



L'article L.36-14 du code des postes et des communications électroniques, dans sa rédaction modifiée par la loi n°2004-669 relative aux communications électroniques et aux services de communication audiovisuelle du 9 juillet 2004, stipule :

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

C'est en application de ces dispositions que l'ART a établi le rapport d'activité 2004 qui comporte six parties. La première présente l'institution et ses missions. Elle rassemble des indicateurs relatifs à son action et au marché. La deuxième partie est consacrée à l'analyse des différents segments de marché et met en lumière les décisions prises par le régulateur. La troisième partie porte sur le nouveau cadre juridique et institutionnel du secteur des communications électronique. La quatrième partie explique le processus d'analyse des marchés, dresse un bilan de l'état d'avancement des analyses de marché en Europe et fait un point d'étape des analyses menées en France. La cinquième partie traite des grands thèmes de la régulation. La sixième partie est consacrée à la régulation du secteur postal, nouvelle mission assignée à l'ART par le législateur.

# *Rapport public d'activité de l'ART*

---

# 2004

## 2004, année de transition

L'année 2004 restera l'année du passage d'une régulation ayant permis l'ouverture du marché à la concurrence à un dispositif visant à consolider et à développer cette concurrence. L'évolution du cadre législatif et réglementaire, avec l'adoption des lois de transposition des directives européennes dans notre droit national, a donné au secteur un cadre juridique pleinement cohérent avec les textes européens. Le pouvoir et l'indépendance du régulateur ont été réaffirmés et consolidés.

L'ART dispose aujourd'hui d'outils adaptés pour mettre en œuvre une régulation sectorielle plus dynamique, qui repose sur une analyse prospective du marché. La régulation des marchés de détail ne s'impose plus que dans le cas où celle concernant les marchés de gros se révèle insuffisante pour l'exercice d'une concurrence pérenne. Cette méthodologie de régulation doit permettre au marché d'évoluer progressivement vers une situation de concurrence effective et durable, dans laquelle, finalement, le droit commun de la concurrence suffira à corriger les dysfonctionnements éventuels constatés.

Les analyses de marché ont toutes été engagées en 2004, le processus pour certaines étant plus avancé que pour d'autres. L'ART entend bien être parmi les premiers régulateurs à notifier à la Commission européenne ses analyses concernant les plus importants marchés. Cela nous permettra de jouer un rôle dans la construction de la jurisprudence européenne. C'est la raison pour laquelle l'ART entend ne pas relâcher le rythme de notification de ses projets de décision à la Commission.

Ces analyses de marché vont permettre à l'ART de fixer les règles du jeu pour le moyen terme, c'est-à-dire au moins pour les trois prochaines années, jusqu'à fin 2007. La régulation du secteur dépend donc de la qualité des analyses effectuées. Cette qualité repose pour une grande part sur la concertation que le régulateur mène avec les acteurs du secteur. Les consultations publiques, les avis du Conseil de la concurrence et le contrôle de la Commission sont un gage de transparence et d'équité de la part du régulateur.

L'année 2004 a aussi constitué à plusieurs égards une année de transition, que ce soit pour les consommateurs qui se sont appropriés de nouvelles façons de communiquer ou pour les opérateurs.

Comme l'année précédente, la croissance du marché, de près de 3 % en valeur en 2004, a été tirée par les mobiles et le haut débit alors que la téléphonie fixe s'est repliée de 5,4 %. Dans un contexte de baisses des prix, particulièrement fortes pour le haut débit, la croissance en volume a été sensiblement plus forte.

Le mobile a confirmé le dynamisme observé les derniers mois de 2003. La France comptait 44,5 millions de clients au radiotéléphone fin 2004, soit près de trois millions de plus que l'année précédente. Le chiffre d'affaires des services mobiles a dépassé en année pleine celui de la téléphonie fixe. L'usage du mobile a progressé de 13 % en minutes pour représenter 42 % du trafic total de la téléphonie vocale en 2004.

L'engouement des jeunes pour les nouveaux usages ne s'est pas démenti. A l'envoi de SMS et de MMS, au téléchargement de sonneries ou de fonds d'écran, s'est

ajoutée la photographie. Cette nouvelle façon d'utiliser le mobile permet d'être optimiste quant au succès de l'UMTS lancé commercialement en fin d'année par SFR et Orange France. L'arrivée en 2005 de nouveaux acteurs, de type MVNO, devrait aussi favoriser l'innovation et la perspective d'offres de convergence fixe/mobile.

Le haut débit, quant à lui, a séduit plus de la moitié des internautes avec 6,5 millions d'abonnements, principalement via l'ADSL, ce qui positionne la France dans le peloton de tête des pays européens, tant en termes de nombre d'accès ADSL que de taux de pénétration. Signe d'une concurrence très vigoureuse sur le marché de détail, les opérateurs alternatifs détenaient, fin 2004, environ 52 % du parc des accès ADSL contre 45 % en début d'année et exploitaient 1,6 million de lignes dégroupées contre 270 000 en début d'année. Plusieurs tendances de fond ont marqué 2004 : tout d'abord, les tarifs de détail de l'ADSL ont été globalement divisés par 2,5 en deux ans et placent le marché français parmi les plus compétitifs d'Europe ; parallèlement, les débits ont été augmentés à forfait constant. Enfin, avec l'ADSL, les consommateurs ont plébiscité les services multimédia proposés par les opérateurs et les fournisseurs d'accès à Internet. Ils ont pu accéder, au travers de l'utilisation de différents boîtiers multi-services (Freebox, Livebox ou 9box par exemple), à des bouquets de services, qui outre un accès haut débit à Internet, offrent téléphonie, visiophonie, TV ou vidéo à la demande.

Chez les opérateurs, France Télécom a poursuivi la réintégration de ses filiales. Après les mobiles, l'opérateur historique a racheté les minoritaires de sa filiale FAI Wanadoo en 2004 et de sa filiale de services aux entreprises Equant, début 2005, ramenant la participation de l'Etat à 41 % dans le capital de France Télécom. L'ART sera attentive à ce que cette intégration verticale ne fausse pas le jeu de la concurrence. De leur côté, les nouveaux entrants, notamment les FAI et les opérateurs dégroupés, ont annoncé des investissements importants ou augmenté les fonds consacrés à leur développement, certains en faisant appel au marché avec une introduction en bourse. Des consolidations sont annoncées par les opérateurs dans le secteur du fixe comme de l'Internet haut débit.

Face au nouveau paysage des communications électroniques qui se dessine et avec le soutien des collectivités territoriales pour favoriser la couverture du haut débit, l'ART restera attentive à ce que la concurrence progresse dans des conditions lui assurant une pérennité réelle. Que ce soit dans le mobile, avec l'arrivée d'opérateurs virtuels, ou dans le haut débit, avec l'extension géographique du dégroupage et le décollage du dégroupage total, l'action de l'ART visera en 2005 à permettre aux opérateurs alternatifs d'innover et aux opérateurs mobiles comme à l'opérateur historique d'être correctement rémunérés pour l'utilisation de leurs infrastructures. Il y va de l'intérêt de tous, des opérateurs, des industriels comme des consommateurs. Il y va de l'intérêt du marché tout entier. C'est dans le même esprit que l'ART se prépare à la régulation postale que le législateur lui a confiée.



Paul Champsaur

Président

au 1<sup>er</sup> juin 2005

# organigramme

## Collège

### Président

**Paul  
CHAMPSAUR**

### Membres

**Jacques  
DOUFFIAGUES**

**Michel  
FENEYROL**

**Gabrielle  
GAUTHEY**

**Édouard  
BRIDOUX**

### Mission mise en œuvre du cadre communautaire

**Aurélie  
DOUTRIAUX**

### Directeur Général

**Philippe  
DISTLER**

### Directeur Général adjoint

**François  
LIONS**

### Mission communication

**Jean-François  
HERNANDEZ**

Adjointe :  
**Ingrid VIOLET-  
APPENZELLER**

### Économie et Prospective

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

**François LIONS**  
Adjoint : **François VARLOOT**

#### Analyses économiques et concurrentielles

**Nicolas DEFFIEUX**

#### Économie des réseaux et services

**François VARLOOT**

#### Prospective

**Didier CHAUVEAU**

#### Observatoire des marchés et études externes

**Sylvie DUMARTIN**

### Régulation des Marchés Fixe et Mobile

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

**Benoît LOUTREL**  
Adjoint : **Antoine MAUCORPS**

#### Marchés de détail réseaux fixes

**Rémi PERTHUISOT**

#### Marchés de gros réseaux fixes

**Gweltas QUENTREC**

#### Marchés réseaux mobiles

**Sébastien SORIANO**

### Collectivités et Régulation des Marchés Haut Débit

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

**Laurent LAGANIER**  
Adjoint : **Jean-Claude BEAUCHEMIN**

#### Accès Haut Débit

**Cécile GAUBERT**

#### Radiodiffusion et Services Haut Débit

**Bernard CELLI**

#### Collectivités Territoriales

**Jean-Claude BEAUCHEMIN**

### Opérateurs et Régulation des Ressources Rares

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

**Jérôme ROUSSEAU**  
Adjoint : **Olivier BLONDEAU**

#### Opérateurs et Planification des ressources

**Anne HUGUET**

#### Opérateurs Mobiles

**Fabrice ALVES**

#### Fréquences

**Olivier BLONDEAU**

#### Numérotation

**Jacques LOUESDON**

### International

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

**Anne LENFANT**  
Adjoint : **Joël VOISIN-RATELLE**

#### Affaires européennes

**Françoise LAFORGE**

#### Relations internationales

**Joël VOISIN-RATELLE**

#### Coordination UIT et normalisation

**Marie-Thérèse ALAJOUANINE**

### Juridique

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

**Bernard MESSIAS**  
Adjoint : **Loïc TAILLANTER**

### Administration et Ressources Humaines

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

**Jean-Marc SALMON**  
Adjoint : **Elisabeth CHEHU-BEIS**

#### Système d'information et affaires générales

**Pierre-Jean DARMANIN**

#### Programmation, Budget et Contrôle de gestion

**Bernard THOUVIGNON**

#### Mission Documentation

**Elisabeth CHEHU-BEIS**

#### Consommateurs

**Stéphane KUNA**

#### Ressources humaines et relations sociales

**Catherine AUTIER**

# Le Collège de l'Autorité

Le Collège en Janvier 2005



Gabrielle  
GAUTHEY

Édouard  
BRIDOUX

Paul  
CHAMPSAUR

Michel  
FENEYROL

Jacques  
DOUFFIAGUES

Pour garantir l'indépendance de l'ART, les membres du collège ne sont pas révocables et leur mandat de six ans n'est pas renouvelable. Cette indépendance repose également sur le mode de désignation de membres du collège qui fait intervenir plusieurs des plus hautes autorités élues du pays. Trois d'entre eux sont nommés par le président de la République. Les deux autres sont respectivement désignés par le président de l'Assemblée Nationale et le président du Sénat.

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

- en qualité de président, **Paul CHAMPSAUR**, inspecteur général de l'INSEE, nommé le 3 janvier 2003 ;

- en qualité de membres, **Michel FENEYROL**, Ingénieur général des télécommunications, nommé le 3 janvier 2001 et **Edouard BRIDOUX**, docteur ès-sciences, professeur des universités, le 4 janvier 2005.

Le président du Sénat a nommé, le 4 janvier 2001, en qualité de membre, **Jacques DOUFFIAGUES**, ancien ministre.

Le président de l'Assemblée nationale a nommé en qualité de membre, le 31 décembre 2002, **Gabrielle GAUTHEY**, Ingénieur général des télécommunications.

Les cinq membres forment le Collège de l'ART. Celui-ci définit les grandes orientations, adopte les décisions et les avis qui structurent l'action générale de l'ART.

# 1

## Présentation de l'ART

<b>Chapitre 1. Les missions de l'ART</b>	27
<b>Chapitre 2. Les moyens de l'ART</b>	31
I. Les moyens budgétaires	33
II. Les ressources humaines	33
<b>Chapitre 3. Les indicateurs opérationnels</b>	35
I. Indicateurs de l'activité de l'ART	37
1) Les avis et décisions	37
1.1. Les chiffres en 2004	37
1.2. Répartition des avis et décisions	37
2) Nombre d'opérateurs déclarés	40
3) Nombre de contentieux	40
4) La fréquentation du site Internet de l'ART	40
II. Indicateurs du marché 2004 et évolution	41
1) La téléphonie fixe	41
2) La téléphonie mobile	41
3) Internet et le haut débit	41



# Les différents marchés et l'action du régulateur

# 2

<b>Chapitre 1. Le marché global des communications électroniques</b>	<b>45</b>
<b>I. Le marché des clients finals (valeur et volume)</b>	<b>47</b>
1) Le marché en France	47
2) Comparaisons européennes	51
<b>II. L'investissement et l'emploi en France</b>	<b>53</b>
1) L'investissement	53
2) L'emploi	54
<b>Chapitre 2. Les différents segments de marché</b>	<b>55</b>
<b>I. Le marché de la téléphonie fixe</b>	<b>57</b>
<b>1) Les chiffres du marché</b>	<b>57</b>
1.1. Parc de lignes, options et services supplémentaires	57
1.2. La sélection du transporteur	57
1.3. Revenus des accès, des abonnements et des services supplémentaires	58
1.4. Les communications depuis les lignes fixes	58
1.5. L'interconnexion des opérateurs fixes	60
1.6. L'internet	64
1.7. La publiphonie	67
1.8. Cartes (pré et post-payées) de téléphonie fixe	67
<b>2) L'action de l'ART</b>	<b>68</b>
2.1. L'accès et les services associés	68
2.2. Les communications	70
2.3. Les offres d'abondance	74
2.4. Les forfaits	74
2.5. Les autres avis	76
<b>3) Le catalogue d'interconnexion</b>	<b>76</b>
<b>II. Le haut débit</b>	<b>78</b>
<b>1) Les chiffres du marché du haut débit</b>	<b>78</b>
1.1. Evolution du chiffre d'affaires	78
1.2. Evolution du parc	78
1.3. Evolution trimestrielle des abonnements et des revenus haut débit en 2004	80

# 2

<b>2) Le marché de détail</b>	81
2.1. Une forte dynamique concurrentielle	82
2.2. Trois tendances de fond	82
2.3. Résorption des disparités territoriales	83
2.4. Les technologies alternatives au DSL	84
<b>3) Le marché de gros</b>	86
<b>4) L'action de l'ART</b>	86
4.1. Le dégroupage	86
4.2. Les offres de gros d'accès DSL livrées au niveau régional	89
4.3. Les offres de gros du DSL livrées en un point national	90
4.4. Les offres de gros alternatives à celles de France Télécom	92
<b>5) Comparaisons européennes</b>	93
5.1. Le marché de détail	93
5.2. Les marchés de gros	95
<b>III. Le mobile</b>	97
<b>1) Le GSM</b>	97
1.1. Le marché	97
1.2. Comparaisons européennes	102
1.3. L'action de l'ART	104
<b>2) L'UMTS</b>	109
2.1. Les acteurs	109
2.2. L'action de l'ART	109
2.3. Comparaisons européennes	110
<b>3) La radiomessagerie</b>	111
<b>IV. Les autres services</b>	113
<b>1) Les services à valeur ajoutée (fixes et mobiles)</b>	113
1.1. Les services avancés	113
1.2. Les services de renseignements	114
1.3. Vente, location et maintenance de terminaux	114
<b>2) Les liaisons louées et le transport de données</b>	114
2.1. Le marché des liaisons louées	114
2.2. Le marché du transport de données	114
2.3. L'action de l'ART	115
2.4. Comparaisons européennes	118

# Le nouveau cadre juridique

# 3

<b>Chapitre 1. Le paysage juridique en France</b>	127
<b>I. Une évolution progressive de la législation</b>	129
<b>II. La loi du 31 décembre 2003 relative aux obligations de service public des télécommunications et à France Télécom</b>	130
<b>III. La loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique</b>	131
<b>IV. La loi du 9 juillet 2004 relative aux communications électroniques et aux services de communication audiovisuelle</b>	133
<b>1) Les principales dispositions de la loi</b>	134
1.1. Liberté d'établissement de réseaux et de fourniture de services de communications électroniques	134
1.2. Régime juridique identique pour tous les réseaux de communications électroniques	134
1.3. La gestion des ressources rares	134
1.4. La régulation des marchés	135
1.5. Les moyens d'intervention de l'ART	135
<b>2) Dispositions transitoires de la loi "communications électroniques"</b>	136
2.1. La procédure d'autorisation des opérateurs	137
2.2. Les autorisations d'utilisation de fréquences radioélectriques	137
2.3. Les obligations spécifiques imposées aux opérateurs puissants	138
2.4. Les dispositions transitoires pour les conventions relatives aux réseaux câblés	139
<b>V. Les textes réglementaires publiés en 2004</b>	139
<b>1) Le décret d'application de la loi du 31 décembre 2003</b>	139
<b>2) Les décrets d'application de la loi "communications électroniques"</b>	141

# 3

<b>Chapitre 2. L'harmonisation des pratiques en Europe</b>	<b>143</b>
<b>I. Les travaux du COCOM</b>	<b>145</b>
1) Les liaisons louées d'interconnexion	145
2) Recommandation sur les courants porteurs en ligne	147
<b>II. Les travaux du GRI/GRE</b>	<b>147</b>
1) Les chantiers de 2004	149
1.1. Finalisation du document sur les remèdes	149
1.2. La terminaison d'appels mobiles	149
1.3. L'accès large bande	150
1.4. L'itinérance internationale	151
1.5. La voix sur IP	151
2) Le programme de travail 2005 du GRI/GRE	152
2.1. Les travaux prioritaires	152
2.2. Les avis demandés par la Commission	153

# La régulation concurrentielle des marchés

# 4

## Chapitre 1. Le processus d'analyse des marchés 157

### I. Un processus en trois étapes 159

#### 1) La délimitation des marchés en termes de services et en termes géographiques 160

1.1. La substituabilité de la demande et de l'offre 160

1.2. La délimitation géographique d'un marché 162

1.3. La pertinence d'un marché au titre d'une régulation *ex ante* 163

#### 2) La désignation des opérateurs disposant d'une influence significative 164

2.1. La position dominante individuelle 165

2.2. L'influence significative conjointe 166

#### 3) Les obligations qui peuvent être imposées à un opérateur disposant d'une influence significative 167

3.1. Obligations en matière d'interconnexion et d'accès 167

3.2. Obligations sur les marchés de détail 169

3.3. Les liaisons louées 170

### II. Point d'étape des analyses de marché en 2004 171

## Chapitre 2. Les analyses de marché en Europe 173

### I. Les notifications 175

#### 1) la procédure de notification des projets de mesures des ARN 175

#### 2) Les notifications effectuées fin mars 2005 176

2.1. La notification de nouveaux marchés 176

2.2. Le veto de la Commission européenne 178

2.3. Le retrait des projets de mesures par les ARN 180

### II. Le suivi des notifications des 18 marchés pertinents (situation au 14 mars 2005) 180

# 4

## Chapitre 3. Analyse des différents marchés en France 185

<b>I. Les marchés pertinents retenus par la Commission européenne</b>	187
1) Marchés de détail	187
2) Marchés de gros	187
<b>II. Les marchés de la téléphonie fixe</b>	188
1) Les marchés de détail de la téléphonie fixe	188
1.1. Définitions	189
1.2. La délimitation des marchés	189
1.3. La désignation de l'opérateur disposant d'une influence significative	191
1.4. Les obligations pouvant être imposées	193
2) Les marchés de gros de la téléphonie fixe	193
2.1. Définitions	193
2.2. La délimitation des marchés	194
2.3. La désignation de l'opérateur disposant d'une influence significative	195
2.4. Les obligations pouvant être imposées	197
<b>III. Les marchés du haut débit</b>	198
1) L'analyse des marchés de détail de l'accès large bande	198
2) Le dégroupage de la boucle locale	199
2.1. La consultation publique de juin 2004	199
2.2. Les réponses des acteurs et l'avis du Conseil de la concurrence	200
2.3. La finalisation de l'analyse du marché du dégroupage	200
3) Le marché des offres de gros d'accès large bande livrées au niveau régional	201
3.1. La consultation publique de juin 2004	201
3.2. Les réponses des acteurs et l'avis du Conseil de la concurrence	203
3.3. La finalisation de l'analyse du marché considéré	204
4) L'analyse du marché des offres de gros d'accès large bande au niveau national	205
4.1. La consultation publique de juin 2004	205
4.2. Les réponses des acteurs et le calendrier 2005	205
4.3. La finalisation de l'analyse du marché considéré	206

<b>IV. Les marchés de la téléphonie mobile</b>	207
<b>1) Le marché de détail de la téléphonie mobile</b>	207
1.1. Un marché mature	207
1.2. Essoufflement relatif de la concurrence depuis 2000-2001	208
1.3. Perspectives du marché	209
<b>2) Le marché de gros de l'accès et du départ d'appel mobile</b>	210
2.1. Définitions	210
2.2. Le cadre de l'analyse	210
2.3. L'analyse de l'ART	210
2.4. L'exemple irlandais	212
<b>3) Le marché de gros de la terminaison d'appel vocal sur les réseaux mobiles</b>	213
3.1. Définitions	213
3.2. Première analyse de marché achevée	213
3.3. L'analyse de l'ART	213
3.4. Les obligations des opérateurs	214
<b>4) Le marché de gros de la terminaison d'appel SMS</b>	215
4.1. Définitions	215
4.2. L'analyse de l'ART	215
<b>5) Le marché de gros de l'itinérance internationale</b>	216
<b>V. Les marchés des liaisons louées</b>	216
1) Définitions	216
2) Consultation publique en 2005	216
<b>VI. Les marchés des services de radiodiffusion</b>	217
1) Définitions	217
2) Le périmètre des marchés des services de radiodiffusion	217
3) Consultation publique en 2005	218



# 5 Les grands thèmes

## Chapitre 1. La régulation des ressources rares 221

<b>I. La régulation des fréquences</b>	223
<b>1) La planification des fréquences</b>	223
1.1. Normalisation européenne	223
1.2. La planification au niveau de l'UIT-R	224
1.3. La coordination des fréquences aux frontières	224
1.4. Les auxiliaires sonores de la radiodiffusion	225
<b>2) Le dividende numérique</b>	225
<b>3) Plus de flexibilité dans la gestion des fréquences</b>	226
3.1. Les marchés secondaires des fréquences	226
3.2. La BLR Wimax	228
3.3. PMR et réseaux indépendants	230
<b>II. La gestion des numéros</b>	235
<b>1) Le rôle de l'ART</b>	235
<b>2) La gestion du plan national de numérotation</b>	236
2.1. Les différents types de numéros : définitions	236
2.2. La gestion des numéros courts (3BPQ)	237
<b>3) L'évolution du plan de numérotation</b>	238
3.1. Lancement d'une consultation publique	238
3.2. Le groupe numérotation de la CCRSCE	239

## Chapitre 2. Le service universel 241

<b>I. Le service universel téléphonique</b>	243
<b>1) Service universel et opérateur de service universel</b>	243
1.1. Les composantes du service universel	243
1.2. Les obligations des opérateurs en charge du service universel	243
1.3. Les tarifs du service universel	244
1.4. La désignation du (ou des) opérateur(s) du service universel	245
<b>2) Le financement du service universel</b>	245
2.1. Un nombre de contributeurs élargi	245
2.2. Une contribution assise sur le chiffre d'affaires	246
2.3. Les services de communications électroniques concernés	247
2.4. Répartition des contributions par type d'opérateurs	249



## 5

<b>3) Le rôle de l'ART</b>	249
3.1. Le contrôle des tarifs du service universel	249
3.2. L'évaluation du coût du service universel	252
3.3. Evaluation du coût net du service universel pour 2002	254
3.4. Le coût net du service universel de 2002 à 2005	256
3.5. La notion de charge excessive	256
<b>4) les litiges en cours</b>	256
 <b>II. L'annuaire universel</b>	257
<b>1) Le contexte juridique</b>	257
<b>2) L'action de l'ART</b>	258
<b>3) Les lignes directrices pour la cession des listes d'abonnés</b>	259
3.1. Les principales obligations des opérateurs	259
3.2. Les principales obligations des éditeurs	260
3.3. Les recommandations aux acteurs	260
 <b>Chapitre 3. Les consommateurs</b>	263
 <b>I. Les services aux consommateurs</b>	265
<b>1) Mission d'information</b>	265
1.1. Le site Internet de l'Autorité	265
1.2. La Lettre de l'Autorité	266
1.3. La consultation directe des consommateurs	266
1.4. Les études	266
<b>2) Mission d'assistance</b>	267
 <b>II. Les usages des technologies de l'information</b>	268
<b>1) le mobile</b>	268
<b>2) La téléphonie fixe</b>	269
<b>3) Internet</b>	269
 <b>III. La consommation</b>	270
<b>1) La consommation des ménages en 2003 selon l'INSEE</b>	270
<b>2) L'évolution de l'abonnement</b>	271
2.1. Abonnement grand public et abonnement professionnel	271
2.2. Comparaisons européennes	272
<b>3) Les paniers de consommation en France</b>	274
3.1. Méthodologie pour calculer l'évolution des tarifs des opérateurs alternatifs	274
3.2. Valeurs moyennes des communications	275
3.3. Les indices des prix	279
3.4. Le prix des communications : comparaisons européennes	281

# 5

<b>IV. Les services de renseignements téléphoniques</b>	284
1) La suppression du 12	284
2) Le choix du 118XYZ	285
3) Une attribution initiale non-discriminatoire et transparente	286
4) L'information du consommateur	286

## **Chapitre 4. La portabilité des numéros** 289

<b>I. Les enjeux de la portabilité des numéros</b>	291
<b>II. La portabilité des numéros fixes</b>	292
1) Portabilité et dégroupage total	292
2) Comparaisons européennes	293
<b>III. La portabilité des numéros mobiles</b>	293
1) La portabilité des numéros mobiles en métropole	293
2) La portabilité des numéros mobiles dans les DOM	294
2.1. Zone Antilles-Guyane	294
2.2. Zone de la Réunion	295
3) Comparaisons européennes	295
<b>IV. L'action de l'ART</b>	296
1) Des avancées à court terme	296
2) Des améliorations à moyen terme	297

## **Chapitre 5. Voix sur IP et Voix sur accès large bande** 301

<b>I. Définition</b>	303
<b>II. Les enjeux de la VoIP en termes de régulation</b>	303
1) La problématique	303
2) Les services de communications électroniques	304
3) Les différentes catégories de dispositions réglementaires	305
3.1. Les dispositions générales	305
3.2. Une particularité des services de téléphonie : les appels d'urgence	307

## **Chapitre 6. LES MVNO** 309

<b>I. Définition</b>	311
1) SCS et MVNO	311
2) Typologie des fournisseurs de services sans réseau radio	311

## 5

<b>II. Le développement des MVNO</b>	313
1) En Europe	313
2) En France	314
2.1. Enjeux pour l'animation du marché de détail	314
2.2. Favoriser l'entrée d'un quatrième opérateur de réseau	316
<b>III. Analyse des contrats de MVNO par l'ART</b>	316
1) Les possibilités de différenciations non-tarifaires	316
2) Logique de complémentarité par rapport aux opérateurs de réseau	317
3) Les politiques tarifaires	317
3.1. L'encadrement des politiques tarifaires	317
3.2. L'évolution des politiques tarifaires	318
4) La durée d'engagement des MVNO	318
5) Les modalités de révision des conditions contractuelles	319
5.1. Les conditions de la pérennité de l'activité des MVNO	320
5.2. La confirmation de la nécessité d'une intervention transitoire de l'ART	320
 <b>Chapitre 7. Collectivités territoriales et aménagement du territoire</b>	 321
<b>I. Le haut débit</b>	323
1) La couverture du territoire en haut débit	323
1.1. Répartition du haut débit au plan national	323
1.2. Les disparités géographiques	323
1.3. La progression territoriale du haut débit	324
2) Les nouvelles compétences des collectivités territoriales	326
2.1. L'article L. 1425-1 du CGCT	326
2.2. La circulaire interministérielle du 25 janvier 2005	327
3) La consultation publique menée par l'ART	328
3.1. Descriptif de la procédure	328
3.2. Les objectifs de l'intervention des collectivités	328
4) L'ART publie des points de repère	330
4.1. Les domaines de l'intervention publique	330
4.2. Les formes de l'intervention	332
4.3. Les caractéristiques de l'offre des réseaux d'initiative publique	334
4.4. Les principes tarifaires	336
5) Le rôle de l'ART dans le nouveau dispositif	337
5.1. Le consensus dégagé de la consultation publique	337
5.2. Le rôle que la loi confère à l'ART	337
6) L'ART : une institution ouverte	339
6.1. Création d'un Comité des réseaux d'initiative publique	339
6.2. Les actions de communication de l'ART	339
6.3. Les réunions de travail externes	340

# 5

<b>II. Les mobiles</b>	341
<b>1) La couverture du territoire par les mobiles</b>	341
1.1. La couverture mobile actuelle	341
1.2. Le programme zones blanches	341
1.3. Obligations liées au renouvellement des licences des opérateurs	341
1.4. Avancement du programme zones blanches au 1 <sup>er</sup> mars 2005	342
<b>2) Déploiement du programme zones blanches</b>	342
<b>Chapitre 8. L'international</b>	345
<b>I. Le rôle de l'ART au sein des organisations internationales</b>	347
<b>1) L'Union internationale des télécommunications (UIT)</b>	347
1.1. L'UIT-D	347
1.2. L'UIT-R	348
1.3. L'UIT-T	348
<b>2) La Conférence européenne des administrations des Postes         et Télécommunications(CEPT)</b>	349
<b>3) L'Organisation de coopération et de développement         économiques (OCDE)</b>	350
3.1. Le Comité PIIC	350
3.2. L'atelier "collectivités territoriales"	350
<b>II. Les échanges bilatéraux</b>	350
<b>III. Les actions de coopération dans le cadre de l'espace francophone de la régulation</b>	351
<b>1) Le Réseau francophone de la régulation des télécommunications         (FRATel)</b>	351
<b>2) La convention ART/ENST - Paris/ARTEL</b>	353
<b>Chapitre 9. Normalisation et prospective</b>	355
<b>I. La normalisation</b>	357
<b>1) L'action de l'ART au niveau national</b>	357
<b>2) L'action de l'ART au niveau international</b>	357
2.1. L'UIT	358
2.2. L'ETSI	358
<b>II. Prospective</b>	361
<b>1) L'évolution vers les réseaux de nouvelle génération</b>	361
<b>2) La convergence fixe/mobile</b>	363

# La régulation postale

# 6

<b>Chapitre 1. La préparation de la régulation postale au sein de l'ART</b>	367
I. La création d'une structure ad hoc au sein de l'ART	369
II. Le lancement d'une étude sur les acteurs du secteur	369
III Vers une connaissance approfondie du secteur	370
<b>Chapitre 2. Cadre juridique et réglementaire du secteur postal</b>	371
I. Les grandes étapes de la régulation du secteur postal	373
I) Jurisprudence et premiers pas	373
1.1. Décision de la commission du 20/12/1989 (courrier rapide)	373
1.2. Décision de la commission du 01/08/1990 (courrier rapide international)	373
2) La redéfinition des missions et des conditions d'intervention des opérateurs postaux	373
3) Le Livre Vert sur le développement du marché unique des services postaux	375
3.1. Le Livre Vert	375
3.2. L'arrêt Corbeau	375
4) Les prémices d'une réglementation postale communautaire	376
II. Les textes fondateurs	376
1) La directive de décembre 1997	376
1.1. Le service universel	376
2) La communication postale de 1998 sur l'application des règles de concurrence	378
3) La directive modifiée de 2002	379
4) Sectorisation réglementaire des activités de l'opérateur de service universel jusqu'en 2009	380

# 6

<b>Chapitre 3. La transposition de la directive postale en Europe</b>	<b>381</b>
<b>I. L'étude du WIK</b>	<b>383</b>
1) La transposition de la directive de 2002	383
2) Service universel	383
3) Etendue du secteur réservé	384
4) Autorisations	384
5) Tarifs et transparence comptable	385
<b>II. L'organisation institutionnelle de la régulation en Europe</b>	<b>385</b>
<b>Chapitre 4. La transposition de la directive postale en France</b>	<b>387</b>
<b>I. Une transposition incomplète de la directive de 1997</b>	<b>389</b>
1) La loi d'orientation pour l'aménagement et le développement durable du territoire	389
2) Les décrets d'application	389
3) L'insuffisance de cette transposition a minima	389
<b>II. Mise en place d'une régulation postale (mai 2005)</b>	<b>390</b>
1) Les missions de la régulation	390
1.1. Les attributions	390
1.2. Les grands axes de la loi	391
2) L'instauration d'un cadre pour le marché postal	391
2.1. La définition du service universel	391
2.2. Le maintien d'un secteur réservé	392
2.3. Le financement et la sauvegarde du service universel	392
2.4. Des autorisations pour les concurrents de La Poste	393
2.5. Droit d'accès aux moyens détenus ou contrôlés par le prestataire du service universel	394
2.6. Les exigences essentielles imposées à tout opérateur postal	395
2.7. L'accès aux boîtes aux lettres particulières	395

## 6

<b>3) Les modalités de la régulation</b>	396
3.1. Le calendrier	396
3.2. Le contrôle de l'offre de service universel	396
3.3. La délivrance des autorisations	396
3.4. Le contrôle comptable et tarifaire du prestataire du service universel	397
3.5. Les pouvoirs de sanction	398
3.6. Le règlement de différends	398
3.7. La saisine du Conseil de la concurrence	398
3.8. Le pouvoir d'enquêtes auprès du prestataire de service universel et des opérateurs titulaires d'une autorisation	399
3.9. Le fonds de compensation du service universel postal	399
<b>4) Les autres points importants de la loi</b>	399
4.1. La remise à niveau du régime de responsabilité postale	400
4.2. La création d'un établissement de crédit postal	400
 <b>Chapitre 5. Mission d'aménagement du territoire de La Poste et fonds postal national de péréquation territoriale</b>	 401
 <b>I. Une mission hors des compétences de l'ARCEP</b>	 403
 <b>II. Les modalités de mise en œuvre</b>	 403

# Annexes

<b>Glossaire</b>	405
------------------	-----

