. Sa régulation *ex ante* n'est donc ni utile ni économiquement pertinente, seul le mode de diffusion numérique de la télévision permettant d'envisager des investissements de long terme potentiellement bénéfiques à la collectivité.

De même, TDF **partage l'analyse de l'ARCEP sur les marchés relatifs à la radio** et sa conviction que la mise en œuvre de mesures de régulation *ex ante* ne se justifie pas dans ce domaine.

II. LES MARCHÉS DE GROS DE LA DIFFUSION DE LA TNT

1. LA DUPLICABILITÉ DES SITES DE TDF

TDF joint à sa réponse une étude de Jean-Marc CHADUC, ancien directeur général de l'Agence nationale des fréquences, et une analyse de Laurent BENZONI, économiste des technologies de l'information, qui mettent en évidence les nouveautés techniques et économiques radicales de la diffusion numérique : **il n'est en rien nécessaire techniquement, et il est possible économiquement, voire plus avantageux, de diffuser la TNT sur une zone donnée à partir d'un ou plusieurs autres lieux que le site existant de diffusion analogique**.

Il faut noter à ce propos que l'apport de la jurisprudence dans ce domaine présente peu d'intérêt puisque les instances qui ont été saisies de ce sujet (Conseil de la Concurrence et CSA), l'ont été bien avant le démarrage de la TNT, et que, de plus, elles ne se sont pas prononcées à l'époque.

Par ailleurs, la possibilité de desservir par d'autres moyens que la TNT (satellite, câble, ADSL) des compléments de zones qui ne seraient pas couverts en hertzien permet aux opérateurs d'optimiser économiquement leur desserte et de choisir le site le plus économique, même si sa desserte n'est pas exactement celle du site utilisé en TV analogique, renforçant ainsi la duplicabilité effective des sites de TDF.

En outre, il est possible d'exploiter ces alternatives dans des délais compatibles avec le fonctionnement du marché aval de la diffusion de la TNT, puisque, d'une part, le CSA a publié plusieurs années à l'avance la liste et les caractéristiques techniques des zones à couvrir et, d'autre part, à la différence des autres pays européens, il arrête le calendrier de déploiement zone par zone et non nationalement.

Ces réalités sont confirmées par l'expérience de TDF qui, comme nouvel entrant **sur le marché espagnol**, a construit et mis en exploitation près de 200 sites en Andalousie en moins de 9 mois, et où cet investissement est rentabilisé par la diffusion de seulement 2 programmes régionaux.

En France, contrairement à ce que l'on constate dans d'autres pays européens, **la concurrence se développe non seulement sur la diffusion TNT, mais également sur le marché de gros correspondant**, avec notamment une proportion de zones pour lesquelles des sites alternatifs à ceux de TDF ont été proposés qui est passée, à notre connaissance, de 18% à 60% en quelques mois. **Cette concurrence ne peut que s'amplifier** puisque les prochaines zones à desservir pourront l'être avec des sites d'importance plus faible, en moyenne, que ceux utilisés pour les premières phases.

Enfin, le rapport de M. CHADUC montre qu'à moyen terme, la diffusion de la télévision numérique évolue vers un schéma de type cellulaire avec davantage d'émetteurs moins puissants, qui est déjà celui de la téléphonie mobile et qui n'a jamais nécessité la moindre régulation ex ante, même pour permettre l'entrée tardive d'un 3^{ème} opérateur.

2. LE FONCTIONNEMENT PARTICULIER DU MARCHÉ AVAL DES SERVICES DE DIFFUSION TNT

En dehors même du caractère contournable des sites de TDF sur le marché de gros, il faut constater que **le fonctionnement du marché aval des services de diffusion audiovisuelle, (fournis par les prestataires techniques aux opérateurs de multiplexes de la TNT) ne ressemble en rien à celui du dégroupage de la ligne téléphonique, par exemple.**

En effet, le volume et les principales caractéristiques de la demande sont définis, non par les acheteurs, mais par le CSA : nombre et liste des sites, caractéristiques des signaux diffusés. La croissance du marché est ainsi indépendante de l'action des acteurs, mis à part l'impact à long terme de leur éventuel effort de R&D.

En outre, les appels d'offres se font zone par zone et non nationalement, ce qui abaisse considérablement les barrières à l'entrée et constitue une originalité importante du marché

français, que l'on ne retrouve pas dans les autres pays européens. La France est ainsi le seul pays d'Europe où deux nouveaux entrants ont réussi à se positionner sur la diffusion TNT et où une chaîne assure, elle-même, partiellement sa diffusion.

De plus, le nombre de clients est de l'ordre d'une demi-douzaine, et il s'agit d'opérateurs de multiplexes appuyés à des groupes audiovisuels puissants, en position de force pour négocier face aux prestataires techniques. En effet, leur marché est important pour les prestataires mais il est faible au regard du chiffre d'affaires des opérateurs. En outre, les prestataires techniques n'ont pas la faculté de remplacer une chaîne défaillante par une autre, et les coûteuses infrastructures historiques de TDF ne sont guère réutilisables pour d'autres activités (hauteur, éloignement des centres urbains, etc.).

Enfin, la taille annuelle de ce marché se compte, à terme, en dizaines de millions d'euros seulement, ce qui ne justifie pas une régulation lourde du marché amont de l'accès aux infrastructures.

Quant au degré de concurrence sur le marché aval des services de diffusion de la TNT, il est déjà élevé malgré la nouveauté de ce marché : en quelques mois, **les concurrents de TDF ont conquis plus de 30% du marché**, rendant ainsi le marché français le plus concurrentiel d'Europe avec quatre opérateurs de diffusion TNT. La rapidité de cette ouverture à la concurrence est sans commune mesure avec celle des marchés du dégroupage ou des MVNO. Elle résulte spécialement de **l'existence d'offres de TDF sur le marché amont de l'accès aux infrastructures, que TDF utilise pour bâtir ses propres offres sur le marché aval des services de diffusion**. Cette offre a été proposée dès la fin 2000 et ceci dans un contexte où TDF n'était soumise à aucune obligation d'accès. Il lui serait bien difficile de retirer cette offre, aujourd'hui ou demain, contrairement à ce que laisse supposer l'ARCEP dans sa consultation et, en tout état de cause, telle n'est pas son intention.

3. POUR UNE RÉGULATION PROPORTIONNÉE DE L'ACCÈS AUX INFRASTRUCTURES DE DIFFUSION TNT

Malgré les éléments qui précèdent l'ARCEP envisage une liste d'obligations lourdes et détaillées (séparation comptable, orientation vers les coûts, etc.) s'apparentant à celles appliquées pour d'autres marchés de communications électroniques dont le contexte est totalement différent de celui du marché 18. La taille du marché, la possibilité de dupliquer les sites de TDF (qui représente une opportunité d'investissement que le régulateur peut vouloir encourager), l'existence d'offres non discriminatoires par TDF, le degré et l'évolution favorable de la concurrence sur ce marché et sur le marché aval, sont sans commune mesure avec la situation du dégroupage, par exemple. **De telles dispositions ne se justifieraient qu'en cas de blocages concurrentiels graves et avérés, ce qui n'est absolument pas le cas ici.**

Au contraire, les caractéristiques de ce marché sont même plus favorables que celles du marché 15 et des MVNO, où :

- les barrières à l'entrée sont beaucoup plus élevées (un réseau 3G national n'a rien à voir avec un site TNT),
- la concurrence est beaucoup plus embryonnaire,
- les concurrents n'ont pas la possibilité de remonter dans la chaîne de la valeur en construisant leurs propres infrastructures,
- les opérateurs mobiles ont ouvert leurs infrastructures très longtemps après le démarrage du GSM alors que TDF a permis l'accès à ses infrastructures avant même le démarrage de la TNT.

Ce marché ayant été mis par l'ARCEP sous surveillance, sans autre contrainte ex ante, **il serait paradoxal et totalement disproportionné que le marché de l'accès aux infrastructures de diffusion TNT soit l'objet d'une régulation plus lourde que celle du marché 15.**

C'est pourquoi une régulation proportionnée du marché de gros de la diffusion TNT consiste au plus en sa mise sous surveillance, afin de vérifier que la dynamique concurrentielle déjà observée se développe de façon satisfaisante. Si tel n'était pas le cas, l'ARCEP et les autorités de concurrence disposent d'outils efficaces (règlements de différends, sanctions, mesures conservatoires) qui permettraient d'y remédier.

Chapitre 1 : Contexte d'analyse du marché 18

A. Généralités

A.1.2 Durée de validité de l'analyse

La présente analyse, prospective, porte sur une durée de trois ans. Les contributeurs pourront réagir sur la durée d'analyse proposée par l'Autorité.

On soulignera qu'il est essentiel que l'analyse de marché tienne compte non seulement des données caractérisant le marché concerné au moment de l'analyse mais aussi de données prospectives.

Par ailleurs, la périodicité de réexamen de l'analyse d'un marché donné ne doit pas forcément correspondre au laps de temps sur lequel est mené l'analyse prospective permettant d'évaluer notamment le caractère durable ou non des barrières à l'entrée sur ce marché ou encore l'évolutivité de la situation concurrentielle qui y prévaut.

Ceci étant précisé, l'Autorité doit dès à présent prendre en considération dans son analyse de marché :

- L'évolution rapide de la pénétration des différents supports permettant la diffusion de programmes de télévision en particulier qui se traduit par un accroissement de la substitution entre ces derniers,
- Le caractère « émergent » aussi bien de la télévision numérique terrestre que de la télévision sur ADSL qui implique, notamment dans le cas de la TNT , une évolution rapide de la structure concurrentielle du marché intermédiaire de la diffusion comme du marché de gros de l'accès aux infrastructures de diffusion,
- L'introduction de nouvelles technologies et de nouveaux services, comme la diffusion de la télévision vers les mobiles, qui peut induire une restructuration du marché et une remise en cause des positions des différents acteurs.

TDF ne conteste pas la durée proposée par l'Autorité mais estime qu'il convient de prendre dès à présent en considération les évolutions prévisibles de ce secteur telles que évoquées ci-dessus.

B. Le dix-huitième marché listé par la Commission, définition et spécificité française

B.1. Définition de la Commission européenne

Au regard des éléments mentionnés ci-dessus, l'Autorité propose, dans la suite du document, d'exclure les terminaux mobiles de l'analyse. Les acteurs sont invités à se prononcer sur ce choix.

La numérisation des contenus et le développement des techniques de compression, couplés au déploiement des réseaux mobiles de 3^{ème} génération, permettent le lancement de services de télédiffusion sur des terminaux mobiles. La fourniture de services de télévision constitue un relais de croissance potentiel et une application susceptible d'inciter à l'acquisition de terminaux mobiles multimédia traitant et stockant des images animées. La diffusion de ces terminaux s'avère une condition nécessaire au développement des services de communications multimédia mobiles, indispensables pour rentabiliser les investissements consentis dans les nouveaux réseaux de 3^{ème} génération.

L'offre de télévision sur mobile d'Orange, lancée en juin 2005 et accessible à 85% de la population française, permet d'ores et déjà d'accéder en direct à 42 chaînes de télévision. CanalSat et SFR ont lancé le premier bouquet de chaînes de télévision packagé pour le mobile le 29 juin 2005 sur le portail Vodafone live!. Le bouquet contient 17 chaînes accessibles 24h/24 depuis les mobiles de 3^{ème} génération (3G).

On notera que l'infrastructure qui pourrait être mise en place à terme pour la diffusion de la télévision sur les mobiles, broadcast et non stream, pourrait diffuser des chaînes supplémentaires vers les postes fixes à un coût incrémental faible. Les postes fixes de télévision pourraient alors capter le signal émis par des répéteurs qui leur seraient dédiés avec une qualité et une possibilité de portabilité supérieures à celles offertes par la TNT sur les infrastructures de télédiffusion terrestre.

Ainsi, même si à l'heure actuelle les terminaux mobiles constituent un mode marginal d'accès à la télévision, l'entrée des opérateurs mobiles sur le marché de radiodiffusion visuelle pourrait entraîner une remise en cause des positions actuellement détenues par les différents acteurs dans la mesure où :

- **Ils possèdent un ensemble de sites radio étendu en milieu urbain, le principal marché cible de la télévision mobile, alors qu'aucun autre diffuseur ne dispose d'une telle infrastructure ;**
- Ils opèrent sur le marché, très rentable, des communications mobiles et de ce fait dégagent des cash flows considérables qui permettent de subventionner des terminaux mobiles autorisant la réception de services de télévision sans remettre en cause leur viabilité économique ;
- Ils possèdent des marques fortes et un parc d'abonnés considérable, ce qui facilite leur percée aussi bien auprès des éditeurs de programmes et des distributeurs commerciaux , qu'auprès des téléspectateurs.

Il convient alors de prendre en compte les évolutions dans ce domaine dans les analyses à venir d'autant plus que comme le souligne M. Daniel Boudet de Montplaisir dans son rapport

remis récemment au Premier ministre « ... les services de télévision mobile voient le jour à un moment où la demande des utilisateurs pour des contenus vidéos en consommation nomade est en phase de forte croissance. Ces services devraient donc trouver un terreau fertile sur lequel se développer »¹.

B.3. Délimitation du marché au regard de la législation existant en France dans l'audiovisuel

Cette partie traite uniquement du cas des services de télévision, la radio ne présentant pas les mêmes spécificités.

Comme le montre le schéma ci-après, plusieurs acteurs entrent dans le périmètre du marché 18:

- les éditeurs ;
- les diffuseurs ;
- les distributeurs commerciaux ;
- les utilisateurs finals.

L'Autorité comprend que le marché de détail correspond à la relation entre les diffuseurs et les utilisateurs finals (téléspectateurs/auditeurs). Cette relation peut être indirecte dans la mesure où elle fait parfois intervenir un distributeur commercial.

Le marché 18, tel que défini par la Commission, comprend deux marchés susceptibles d'être qualifiés de « marchés de gros » :

- un marché aval comprenant les prestations offertes par les diffuseurs aux éditeurs (ou aux opérateurs de multiplexes dans le cadre de la télévision numérique de terre) ;
- un marché amont comprenant les prestations offertes par un diffuseur à un autre diffuseur, qui correspond typiquement au marché de l'accès d'un « diffuseur nouvel entrant » à l'infrastructure d'un « diffuseur historique ».

En reprenant la définition du marché 18 formulée par la Commission européenne, les acteurs suivants² interviennent sur ce marché :

- Les éditeurs
- Les opérateurs de multiplex (dans le cas de la TNT seulement)
- Les distributeurs commerciaux
- Les diffuseurs.

On notera que, contrairement à ce qu'indique l'Autorité, les diffuseurs, en tant que prestataires de services techniques de diffusion, ne sont jamais en relation avec les téléspectateurs. La relation avec ces derniers n'existe que dans les cas où le diffuseur assure d'autres fonctions. Il nous semble alors que **la relation entre diffuseurs et téléspectateurs ne relève pas du**

¹ D. Boudet de Montplaisir, « Télévision numérique et mobilité », Rapport établi à la demande du Premier ministre, août 2005

² On notera que la loi n° 86-1067 du 30/09/1986 relative à la liberté de communication n'évoque que les « notions » d'éditeur de services et de distributeur de services ; sachant que, s'agissant de la TNT, une distinction est faite entre le distributeur de services chargé de faire assurer les opérations techniques nécessaires à la transmission et à la diffusion auprès du public des programmes et le distributeur de service qui assure la commercialisation auprès du public des programmes.

marché de détail et que ce dernier englobe la relation entre téléspectateurs et éditeurs ou distributeurs commerciaux. **Toutefois**, dans le cas de la diffusion hertzienne terrestre notamment, **le marché de détail impacte significativement la relation entre éditeurs/opérateurs de multiplex et diffuseurs** dans la mesure où pour un émetteur donné, le coût de diffusion est constant quel que soit le nombre d'antennes de réception (cf. plus bas).

De ce fait, s'agissant de la télévision analogique terrestre par exemple, **les éditeurs ont tendance à abandonner la diffusion terrestre dès lors que sur la zone de couverture d'un émetteur le nombre de téléspectateurs recevant la télévision par voie terrestre devient trop faible pour justifier le financement de la diffusion par l'émetteur concerné**. Par ailleurs, la baisse du nombre de téléspectateurs sur une zone donnée impacte également la substitution entre infrastructures de diffusion terrestre et en particulier, la substitution entre les sites de diffusion. Si en phase de déploiement de la TNT par exemple, les opérateurs de multiplex peuvent privilégier les solutions qui maximisent le nombre de téléspectateurs couverts sur une zone donnée, les infrastructures moins lourdes et, partant, moins onéreuses seront préférées s'il s'avère ensuite que de nombreux téléspectateurs de la zone utilisent d'autres moyens de réception que la TNT.

La nature de la relation entre le diffuseur et ses clients, éditeurs, opérateurs de multiplex ou distributeurs commerciaux, dépend des activités prises en charge par chacun de ces intervenants dont la fonction principale s'établit comme suit :

- Le diffuseur : est en charge de la diffusion technique des programmes pour leur émission vers les équipements de réception des téléspectateurs
- L'éditeur de programmes : assure une fonction éditoriale en agrégeant différents programmes qui constituent sa grille. Les programmes sont achetés par l'éditeur aux détenteurs des droits ou bien sont produits en propre
- L'opérateur de multiplex : est chargé « de faire assurer les opérations techniques nécessaires à la transmission et à la diffusion auprès du public³ » des programmes des éditeurs regroupés sur un même multiplex.
- Le distributeur commercial : son rôle est de constituer les bouquets de programmes payants qui seront ensuite diffusés aux téléspectateurs qui sont ses abonnés.

Cette relation se structure selon l'un des 5 modèles suivants :

- *Modèle 1 : relation directe entre le diffuseur et l'éditeur de programmes*
L'éditeur de programmes contracte directement avec le diffuseur qui assure la distribution de ses programmes en contrepartie d'un paiement. Les chaînes gratuites analogiques ont le plus souvent recours à ce modèle, en particulier pour leur diffusion par voie hertzienne terrestre.
- *Modèle 2 : relation directe entre le diffuseur et l'opérateur de multiplex*
L'opérateur de multiplex contracte directement avec le diffuseur qui assure la distribution des programmes des éditeurs regroupés au sein d'un même multiplex en contrepartie d'un paiement. Ce modèle est celui qui prévaut, en général, pour la TNT en France.
- *Modèle 3 : intégration de la fonction de diffusion technique des programmes par l'éditeur de programmes*
Dans ce cas, l'éditeur de programmes opte pour le déploiement d'infrastructures permettant la diffusion des programmes et assure ainsi lui même la diffusion de ses propres programmes, voire ceux de ses concurrents. Dans le domaine de la télévision, c'est la stratégie du groupe NRJ qui pourrait éventuellement correspondre à ce modèle. En effet, sa

³ Article 30-2, « Loi n° 86-1067 du 30/09/1986 relative à la liberté de communication »

filiale, TowerCast, assure la diffusion des programmes des chaînes d'un certain nombre de multiplex de la TNT, dont le multiplex incluant les programmes de NRJ.

- *Modèle 4 : relation directe entre le diffuseur et le distributeur commercial*

Dans ce schéma, le contrat entre le distributeur commercial et le diffuseur concerne la diffusion technique des bouquets de programmes du distributeur commercial aux téléspectateurs. Les relations entre CanalSatellite et TPS et les opérateurs de satellites (Eutelsat, Astra) et de télécommunications (9 Télécom, France Télécom, ...) par exemple, relèvent de ce modèle.

- *Modèle 5 : intégration de la fonction de diffusion technique des programmes par le distributeur commercial*

Le distributeur commercial réalise ici la diffusion des bouquets de programmes sur ses propres infrastructures. Ce modèle est celui adopté par les câblo-opérateurs sur leur zone d'emprise ou encore par Free.

On notera que le groupe Canal + constitue un modèle « à part » dans la mesure où il se positionne à la fois comme éditeur de programmes, opérateur de multiplex, distributeur commercial et diffuseur.

B.3.1 La relation diffuseurs - diffuseurs

L'Autorité considère donc que la relation entre les diffuseurs entre dans son champ de compétence. Les contributeurs sont invités à communiquer leurs commentaires sur ce point.

TDF partage l'avis de l'Autorité tout en souhaitant attirer son attention sur un certain nombre de particularités du secteur de la radiodiffusion.

Les installations de diffusion relèvent d'un régime particulier dans le Code des postes et des communications électroniques. En effet, selon l'article L. 32, ces installations ne sont pas concernées par la section " réseaux et services " sous réserve des dispositions du IV de l'article L. 33-1. Ces dernières prévoient qu'elles fassent l'objet d'une déclaration et respectent les règles portant sur l'interconnexion et l'accès (mentionnées aux articles L34-8 et L38) d'une part et sur le contrôle de l'ART d'autre part (points i et l du I de l'article L33-1) .

Cette spécificité s'explique certainement par les particularités du régime de l'audiovisuel dans la mesure où les fréquences et les contenus en radio et en télévision relèvent de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication et que les supports sont régis par le Code des postes et des communications électroniques.

Il est utile de rappeler que plusieurs catégories d'entreprises sont susceptibles d'intervenir dans le secteur de la diffusion hertzienne terrestre :

- En radio et télévision analogiques, les fréquences sont attribuées aux éditeurs, qui peuvent assurer leur diffusion en propre (cas de nombreuses radios FM ou de Canal+ pour une partie de sa diffusion) ou la confier à des sociétés qui fournissent des prestations de diffusion. Lorsque les éditeurs optent pour l'auto-diffusion, ils ont la possibilité de confier les différents types de prestations (ingénierie, installation, maintenance d'équipements, ...) à des entreprises dont l'activité paraît plus proche de celle d'installateur que de celle d'opérateur, si on raisonne par analogie avec le secteur des télécommunications.

- En télévision numérique (et demain en radio numérique), les éditeurs détiennent les autorisations d'usage des fréquences mais la réalisation des opérations techniques est assurée par un distributeur technique, appelé aussi opérateur de multiplex, qui est choisi conjointement par les éditeurs et auquel le CSA assigne la ressource radioélectrique correspondante. On notera que cette dernière société a pour mission de faire assurer les opérations techniques nécessaires à la transmission et à la diffusion des programmes.

Dans cet ensemble complexe, il paraît difficile de déterminer si une entreprise doit être qualifiée d'opérateur de réseaux et/ou de services.

Par ailleurs, si la relation entre diffuseurs déclarés auprès de l'Autorité en tant qu'opérateurs de communications électroniques entre bien dans le champ de compétence de l'Autorité, ce champ de compétence ne se limite pas aux relations entre les seuls diffuseurs terrestres mais couvre également les relations entre les opérateurs fournissant des services de diffusion sur d'autres plates-formes techniques (câble, satellite, réseaux de télécommunications).

Il est important de souligner enfin, que dans le cas de la diffusion terrestre le terme de réseau est impropre. En effet, les sites sont indépendants entre eux, même si, le cas échéant, ils sont reliés à un même vecteur de transport. La mise en concurrence d'opérateurs de diffusion se fait habituellement en France zone par zone.

B.3.2 La relation éditeurs - diffuseurs

Cas A : Relation éditeurs – diffuseurs hertziens terrestres

Au regard des éléments exposés ci-dessus, l'Autorité propose d'exclure la relation éditeurs – diffuseurs hertziens terrestres du champ d'analyse du marché 18 et appelle les acteurs à commenter ce point.

Aux termes du I de l'article L. 38 du Code des postes et des communications électroniques dans lequel s'inscrit la présente consultation publique : « *Les opérateurs réputés exercer une influence significative sur un marché du secteur des communications électroniques peuvent se voir imposer, en matière d'interconnexion et d'accès, une ou plusieurs des obligations suivantes, proportionnées à la réalisation des objectifs mentionnés à l'article L. 32-1 (...)* ».

Aux termes du 8 de l'article L. 32 de ce même code : « *On entend par accès toute mise à disposition de moyens, matériels ou logiciels, ou de service, en vue de permettre au bénéficiaire de fournir des services de communications électroniques* ».

Un éditeur étant une entreprise qui assure une fonction éditoriale en agrégeant différents programmes qui constituent sa grille, ce dernier ne peut être qualifié de fournisseur de services de communications électroniques et, partant, ne peut se prévaloir d'un droit à l'interconnexion ou à l'accès à un réseau de communications électroniques.

En conséquence, TDF considère que les mesures de régulation prévues en application de l'article L. 38 ne peuvent pas concerner les relations entre les éditeurs et les diffuseurs.

En outre, aux termes de l'article L. 38-1 du Code des postes et des communications électroniques : « *Les opérateurs réputés exercer une influence significative sur un marché de détail du secteur des communications électroniques peuvent, lorsque l'application de l'article L. 38 ne permet pas d'atteindre les objectifs mentionnés à l'article L. 32-1, se voir imposer une ou plusieurs des obligations suivantes proportionnées à la réalisation de ces objectifs et établies en tenant compte de la nature des obstacles au développement d'une concurrence effective identifiés lors de l'analyse du marché prévue à l'article L. 37-1 (...)* ».

Pour que l'Autorité puisse réguler la relation éditeur – diffuseur sur un marché aval, il apparaît nécessaire de démontrer que l'intervention sur le marché en amont englobant les relations diffuseur – diffuseur est insuffisante et ne permet pas l'instauration d'une concurrence effective.

Or, si le caractère justifié d'une régulation du marché de gros de la diffusion hertzienne de programmes télévisuels apparaît incertain, pour des raisons qui seront décrites plus loin, **la régulation du marché en aval et, partant, des relations éditeur – diffuseur n'est a fortiori pas justifiée**, compte tenu des dispositions de l'article L. 38-1 précité.

Cas A' : Spécificités des contrats conclu dans le cadre de droits exclusifs – Article L.38-III du Code

L'article L. 38-III du code prévoit que « *l'Autorité peut imposer à un opérateur réputé exercer une influence significative sur un marché mentionné au I de réviser les contrats et conventions en cours à la date de promulgation de la loi n° 2004- 669 du 9 juillet 2004 relative aux communications électroniques et aux services de communication audiovisuelle, qu'il a conclus, dans le cadre des droits exclusifs qui lui étaient confiés, avec les sociétés mentionnées aux articles 44 et 45 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, pour la transmission et la diffusion de leurs programmes* ».

En pratique, cette disposition vise les contrats passés entre TDF et les sociétés suivantes : France Télévisions, Radio France, Radio France Internationale, Arte France, avant le 25 juillet 2003, date à laquelle le monopole légal de TDF pour la diffusion hertzienne terrestre en mode analogique des programmes des sociétés chargées du service public de la télévision est devenu caduc.

L'Autorité propose à ce stade de ne pas entreprendre ici l'analyse de ce marché. Les contributeurs sont invités à transmettre leurs commentaires sur ce point.

Le III de l'article L. 38 du code des postes et des communications électroniques introduit un mécanisme de régulation limité et autonome sans lien avec des questions d'interconnexion et d'accès d'opérateurs déclarés de communications électroniques.

En raison de son caractère circonscrit et dérogatoire, l'intervention de l'ARCEP au titre du III de l'article L. 38 du code des postes et des communications électroniques ne nécessite pas une analyse des marchés de gros des services de diffusion audiovisuelle.

En conséquence, TDF considère que la position de l'ARCEP de ne pas entreprendre l'analyse des relations entre l'opérateur mentionné au III de l'article L. 38 du code des postes et des communications électroniques et les sociétés mentionnées aux articles 44 et 45 de la loi du 30 septembre 1986 est justifiée.

Question relative à l'ensemble de l'analyse du marché 18 :

Certaines autorités de régulation nationales européennes ont d'ores et déjà finalisé leurs décisions sur le marché 18 après avoir obtenu l'aval de la Commission européenne.

En quoi la situation française vous semble-t-elle comparable ou au contraire différente des marchés nationaux concernés ?

A ce stade, les autorités de régulation nationales (ARN) de trois Etats membre de l'Union européenne ont finalisé leur analyse du marché 18 (décisions concernant l'ensemble des 3 volets de la procédure d'analyse de marché). Il s'agit de l'Irlande, de la Finlande et du Royaume-Uni.

Selon la définition des ARN irlandaise et finlandaise, le marché de gros concerne les prestations offertes par les diffuseurs aux éditeurs. Selon la définition de l'ARN britannique, le marché de gros concerne les prestations d'accès aux infrastructures de diffusion.

Cas de l'Irlande

En Irlande, RTE Transmission Networks Limited (RTNL), division de RTE, la société nationale de programmes de radio et de télévision, est en situation de monopole sur le marché des services de diffusion en mode terrestre dans la mesure où cette entreprise effectue la diffusion de la totalité des programmes de radio et de télévision à couverture nationale. Certaines stations de radio locales et régionales achètent des prestations de diffusion à RTNL mais leur grande majorité assure sa propre diffusion à partir de sites détenus en propre ou appartenant à des opérateurs mobiles et des câblo-opérateurs.

Le lancement de la TNT n'est pas envisagé avant 2007-2008.

Cas de la Finlande

La Finlande appartient également à la catégorie de pays où l'opérateur de diffusion terrestre historique, Digita Oy, est une entreprise verticalement intégrée. **En effet, Digita Oy, en tant qu'opérateur de multiplex, détient les licences et les fréquences permettant la diffusion terrestre de l'ensemble des programmes de TNT et de la très grande majorité des programmes de radio numérique** (seule une licence d'exploitation permettant la diffusion de programmes de radio numérique dans la région d'Helsinki a été octroyée à un concurrent de Digita Oy). Par ailleurs, le désengagement complet de la société nationale de programmes, YLE, du capital de Digita n'a eu lieu que très récemment.

Digita Oy est alors en situation de quasi monopole sur le marché des services de diffusion en mode terrestre.

Cas de la Grande-Bretagne

La couverture du territoire britannique en infrastructures de diffusion de programmes de radio et de télévision est assurée par un duopole dont chacun des protagonistes dispose de sa propre zone de couverture non redondante avec celle de l'autre protagoniste. Ce duopole, dont la pérennité ne semble pas menacée, se partage le marché des services de diffusion analogique

et numérique en mode terrestre à couverture nationale, métropolitaine et régionale grâce à un accord de partage de sites permettant à chacun des 2 acteurs d'assurer une couverture au niveau national. Les deux acteurs disposent d'un nombre comparable de sites qui leur permet d'entretenir des « relations commerciales équilibrées ».

On notera que Crown Castle et ARQIVA (anciennement ntl Broadcast) font partie des opérateurs de multiplex sélectionnés pour la TNT. En effet, Crown Castle est opérateur de 2 des 6 multiplex TNT britanniques (multiplex occupés par Freeview) et ARQIVA fait partie du consortium SDN qui est opérateur d'un autre multiplex⁴. Par ailleurs, les éditeurs de TNT britanniques ont l'obligation de couvrir au moins 95% de la population à la date d'extinction de la télévision terrestre analogique. Il est important de souligner de plus, que les éditeurs de contenus radiodiffusés britanniques et en particulier, ceux de programmes de TNT, font appel à unique opérateur de diffusion pour la desserte de la totalité de leur zone de couverture contrairement à la France.

Par rapport à la France :

- En Irlande, mais aussi en Finlande et au Royaume-Uni, les opérateurs de diffusion historiques sont verticalement intégrés (l'opérateur irlandais fait partie d'un groupe public qui est également l'éditeur des programmes de radio et de télévision publics et les opérateurs britanniques et finlandais assurent une fonction d'opérateur de multiplex de TNT)
- En Finlande et en Irlande, les opérateurs de diffusion détiennent des autorisations d'utilisation de fréquences réservées à la diffusion de certains programmes de radiodiffusion
- En Finlande et au Royaume-Uni, les obligations de couverture en TNT vont bien au-delà de celles définies en France par le CSA (diffusion à partir 115 sites couvrant de 80 à 85% de la population)
- En Irlande, le déploiement de la TNT n'a pas encore débuté
- A notre connaissance, au moins en Finlande et au Royaume-Uni les contrats de diffusion de programmes de télévision sont d'une durée bien supérieure (10 ans au lieu de 5 ans en France)
- Dans l'ensemble des autres pays européens, les éditeurs de radiodiffusion font desservir par un opérateur de diffusion unique l'ensemble de leur zone de couverture et la concurrence site par site est inexistante.

On notera enfin, que dans le cas de la France, et contrairement à la pratique en Finlande par exemple, le CSA décide aussi bien du rythme de déploiement de la TNT que des services diffusés dans les différents multiplex qu'il a défini.

Ainsi, en conclusion , **la France est pays le plus concurrentiel d'Europe pour la diffusion de la TNT avec l'existence de quatre opérateurs de diffusion, dont deux nouveaux entrants, et un processus d'appel d'offres zone par zone.**

⁴ Les autres membres du consortium SDN sont S4C et United Business Media. Le multiplex concerné contient Channel 5 en national, S4C au Pays de Galles et TeleG en Ecosse. Les autres opérateurs de multiplex sont :

- La BBC qui contrôle 2 multiplex dont un utilisé par Freeview
- ITV/Channel 4.

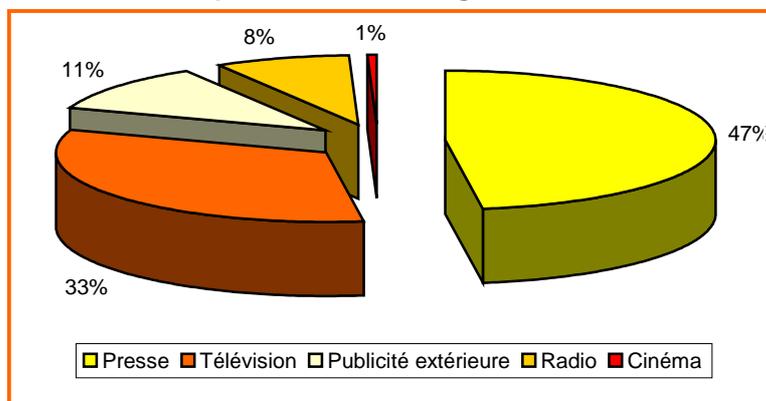
Chapitre 2 : Panorama des offres et des éditeurs de services de télévision et de radio à destination du public

A. Les services de radio

Remarques sur le marché de détail de la radio

En 2004, sur les recettes publicitaires des grands médias français d'un montant total de 9.82 milliards € la part de la radio s'élève à environ 8%, soit 785 millions €.

Les recettes publicitaires des grands médias en 2004



Source : IREP

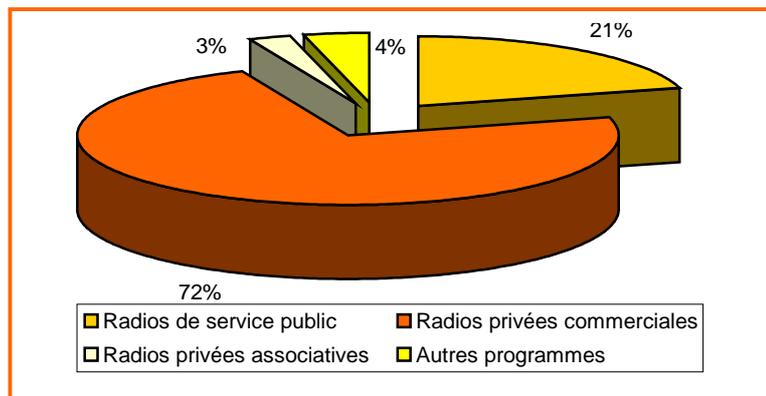
La part de la redevance audiovisuelle affectée à Radio France s'établit à 455.9 millions €⁵ et celle dont bénéficie RFI, qui dispose en plus de 72.13 millions € de subventions du Ministère des affaires étrangères, à 53.71 millions €. Le chiffre d'affaires total du secteur, hors subventions perçues par les radios associatives et sommes versées à ces dernières par le fonds de soutien à l'expression radiophonique, s'élève alors pour la France métropolitaine à approximativement 1,4 milliard d'euros.

S'agissant des radios privées, les régies publicitaires adossées à trois groupes, Lagardère, NRJ et RTL, commercialisent les espaces publicitaires des stations de radios représentant environ 78%⁶ de l'audience de la radio privée en France.

⁵ France Télévisions, « Une émission spéciale redevance », 27/11/2004

⁶ Médiamétrie, « Enquête 126 000 radio », L'audience de la radio en avril-juin 2005

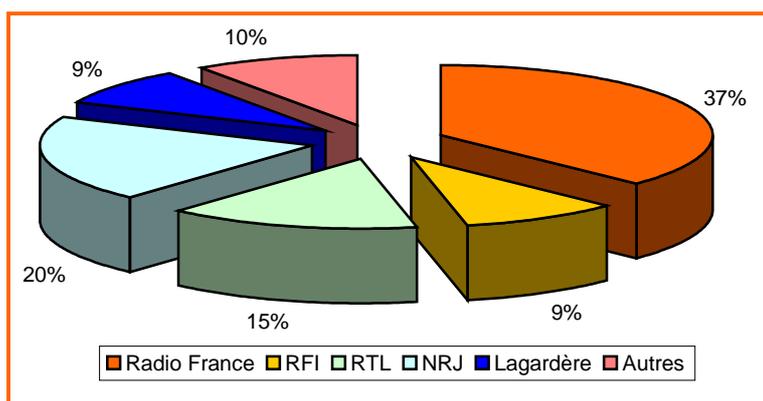
Les parts d'audience des différentes « catégories » de radios définies par Médiamétrie



Source : Médiamétrie⁷

Répartition du chiffre d'affaires 2004 de la radio

(hors subventions perçues par les radios associatives et hors sommes versées à ces dernières par le fonds de soutien à l'expression radiophonique)



Sources : Rapports annuels et estimations TDF

Les 5 principaux groupes représentent environ 90% du chiffre d'affaires total de la radio en France (hors subventions perçues par les radios associatives et sommes versées à ces dernières par le fonds de soutien à l'expression radiophonique).

Ce fort degré de concentration du marché fait que la majeure partie des recettes provenant de la diffusion de programmes de radio dépend d'un nombre très restreint de clients.

⁷ Médiamétrie, « Enquête 126 000 radio », L'audience de la radio en avril-juin 2005. Les **radios de service public** regroupent l'ensemble des stations de Radio France et RFI, les **radios privées commerciales** l'ensemble des stations commerciales locales, régionales et nationales, les **radios privées associatives** les radios pour lesquelles la publicité représente moins de 20% du chiffre d'affaires et les **autres programmes** les radios étrangères, les radios non identifiées, sans statut, etc.

A.2. Radio par câble, ADSL et satellite

Les services de radio sont inclus dans des bouquets de programmes télévisuels proposés à titre payant, sur le câble, l'ADSL et le satellite.

Des programmes de radio sont accessibles par satellite ou sur l'Internet (réseaux de télécommunications fixes ou mobiles) non seulement dans des bouquets de programmes de télévision payants, mais aussi à titre gratuit.

B. Les services de télévision

Remarques sur le marché de détail de la télévision

Comme le souligne l'Autorité, au niveau du marché de détail la jurisprudence distingue le marché de la télévision gratuite de celui de la télévision payante (sans segmenter ces 2 marchés par plate-forme de diffusion).

Sur le marché de la télévision gratuite, il n'existe pas de relation commerciale directe entre le téléspectateur et la chaîne de télévision. Les chaînes gratuites étant financées par la publicité et/ou la redevance, leurs revenus dépendent essentiellement de l'audience (publicité) et/ou du nombre de foyers équipés en téléviseurs (redevance).

Sur le marché de la télévision payante, il existe une relation commerciale entre les distributeurs commerciaux et les téléspectateurs qui sont leurs abonnés. Ainsi, il n'existe pas de relation commerciale directe entre les chaînes de télévision et les abonnés du distributeur commercial, sauf dans le cas de Canal + à la fois éditeur et distributeur.

Les revenus des chaînes payantes proviennent des versements des distributeurs commerciaux et, dans une moindre mesure et uniquement pour les chaînes les plus demandées, de la publicité. Historiquement, la rémunération des droits de diffusion par le distributeur était liée au nombre d'abonnés du distributeur pouvant accéder au programme concerné (son « initialisation »). A l'heure actuelle, les formules forfaitaires (indépendantes du nombre d'abonnés) de rémunération des programmes semblent se développer, du moins dans le cas des plates-formes satellitaires. Les revenus publicitaires, perçus directement par les éditeurs, dépendent de l'audience potentielle de leurs programmes (nombre de téléspectateurs initialisés) mais aussi de leur part de marché d'audience (nombre d'abonnés regardant effectivement ces programmes par rapport aux programmes concurrents sur le même créneau horaire et/ou la même cible). Ainsi, seule une chaîne disposant d'une large distribution et d'une bonne part d'audience effective accède à des recettes publicitaires. Toutefois, les recettes de publicité demeurent marginales et ne pourraient en aucun cas assurer l'équilibre financier des chaînes à court ou moyen terme. Au demeurant, nombre de chaînes à accès payant ne perçoivent aucune recette publicitaire⁸.

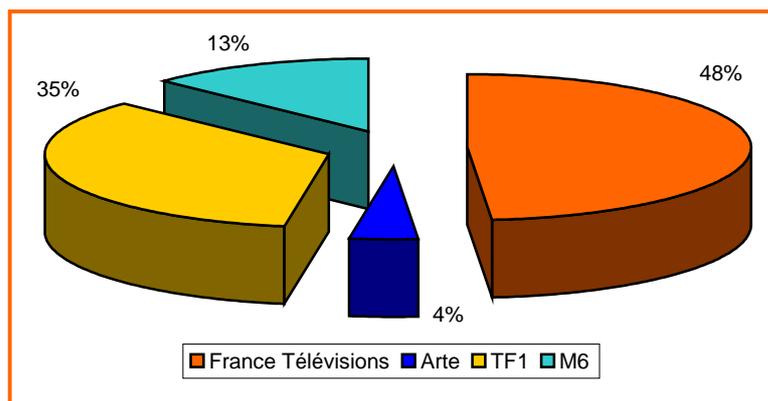
Le marché de la télévision gratuite en France est dominé par France Télévisions et TF1. Le groupe Canal + domine le marché de la télévision payante dont le second acteur est TPS,

⁸ Pour compléter ce panorama, il convient de mentionner l'existence de programmes à accès payant que le téléspectateur ne peut pas visionner sans payer un abonnement au distributeur, mais qui restent gratuits pour le distributeur dans le sens où ce dernier ne verse aucun droit de diffusion à l'éditeur.

détenu conjointement par TF1 et M6. Ce dernier se positionne comme le 3^{ème} acteur du marché de la télévision gratuite et se trouve dans le giron de Bertelsmann, le plus grand groupe européen de communication.

Les recettes globales publicitaires et de redevance des chaînes de télévision gratuite s'établissent en 2004 à environ 4,7 milliards d'euros⁹. France Télévisions et TF1 représentent plus de 83 % de ce total.

La répartition des recettes publicitaires et de redevance de la télévision gratuite (2004)



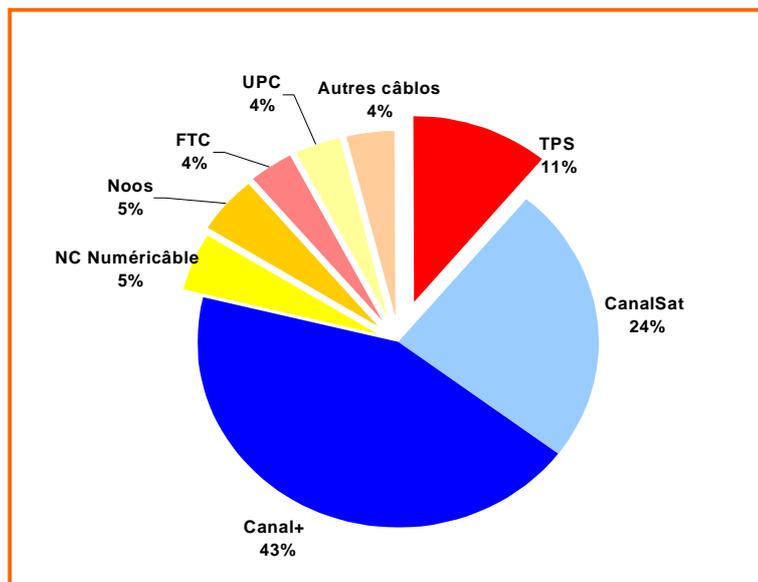
Sources : Rapports d'activité des éditeurs

Le nombre d'abonnements à la télévision payante s'élève en 2004 à un peu plus de 10.5 millions. Ce chiffre n'inclut pas les données relatives au service antenne du câble que les câblo-opérateurs comptabilisent dans leur parc d'abonnement total. En effet, les foyers bénéficiant du service antenne du câble, qui résident en général dans un habitat collectif, ne paient pas directement d'abonnement au câble et ne reçoivent que les chaînes gratuites nationales ainsi que le canal local lorsqu'il existe.

Le marché de l'édition de la télévision payante représente un chiffre d'affaires d'approximativement 2,4 milliards d'euros en 2003. Le groupe Canal + compte pour près de 71% des abonnements à la télévision payante en France (en 2004) et pour environ 72% du chiffre d'affaires de l'édition de la télévision payante (en 2003).

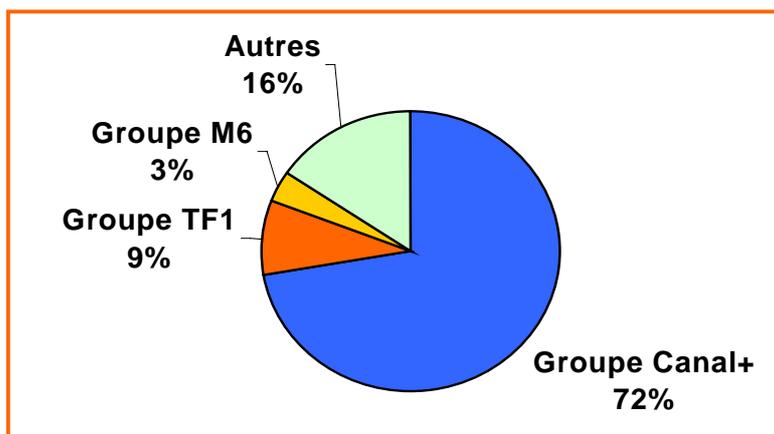
⁹ S'agissant d'ARTE, seule les revenus de la redevance audiovisuelle française sont pris en compte.

La répartition du parc d'abonnements à la télévision payante (2004)



Sources : Rapports annuels, AFORM, ACCESS, analyse OMSYC

La répartition du chiffre d'affaires des éditeurs de la télévision payante (2003)



Source : OMSYC

Ainsi, à l'instar du marché de détail de la radio, **le marché de détail de la télévision gratuite, comme de la télévision payante affiche un degré de concentration très élevé.**

Il en résulte que là aussi un nombre très restreint de clients pèse pour une partie très importante des recettes du diffuseur liées à cette activité.

Comme souligné plus loin (cf. remarques de TDF relatives aux conclusions de l'Autorité du Chapitre 6 : Désignation d'un opérateur exerçant une influence significative sur le marché ») **la forte concentration des marchés de détail de la radio et de la télévision génère un contre-pouvoir d'acheteur significatif et efficace sur le marché intermédiaire des services de diffusion, en particulier terrestre, qui impacte le marché de gros des services d'accès aux infrastructures de diffusion.**

B.2.2 Télévision numérique terrestre

Dans les appels d'offres déjà passés par les opérateurs de multiplexes, la sélection des prestataires a été effectuée site par site ou zone par zone.

Les acteurs sont invités à répondre aux questions suivantes :

Question 1 : Cette façon de procéder sera-t-elle selon vous poursuivie pour les prochaines tranches d'ouverture de la TNT ?

Question 2 : Quels en sont les avantages et les inconvénients du point de vue du fonctionnement du marché et de la concurrence ?

La sélection des opérateurs de diffusion zone par zone (et non site par site) est une particularité essentielle du marché français¹⁰.

Réponse à la Question 1 :

Dans la mesure où :

- la planification du CSA pour les 3^{ème} et 4^{ème} phases de déploiement de la TNT est réalisée zone par zone (cf. liste des fréquences de TNT devant être mises en service avant le 15 juin 2006 et le 15 septembre 2006 jointe en annexe 2), de la même manière que pour les deux premières phases, et
- selon les conventions conclues par les éditeurs avec le CSA « ... la délimitation précise de ces zones géographiques pourra dépendre des caractéristiques techniques et du lieu exact d'implantation des émetteurs »

il paraît peu vraisemblable que la méthode de sélection retenue par les opérateurs de multiplex change au cours des prochaines tranches d'ouverture de la TNT.

A notre connaissance, **l'ensemble des opérateurs de multiplex souhaite continuer à recourir à une sélection zone par zone des opérateurs de diffusion.**

A titre d'exemple, dans les récents appels d'offres relatifs aux phases 3A (déploiement prévu à l'horizon juin 2006) et 3B (déploiement prévu à l'horizon octobre 2006) lancés par certains opérateurs de multiplex ces derniers affichent leur décision de procéder de cette manière pour les phases de déploiement à venir.

Réponse à la Question 2 :

Une telle procédure permet de **maximiser le degré de concurrence entre prestataires de services de diffusion** dans la mesure où la concurrence entre ces derniers s'exerce non seulement multiplex par multiplex mais aussi point d'émission par point d'émission. De plus, compte tenu de la latitude dont disposent les opérateurs de multiplex en matière de choix de l'implantation des émetteurs, l'arbitrage est possible au niveau des services de diffusion

¹⁰ Les modalités de fourniture des services de diffusion diffèrent ainsi significativement de celles prévalant en matière de service universel de télécommunications où l'opérateur en charge de la fourniture du service universel fournit les prestations concernées sur l'ensemble du territoire national.

proposés par les différents diffuseurs comme au niveau des sites de diffusion présentés par chacun d'eux.

Les opérateurs de multiplex peuvent ainsi opter pour le rapport qualité-prix qui leur convient en fonction de leurs préférences individuelles et de leur situation propre. Comme l'a souligné le directeur général d'Antalis TV dans un entretien accordé à 01net à propos de la 1^{ère} phase de déploiement de la TNT: « *Tout s'est joué de septembre 2004 à mars 2005, dans le cadre d'une compétition extrêmement serrée, puisque chaque multiplex a négocié site par site le choix de son opérateur technique* ». Il est clair que cette méthode de sélection confère aux opérateurs de multiplex et, partant, aux éditeurs un contre-pouvoir d'acheteur considérable face aux diffuseurs.

On notera que les points de service étant attribués en plusieurs étapes (correspondant aux différentes phases de déploiement de la TNT), une sélection zone par zone implique un **accroissement de la fluidité du marché** dans la mesure où de nouvelles mises en concurrence auront lieu de façon régulière au cours du temps.

Enfin, la méthode de sélection zone par zone permet aux offreurs de programmes de minorer les risques qui pourraient résulter d'une diffusion de leurs programmes par des nouveaux entrants, disposant d'une expérience limitée lors de leur entrée sur le marché, et **facilite l'entrée des nouveaux entrants aussi bien sur le marché des services de diffusion, que sur celui des infrastructures de diffusion** dans la mesure où, contrairement à d'autres pays, ces derniers ne sont pas tenus de présenter une offre nationale pour capter des parts de marché.

B.3. Télévision par câble, ADSL et satellite

B.3.2 Des offres gratuites

A titre liminaire, il convient de relever que, contrairement à la télévision hertzienne terrestre gratuite¹¹, la télévision gratuite ou quasi-gratuite par câble (service antenne) et satellite implique l'installation d'équipements spécifiques. En effet, si une antenne râteau est installée dans la plupart des habitations, la réception par câble ou satellite implique souvent des frais d'installation spécifiques (installation de l'antenne parabolique, de la prise câble).

Comme le souligne l'Autorité, dans les habitats collectifs desservis par les câblo-opérateurs les antennes râteau ont été remplacées par le service antenne, ce dernier constituant ainsi un vecteur de substitution du câble à l'hertzien terrestre. Les habitants des immeubles concernés ne supportent pas dans ce cas des frais d'installation spécifiques mais uniquement des frais de maintenance intégrés aux charges collectives.

S'agissant des installations permettant la réception gratuite de programmes de télévision par satellite, des antennes paraboliques sont disponibles dans le commerce pour moins de 40 € et, contrairement aux téléspectateurs britanniques, les téléspectateurs français installent, dans la grande majorité des cas, l'antenne eux-mêmes et, partant, n'encourent pas des frais d'installation.

¹¹ Sauf au démarrage de la TNT, jusqu'au renouvellement du parc des téléviseurs.

B.4. Disponibilité géographique

Les acteurs sont invités à communiquer leurs commentaires sur les éléments préalablement exposés relatifs à la disponibilité géographique de la télévision par câble, ADSL et satellite et à actualiser le cas échéant les taux de pénétration ainsi exposés.

On notera tout d'abord qu'il est important **d'éviter toute confusion entre le taux de couverture d'une plate-forme, qui traduit la population qu'elle couvre, et son taux de pénétration, qui reflète la population qui l'utilise effectivement. Il est tout aussi essentiel de prendre en compte dans l'analyse non seulement des données historiques mais aussi des données prospectives.**

En effet, si compte tenu de sa prééminence dans le temps le hertzien terrestre reste la plate-forme la plus répandue, sa pénétration décline rapidement et devrait s'accélérer en raison de :

- l'extension de la couverture des plates-formes alternatives, notamment de la télévision sur l'ADSL,
- d'une couverture plus limitée de la TNT par rapport à la télévision analogique terrestre
- la nécessité pour le téléspectateur de changer ses équipements de réception pour pouvoir passer de l'analogique au numérique et
- la modification des habitudes de consommation (demande pour des offres élargies, des services de « télévision personnelle », des offres triple ou quadruple play, etc.).

Une étude de l'IDATE¹² donne les prévisions de couverture suivantes pour les différentes plates-formes à l'horizon 2007 :

	2003	2005	2007
Hertzien analogique			
Couverture	85 à 100% (selon les chaînes)	85 à 100% (selon les chaînes)	85 à 100% (selon les chaînes)
TNT			
Couverture théorique	-	50%	80%
Couverture effective (tenant compte des antennes)	-	30% (60% d'antennes aptes)	60% (75% d'antennes aptes)
Câble			
Couverture	37%	42%	48,30%
Satellite			
Couverture théorique	100%	100%	100%
Couverture effective (hors zones urbaines)	Environ 65%	Environ 65%	Environ 65%
TV sur ADSL			
Couverture ADSL	74%	80 à 85%	90%
Couverture technique potentielle	60% à Lyon	65% à Paris	moins de 50% en zone urbaine

Source : IDATE

¹² IDATE, « ADSL, câble, satellite, TNT : Qui va gagner ? », édition 2004

Les chiffres concernant la télévision sur ADSL de ce tableau semblent sous-évalués dans la mesure où selon les informations publiées par France Télécom, la couverture de la population en ADSL atteignait 92% dès la fin du 1^{er} trimestre 2005. Fin 2005, 10 millions de foyers, soit 40% des ménages seront couverts par MaLigne tv et fin 2008 65% des paires de cuivre installées en France disposeront d'un débit d'au moins 7 Mbit/s. France Télécom souligne par ailleurs, les potentiels d'évolution des nouveaux standards MPEG4 et ADSL+, ainsi que son intention de commencer le déploiement de réseaux de future génération au plus tard début 2008.

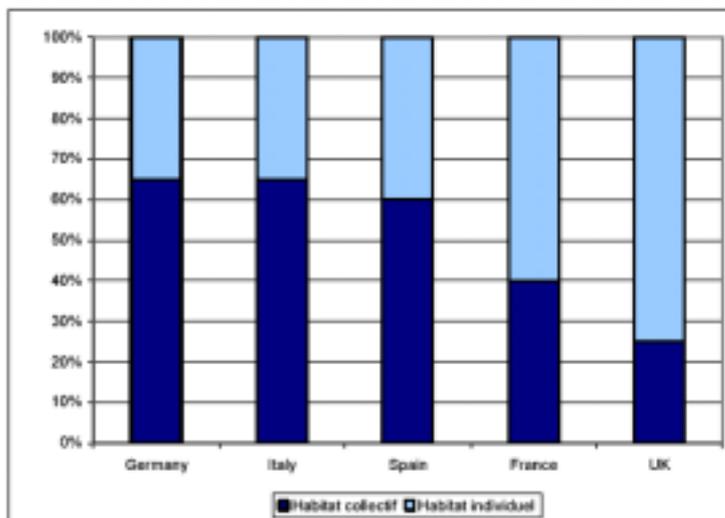
S'agissant des zones blanches, il convient de noter que la norme WiMax permet la diffusion de programmes vidéo et que si les largeurs de bandes sont suffisantes, cette technologie pourra constituer un complément de desserte compétitif pour assurer une extension, voire un achèvement de la couverture du territoire national par des offres triple play grâce à des subventions plus ou moins importantes des pouvoirs publics.

S'agissant du satellite et notamment des contraintes liées à la réglementation de l'urbanisme et au fonctionnement des copropriétés, on notera que les contraintes relatives à l'installation des antennes individuelles en milieu collectif urbain ne sont pas de nature à empêcher cette installation. Les occupants d'immeubles bénéficient d'un "droit à l'antenne" organisé par la loi du 2 juillet 1966 qui limite les possibilités pour les propriétaires de s'opposer à cette installation, sauf motif légitime sous le contrôle du juge, dès lors que l'occupant respecte la procédure préconisée pour l'installation de l'antenne.

Ce même droit s'oppose à ce que la législation d'urbanisme dans le cadre d'un POS par exemple (ou d'un PLU) interdise de manière générale ce type d'installation. L'installation de l'antenne individuelle est seulement réglementée, en particulier s'agissant de l'antenne parabolique qui dépasse un mètre de diamètre et requiert une déclaration de travaux.

Par ailleurs, s'il est vrai que le satellite est plus adéquat pour la desserte des habitats individuels, il est important de souligner également que la France fait partie des pays européens où le pourcentage d'habitats individuels est relativement élevé.

Comparaison de la ventilation des logements dans quelques pays européens



Source : IDATE¹³

Il apparaît alors primordial que l’Autorité porte une attention particulière aussi bien à l’évolution de la pénétration des différents supports de diffusion qu’à celle de leur couverture géographique.

¹³ IDATE, « ADSL, câble, satellite, TNT : Qui va gagner ? », édition 2004

Chapitre 3 : La diffusion audiovisuelle : chaîne technique, acteurs, offres aux éditeurs

Afin de mieux appréhender la délimitation du marché 18 de la Commission européenne, l'Autorité propose dans le présent chapitre une description de la diffusion audiovisuelle. Elle invite les contributeurs à la présente consultation publique à réagir sur cette présentation.

B. Les prestations de transport

L'Autorité indique que des faisceaux hertziens peuvent être utilisés pour la fourniture de prestations de transport uniquement dans le cas de la diffusion hertzienne terrestre. S'il est vrai que le recours aux faisceaux hertziens comme moyen de transport n'est répandu que dans le cas de la diffusion hertzienne terrestre, rien ne s'oppose à leur utilisation pour assurer les prestations de transport lorsque la diffusion s'effectue à partir d'autres plates-formes.

La description des moyens mis en œuvre pour le transport des programmes de radio et de télévision diffusés en mode hertzien terrestre traduit la situation actuelle s'agissant du transport des signaux vers les sites de diffusion ; situation qui n'est pas forcément figée et pourrait évoluer.

TDF est en concurrence non seulement avec les opérateurs de télécommunications, mais aussi avec d'autres diffuseurs. Par ailleurs, mis à part les faisceaux hertziens que TDF détient et exploite en propre, dans le cas des autres types de liaisons de transport, TDF effectue de la revente de prestations fournies par des opérateurs de télécommunications.

C. Services de diffusion de programmes radiophoniques

C.1. Réseaux utilisés pour la diffusion de la radio

On notera que les abonnés au câble, à l'ADSL et au satellite connectent leur dispositif de réception à l'amplificateur et non pas au tuner pour recevoir la radio sur leur chaîne hi-fi. Le tuner n'est utilisé en effet que pour la réception des programmes diffusés en hertzien terrestre.

C.3. Chaîne technique de diffusion

C.3.1 Diffusion en mode FM et C.3.2 Diffusion en mode AM

TDF souscrit globalement à la description de la chaîne technique de diffusion effectuée par l'Autorité. On ajoutera seulement que l'encombrement des émetteurs FM, à puissance équivalente, est non seulement nettement inférieur à celui des émetteurs de télévision analogique mais de plus, la puissance requise pour une desserte équivalente est largement moindre en radio FM qu'en télévision analogique.

D. Services de diffusion de programmes télévisuels

D.1. Diffusion hertzienne terrestre

D.1.1 Chaîne technique de diffusion

La TNT étant planifiée, en général, à une puissance de -13 dB par rapport à la télévision analogique, soit un rapport de 20, **il est souvent possible de mettre en œuvre une antenne d'émission spécifique pour la TNT, moins développée que celle employée pour la télévision analogique, et d'utiliser des infrastructures dédiées à la TNT plus légères que celles déployées par TDF pour la télévision analogique.** La potentialité d'une optimisation technico-économique du couple « puissance émetteur – gain d'antenne » en s'appuyant sur les dernières technologies disponibles s'avère dès lors réelle.

S'agissant du système antenne employé pour la diffusion de la télévision terrestre, on soulignera que ce dernier se caractérise par un coût très supérieur lorsque le même système est utilisé pour la diffusion de la télévision analogique et de la télévision numérique que lorsqu'un système spécifique est déployé pour la seule télévision numérique. En effet, compte tenu des puissances en jeu dans le cas de la co-diffusion de l'analogique et du numérique et de la « proximité » entre les 2 types de signaux, les multiplexeurs, feeders et antennes requis pour diffuser à partir d'un même système antenne les programmes de télévision analogique et numérique sont significativement plus complexes et volumineux.

On notera par ailleurs, que dans la mesure où **lorsqu'on déploie un ensemble de sites nouveaux adaptés aux seuls besoins de la TNT, il est possible d'atteindre un degré de standardisation élevé et la durée d'un tel déploiement est inférieure à celle nécessaire pour adapter les sites de diffusion de la télévision analogique aux exigences liées à l'arrivée de la TNT sur ces sites.** En effet, chaque site existant affichant des caractéristiques différentes, il devient nécessaire de procéder à des études et opérations spécifiques pour chacun parmi eux.

Chapitre 4 : Délimitation des marchés de gros des services de diffusion audiovisuelle

A. Délimitation du marché en termes de produits et de services

A.2. Exclusion des prestations de transport du champ de l'analyse

L'Autorité propose donc de conclure que le marché des prestations de transport des signaux audiovisuels est concurrentiel et ne doit pas faire l'objet d'obligation *ex ante*. Cette analyse ne s'applique qu'au transport de signaux audiovisuels depuis les régies de diffusion des éditeurs vers les sites de diffusion pour la diffusion en mode hertzien terrestre, ou les têtes de câble pour la diffusion sur les réseaux filaires.

Les acteurs sont invités à se prononcer sur l'exclusion des prestations de transport du champ de l'analyse du présent marché.

Comme le note l'Autorité, les prestations de transport sont fournies sur la base d'infrastructures de nature diverse (FH, satellite, fibres optiques) et indépendante de la plate-forme technique de diffusion de programmes audiovisuels. Ces prestations peuvent être prises en charge, selon les cas, par les éditeurs eux-mêmes, les diffuseurs ou encore des opérateurs de télécommunications. Généralement, ce sont d'ailleurs les infrastructures déployées par ces derniers qui sont utilisées quelle que soit l'entité responsable du transport des programmes.

Il apparaît alors que non seulement **le marché des prestations de transport des signaux audiovisuels est concurrentiel** et ne doit pas faire l'objet d'obligation *ex ante* mais que, **compte tenu de la nature de ces prestations, ce marché ne semble pas relever du marché 18.**

Selon l'OFCOM, « As mentioned above, the broadcasters' content must be transported from their studio to the transmission site and thence to the end-user via terrestrial transmission. Transport from the studio to the transmission site may be carried out via a range of options including by fixed line and by satellite. The market review documents "A Review of the retail leased lines, symmetric broadband origination and wholesale trunk segments markets: Final Statement and Notification" (issued by Ofcom on 24 June 2004) and "Wholesale International Services markets: Final Explanatory Statement and Notification" (issued by Oftel on 18 November 2003) discussed those means of conveyance, and therefore those elements of transmission will not be analysed further in this document ¹⁴».

Le régulateur norvégien arrive à des conclusions similaires « The sale of transmission capacity on feeder networks, contribution networks and trunk networks is not to be included in market 18, but is attributable to market 7 for leased lines up to and including 2 Mbit/s. Sales of capacity on

¹⁴ OFCOM, « Broadcasting transmission services : A review of the market », 11/11/2004

the access network on cable TV networks, satellite networks and terrestrial networks are included in market 18 »¹⁵.

On notera que les deux régulateurs nationaux cités ci-dessus sont ceux parmi les autorités de régulation nationales européennes ayant entrepris (mais pas forcément finalisé à ce stade) l'analyse du marché 18 à avoir défini le marché de gros comme celui des services d'accès aux infrastructures de diffusion et non pas comme celui des services de diffusion.

A.4. Absence de substituabilité entre les offres de gros de diffusion de radio et de télévision

Il en résulte que, du côté des diffuseurs, services de diffusion de programmes radiophoniques et services de diffusion de programmes télévisuels ne sont pas substituables.

L'Autorité en déduit que les services de diffusion de radio et de télévision ne sont pas substituables du côté de la demande sur le marché de gros de l'accès. Les contributeurs sont invités à commenter cette analyse.

L'Autorité soumet à commentaires son analyse de substituabilité entre offres de gros de diffusion de radio et de télévision.

TDF souscrit à l'analyse de l'Autorité qui conclut à une **absence de substituabilité entre services de diffusion de programmes radiophoniques et services de diffusion de programmes télévisuels** et, partant, à l'**existence de marchés de gros distincts pour les deux types de services**.

Cette analyse est confirmée par celles qui ont été menées sur les marchés de détail. Il est communément admis en effet, que les marchés de la télévision et de la radio constituent des marchés distincts du point de vue de l'utilisateur final. Ces deux produits répondent à des besoins différents, font l'objet d'usages différenciés et apparaissent dans leur usage comme complémentaires plutôt que substituables. On qualifie ainsi la radio de « média du matin » et la télévision de « média de la soirée », ce dont attestent les courbes d'audience respectives des deux médias. Par ailleurs, les deux médias se distinguent aussi par leurs caractéristiques techniques : la télévision offre aussi bien de l'image que du son, la radio se limite au seul son. De ce fait, les coûts de production et les contenus proposés diffèrent de manière significative, de même que le mode de consommation. L'écoute de la radio s'effectue conjointement avec

¹⁵ NPT, « Analysis of the wholesale market for broadcasting transmission services, to deliver broadcast content to end users », 29/10/2004

« *Contribution network* means the part of the network where broadcast content is carried eg. between recording/production sites and studio.

The *feeder network* is understood to be the portion of the network that runs from the broadcaster out to the first point of connection in a transmitter network or trunk network (terrestrial antenna, satellite earth station or connection to a cable TV network).

The *trunk network* is understood to be the portion of the network where signals are carried between the first point of connection with the broadcaster up to the interface with the access networks.

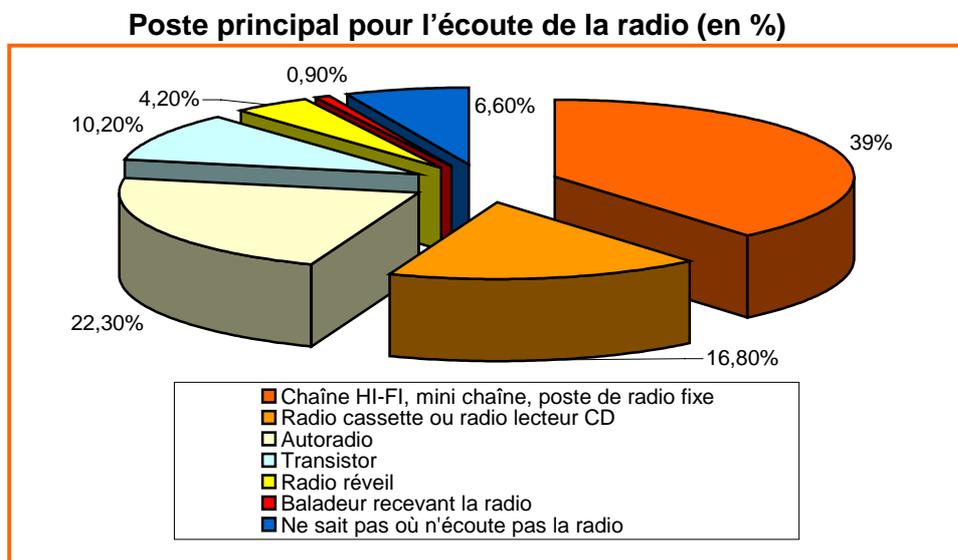
The *access network* is understood to be the last portion of the network out to the end user ».

d'autres activités dans la plupart des cas, alors que regarder la télévision constitue souvent une activité à part entière qui concentre toute l'attention du téléspectateur.

A.5. Exclusion des modes alternatifs de diffusion de la radio du champ de l'analyse

Au regard de la très large prédominance de la réception hertzienne terrestre, exposée dans le chapitre 3, partie C, l'Autorité propose de restreindre le champ de l'analyse des services de diffusion de programmes radiophoniques au seul support hertzien terrestre.

Les acteurs sont invités à apporter à l'Autorité, si nécessaire, tous les éléments qui étayent ou infirment l'exclusion des modes de diffusion alternatifs de la radio du champ de l'analyse.



Source : Médiamétrie¹⁶

S'il est vrai que la majorité des auditeurs continue à écouter la radio par voie hertzienne terrestre, la **pénétration des autres supports progresse régulièrement**. Alors qu'il y 10 ans la part d'audience des supports autres que le hertzien terrestre était nettement inférieure à 5% , en 2004 :

- Environ 5 % de la population écoutaient la radio par câble dont la zone de chalandise est plutôt urbaine.
- Approximativement 10 % de la population écoutaient la radio par satellite dont la zone de chalandise est quasi nationale, bien que les auditeurs concernés résident plutôt dans agglomérations de moins de 100 000 habitants, voire dans les communes rurales.
- Enfin, plus de 22 % de la population écoutaient la radio via Internet dont la zone de chalandise est quasi nationale (partout où l'Internet est disponible qu'il s'agisse de bas ou haut débit). Ce chiffre est en nette progression sur les dernières années. La population concernée relève de la catégorie « gros consommateur d'écoute radio ». Il est intéressant

¹⁶ Médiamétrie, « L'année radio 2003-2004 »

de souligner que 53.3 % des auditeurs radio disposent d'un micro-ordinateur contre 38.6% pour les non auditeurs de radio.

On notera de plus, que pour bon nombre d'auditeurs, le poste principal pour l'écoute de la radio est un « poste fixe ». Or, en « situation fixe » aux moins 3 plates-formes de réception concurrentes sont disponibles pour la très grande majorité des auditeurs.

Compte tenu de ce qui précède et en fonction de l'évolution future de la pénétration des différentes plates-formes, **il pourrait s'avérer nécessaire dans l'avenir d'étendre l'analyse à d'autres plates-formes que le hertzien terrestre également.**

A.6. Absence de substituabilité entre les offres de gros de diffusion de services de radio en modes FM et AM

Au vu de ce qui précède, l'Autorité propose de conclure que les offres de gros de diffusion en mode FM et les offres de gros de diffusion en mode AM ne sont pas substituables et ne le seront pas à l'horizon de la présente analyse.

Les acteurs sont invités à se prononcer sur cette analyse conduisant à l'absence de substituabilité entre les offres de gros de diffusion de radio en mode FM et AM.

TDF partage l'analyse et la position de l'Autorité concernant l'**absence de substituabilité entre offres de gros de diffusion en mode FM et offres de gros de diffusion en mode AM** ; position qui est similaire, comme le souligne l'Autorité, à l'opinion exprimée par le Conseil de la concurrence comme le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

A.7. Absence de substituabilité entre les offres de gros de diffusion de télévision hertzienne terrestre et les offres de gros de diffusion de télévision par ADSL, câble et satellite

Au vu de ce qui précède, l'Autorité propose de conclure que les offres de gros de diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels et les offres de gros de diffusion de programmes télévisuels par câble, ADSL et satellite ne présentent pas un degré de substituabilité suffisamment important pour appartenir au même marché et n'en présenteront pas un à l'horizon de la présente analyse. Les contributeurs sont invités à se prononcer sur cette analyse.

L'inéluctable érosion de la pénétration du hertzien terrestre

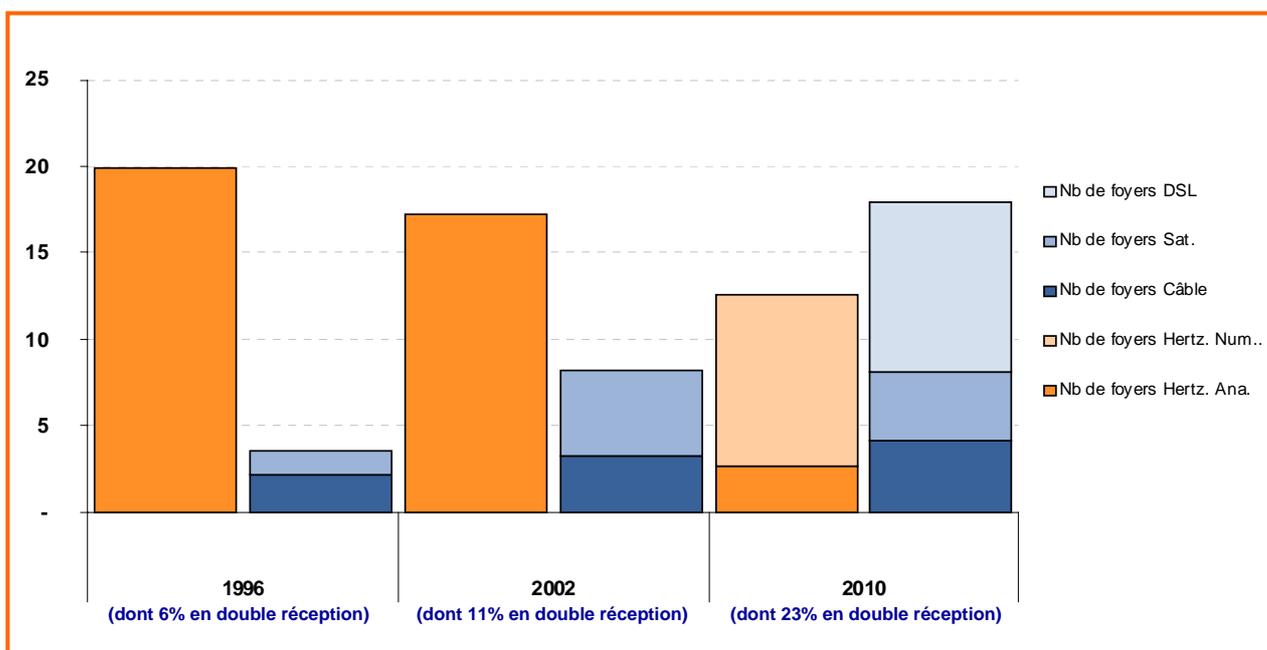
Alors qu'en 1996 environ 20 millions de foyers recevaient la télévision par voie hertzienne terrestre, leur nombre sera inférieur à 13 millions en 2010, selon l'OMSYC. Cette baisse de la pénétration de la télévision terrestre s'accompagne d'une hausse de celle des autres plates-formes qui, en 2010, dépassera largement la pénétration de la télévision terrestre.

Une étude publiée par l'IDATE en 2004¹⁷ montre que si en 2004 un peu plus de 50% des ménages équipés d'un récepteur de télévision n'accédaient qu'à la télévision gratuite hertzienne terrestre, leur part sera de moins de 37% en 2009.

Enfin, selon une étude publiée par Strategy Analytics en mars 2005¹⁸, fin 2004 environ 24% des ménages français possédant un récepteur de télévision accédaient aux programmes de télévision sur un support numérique (contre 15% en 2000). Parmi eux, environ 19% utilisaient le câble, 6% la télévision sur ADSL et 75% le satellite. En ajoutant aux téléspectateurs utilisant des supports numériques les abonnés analogiques des câblo-opérateurs¹⁹, plus de 35% des ménages français équipés d'un téléviseur ont recours à d'autres plates-formes que le hertzien terrestre, sans compter les réception par satellite analogique.

Ces chiffres montrent que **le développement des supports de diffusion alternatifs a d'ores et déjà largement érodé et continuera à éroder la part de marché de la télévision analogique terrestre.**

Nombre de foyers équipés (en millions)



Source : OMSYC

Comme le souligne M. Boyon²⁰, « **La certitude est celle de la disparition de la technologie analogique de diffusion.** ... En effet, la technologie analogique apparaît aujourd'hui obsolète au regard des potentialités de contenus et des perspectives de réduction des coûts qu'offre la technologie numérique ». L'issue de la « bataille » entre les supports numériques appelés à remplacer les supports analogiques demeure inconnue dans la mesure où la « neutralité technologique » prévaut aussi bien au niveau communautaire qu'au niveau national ; ni les

¹⁷ IDATE, « ADSL, câble, satellite, TNT : Qui va gagner ? », édition 2004

¹⁸ Strategy Analytics, « Digital TV Subscriber Market Forecast Data – Western Europe », mars 2005

¹⁹ Selon l'AFORM, au 30/06/2005, le nombre d'abonnés des câblo-opérateurs s'élevait à environ 3.6 M, dont près d'1 M d'abonnés numériques.

²⁰ M. BOYON, « La télévision numérique terrestre », Rapport établi à la demande du Premier Ministre, octobre 2002

autorités européennes, ni les autorités nationales n'entendent favoriser le développement d'une plate-forme numérique particulière.

Le résultat d'une concurrence intensifiée entre les différentes plates-formes et la part de marché à terme de la TNT, « successeur » de la télévision analogique terrestre dans le sens où elle constitue une évolution technologique de cette dernière, lancée après les autres supports numériques, restent d'autant plus incertains qu'au-delà de ce décalage temporel, la TNT pourrait souffrir d'autres désavantages concurrentiels par rapport aux autres plates-formes de diffusion numériques liés à :

- La disponibilité d'un nombre limité de programmes gratuits par rapport au Royaume-Uni par exemple où le succès de la TNT repose uniquement sur l'offre de programmes gratuits
- La disponibilité de l'ensemble des chaînes hertziennes sur d'autres supports numériques également dont l'offre de programmes est de surcroît plus élargie
- L'impossibilité de proposer des offres couplées (triple, voire quadruple play) ou des services de « télévision personnelle »
- L'absence de subvention des équipements de réception.

La problématique de la substitution du hertzien terrestre par les plates-formes de diffusion alternatives

Les chiffres figurant dans nos commentaires relatifs à la disponibilité géographique des différentes plates-formes de livraison de programmes de télévision (cf. *B.4. Disponibilité géographique*) laissent penser qu'**à terme la couverture des différentes plates-formes numériques sera comparable et « redondante », à l'exception des zones à faible densité de population qui ne seront couvertes que par le satellite.**

Or, l'extinction de la télévision terrestre analogique entre 2010 et 2012 (voire bien avant pour Canal+) impose la migration des équipements de réception de la majorité des téléspectateurs qui n'utilisent aujourd'hui que ce moyen de réception. Dès lors qu'il convient d'engager d'une part, des travaux d'adaptation de l'antenne de réception et/ou d'installation d'équipements de distribution du signal dans les habitats collectifs et d'autre part, d'acquérir un décodeur ou un téléviseur numérique, ces foyers effectueront un arbitrage « optimal ».

Cet arbitrage entre les différents moyens de réception accentue le recours aux supports alternatifs à la TNT. **Au-delà de la disponibilité géographique** des différents modes de diffusion, **les téléspectateurs basent le choix de leur nouveau moyen de réception de contenus audiovisuels sur les coûts qu'ils supportent pour chacun d'entre eux** et donc sur les formules tarifaires proposées par les opérateurs. La comparaison du coût total de migration vers les différentes plates-formes de livraison sur une période de 10 ans nous permet de conclure que **le téléspectateur supporte des coûts proches et d'un niveau raisonnable quelle que soit la technologie choisie.** Néanmoins, grâce à leur relation directe avec les utilisateurs finals et aux caractéristiques des technologies mises en œuvre, les câblo-opérateurs et les opérateurs de télécommunications ont la possibilité de proposer des formules tarifaires et des offres « triple play » conduisant à une réduction du coût apparent des services de télévision et détiennent de ce fait un avantage concurrentiel.

Comparaison du coût sur 10 ans des différentes plates-formes de livraison du point de vue du client final

Plate-forme de livraison		Equipement de réception(€TTC)	Installation (€TTC)	Maintenance/location (€TTC)	Coût total sur la période (€ TTC)	"Ticket d'entrée" (€ TTC)
Hertzien terrestre	numérique	150,00	100,00	100	350,00	250,00
Câble	numérique	0	0	240,00	240,00	0,00
Satellite	numérique	150,00	100,00	100	350,00	250,00
Ligne téléphonique	DSL *					

Source : analyse TDF

NB : Le cas de la télévision sur ADSL est difficile à traiter dans la mesure où ce service est souvent inclus dans une offre triple play. De ce fait, son coût s'avère problématique à déterminer.

Une perte de part de marché significative du hertzien terrestre après l'arrêt de la télévision terrestre analogique apparaît ainsi vraisemblable. Or, cet état de fait n'est pas sans impact sur les négociations entre diffuseurs hertziens terrestres et offreurs de programmes. En effet, dans la mesure où les offreurs de programmes ont tendance à lier le coût d'un support de diffusion à l'audience qu'il engendre, de leur point de vue, un support de diffusion dont la part dans l'audience ou dans le nombre d'abonnés qu'ils réalisent décroît devrait voir sa part dans les coûts de diffusion se réduire, puisque le coût de diffusion par téléspectateur sur le support en déclin tend mécaniquement à croître. Or, ce calcul, logique du point de vue de l'acheteur, s'avère peu conciliable avec l'économie de la diffusion hertzienne terrestre soumise à un phénomène de non rivalité dans la consommation : **pour un émetteur donné, le coût de diffusion est constant quel que soit le nombre d'antennes de réception initialisés vers cet émetteur.** Si ce phénomène est particulièrement intéressant pour les offreurs de programmes lorsque le nombre de foyers recevant la télévision par un émetteur donné croît, il apparaît anti-économique lorsque ce nombre décroît.

La substitution entre supports de diffusion relève ainsi d'un mécanisme particulier :

- continu au niveau des téléspectateurs, le marché final ou de détail de la télévision
- discret au niveau du marché des prestations de service de diffusion, le marché intermédiaire.

En effet, les consommateurs que sont les téléspectateurs effectuent leurs arbitrages individuellement entre les différentes offres de programmes disponibles sur le marché. Ils effectuent conjointement un arbitrage entre les supports de télédiffusion, qui constituent un service joint et indissociable de l'offre de programmes. Les choix individuels des téléspectateurs ne se traduisent pas immédiatement par des phénomènes de substitution entre les supports de diffusion, mais se répercutent principalement à travers une pression tarifaire pour les supports de diffusion qui subissent une perte d'audience (cf. ci-dessus).

En dessous d'un certain seuil de pénétration, la diffusion hertzienne terrestre devient une prestation trop onéreuse. Dès lors, l'offreur de programmes bascule en une fois toute la zone concernée sur un support alternatif en subventionnant au besoin l'équipement en accès des derniers téléspectateurs de la zone. Une telle substitution du terrestre analogique par le satellite par exemple, s'opère d'ores et déjà dans les zones à faible densité de population de la France métropolitaine. Certaines chaînes analogiques ont ainsi décidé d'arrêter la diffusion hertzienne analogique dans certaines zones de moins de 200 habitants et de compléter leur couverture via la subvention d'antennes paraboliques permettant la réception par satellite analogique de leurs programmes. L'ampleur du phénomène est particulièrement saillante dans les départements d'outre-mer.

En effet, si les programmes de RFO restent accessibles en réception terrestre, la quasi totalité des autres programmes ne le sont plus que par satellite ou par câble, lorsque ce dernier est disponible. Canal +, qui est l'une des rares chaînes privées diffusées en terrestre migre quasi systématiquement au moins une partie de sa diffusion sur le satellite. L'arrêt de la diffusion terrestre s'accompagne d'offres promotionnelles pour le passage sur le satellite.

- A Saint Martin et Saint Barthélemy, le réseau a été fermé officiellement en février 2003 et techniquement en mai 2003
- En Guyane, passage, à la mi-novembre 2004, de 7 à 3 sites (couverture terrestre de Cayenne et Kourou seulement après les fermetures)
- Enfin, les autorisations de la Réunion étant arrivées à terme en août 2005, Canal + n'a pas demandé leur renouvellement pour 25% des zones desservies et, partant, un quart de ses points de diffusion est en cours de fermeture.

Comparaison du coût annuel de livraison d'une chaîne vers un foyer selon le taux de pénétration du service par plate-forme de diffusion (en € fourniture du seul service de télévision)

Plate-forme	Taux de pénétration 10%	Taux de pénétration 25%	Taux de pénétration 50%	Taux de pénétration 75%
ADSL	1.8	1.7	1.7	1.7
Satellite	1	0.7	0.6	0.6
Câble	1.9	1	0.7	0.6
TNT	5.2	2.8	2	1.7

Source : IDATE²¹

Le tableau précédent montre que l'ensemble des plates-formes de diffusion numériques alternatives présente un avantage coût, du point de vue des éditeurs, par rapport à la TNT. Les chiffres de ce tableau résultent d'une hypothèse selon laquelle le service de télévision est l'unique service fourni, en particulier par les câblo-opérateurs et les opérateurs de télécommunications fixes (ADSL).

Or, la fourniture du service de télévision dans le cadre d'une offre triple play sur le câble et l'ADSL rend ces deux plates-formes encore plus compétitives par rapport à la TNT (cf. tableau suivant).

Comparaison du coût annuel de livraison d'une chaîne vers un foyer selon le taux de pénétration du service par plate-forme de diffusion (en € fourniture d'une offre triple play sur le câble et l'ADSL)

Plate-forme	Taux de pénétration 10%	Taux de pénétration 25%	Taux de pénétration 50%	Taux de pénétration 75%
ADSL	0.9	0.9	0.9	0.9
Satellite	1	0.7	0.6	0.6
Câble	1	0.5	0.4	0.3
TNT	5.2	2.8	2	1.7

Source : IDATE²²

²¹ IDATE, « ADSL, câble, satellite, TNT : Qui va gagner ? », édition 2004

²² IDATE, « ADSL, câble, satellite, TNT : Qui va gagner ? », édition 2004

Ces deux tableaux révèlent également la très forte corrélation entre coûts de diffusion et nombre de téléspectateurs desservis dans le cas de la diffusion terrestre, corrélation qui apparaît moins saillante dans le cas d'autres plates-formes (ADSL et satellite).

Il en résulte que compte tenu des liens entre marchés de détail, intermédiaire et de gros, il est important que l'Autorité suive l'évolution de la pénétration des différents supports de diffusion et tienne compte des phénomènes de substitution sur le marché de détail qui affectent la substitution sur le marché intermédiaire et, partant, sur le marché de gros.

Le point de vue des autorités de concurrence sur la substitution entre plates-formes de diffusion de télévision

Selon la Recommandation de la Commission européenne de février 2003 sur les marchés pertinents, « Le changement de plate-forme n'étant soumis à aucune restriction, le premier marché de gros recensé est celui des services de transmission de programmes et des réseaux de distribution dans la mesure où ils offrent les moyens de livrer un contenu radiodiffusé aux utilisateurs finals ».

L'Autorité propose, quant à elle, de convenir que « les offres de gros de diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels et les offres de gros de diffusion de programmes télévisuels par câble, ADSL et satellite ne présentent pas un degré de substituabilité suffisamment important pour appartenir au même marché et n'en présenteront pas à l'horizon de la présente analyse ». L'Autorité conclut donc à l'existence « d'un marché de gros de services de diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels ».

Cette segmentation du marché de gros de la diffusion de programmes télévisuels selon la plate-forme de diffusion semble conforme à la jurisprudence française telle quelle résulte de décisions adoptées en 2002.

En effet, dans sa décision du 24 janvier 2002, le Conseil de la concurrence a rappelé que « dans une décision du 19 novembre 1991, le Conseil avait défini un marché de la diffusion des chaînes sur les réseaux câblés ».

De même, dans sa décision du 11 avril 2002, le Conseil de la concurrence a jugé qu'il existait un marché français de la diffusion hertzienne analogique des chaînes de télévision.

Néanmoins, cette segmentation, relativement ancienne, issue de la jurisprudence nationale devient de plus en plus contestable en raison des évolutions technologiques mentionnées précédemment (fin de l'analogique et évolution vers le tout numérique, incertitude quant au succès de la TNT, rapidité du déploiement ADSL...) qui favorisent indéniablement la substituabilité entre les différentes plates-formes de diffusion des chaînes de télévision.

La Commission européenne a d'ailleurs reconnu, tout récemment, à plusieurs occasions, que les différentes plates-formes de diffusion de programmes télévisuels étaient en concurrence les unes par rapport aux autres.

Dans le cadre de la plainte initiée en décembre 2002 par l'ANGA (l'association des câblo-opérateurs privés allemands qui regroupe des opérateurs privés de bouquets satellitaires également) et celle déposée en août 2001 par Nordic Satellite AB (NSAB), complétée, en novembre 2001, par une plainte similaire soumise par Viasat AB, concernant les distorsions de concurrence pouvant résulter des aides d'Etat dont ont bénéficié certaines entreprises agissant

dans le domaine de la TNT en Allemagne et en Suède, la Commission européenne a considéré que la télévision terrestre, en particulier numérique, par câble et par satellite constituaient des plates-formes de diffusion en concurrence et substituables aussi bien du point de vue des téléspectateurs que de celui des éditeurs.

Dans le cas de la Suède (Affaire NN 35/04), la Commission souligne : « *On the downstream market, it seems that cable, DTH (satellite or in other words direct-to-home) and even DVB-T, ..., are substitutable. With the introduction of digital services, offerings by DTH, DVB-T and cable could change and thereby increasing the incentive for consumers to switch. The aforementioned development of digital services will make the different distribution systems even more substitutable* ». *“Although broadcasters wish to be distributed as widely as possible (...) have indicated that they regard cable and DTH as competing distribution channels. Given the technical and commercial features of DVB-T it can be assumed that DVB-T is also to be considered as a competing infrastructure”*.

Dans le cas allemand (Affaire NN 36/04), la Commission indique : « *First of all, it seems that the price and the contents of the packages offered are very similar. Secondly, the aforementioned development of digital services will make the different distribution systems even more substitutable. Finally, consumers will assess the offering by cable, DVB-T or satellite operator by the ability to supply an attractive and broad range of services at an attractive price. They will most likely have no preference for any technical means of delivering the new digital services, whether by DTH, broadband cable or any other platform in combination with the back channel for interactive services* ».

Il est intéressant de relever que dans ce dernier pays, à Berlin en particulier, où historiquement le taux de pénétration du câble et du satellite se situe bien au-dessus de celui de la télévision hertzienne terrestre, le fait que 60 000 ménages soient passés du câble ou du satellite à la TNT et que 40% des foyers ayant acquis des décodeurs TNT étaient, auparavant, abonnés au câble ou au satellite constitue une preuve, selon la Commission, de la substituabilité entre les 3 plates-formes.

En conclusion, l’Autorité doit nécessairement tenir compte, dès à présent, de la concurrence et de la substitution entre plates-formes de diffusion dans son analyse concurrentielle, actuelle et prospective et ne pas se fonder sur une jurisprudence nationale datant d’avant le démarrage de la TNT.

A.9. Conclusion sur l’analyse de substituabilité en termes de produits et de services

De l’ensemble de ces éléments, l’Autorité propose de conclure que les marchés de gros objets de la présente analyse sont :

- le marché de gros des services de diffusion de programmes radiophoniques en mode AM ;
- le marché de gros des services de diffusion de programmes radiophoniques en mode FM ;
- le marché de gros de services de diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels ;
- le marché de gros de services de diffusion de programmes télévisuels sur les réseaux filaires (câble et ADSL) ;
- marché des services de diffusion de programmes télévisuels par satellite.

Les contributeurs sont invités à réagir sur cette délimitation.

Si l'Autorité considère qu'à l'heure actuelle la substitution entre les différentes plates-formes de diffusion de programmes radio d'une part et de programmes de télévision d'autre part n'est pas suffisante pour conclure à l'existence de marchés pertinents englobant l'ensemble des supports, le passage au tout numérique constitue un vecteur d'intensification de la substituabilité entre les différentes plates-formes, en particulier dans le domaine de la télévision, dont il conviendra de tenir compte lors des analyses de marché ultérieures.

TDF estime par ailleurs, que **la substitution entre supports techniques de diffusion de programmes télévisuels apparaît d'ores et déjà suffisamment avancée pour qu'elle soit prise en compte dès maintenant lorsqu'il s'agit d'analyser le marché de gros pertinent défini par l'Autorité au regard du 2nd critère défini par la Commission européenne dans sa Recommandation de février 2003, à savoir « l'évolutivité de la situation concurrentielle du marché ».**

B. Délimitation des marchés en termes géographiques

L'Autorité propose donc de conclure que le marché de gros des services de diffusion de programmes radiophoniques en mode AM revêt un caractère métropolitain, et exclut les départements d'Outre-mer, Saint-Pierre et Miquelon et Mayotte.

L'Autorité propose donc de conclure que le marché de gros des services de diffusion de programmes radiophoniques en mode FM revêt un caractère national, départements d'Outre-mer, Saint-Pierre et Miquelon et Mayotte inclus.

L'Autorité propose donc de conclure que le marché de gros des services de diffusion hertzienne terrestre de programmes de télévision englobe la métropole, les départements d'Outre-mer, Saint-Pierre et Miquelon et Mayotte.

L'Autorité constate l'inexistence de réseau câblé ou d'offre de télévision par ADSL à la Réunion, en Guyane, à Saint-Pierre et Miquelon et Mayotte. Il existe en revanche un réseau câblé à la Martinique et en Guadeloupe. L'Autorité propose donc de conclure que ce marché englobe le territoire métropolitain, la Martinique et la Guadeloupe, et exclut la Guyane, la Réunion, Saint-Pierre et Miquelon et Mayotte.

L'Autorité constate que, contrairement à la demande, l'offre de services revêt par essence un caractère transnational. En effet, l'empreinte des satellites Astra ou Eutelsat couvre plusieurs pays. Elle estime donc comme celle-ci a déjà pu le proposer à d'autres ARN qu'il incombera a priori à la Commission de définir, s'il y a lieu, le marché de gros transnational des services de diffusion audiovisuelle par satellite.

Les contributeurs sont invités à se prononcer sur la délimitation des marchés en termes géographiques proposée par l'Autorité.

Si la délimitation géographique des marchés proposée par l'Autorité peut paraître pertinente, il nous semble important de tenir compte dans l'analyse d'une substitution entre plates-formes d'ores et déjà significative et de la spécificité française du déploiement encadré par le CSA zone par zone de la TNT et non librement décidé par les opérateurs de multiplex.

Chapitre 5 : Analyse de pertinence des marchés de gros

B. Marché de gros des services de diffusion de programmes radiophoniques en mode AM

Il n'existe pas de raison particulière qui pourrait empêcher le droit de la concurrence de répondre aux problèmes de concurrence qui pourraient le cas échéant être soulevés sur ce marché.

Par conséquent, l'Autorité propose de conclure que ce marché n'est pas pertinent au titre de la régulation sectorielle. Elle appelle les acteurs à commentaires sur ce point.

TDF partage sur ce point l'analyse et les conclusions de l'Autorité et estime que **le marché de gros des services de diffusion de programmes radiophoniques en mode AM ne relève pas des marchés pertinents susceptibles d'être soumis à une régulation ex ante** tels que définis par la Recommandation de la Commission européenne de février 2003.

C. Marché de gros des services de diffusion de programmes radiophoniques en mode FM

L'Autorité considère que les sites de diffusion hertzienne terrestre de programmes de radio de TDF sont répliquables et conclut à l'absence de barrières élevées et non transitoires à l'entrée d'un concurrent sur le marché des services de diffusion de programmes radiophoniques en mode FM.

Elle considère ainsi que le test des trois critères n'est pas satisfait puisque le premier critère n'est pas rempli et que ce marché ne peut donc être déclaré pertinent au titre de la régulation sectorielle. Les contributeurs sont invités à se prononcer sur cette analyse.

TDF souscrit aux conclusions de l'Autorité relatives à **l'absence de barrières à l'entrée élevées et non transitoires sur le marché des services de diffusion de programmes radiophoniques en mode FM** et souhaite souligner le **caractère concurrentiel de ce dernier**.

En effet, la libéralisation des ondes FM au début des années 1980 s'est effectuée dans un environnement concurrentiel en matière de diffusion de ces radios ; les nouvelles radios privées avaient d'emblée la possibilité de choisir librement leur diffuseur ou d'opter pour l'auto-diffusion. La loi du 31 Décembre 2003 relative aux obligations de service public des télécommunications et à France Télécom a défini de nouvelles modalités pour la diffusion des radios publiques.

Il convient de noter que la concurrence a permis la création de solutions alternatives en termes d'implantations géographiques et d'infrastructures par les opérateurs de diffusion ou les éditeurs radio eux-mêmes. Ainsi, chaque opérateur de diffusion FM propose sa solution technique basée

sur un site qu'il exploite ou envisage d'exploiter, générant ainsi une concurrence qui s'exerce autant sur le service de diffusion que sur les infrastructures. Le choix du site fait ainsi partie intégrante du savoir-faire du diffuseur radio et les éditeurs radios choisissent la solution technique la plus en adéquation avec leur stratégie commerciale. Certains décident également d'assurer leur propre diffusion à partir de leurs propres sites, quant bien même il existe d'autres solutions proposées par un (ou des) opérateur(s).

Le récent appel d'offres lancé par Radio France montre que ce mode de fonctionnement du marché, déjà bien installé pour la diffusion des radios privées, est celui qui a également prévalu pour la diffusion des radios publiques.

Concernant l'absence de barrières à l'entrée élevées et non transitoires mise en avant par l'Autorité, quelques précisions peuvent être apportées :

- les caractéristiques des antennes de réception FM (absence de directivité) ne génèrent aucune contrainte en terme de localisation précise des sites de diffusion FM ;
- les infrastructures utilisées pour la diffusion de la FM sont en général légères et de hauteur modeste ;
- la diffusion FM a exceptionnellement pour des raisons historiques été réalisée dans une logique opportuniste à partir d'infrastructures plus lourdes, dont le dimensionnement a été imposé par la contrainte de la présence d'autres services (dont notamment la télévision), toujours à des hauteurs inférieures à celles des services de télévision (les antennes FM ont été installées historiquement en dessous des antennes TV) ; cette diffusion peut, comme pour l'ensemble des autres stations de diffusion FM, être envisagée à partir d'autres implantations géographiques : en effet, des sites alternatifs équivalents, bien que s'appuyant sur des structures d'aériens plus légères n'ayant pas les contraintes citées ci-dessus, existent déjà bien souvent (cas par exemple de Marseille, Bastia, Ajaccio, Toulouse,...) ; par ailleurs, une diffusion FM équivalente en terme de population peut être mise en œuvre à partir d'infrastructures plus légères dédiées à la FM ;
- l'appel d'offres récemment lancé pour la diffusion des radios publiques a d'ailleurs porté sur la mise en concurrence de points de service de diffusion FM de puissance apparente rayonnée très variable (7 W à 11 kW) et s'appuyant sur des infrastructures TDF de hauteur très variable (hauteur de fixation d'antenne de 15 m à 106 m), dont certains visés par le paragraphe précédent. Pour l'ensemble de ces points de service, au moins une offre concurrente à celle de TDF a été proposée à l'éditeur radio, et parfois retenue.

F. Marché de gros des services de diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels

F.1. Des barrières élevées et non provisoires à l'entrée

Éléments couverts par le secret des affaires

F.2. Une évolution incertaine vers une situation de concurrence effective

En conséquence, l'Autorité estime que le deuxième critère de la recommandation de la Commission est rempli. Elle appelle les contributeurs à commentaires sur ce point.

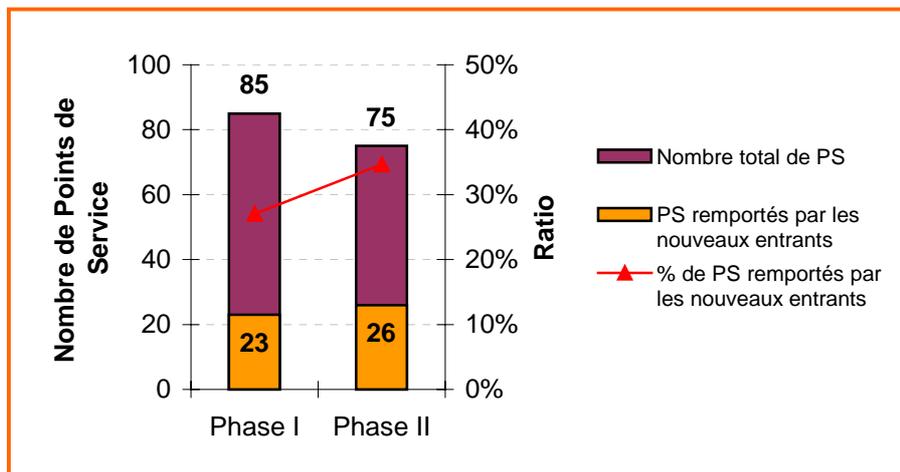
Si l'Autorité reconnaît le **développement de la concurrence sur le marché de la diffusion terrestre de programmes télévisuels en mode numérique grâce à l'utilisation de l'offre d'accueil sur site de TDF**, elle considère que pour assurer la pérennité de cette concurrence et la protéger des comportements anticoncurrentiels potentiels de TDF, il est nécessaire de mettre en place une régulation ex ante.

Il est important de rappeler que TDF a proposé une offre d'accueil sur site pour la diffusion de la télévision en mode terrestre numérique dès fin 2000, soit plus de 4 ans avant le lancement de la TNT. Dans la mesure où certains offreurs de programmes, clients importants de TDF disposant d'une puissance d'achat compensatrice significative, utilisent également l'offre concernée, la suppression de cette dernière s'avère impossible d'un point de vue politique.

S'agissant des **prétendus risques de comportements discriminatoires et de pratique de tarifs abusivement élevés** par TDF, on soulignera qu'il s'agit là de **simples spéculations et non pas de faits prouvés**.

- L'expérience du déploiement des équipements de diffusion de TNT de la première vague, désormais opérationnels, montre que les opérateurs entrants ont ouvert leur service au même rythme et dans les mêmes conditions de qualité opérationnelle que TDF sur ses propres sites. On se situe donc fort loin de l'expérience du dégroupage de la boucle locale de cuivre.
- Les parts de marché captées par les nouveaux entrants lors des deux 1^{ères} phases de déploiement de la TNT prouvent indubitablement non seulement que TDF a intégré, dans ses offres de diffusion, son offre d'accueil sur site dans les mêmes conditions tarifaires que celles proposées aux opérateurs alternatifs mais aussi que l'espace économique dont disposent ces derniers est suffisant pour leur permettre d'animer le marché.
- Les opérateurs de multiplex exigent dans le cadre des appels d'offres zone par zone des propositions de prix décomposées en deux postes, la partie site et la partie émission, en précisant pour le site le prestataire retenu, ce qui leur permet de recouper sans ambiguïté les tarifs entre les différentes propositions et de négocier au mieux.

Une part de marché captée par les diffuseurs alternatifs significative dès la 1^{ère} phase de déploiement de la TNT et en hausse entre la 1^{ère} et la 2^{nde} phases



Ainsi, la réalité des faits montre que :

- le marché de la diffusion de la TNT est le plus concurrentiel d'Europe, avec quatre acteurs et une captation par les nouveaux entrants d'une part de marché significative en quelques mois, et qui plus est en progression,
- le marché de l'accès aux infrastructures de diffusion de la TNT devient de plus en plus concurrentiel, avec une augmentation significative du nombre de zones sur lesquelles des solutions alternatives ont été proposées par les nouveaux entrants.

F.3. L'insuffisance d'une régulation *ex post* pour remédier à elle seule aux défaillances du marché

Pour ces raisons, l'Autorité considère que le troisième critère de pertinence est rempli. Elle appelle toutefois les contributeurs à réagir sur cette analyse.

Il ne s'agit pas en l'espèce, comme le présente l'Autorité, d'ouvrir ce marché à la concurrence mais simplement d'assurer la pérennité de la concurrence. Or, cet objectif peut tout à fait être atteint par des interventions *ex-post* au cas où d'éventuels dysfonctionnements seraient identifiés.

On notera d'ailleurs que l'Autorité elle-même dispose à travers l'article L 36-11 du Code des postes et des communications électroniques d'un large pouvoir d'intervention *ex-post*.

Par ailleurs, aux termes de l'article L. 464-2 du code de commerce, le Conseil de la concurrence peut ordonner aux entreprises de mettre fin à des pratiques anticoncurrentielles dans un délai déterminé ou imposer des conditions particulières. A ce titre, le Conseil peut : enjoindre à une entreprise de cesser d'appliquer des conditions de ventes discriminatoires (96-D-10 du 20 février 1996), imposer la modification d'un contrat ou imposer la fourniture de l'accès à une infrastructure essentielle à des conditions tarifaires non discriminatoires.

Les injonctions ainsi prononcées par le Conseil de la concurrence doivent être exécutées dans un délai raisonnable à compter de leur notification (BOCCRF du 24 mai 1996).

En outre, aux termes de l'article L. 464-2 précité, le Conseil de la concurrence peut infliger des sanctions pécuniaires importantes à toute entreprise qui contreviendrait aux articles L. 420-1 et L. 420-2 du code de commerce. Le Conseil de la concurrence peut aussi user de son pouvoir de sanction en cas de non-respect d'une injonction (article L. 464-3).

Enfin, en cas d'atteinte grave et immédiate à l'économie générale, à celle du secteur intéressé, à l'intérêt des consommateurs ou à l'entreprise plaignante, le Conseil peut prendre des mesures conservatoires.

Ainsi, au regard des larges pouvoirs dévolus au Conseil de la concurrence et à l'Autorité, il apparaît excessif de considérer que le droit de la concurrence ne dispose pas des outils adaptés pour garantir le développement de la concurrence sur le marché de gros de la diffusion hertzienne de programmes télévisuels.

F.4. Conclusion

L'Autorité appelle les acteurs à réagir sur cette analyse proposant de considérer que les trois critères sont remplis et à communiquer tous les éléments qualitatifs ou quantitatifs nécessaires pour étayer ou contester cette analyse.

TDF considère que :

- **Les barrières à l'entrée sur le marché de gros des services de diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels sont des plus limitées**
- **La concurrence sur le marché en aval du marché de gros ou « intermédiaire » des services de diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels est d'ores et déjà effective et elle se développe sur le marché de gros**
- **Les remèdes ex post pourraient pallier aisément les éventuelles défaillances potentielles du marché de gros des services de diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels.**

Par ailleurs, selon l'article 8 de la Directive « cadre », le principal objectif à poursuivre par les autorités de régulation nationales semble être la promotion de la « *concurrence dans la fourniture des réseaux de communications électroniques, des services de communications électroniques et des ressources et services associés*, notamment :

- en veillant à ce que les utilisateurs, y compris les utilisateurs handicapés, retirent un bénéfice maximal en termes de choix, de prix et de qualité ;
- en veillant à ce que la concurrence ne soit pas faussée ni entravée dans le secteur des communications électroniques ;
- *en encourageant des investissements efficaces en matière d'infrastructures, et en soutenant l'innovation ... ».*

L'existence d'une concurrence réelle dans la fourniture des services de diffusion de programmes

Dans sa demande de retrait d'un projet de mesure adressée à l'autorité de régulation nationale finlandaise (FI/2004/0082), la Commission constate que « les preuves fournies par FICORA ne sont pas suffisantes pour soutenir la conclusion selon laquelle TeliaSonera détient une PSM²³ sur le marché de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux téléphoniques publics mobiles ... ». La Commission reproche en particulier à FICORA la non prise en compte de la dynamique concurrentielle du marché qui a conduit à une baisse de la part de marché des opérateurs mobiles intégrés de 100% en 2000 à moins de 90% à la mi-2004 au profit des fournisseurs de services et des MVNO. Ces derniers ont pu accroître leur part de marché grâce aux accords commerciaux conclus avec les opérateurs mobiles, alors même qu'aucune obligation réglementaire de fournir l'accès ne pesait sur ces opérateurs.

L'offre d'accueil sur site de TDF pour la diffusion de la TNT a été mise à disposition des opérateurs de diffusion tiers dès la fin de l'année 2000 et ceci dans un contexte où TDF n'était soumise à aucune obligation d'accès. Cette offre s'inscrivait dans le prolongement de celle élaborée auparavant pour la diffusion de la télévision analogique terrestre et son objectif

²³ Puissance significative de marché

était de favoriser le développement de la TNT dont le déploiement faisait l'objet à l'époque d'un calendrier serré (révisé à maintes reprises depuis).

TDF a appliqué à elle-même la même offre que celle proposée aux opérateurs alternatifs dans le cadre des appels d'offres pour le déploiement de la TNT. Ces opérateurs ont d'ailleurs remporté des contrats de diffusion pour 27% des points de service lors des appels d'offres pour la 1^{ère} phase de déploiement de la TNT et pour 35% des points de service lors des appels d'offres pour la 2^{nde} phase de déploiement de la TNT.

La France est ainsi le seul pays européen où 4 opérateurs de diffusion de TNT se partagent d'ores et déjà le marché et où les opérateurs alternatifs ont acquis plus de 30% de part de marché en quelques mois, à comparer aux 10% conquis en Finlande par les fournisseurs de services de télécommunications mobiles et les MVNO au bout de 4 ans environ.

De plus, l'intensité de la concurrence devrait logiquement croître au fur et à mesure de l'extension de la couverture de la TNT et ceci d'autant plus que la hauteur moyenne de fixation des antennes diffusant les programmes TNT va diminuer.

La nécessité d'encourager les investissements efficaces en infrastructures et l'innovation ne saurait être invoquée pour justifier une intervention réglementaire

Encourager les investissements efficaces en matière d'infrastructures et soutenir l'innovation font partie des objectifs fixés aux autorités de régulation nationales par le nouveau cadre réglementaire européen.

Dans la mesure où l'offre d'accueil sur site de TDF pour le déploiement de la TNT a d'ores et déjà permis l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché des services de transmission de programmes de TNT tout en évitant à ces derniers les investissements requis pour déployer leurs propres infrastructures, une régulation des offres d'accès de TDF à ses infrastructures ne semble pas nécessaire.

De plus, de nombreuses solutions alternatives aux sites de TDF peuvent être mises en œuvre, les contraintes en matière de localisation des sites pour la diffusion TNT étant limitées (cf. plus haut). Les sites historiques de transmission de programmes de télévision ne présentent pas de caractère de facilité essentielle. Des sites alternatifs mieux positionnés compte tenu des objectifs de couverture recherchés et des évolutions prévisibles des usages (diffusion vers les mobiles, portabilité, etc.), car proches des centres villes, et moins onéreux, dans la mesure où leur fonction première n'est pas nécessairement l'accueil d'équipements de radiodiffusion (exemple des plates-formes des IGH), peuvent leur être substitués avantageusement, les propriétaires de ces sites bénéficiant ainsi d'un effet d'aubaine lié à leur location pour un usage auquel ils n'étaient pas initialement destinés.

On notera, que TDF est le seul acteur français à avoir consenti des investissements significatifs en vue du déploiement de la TNT, aussi bien en matière d'infrastructures et équipements que dans le domaine de la recherche et du développement et ceci bien avant le lancement de cette dernière, à une époque où aucun contrat de diffusion n'était signé et où des acteurs majeurs du secteur doutaient de la viabilité technique des projets concernés. Ces investissements risqués ont non seulement permis à de nouveaux opérateurs d'entrer sur le marché des services de diffusion de programmes de TNT, sans devoir prendre des risques financiers significatifs, mais aussi le déploiement d'une nouvelle technologie, la TNT, qui favorise la mise sur le marché de nouvelles offres et, partant, une diversité accrue en

matière de programmes de télévision pour le plus grand bénéfice des consommateurs, en conformité avec le calendrier fixé par les pouvoirs publics.

En conséquence, de par ses investissements relatifs au déploiement de la TNT, TDF a fait bénéficier les opérateurs alternatifs d'une option réelle qui leur a permis de proposer des offres de diffusion TNT sans investir dans les infrastructures, du moins au cours de la période de forte incertitude quant au succès de la TNT. De plus, l'offre de TDF, qui autorise un arbitrage « make or buy » site par site, confère aux opérateurs alternatifs une très grande flexibilité dans la mise en œuvre de cette option réelle dont la valeur s'en trouve accrue.

Il apparaît ainsi que l'objectif de soutien à l'innovation ne saurait être invoqué pour justifier une quelconque intervention réglementaire. TDF a bien réalisé, sans aucune contrainte réglementaire, les investissements initiaux en infrastructures indispensables pour la mise en œuvre des innovations au niveau des services de diffusion de programmes de télévision. Il n'y a donc pas sur le marché pertinent en cause une défaillance au niveau de l'offre d'accès aux infrastructures de diffusion de programmes de télévision qui expliquerait un retard dans l'innovation ou la diffusion des services auprès des consommateurs. Bien au contraire, ces infrastructures étaient disponibles et accessibles alors même que pesaient de lourdes incertitudes sur le calendrier de déploiement de la TNT de telle sorte que les éventuels retards de la France dans ce domaine sont à rechercher dans des causes de nature institutionnelle et non dans un quelconque dysfonctionnement du marché.

Chapitre 6 : Désignation d'un opérateur exerçant une influence significative sur le marché

C. Conclusion

Eu égard à l'ensemble de ces éléments, l'Autorité propose de conclure que TDF exerce une influence significative sur le marché de gros de la diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels.

Les contributeurs sont invités à réagir à cette analyse.

S'agissant de l'évaluation sur la base d'indicateurs quantitatifs proposée par l'Autorité, il nous semble qu'il serait plus pertinent d'évaluer la part de marché de TDF sur les sites utilisables pour la diffusion de la télévision en mode analogique et numérique et non pas sur les sites effectivement utilisés. D'autres opérateurs disposent en effet, de parcs de sites largement plus importants que TDF (RTE, filiale d'EDF, fait état de 250 000 points hauts « entretenus et surveillés », France Télécom dispose de dizaines de milliers de points hauts, etc.), ces sites étant utilisables en particulier pour la diffusion de la TNT.

S'agissant de l'évaluation sur la base de critères qualitatifs, TDF estime que :

- Les **infrastructures** qu'elle contrôle sont **duplicables** (cf. plus haut et rapports d'experts joints en annexes 3 et 4)
- Les **économies d'échelle et de gamme** dont elle disposerait **ne constituent pas un avantage concurrentiel** par rapport à ses concurrents (cf. plus haut)
- Ses **efforts en termes de R&D dans le domaine de la TNT ont bénéficié à l'ensemble du secteur**, y compris à ses concurrents qui n'ont pas consenti à des dépenses en la matière, et ont permis le développement de cette technologie en France
- **Malgré sa notoriété** sur le marché de la diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels en mode analogique, **les opérateurs de multiplex ont confié une part significative de leur diffusion aux opérateurs de diffusion alternatifs** lors des appels d'offres pour les deux premières phases de déploiement de la TNT alors même que deux d'entre eux n'avaient aucune expérience en matière de diffusion TV (la part de marché des opérateurs alternatifs a de surcroît connu un accroissement entre les deux phases).

Par ailleurs, l'évaluation de la puissance des acteurs intervenant sur le marché 18 doit tenir compte du fait que le marché qu'adressent les opérateurs de services de diffusion de programmes de télévision est constitué d'activités très différentes de celles des marchés en aval des autres marchés de gros de communications électroniques soumis au contrôle des autorités de régulation nationales :

- Il s'agit de services de diffusion et non de communication point à point, les effets de réseaux y sont donc absents
- Il s'agit d'un marché de prestations de services à des entreprises qui fournissent des services aux consommateurs finals, il n'y a pas de demande de la part des consommateurs finals eux-mêmes (marché de détail)

- Il s'agit d'un marché à régulation et contingentement de l'entrée par les demandeurs que sont *in fine* les chaînes qui disposent des fréquences et non d'un marché où existerait un quelconque contingentement par les offreurs, comme dans le cas des communications mobiles par exemple
- Il s'agit d'un marché où la concentration de la demande est extrême et permet la mise en œuvre d'un contre-pouvoir d'acheteur réel et efficace.

De ce fait, **il est primordial que l'analyse de l'Autorité tienne compte du contre-pouvoir des acheteurs sur le marché intermédiaire des services de diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels qui impacte, à travers une pression concurrentielle externe, fortement le fonctionnement du marché de gros des services de diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels.**

Puissance d'achat compensatrice et dépendance économique : les relations d'un diffuseur comme TDF avec ses clients

Dans son ouvrage de 1952 intitulé « American Capitalism : The Concept of Countervailing Power », J.K. Galbraith met en évidence le pouvoir des acheteurs importants à imposer des concessions tarifaires à leurs fournisseurs. Cet ouvrage de Galbraith a été suivi par un certain nombre d'articles qui relèvent de deux catégories. La première catégorie traite des marchés où le fournisseur se trouve en situation de monopole, alors que la seconde analyse le cas des marchés concurrentiels. Ces travaux montrent que dans les deux cas les acheteurs importants ont la possibilité d'influer sur le niveau de prix des fournisseurs mais que leur « pouvoir de négociation » se trouve renforcé lorsqu'il y a une certaine concurrence entre fournisseurs. La puissance d'achat des acheteurs importants s'explique par leur nombre restreint qui :

- Leur confère une certaine assurance face au(x) fournisseur(s) se traduisant par des comportements de négociation plus agressifs (buyer empowerment)
- Contraint le(s) fournisseur(s), même en situation de monopole, d'adopter une stratégie tarifaire plus prudente (cautious monopolist).

Ainsi, selon la théorie économique, la puissance d'achat compensatrice des acheteurs impacte le comportement tarifaire des entreprises de la même façon que la menace d'entrée de nouveaux concurrents sur le marché (marchés contestables) ou l'implémentation de contraintes réglementaires et ceci même lorsque le marché est monopolistique ou oligopolistique.

Le droit lui-même établit qu'un fournisseur est en situation de dépendance économique vis à vis d'un client lorsque :

- La part du client dans le CA du fournisseur est élevé
- Les opportunités de substitution du client sont faibles ou inexistantes
- Les opportunités de réallouer ses moyens de production à d'autres activités sont faibles ou inexistantes
- La dépendance économique ne résulte pas d'une volonté stratégique.

1. Un nombre restreint de clients puissants de par leur poids dans le chiffre d'affaires de TDF, mais aussi de par leur assise financière ...

Les principaux clients de TDF sont les éditeurs de programmes de télévision, gratuite et payante, et de radio qui fournissent leurs contenus aux téléspectateurs et aux auditeurs sur les marchés de détail des services de radiodiffusion visuelle et sonore.

Compte tenu de la forte concentration de ces marchés de détail, **un nombre restreint de clients génère une part très significative du chiffre d'affaires de TDF**. De plus, deux parmi les principaux acteurs du marché de détail de la télévision appartiennent à des groupes qui détiennent deux des trois opérateurs français de téléphonie mobile.

L'arrivée de la TNT, appelée à remplacer la télévision terrestre analogique, ne remet pas en cause cette situation dans la mesure où la majeure partie des éditeurs de services TNT à vocation nationale est contrôlée par les principaux acteurs présents aujourd'hui sur les marchés de détail de la télévision et de la radio.

2. TDF ne dispose pas de la faculté de substituer ses clients ...

La configuration de ses infrastructures, la réglementation applicable aux éditeurs de programmes de radiodiffusion distribués en mode hertzien terrestre et le fort degré de concentration des marchés de détail de la radiodiffusion visuelle et sonore sont autant de facteurs qui limitent la capacité de TDF de « substituer » ses clients.

En effet, compte tenu de la quantité limitée de fréquences radioélectriques allouées à la radiodiffusion hertzienne terrestre et de la réglementation en vigueur dans le domaine de l'audiovisuel, les éditeurs de contenus de radiodiffusion sont sélectionnés par une autorité indépendante qui leur attribue les autorisations et les droits d'utilisation des radiofréquences nécessaires pour l'exercice de leur activité. Le nombre de ces derniers reste relativement réduit.

Les règles régissant les activités des éditeurs de programmes de radiodiffusion font que le marché potentiel d'un diffuseur technique en mode hertzien terrestre comme TDF est défini par le CSA (qui attribue les autorisations et les fréquences aux éditeurs de services) et non pas par le diffuseur. **Dans un contexte où TDF n'a pas la possibilité de substituer une chaîne nouvelle à une chaîne défaillante par exemple, son autonomie commerciale apparaît extrêmement limitée.**

3. et détient des infrastructures spécialisées, difficiles à réallouer à d'autres activités ...

La majeure partie des infrastructures de distribution des programmes de radiodiffusion sonore et visuelle de TDF a été déployée dans une logique de service public consistant à maximiser la couverture en analogique de la population française. De ce fait, de nombreux sites sont localisés à l'extérieur des centres urbains.

Cette configuration des sites existants n'est optimale ni pour le déploiement de la TNT (dont la couverture restera bien en dessous de celle observée aujourd'hui pour la télévision analogique et pour laquelle le CSA a fixé des objectifs en termes de portabilité et de développement de chaînes locales), **ni pour les besoins de la radio FM** (dont l'un des objectifs principaux est de maximiser la qualité d'écoute dans les zones à forte densité de population et le long des autoroutes).

Par ailleurs, la localisation des sites de la télévision analogique terrestre d'une part et de la radio d'autre part ne répond pas aux mêmes contraintes. De ce fait, la co-localisation des deux services sur un même site n'est pas une règle aujourd'hui et tend à l'être encore moins dans l'avenir.

De plus, à l'inverse des infrastructures des opérateurs des plates-formes de diffusion de programmes de radiodiffusion concurrentes, qui permettent la fourniture d'une large gamme de services incluant, en plus de la télévision et de la radio, les services de téléphonie vocale et d'Internet, les infrastructures de TDF sont très spécialisées et peu adaptables aux besoins d'autres activités. En effet, TDF a déployé ses infrastructures en fonction des besoins exclusifs des services de diffusion de programmes de radiodiffusion visuelle et sonore, qui constituaient des services de communications électroniques unidirectionnels, à une époque où les meilleures technologies disponibles étaient analogiques. Or, la majorité des réseaux de communications électroniques (filaires ou sans fil) est maintenant configurée pour fournir des services de communications électroniques bidirectionnels en mode numérique.

Enfin, le surdimensionnement des infrastructures de TDF, en terme d'hauteur, au regard des besoins des opérateurs de télécommunications, **rend difficile leur ré-allocation exclusive à des services autres que la diffusion de contenus de radiodiffusion visuelle et sonore et notamment aux services de télécommunications sans fil.**

4. sans que cette situation résulte d'une volonté stratégique de l'entreprise

Contrairement à certains autres pays européens (Autriche ou Irlande, par exemple) où des groupes intégrant des activités d'édition et de diffusion de programmes de radiodiffusion visuelle et sonore continuent à exister, la France a opté en 1974 pour l'éclatement de l'ORTF en :

- plusieurs sociétés nationales de programmes,
- une société en charge de la conservation, de l'exploitation et de la mise à disposition du patrimoine audiovisuel national (INA)
- une société fournissant des prestations liées à la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques (SFP)
- et une société chargée d'assurer la diffusion hertzienne terrestre de contenus de télévision et de radio (TDF).

Avec la libéralisation du marché de la radio et de la télévision, TDF a diversifié sa clientèle dans le domaine de la diffusion de programmes de radiodiffusion visuelle et sonore. Toutefois, pour les raisons évoquées précédemment, la majeure partie de son chiffre d'affaires lié à ce type de prestations reste tributaire d'un faible nombre de clients.

Par ailleurs, TDF a dû en permanence adapter sa stratégie aux impératifs dictés par des considérations gouvernementales peu favorables à une diversification de ses activités (politique satellitaire sur TDF1, TDF2, entrée dans le capital de TDF de France Télécom, réorientation consécutive de ses activités « télécoms » et activités câble, modification de ses participations étrangères telle que entrée et sortie de CCIC au Royaume-Uni..).

Chapitre 7 : Définition d'obligations proportionnées

Compte tenu de la spécificité du marché intermédiaire de la diffusion dont la croissance ne dépend pas du dynamisme des acteurs, TDF attire l'attention de l'Autorité sur le caractère peu vraisemblable de l'atteinte des objectifs de développement économique, cités dans la consultation, à travers une régulation ex-ante. Contrairement à d'autres marchés où la régulation a conduit à accroître très sensiblement leur taille, dans le domaine de la diffusion TNT, le nombre de fréquences et les services diffusés sont décidés par le CSA et sont donc indépendants du dynamisme des opérateurs de diffusion. Ainsi, **la croissance économique de l'activité est indépendante de toute forme de régulation qui ne peut donc être, en elle-même génératrice d'emplois.**

TDF souscrit à l'orientation suggérée par l'Autorité consistant à **restreindre le champ des éventuelles obligations sur le marché de gros de la diffusion hertzienne terrestre de télévision à la diffusion en mode numérique.**

En effet, dans sa communication du 24 mai 2005 concernant l'accélération de la transition de la radiodiffusion analogique à la radiodiffusion numérique la Commission européenne estime que « (...) d'ici au début 2010, le processus de transition devrait être bien avancé dans l'ensemble de l'Union européenne et propose de fixer le début 2012 comme date limite d'abandon de l'analogique dans tous les Etats membres de l'Union européenne ».

Concernant la France, l'article 127 de la loi du 9 juillet 2004 relative aux communications électroniques et aux services de communication audiovisuelle dispose : « Sans préjudice des dispositions de l'article 82 de la loi n° 2000-719 du 1er août 2000 modifiant la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, la diffusion des services de télévision par voie hertzienne, terrestre en mode analogique, prendra fin cinq ans après le début effectif des émissions en mode numérique, sous réserve du constat par le Conseil supérieur de l'audiovisuel de la couverture du territoire par ce mode de diffusion, de la pertinence des choix technologiques, de l'information appropriée du public et de l'équipement des foyers pour ce mode de réception ».

Cette volonté politique affirmée est confirmée par les prévisions de l'OMSYC relatifs à l'utilisation des différentes plates-formes techniques de diffusion par les foyers français (cf. graphique « Nombre de foyers équipés » figurant dans notre réponse à la partie *A.7 Absence de substituabilité entre les offres de gros de diffusion de télévision hertzienne terrestre et les offres de gros de diffusion de télévision par ADSL, câble et satellite*) : à l'horizon 2010 le nombre de foyers recevant la télévision en mode hertzien terrestre analogique devrait se situer aux alentours de 2 à 3 millions.

Par ailleurs, dans une étude réalisée par Ipsos, 77,5% des abonnés à Canal Plus analogique ont affirmé leur intérêt pour un passage au numérique permettant de recevoir Canal Plus et ses deux déclinaisons à un prix inchangé (enquête réalisée en avril 2005).

Ces éléments confirment une fin programmée à une échéance courte au regard de la durée de vie technique des équipements que doit mettre en œuvre un opérateur de diffusion pour la diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels en mode analogique.

Or, le cadre juridique dans lequel s'inscrit la compétence de l'Autorité pour instituer et exercer une régulation *ex ante* d'un marché est précisément défini par les textes européens et nationaux. Il découle de la directive « cadre » du 7 mars 2002, des lignes directrices²⁴ et de la recommandation²⁵ adoptées par la Commission européenne, ainsi que du code des postes et des communications électroniques, que l'analyse du marché doit prendre en compte l'évolution prévisible de ce marché.

Dans ce contexte, une éventuelle régulation ex ante d'un marché en déclin et appelé à disparaître n'est ni justifiée, ni proportionnée, seul le mode de diffusion numérique de la télévision permettant d'envisager des investissements de long terme potentiellement bénéfiques à la collectivité.

S'agissant du marché de gros des services de diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels en mode numérique, comme le souligne l'Autorité, le cadre réglementaire communautaire impose que les obligations s'appliquant aux opérateurs puissants soient strictement fondées sur la nature du problème constaté, proportionnées et justifiées au regard des objectifs énoncés dans l'article 8 de la directive « cadre ».

L'Autorité note également « qu'un projet de mesure est considéré comme compatible avec le principe de proportionnalité si la mesure à prendre poursuit un but légitime et si les moyens employés sont à la fois nécessaires et aussi peu contraignants que possible ».

Or, le marché de gros défini par l'Autorité dans le cadre de l'analyse du marché 18 présente certaines similitudes avec le marché de gros de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux mobiles (marché 15) :

- les infrastructures concernées ne constituent ni un goulot d'étranglement, ni une facilité essentielle mais sont, au contraire, duplicables
- le marché a connu des développements récents à travers la signature de plusieurs contrats d'accueil sur site entre les diffuseurs alternatifs et le diffuseur historique
- les diffuseurs alternatifs ont pu acquérir des parts de marché conséquentes dès la 1^{ère} phase de déploiement de la TNT et accroître leur part de marché entre la 1^{ère} et la 2nde phase grâce aux accords commerciaux conclus avec le diffuseur historique, alors même qu'aucune obligation réglementaire de fournir l'accès ne pesait sur ce dernier
- les accords étant nouveaux il semble « délicat, à ce stade, de juger avec certitude de la situation concurrentielle des marchés de gros et de détail²⁶... », particulièrement dans leur dimension prospective. Dans ce contexte, il paraît prématuré de conclure sur la nécessité d'instaurer ou non une régulation *ex ante* sur ce marché²⁷ ».
- d'autant plus que l'entrée de nouveaux acteurs et l'évolution des parts des acteurs sur le marché intermédiaire des services de diffusion de TNT « permettent de penser que le degré de concurrence est susceptible de croître plutôt que de se réduire sur ce marché²⁸ ».

²⁴ Lignes directrices de la Commission du 11 juillet 2002 sur l'analyse et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques

²⁵ Recommandation de la Commission du 11 février 2003 concernant les marchés pertinents de produits et services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation *ex ante*

²⁶ Dans le cas du marché 18 il s'agit du marché intermédiaire et non de détail.

²⁷ ARCEP, Communiqué de presse, « L'ARCEP place sous surveillance les marchés de gros et de détail de l'accès et du départ mobile », 31/05/2005

²⁸ OFTEL, « Mobile access and call origination services market, Identification and analysis of market and Determination on market power », 04/08/2003

Toutefois, comparé au marché 15, sur le marché 18 :

- Les barrières à l'entrée sont largement plus limitées : l'exercice de l'activité ne nécessite pas l'obtention d'autorisations d'utilisation des fréquences radioélectriques et les investissements requis pour déployer les infrastructures permettant la diffusion de programmes de TNT sont largement en dessous de ceux nécessaires pour déployer un réseau mobile d'autant plus que compte tenu des pratiques d'achat sur le marché intermédiaire des services de diffusion de programmes de TNT²⁹ une couverture nationale n'est pas indispensable pour acquérir des parts de marché significatives.
- Le contre-pouvoir des acheteurs sur le marché intermédiaire des services de diffusion de programmes de TNT est réel et considérable : un faible nombre de clients compte pour une part très élevée des revenus des diffuseurs alors que les gros clients des opérateurs de réseaux et services mobiles ne représentent qu'une part très limitée des revenus de détail de ces derniers. Il est important de souligner que ce contre-pouvoir des acheteurs influe considérablement sur le marché de gros dans la mesure où les opérateurs de multiplex exigent la mention explicite des prix d'accueil sur site dans les offres de services de diffusion soumises par les diffuseurs.
- Le niveau de concurrence sur le marché des services de diffusion de programmes de TNT est sensiblement supérieur à celui sur le marché en amont du marché 15. Les opérateurs alternatifs de diffusion de la TNT animent significativement un marché où leur part de marché s'élève à plus de 30% (27% sur les points de service de la 1^{ère} phase de déploiement de la TNT et 35% sur les points de service de la 2^{nde} phase) quelques mois seulement après leur entrée sur le marché, à comparer avec les MVNO :
 - dont les ambitions, et non pas les parts de marché réelles (moins de 1%), agrégées ne dépassent pas une dizaine de % en France
 - dont les parts de marché cumulées n'ont atteint qu'une dizaine de % près de 4 ans après la signature des premiers contrats avec les opérateurs mobiles en Finlande
 - qui servent environ 10% des abonnés aux services mobiles plusieurs années après la conclusion des premiers accords avec les opérateurs mobiles au Royaume-Uni³⁰.
 - On notera de plus, qu'entre 2001, date de son arrivée sur le marché, et novembre 2004 Meteor, le 3^{ème} opérateur mobile irlandais, n'a acquis qu'une part de 1% sur le segment marché des services mobiles post-payés et de 8% sur celui des services mobiles prépayés³¹.
- Les opérateurs alternatifs de diffusion de la TNT peuvent remonter la chaîne de valeur et construire leurs propres sites de diffusion, ce qui n'est pas le cas des MVNO (bien qu'une 4^e licence de 3^e génération reste disponible en France, l'Autorité estime qu'à l'horizon de l'analyse, il n'existe aucun candidat crédible à cette licence), et doivent supporter des coûts de marketing et commerciaux très inférieurs à ceux des MVNO (marché B to B versus marché de masse B to C).
- Contrairement au GSM, qui est une technologie « confirmée » affichant un succès retentissant dans de nombreux pays du Monde, la DVB-T est une technologie « émergente » dont l'avenir reste incertain en France et qui a connu/connait dans d'autres pays des fortunes diverses et des trajectoires variées sans pouvoir exhiber de réussite saillante à ce stade.

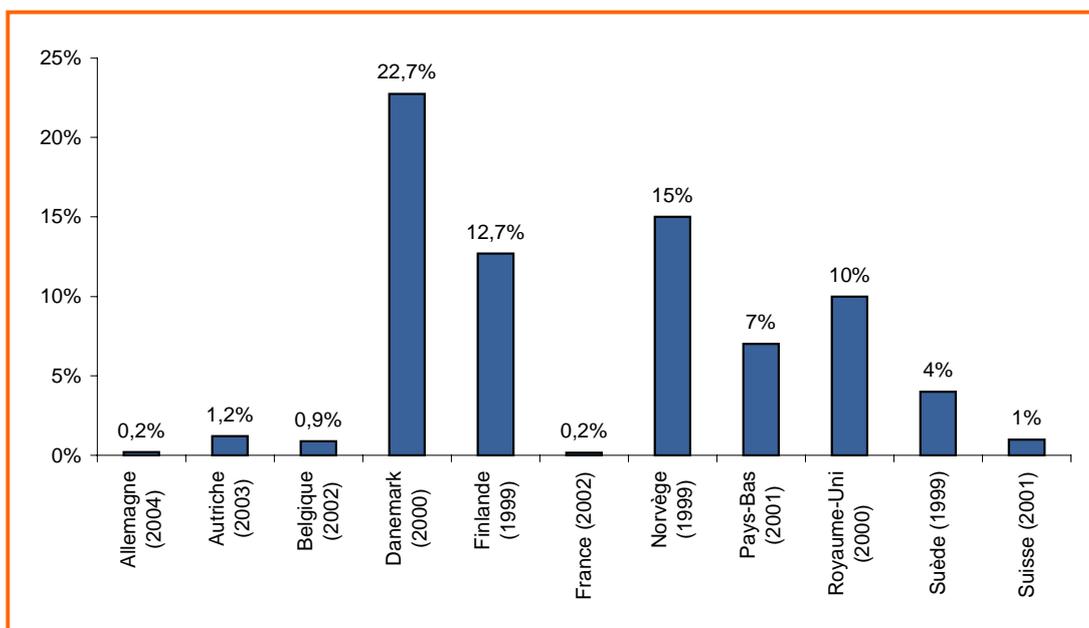
²⁹ Appels d'offres site par site

³⁰ OFTEL, « Mobile access and call origination services market, Identification and analysis of market and Determination on market power », 04/08/2003

³¹ Commission européenne, « Case IE/2004/0121 : Access and call origination on public mobile telephone networks in Ireland, Comments pursuant to Article 7(3) of Directive 2002/21/EC », 20/01/2005

- Contrairement aux opérateurs mobiles, qui, pour la plupart, ont ouvert leurs infrastructures aux MVNO seulement lorsque les investissements consentis dans ces infrastructures étaient déjà amortis, TDF a permis l'accès à ses infrastructures aux diffuseurs alternatifs avant même le démarrage de la TNT et, partant, sans avoir eu la possibilité d'amortir les investissements supportés pour le déploiement de la TNT.

Les parts de marché des MVNO en Europe (2004)



Source : OMSYC

NB : Les chiffres entre parenthèses correspondent à l'année approximative du démarrage des premiers MVNO dans le pays concerné. Les données relatives à la France sont des estimations. Les accords de franchises et les SCS n'ont pas été comptabilisés comme des MVNO.

Ainsi, dans une logique de proportionnalité, l'action du régulateur, qui doit se limiter à ce qui est nécessaire pour développer la concurrence et pallier les dysfonctionnements observés sur le marché, ne devrait pas être plus contraignante sur le marché de l'accès aux infrastructures pour la diffusion de la TNT que sur le marché 15.

Une « mise sous surveillance » du marché est d'autant plus suffisante que l'Autorité dispose de pouvoirs étendus en matière de régulation ex post et peut intervenir à tout moment si elle devait constater une quelconque défaillance du marché.

Une telle démarche serait d'ailleurs conforme à la nouvelle doctrine économique prônée par les autorités de concurrence européennes. En effet, le rapport récent³² des experts économiques sollicités par la DG Concurrence souligne que « whenever possible, competition is to be preferred to detailed regulation as the best mechanism to avoid inefficiencies and foster productivity and growth; this calls for a non-dirigiste approach to competition policy that focuses in most cases on entry barriers; in the context of Article 82, it is then natural to focus on

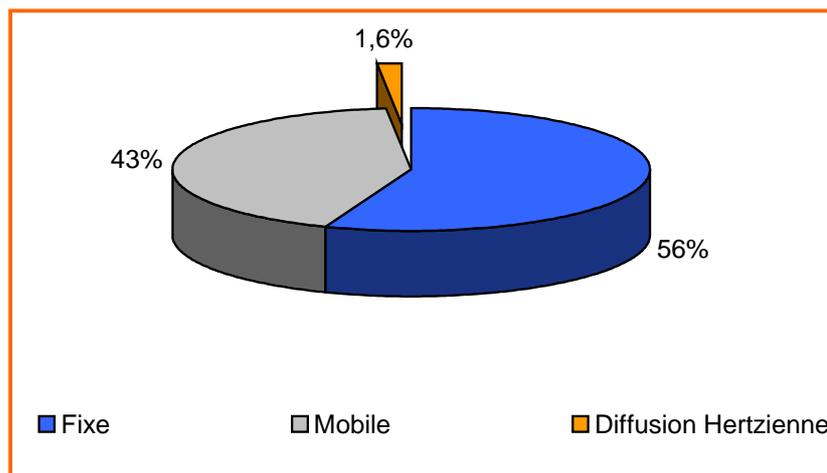
³² EAGCP (Economic Advisory Group for Competition Policy), « An economic approach to Article 82 », juillet 2005.

competitive harm that arises from exclusionary strategies... » « In terms of procedure, the economic approach implies that there is no need to establish a preliminary and separate assessment of dominance. Rather, the emphasis is on the establishment of a verifiable and consistent account of significant competitive harm, since such an anti-competitive effect is what really matters and is already proof of dominance ».

On soulignera enfin, que compte tenu de la taille réduite du marché pertinent que l'Autorité propose de soumettre à une régulation ex ante, la mise en œuvre de certaines obligations, comme la séparation comptable, induirait un accroissement relativement significatif du coût des prestations d'accès aux infrastructures de diffusion et, partant, des services de diffusion. La mise en œuvre de la séparation comptable réglementaire constitue en effet, un processus complexe dont le coût, répercuté sur les seules activités régulées, s'avère élevé pour l'entreprise.

L'opportunité de mettre en œuvre les mesures ex ante proposées par l'Autorité est d'autant plus discutable que la taille du marché intermédiaire des services de diffusion de programmes télévisuels s'avère fort limitée en comparaison avec d'autres secteurs relevant des communications électroniques. Le marché de gros susceptible d'être soumis à une régulation présente quant à lui un chiffre d'affaires de seulement quelques dizaines de millions d'euros.

Importance relative du CA des différents secteurs des communications électroniques



Sources : ARCEP et TDF