

Commentaire de la société TELE2 SA dans le cadre de la consultation publique concernant l'analyse des marchés de la téléphonie fixe

Dans le cadre de la transposition du nouveau « paquet télécom » en droit français, l'Autorité de Régulation des Télécommunications (ci-après l' « ART » ou l' « Autorité ») a publié, le 9 juillet 2004, son analyse des marchés pertinents de la téléphonie fixe, en soumettant ce document à consultation publique jusqu'au 9 septembre 2004.

La société Tele2 France SAS (ci-après « Tele2 ») tient, dans la continuité de sa réponse au questionnaire qualitatif « Téléphonie fixe et accès Internet bas débit sur les réseaux commutés », à apporter à l'Autorité les commentaires que ce document appelle de sa part. Dans un souci de clarté, Tele2 développera point par point ses commentaires, en suivant le plan du document soumis à consultation.

A titre liminaire, **Tele2 se félicite de la qualité de la démarche** mise en œuvre par l'ART. Selon Tele2, cette procédure d'analyse devrait permettre d'imposer à France Télécom, en sa qualité d'opérateur dominant sur l'ensemble des marchés analysés, les mesures *ex ante* nécessaires (même si Tele2 considère que leurs modalités d'application devraient être améliorées) pour tendre vers une situation réellement concurrentielle sur les marchés pertinents considérés. Tele2 estime enfin que certaines obligations complémentaires devraient également être imposées à France Télécom afin de résoudre les problèmes concurrentiels identifiés sur ces marchés, dans le respect des principes posés par l'article 8 de la directive "Cadre".

PREAMBULE : PORTEE GEOGRAPHIQUE DE L'ANALYSE

Tele2, n'exerce son activité que sur le territoire métropolitain et n'a pas de commentaire particulier à formuler sur ce point.

Par ailleurs, suite à son courrier à l'Autorité du 15 Juin 2004, Tele2 entend souligner qu'il existe, à l'heure actuelle, une exclusion des communications émises à partir de la métropole éligibles à la présélection du transporteur (ci-après la "présélection") concernant les appels vers les terminaux mobiles de Mayotte et Saint-Pierre et Miquelon. Tele2 estime ainsi que l'ART devrait imposer l'éligibilité de ces communications à la présélection. Il est en effet incompréhensible pour les clients finals, que ces communications soient éligibles à la sélection du transporteur via les indicatifs internationaux de Mayotte et Saint Pierre et Miquelon, mais ne le soient pas via l'indicatif national. Cette irrégularité provient manifestement d'une erreur administrative qui devrait être corrigée au bénéfice de tous.

I. INTRODUCTION

A. Introduction sur les règles de délimitation des marchés

A.1 Périmètre en terme de produits des marchés visés par le présent document

En premier lieu, Tele2 entend préciser que si, pour la délimitation du marché pertinent de produits, il est possible de recourir tant au critère de la substituabilité du côté de la demande qu'à celui du côté de l'offre, le droit de la concurrence considère, traditionnellement, que la substituabilité du côté de la demande constitue le principal critère pour procéder à une délimitation de marché pertinent.

Ainsi, dans sa Communication sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence (en date du 9 décembre 1997), la Commission a précisé que :

"La définition de la substituabilité de la demande entraîne une prise en compte de l'éventail des produits perçus comme substituables par le consommateur. Une façon de faire cette appréciation peut être considérée comme un exercice mental qui présuppose une variation légère, mais durable, des prix relatifs et en évaluant les réactions probables des clients. L'exercice de définition des marchés est axé sur les prix pour des raisons pratiques et, plus précisément, sur la substitution du côté de la demande¹ que pourraient entraîner des variations légères mais permanentes des prix relatifs. Ce test peut fournir des indications claires sur les éléments d'appréciation pertinents pour la définition des marchés. [...] On pourrait aussi analyser la substituabilité du côté de l'offre pour définir les marchés dans les opérations où celle-ci a des effets équivalents à ceux de la substitution du côté de la demande en termes d'immédiateté et d'efficacité".

¹ Souligné par nos soins.

Ainsi, il apparaît, aux termes mêmes des principes régissant le droit de la concurrence, sur lesquels le droit sectoriel des communications électroniques tend à être aligné, que le critère de la substituabilité du côté de la demande constitue bien le principal critère pour procéder à la délimitation d'un marché pertinent en termes de produits, l'analyse de cette substituabilité du côté de l'offre ne devant être réalisée qu'à titre subsidiaire.

Dans ce contexte, Tele2 estime que l'ART devrait tenir le plus grand compte de ces principes lors de la délimitation des marchés pertinents du secteur de la téléphonie fixe.

A.2 Délimitation des marchés en termes géographiques

Tele2 n'a pas de commentaire particulier à formuler sur ce point.

B. Introduction sur l'analyse et sur l'identification des opérateurs puissants

B.1 Entreprise disposant d'une puissance significative sur le marché

Tele2 n'a pas de commentaire particulier sur ce point.

B.2 Période temporelle d'analyse

S'agissant de la période temporelle de l'analyse, qui doit, aux termes du document soumis à consultation publique, porter sur trois ans, Tele2 estime que l'ART ne devrait toutefois pas hésiter à user de son pouvoir de révision, notamment dans l'hypothèse où de nouvelles offres de France Télécom viendraient bouleverser la structure des marchés concernés.

Tel pourrait notamment être le cas si France Télécom attendait que les obligations *ex ante* lui soient imposées au titre des marchés pertinents analysés dans la présente consultation pour commercialiser de nouvelles offres (notamment de VoIP) pouvant porter atteinte à la structure de ces marchés.

Bien évidemment et en toute hypothèse, toute nouvelle offre relevant d'un marché pertinent analysé dans le cadre de la présente consultation devrait se voir appliquer les mêmes obligations *ex ante* que celles appliquées aux offres actuellement commercialisées sur ces marchés.

En dernier lieu, s'agissant des obligations *ex ante* imposées à France Télécom, et notamment l'obligation, pour cette dernière, de publier une offre de référence, Tele2 estime que celle-ci devrait faire l'objet d'une révision annuelle (cf. la réponse de Tele2 au point **VI.E.1.2**).

C. Introduction sur les obligations

Tele2 n'a pas de commentaire particulier sur ce point.

D. Relation avec le cadre réglementaire

Tele2 n'a pas de commentaire particulier sur ce point.

II. DELIMITATION DES MARCHES PERTINENTS DE DETAIL

A titre liminaire, Tele2 entend souligner qu'elle déplore la terminologie employée par l'ART s'agissant des "services de communications en bande étroite" dans la mesure où les services de téléphonie fournis à partir d'accès ADSL et reposant sur la technologie de voix sur IP (ou "VoIP") sont également inclus dans le périmètre des marchés pertinents de la téléphonie fixe.

A. Eléments communs à la définition des marchés pertinents de détail

A.1 Dimension géographique des marchés

En premier lieu, Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART quant à la dimension nationale de ces marchés de détail.

Tele2 entend d'ailleurs souligner que cette dimension nationale des marchés de détail de la téléphonie fixe a été consacrée à plusieurs reprises par le Conseil de la concurrence. Tel fût notamment le cas dans ses décisions n°2001-D-46 en date du 23 juillet 2001 et n°2001-D-66 en date du 10 octobre 2001.

S'agissant, en second lieu, de l'affirmation de l'ART aux termes de laquelle les politiques tarifaires et de commercialisation des offres relevant de ce marché ont tendance à être de dimension nationale, Tele2 entend cependant souligner qu'il existe un risque de déperquation géographique de telles offres de détail, ainsi qu'elle l'a d'ailleurs indiqué dans le cadre de la consultation sur les marchés du haut débit. Cette situation est notamment due au développement des offres de téléphonie reposant sur le dégroupage total (dont les conditions tarifaires varient selon la taille des répartiteurs concernés, et donc de la densité de la population pour la zone en cause) et des offres de téléphonie sur IP (fondées, au niveau des marchés de gros, sur le dégroupage ou sur les options 3 et / ou 5, dont les prix varient également en fonction de la densité des zones concernées).

Dans ce contexte, et bien que cette mesure ne relève pas des marchés pertinents analysés dans le cadre de la présente consultation mais de ceux des marchés du haut débit, Tele2 réitère son souhait de voir les offres de gros relevant de ces marchés du haut débit faire l'objet d'une péréquation tarifaire afin de maintenir la péréquation géographique des offres de détail.

A.2 La séparation entre accès en bande étroite et accès en bande large

Tele2 ne partage pas l'analyse de l'Autorité aux termes de laquelle les services d'accès à bande étroite ne seraient pas substituables à ceux offerts à partir d'accès à large bande, et notamment le fait que les accès large bande "*ne constituent pas en eux-mêmes des services de raccordement au réseau téléphonique public*".

En effet, et ainsi que Tele2 l'a déjà souligné dans le cadre de sa réponse relative aux marchés du haut débit, **Il est possible techniquement de produire un abonnement téléphonique sur ADSL** (avec un numéro de téléphone associé, ainsi que tous les services associés, notamment l'accès aux services d'urgence et de renseignement).

Ce service téléphonique, comprenant tant l'abonnement que l'acheminement des communications téléphoniques, pourrait donc être substituable au service téléphonique actuellement commercialisé par France Télécom. En particulier, il est, d'un point de vue technique, parfaitement possible (et simple) d'associer à un accès ADSL un numéro de téléphone (comme le fait Vonage aux Etats-Unis) et d'offrir le service d'accès téléphonique complet, y compris l'accès aux numéros d'urgence. La commercialisation d'un accès téléphonique VoIP reprenant exactement les mêmes fonctionnalités et caractéristiques que l'abonnement téléphonique « traditionnel » est donc non seulement envisageable, mais également opérationnel aujourd'hui d'un point de vue technique. Il convient d'ailleurs de souligner que le client ne serait pas forcé de disposer d'un ordinateur pour téléphoner, mais seulement d'un modem spécial, incluant des fonctions de transformation de la voix analogique en voix sur IP, ce qui démontre d'ailleurs clairement la substituabilité d'une telle offre avec les offres "traditionnelles".

Toutefois, la commercialisation d'un tel service sur la base des offres de gros de France Télécom relatives à la fourniture d'accès DSL livrés aux niveaux régionaux et / ou nationaux (également dénommées options 3 et 5) est aujourd'hui impossible dans la mesure où France Télécom impose, de manière parfaitement abusive, un couplage entre ces offres de gros et la souscription (et le maintien), par les clients finaux, d'un abonnement à son service téléphonique.

Il est ainsi évident que les abonnés n'auront aucun intérêt à souscrire à une telle offre d'abonnement reposant sur la technologie de VoIP s'ils sont, dans le même temps, contraints de souscrire et conserver un abonnement téléphonique auprès de France Télécom.

Tele2 est cependant confiante dans le fait que l'ART mettra fin à ce couplage anticoncurrentiel et injustifié au titre des obligations *ex ante* devant être imposées à France Télécom sur les marchés de gros précités.

Une fois que ce couplage aura été supprimé, les offres de VoIP ne seront donc plus cantonnées aux offres de seconde ligne, comme c'est actuellement le cas.

A.3 La séparation entre accès en bande étroite et liaison louées

Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART sur ce point.

A.4 Neutralité technologique pour les services de communications

Tele2 approuve pleinement cette analyse puisque de telles offres de VoIP, bien que relevant d'une technologie différente de celle traditionnellement utilisée (par le biais du réseau téléphonique commuté), s'inscrivent bien dans le cadre des marchés analysés dans la présente consultation publique.

A cet égard, Tele2 entend rappeler que la neutralité technologique constitue l'un des principes expressément posés par l'article 8 de la directive "Cadre".

Par conséquent, il n'existe aucune raison de procéder à une segmentation des marchés pertinents sur la base des technologies, puisqu'une telle pratique contreviendrait tant au principe de neutralité technologique qu'aux règles traditionnelles utilisées pour la délimitation des marchés pertinents en droit de la concurrence. Seule la démonstration d'une absence de substituabilité du côté de la demande pourrait permettre de démontrer que les offres de téléphonie fixe basées sur la technologie sur IP n'appartiennent pas au même marché pertinent que les offres reposant sur le réseau commuté.

Tele2 déplore également que l'impact de ces offres de VoIP, analysées dans le cadre de la présente consultation publique, n'ait pas été davantage pris en compte dans le cadre de l'analyse des marchés pertinents du haut débit.

Tele2 entend souligner à nouveau que, ainsi qu'elle l'a démontré ci-dessus, les offres de VoIP ne permettent pas seulement de fournir des prestations d'acheminement des communications téléphoniques mais pourraient permettre prochainement la fourniture de véritables offres d'accès au réseau (lorsque le couplage anticoncurrentiel précité aura été supprimé)

Enfin, et même si ce point sera analysé plus avant au point **VI.D.1.4**, Tele2 estime que les communications à destination des numéros se présentant sous forme 087B devraient être éligibles à la présélection.

A.5 La séparation entre services en position déterminée et services en position non déterminée

Si l'analyse de l'ART serait parfaitement exacte dans un marché vertueux, Tele2 estime qu'aujourd'hui, les comportements abusifs des opérateurs mobiles (facturation excessive des charges de terminaison d'appels et système discriminatoire du "*bill and keep*" notamment) conduisent à une substituabilité partielle entre ces deux types de communications, et donc à une captation illicite des revenus des opérateurs de téléphonie fixe par ces opérateurs mobiles (ce qui pénalise essentiellement les opérateurs fixes qui, comme Tele2, n'appartiennent pas à un groupe de société comprenant un opérateur mobile).

En effet, et ainsi que Tele2 l'avait déjà souligné dans sa réponse à la consultation publique afférente aux marchés de la terminaison d'appels sur les réseaux mobiles, la substitution entre appels fixe vers mobile (et mobile vers fixe) par les appels mobile vers mobile d'une part, et entre abonnement fixe et offres mobiles qui en résulte d'autre part, est une réalité sur le marché aujourd'hui, en raison des distorsions de concurrence précitées.

Le non-paiement (qui perdure à ce jour) des charges de terminaison d'appels entre les opérateurs mobiles conduit à des tarifs de détail des appels mobile vers mobile avantageux par rapport aux tarifs des appels fixe vers mobile, artificiellement élevés du fait du niveau supra-concurrentiel de ces charges.

Cette situation, qui continuera jusqu'à la fin effective du *bill and keep*, a donc entraîné une forte substitution, en pratique au cours des dernières années, entre les appels fixe vers mobile et mobile vers fixe, par des appels mobile vers mobile, et par répercussion entre abonnement téléphonique et forfait mobile.

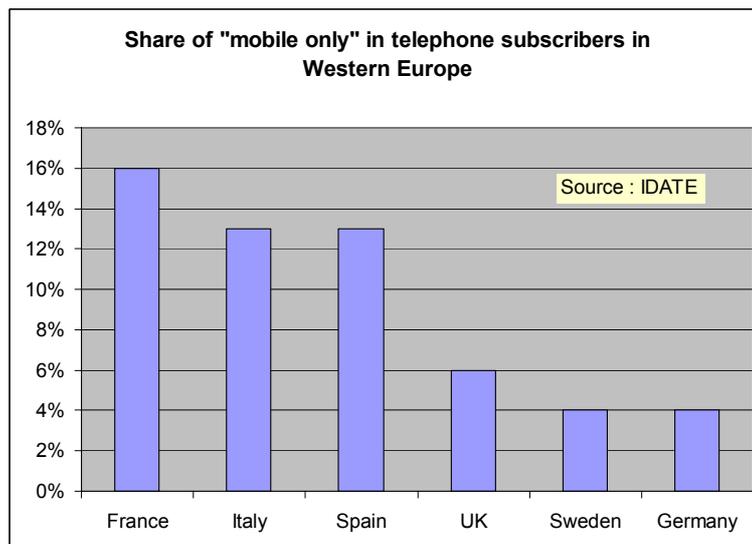
Ainsi que Tele2 l'avait déjà souligné dans le cadre de sa réponse suite au questionnaire qualitatif concernant les services de communications mobiles, cet effet de substitution est en constante augmentation portant ainsi directement atteinte au développement normal de l'activité des opérateurs de téléphonie fixe.

Dans son observatoire des marchés publié le 15 septembre 2003, l'Autorité indiquait que « *même si le parc de téléphones fixes dépasse à nouveau à la fin du premier trimestre 2003 les 34 millions de lignes, la décroissance continue du secteur de la téléphonie fixe est manifeste tant au niveau du chiffre d'affaires (-4% sur un an) qu'en volume de trafic (-4,6% sur un an)* ».

L'ART relève également, dans son observatoire des marchés publiés en mars 2004, que « *Le secteur de la téléphonie fixe enregistre un nouveau recul avec 4,1% de chiffre d'affaires et 3,5% de volume de trafic en moins par rapport au troisième trimestre 2002* » et que « *Avec 3,4 milliards d'euros de chiffre d'affaires généré au cours du troisième trimestre, les revenus du secteur de la téléphonie mobile sont pour la première fois supérieurs à ceux de la téléphonie fixe (3,3 milliards d'euros)* ».

Ainsi, selon une étude publiée par Oddo Securities², 40% des appels émis depuis un mobile par un abonné résidentiel le sont depuis son domicile. Plus encore, d'après les données de l'Idate, la part de Français n'ayant qu'un téléphone mobile est parmi les plus élevées d'Europe, malgré le faible taux de pénétration relatif du mobile en France.

² « Telecoms , Question d'équilibre », page 28. Etude publiée en septembre 2003. Oddo Securities s'appuie sur les déclarations des opérateurs de téléphonie mobile.



L'étude ADL Exane citée par La Tribune dans son édition du 19 février 2004 indique enfin que « **la croissance du trafic mobile correspond à une baisse équivalente du trafic fixe** », et « **qu'en France, cette tendance est plus marquée** ».

Il existe donc bien encore aujourd'hui **un effet de substitution du réseau fixe par le réseau mobile, motivé pour le client final par le différentiel de prix** : les consommateurs sont incités à utiliser dès qu'ils le peuvent leur téléphone mobile pour passer leurs appels, que ce soit pour les appels fixe vers mobile (qui sont actuellement remplacés par des appels mobile vers mobile qui coûtent moins chers au consommateur), ou pour les appels mobile vers fixe (qui sont actuellement remplacés par des appels mobile vers mobile, qui coûtent le même prix au consommateur, et qui permet, si l'appelé dispose d'un mobile, de pouvoir le joindre à coup sûr).

Selon l'observatoire des marchés publié par l'ART en mars 2004 :

- le prix moyen d'une minute fixe vers mobile est de 0.271€/minute³ ;
- le prix moyen d'une minute de communication émise depuis un mobile est de 0.202€/minute⁴ ;

De plus, dans un forfait, le prix d'un appel mobile vers fixe est le plus souvent identique au prix d'un appel mobile vers mobile, d'après les tarifs disponibles des trois opérateurs. En outre, l'appelé étant plus

³ Ce prix moyen est calculé en divisant le CA total « fixe vers mobiles » 696M€ par le volume total « fixe vers mobile » 2,566 million de minutes.

⁴ Ce prix moyen est calculé en divisant la « *facture moyenne mensuelle sortante* » 28.8€ par le « *volume de trafic mensuel moyen par abonné* » 130.8 minutes.

susceptible de disposer d'une ligne mobile que d'une ligne fixe au moment de la communication, la substitution est donc effectuée automatiquement par les consommateurs.

Ces effets « prix » sont renforcés par l'effet « forfait » qui conduit les particuliers ayant souscrit un forfait mensuel de communication mal adapté à leur consommation réelle à utiliser uniquement leur mobile en fin de mois pour « terminer leur forfait ».

Enfin la généralisation des offres permettant de passer des appels illimités depuis un mobile vers les mobiles du même réseau et les postes fixes pour une somme forfaitaire vient renforcer ces deux effets : Bouygues "Millenium", Orange "Infinis" ou SFR "Illimité à vie".

Ce faisant, les trois opérateurs de téléphonie mobile ont gravement déstabilisé le secteur de la téléphonie fixe en France, conduisant, ainsi que le relève l'étude publiée par le CERNA⁵, à des transferts illégitimes de revenus au détriment des opérateurs de téléphonie fixe et des consommateurs :

« We estimate that the scale of the transfer as a result of high mobile termination charges for fixed to mobile calls from fixed networks and their customers has, over the five years 1998-2002, amounted to € 19 billion. The figure is calculated as the excess of termination charges paid over costs, including a normal return on capital employed, in France, Germany and the UK alone. The precise estimate depends on assumptions about costs but it is clearly substantial.

The effect of this transfer has been to injure customers and their operators, and it is likely to have damaged competition in the fixed market. The beneficiaries have been mobile operators, which in some cases may have shared some of their gains with their customers in the form of lower outgoing mobile prices. The transfer has also distorted competition between fixed and mobile operators. »

En définitive, si, lorsque le mécanisme de *bill and keep* aura pris fin, il est possible que les services fournis en position non-déterminée ne seront plus substituables aux services fournis en position déterminée, Tele2 entend souligner que cette substitution a existé par le passé, se poursuit aujourd'hui et a entraîné un transfert illégitime de revenus au bénéfice des opérateurs de téléphonie mobile.

L'un des derniers spots publicitaires diffusés par SFR atteste d'ailleurs parfaitement de la volonté des opérateurs mobiles de voir les abonnements mobiles se substituer aux abonnements en position déterminée. Ce spot met en effet en scène deux abonnés SFR qui, entendant une sonnerie à leur domicile, cherchent la source de celle-ci avant de s'apercevoir qu'elle provient d'un téléphone fixe dont ils avaient totalement oubliés l'existence (voire la fonction).

⁵ Etude en date du 9 juillet 2003 et intitulée « How mobile termination charges shape the dynamics of the telecom sector ».

A.6 La séparation entre la clientèle résidentielle et la clientèle non résidentielle

Tele2 estime également qu'une telle segmentation est pertinente d'un point de vue concurrentiel, ainsi que l'avait d'ailleurs déjà souligné le Conseil de la concurrence à plusieurs reprises (cf. notamment ses décisions précitées). En revanche, Tele2 n'est pas d'avis qu'une segmentation plus fine de ces marchés (en identifiant par exemple différents types de clients professionnels au sein des marchés non-résidentiels) soit nécessaire.

S'agissant enfin du critère à utiliser pour distinguer les clients professionnels des clients résidentiels, Tele2 propose de recourir à l'existence d'un numéro de RCS ou de Registre des Métiers (ce qui permet d'inclure les artisans dans la catégorie des clients non résidentiels).

B. Les marchés de l'accès fixe en bande étroite

B.1 Les produits des marchés de l'accès

Tele2 entend, en premier lieu, rappeler que les produits disponibles sont actuellement restreints du fait du couplage anticoncurrentiel précité dont se rend coupable France Télécom dans ses offres ADSL Connect ATM et IP/ADSL et qui empêche l'émergence d'offres d'accès basées sur la technologie de VoIP.

Bien évidemment, une telle offre ne saurait toutefois pas se substituer (mais sera complémentaire) à l'offre de vente en gros de l'abonnement et des services associés que l'ART entend imposer à France Télécom. En effet, l'offre de vente en gros de l'abonnement permettra notamment aux opérateurs alternatifs de commercialiser ce service sur l'ensemble du territoire (au minimum pour toutes les lignes raccordées aux quelques 7.000 répartiteurs non éligibles à la technologie ADSL sur les 12.000 répartiteurs existants, et qui ne peuvent donc se voir proposer la technologie de VoIP).

En second lieu, Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART selon laquelle les services associés doivent être inclus dans le périmètre des différents marchés pertinents de l'accès, dans la mesure où de tels services ne peuvent être fournis que par l'opérateur fournissant l'accès (soit à travers d'une infrastructure en propre, soit à travers le dégroupage, soit enfin à travers une offre de revente de l'abonnement).

B.2 Les marchés pertinents de l'accès recensés par l'Autorité

Tele2 partage la délimitation des marchés pertinents résidentiels de l'accès réalisée par l'ART.

B.3 L'accès pour la clientèle résidentielle

Tele2 n'a pas de commentaire à formuler sur ce point.

B.4 L'accès analogique pour la clientèle non résidentielle

Tele2 n'a pas de commentaire à formuler sur ce point.

B.5 L'accès numérique pour la clientèle non-résidentielle

B.5.1. L'accès numérique de base

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

B.5.2. L'accès numérique primaire

S'agissant de ce marché, Tele2 estime que, d'un point de vue géographique, il n'y a pas lieu de procéder, comme France Télécom le souhaite, une segmentation du territoire en distinguant les zones "denses" du reste du territoire.

En effet, et comme le relève justement l'ART, les conditions de concurrence sont relativement homogènes sur le territoire national compte tenu notamment du fait que, hormis le développement d'infrastructures alternatives (très circonscrites), la concurrence s'exerce essentiellement au travers du réseau de France Télécom grâce au dégroupage de la boucle locale. Et dans la mesure où le dégroupage est amenée à s'étendre progressivement sur l'ensemble du territoire, une segmentation plus fine du territoire se justifie d'autant moins (puisque la situation concurrentielle devrait tendre vers davantage d'homogénéité).

Enfin, Tele2 entend rappeler qu'une telle analyse est partagée par la Commission, laquelle précise, dans ses Lignes directrices sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et services de communications électroniques⁶, que :

"La définition du marché géographique n'implique pas que les conditions de concurrence soient parfaitement homogènes. Il suffit qu'elles soient similaires ou suffisamment homogènes et, par voie de conséquence, seuls les territoires sur lesquels les conditions de concurrence sont "hétérogènes" ne peuvent être considérés comme constituant un marché uniforme. [...] Dans le secteur des communications électroniques, la portée géographique du marché pertinent est traditionnellement déterminée par référence à deux critères principaux :

a) le territoire couvert par un réseau et

b) l'existence d'instruments juridiques (législatifs et réglementaires)".

Ainsi, dans la mesure où la situation concurrentielle est relativement homogène sur ce marché, et où le réseau à prendre en considération est, ainsi que l'on vient de le démontrer, celui de France Télécom (qui dispose du droit d'établir un réseau de communications électroniques sur l'ensemble du territoire en vertu de l'article L. 33-1 du Code des Postes et des Communications Electroniques, la dimension géographique de ce marché est donc nationale.

⁶ Lignes directrices n°2002/C 167/03 publiées au JOCE en date du 11 juillet 2002.

B.6 Le lien avec la recommandation pour le marchés de l'accès

Tele2 n'a pas de commentaire à formuler sur ce point.

C. Marchés des communications en bande étroite

Hormis l'analyse de Tele2, figurant au point **A.5**, quant à l'effet abusif de substitution entre les appels en position déterminée et les appels en position non-déterminée, Tele2 n'a pas de précision complémentaire à apporter sur ce point.

C.1 Les marchés des communications locales et/ ou nationales

C.1.1. Les communications locales et interurbaines

Contrairement à l'analyse développée par l'ART, Tele2 estime qu'il convient de distinguer deux marchés pertinents, l'un pour les communications locales et l'autre pour les communications interurbaines.

En effet, et ainsi que Tele2 l'a rappelé ci-dessus au point **I.A.1**, le principal critère à prendre en compte pour la délimitation du marché pertinent en termes de services est le critère de la substituabilité du côté de la demande.

Or, il ne fait pas de doute que, pour l'appelant, il n'existe pas de substituabilité entre un appel local et un appel interurbain puisque l'appel vers un utilisateur final situé dans la même zone que l'appelant est insusceptible de constituer un substitut avec un appel vers autre abonné situé dans une autre zone.

D'ailleurs, les prix différents pour ces deux types d'appels, ainsi que leurs durées moyennes qui diffèrent également sont autant d'éléments qui démontrent la nécessité de distinguer, en termes de services :

- Un marché pertinent pour les communications locales,
- Un marché pertinent pour les communications interurbaines.

Cette analyse a d'ailleurs déjà été consacrée par le Conseil de la concurrence à l'occasion des ses décisions précitées, ou encore de sa décision récente n°04-D-22 en date du 21 juin 2004, dans laquelle le Conseil a relevé que France Télécom détenait une position largement dominante "*sur le segment de la téléphonie fixe longue distance [...]*".

On relèvera également que cette analyse est pleinement partagée par l'OFCOM et n'a pas été contestée par la Commission européenne lorsqu'elle s'est prononcée, conformément à l'article 7.3 de la directive "Cadre", sur les projets de mesures envisagés par cette ARN sur les marchés de détail de la téléphonie fixe (cf. le courrier de la Commission à l'OFCOM en date du 24 septembre 2003, disponible sur son site Internet).

Enfin, d'un point de vue pratique, une telle distinction permettra de continuer à imposer des obligations *ex ante* sur l'un de ces marchés dans l'hypothèse où l'autre deviendrait pleinement concurrentiel.

C.1.2. L'exclusion des communications vers des prestataires de services

Si Tele2 partage l'analyse de l'ART selon laquelle ces communications ne doivent pas être incluses dans le périmètre des marchés pertinents précitées, l'ART devrait cependant tirer les conséquences de ce constat et identifier un marché pertinent distinct qu'il lui appartient d'analyser (même si cette analyse devrait faire apparaître une situation de puissance de France Télécom sur ce marché, ainsi que le relève l'ART p. 98 de son document d'analyse).

C.1.3. Conclusion

En conclusion, Tele2 estime qu'il convient de délimiter les marchés suivants :

- Marché de détail des communications locales pour la clientèle résidentielle ;
- Marché de détail des communications locales pour la clientèle professionnelle ;
- Marché de détail des communications interurbaines pour la clientèle résidentielle ;
- Marché de détail des communications interurbaines pour la clientèle professionnelle ;
- Marché de détail des communications à destination des prestataires de services (distinction, le cas échéant, entre les deux types de clientèles précitées).

C.2 Les communications vers les mobiles

Là encore, Tele2 ne partage pas l'avis de l'ART et estime qu'il existe un marché pertinent pour chacun des réseaux mobiles. En effet, et ainsi que le relève l'ART, un appel vers un abonné n'est pas substituable à un appel vers un autre abonné. Or, dans la mesure où le critère de la substituabilité du point de vue de la demande est le critère prépondérant pour la délimitation des marchés pertinents en droit de la concurrence, Tele2 estime donc nécessaire d'identifier un marché pertinent par réseau.

Cette analyse est d'ailleurs confirmée par l'existence de tarifs différenciés pratiqués par la plupart des opérateurs de téléphonie fixe. Ainsi, France Télécom (mais c'est également le cas de Tele2) propose, par exemple, des tarifs différents pour les appels vers les réseaux de Orange et SFR d'une part, et de Bouygues Télécom d'autre part.

Cette situation, qui est liée aux niveaux différents de charges de terminaison d'appels pratiqués par les opérateurs mobiles, devraient même aller en s'accroissant à l'avenir dans la mesure où Tele2 estime que ces charges de terminaison d'appels devraient être **strictement** orientées vers les coûts supportés par les opérateurs mobiles (cf. sur ce point la réponse de Tele2 à la consultation publique sur les marchés pertinents de la terminaison d'appels sur les réseaux mobiles).

Or, dans la mesure où les opérateurs mobiles n'ont pas les mêmes coûts, l'application stricte de ce principe d'orientation vers les coûts devrait conduire à ce que ces charges de terminaison d'appels soient différentes pour chacun des opérateurs mobiles.

Il apparaît donc justifié (et nécessaire) de délimiter un marché pertinent par réseau mobile.

S'agissant enfin de appels vers les réseaux mobiles de Mayotte et Saint-Pierre et Miquelon (et bien qu'ils n'entrent pas dans le cadre de la présente analyse), Tele2 entend cependant souligner à nouveau qu'ils devraient être ouverts à la sélection (donc à la présélection) du transporteur.

C.3 Les marchés des communications internationales

Par souci de pragmatisme, Tele2 partage l'analyse de l'ART sur ce point.

C.4 Le lien avec la recommandation pour les marchés des communications

Les marchés pertinents dont Tele2 sollicite la délimitation (et l'analyse) par l'ART reposent bien sur les marchés pertinents 3 à 6 identifiés par la Commission dans sa Recommandation.

D. Conclusion : liste des marchés pertinents de détail des services fixes en bande étroite

Compte tenu de l'analyse développée ci-dessus par Tele2, cette liste devrait être la suivante :

- Marché de l'accès pour la clientèle résidentielle ;
- Marché de l'accès numérique de base pour la clientèle professionnelle ;
- Marché de l'accès numérique primaire pour la clientèle professionnelle (avec des éventuelles sous-marchés en fonction de l'intensité dans les différentes zones géographiques) ;
- Marché des communications locales pour la clientèle résidentielle ;
- Marché des communications locales pour la clientèle professionnelle ;
- Marché des communications interurbaines pour la clientèle résidentielle ;
- Marché des communications interurbaines pour la clientèle professionnelle ;
- Marché des communications à destination des prestataires de services (distinction, le cas échéant, entre les deux clientèles précitées) ;
- Marchés des communications vers les mobiles Orange (avec un marché pour la clientèle résidentielle et un pour la clientèle professionnelle) ;

- Marchés des communications vers les mobiles SFR (avec un marché pour la clientèle résidentielle et un pour la clientèle professionnelle) ;
- Marchés des communications vers les mobiles Bouygues Télécom (avec un marché pour la clientèle résidentielle et un pour la clientèle professionnelle) ;
- Marchés des communications internationales (avec un marché pour la clientèle résidentielle et un pour la clientèle professionnelle).

III. ANALYSE ET IDENTIFICATION DES OPERATEURS PUISSANTS SUR LES MARCHES DE DETAIL

A. Les marchés de l'accès en bande étroite

A.1 La taille des marchés de l'accès en bande étroite

Tele2 n'a pas de commentaire à formuler sur ce point.

A.2 Le fonctionnement des marchés de l'accès en bande étroite

Outre le fait que l'analyse de l'ART se focalise sur le marché de l'accès primaire, mettant par là même en évidence l'absence de concurrence sur le marché de l'abonnement pour la clientèle résidentielle, Tele2 entend souligner que :

- La concurrence par le biais des options 3 et 5 n'est pas possible du fait du couplage anticoncurrentiel réalisé par France Télécom entre ces offres et l'abonnement à son service téléphonique. Par cette pratique, France Télécom cantonne donc abusivement les services de VoIP à de simples services de seconde ligne ;
- La concurrence par le biais du dégroupage partiel n'est pas possible puisque France Télécom continue à fournir son service d'abonnement téléphonique ;
- La concurrence par le biais du dégroupage total ne constitue pas, et de loin, la panacée puisque l'équilibre économique du dégroupage total (à supposer qu'il puisse être atteint avec les tarifs actuels, ce que Tele2 considère comme hypothétique) nécessite que l'opérateur dégroupéur commercialise, en plus de la prestation d'accès au réseau téléphonique, une offre d'accès à Internet par ADSL. En effet, selon les modèles de l'ART, le coût de production d'un accès en dégroupage total excède 23€HT/mois, ce qui est très largement supérieur au prix de détail de l'abonnement téléphonique (10.86€HT/mois), et cela malgré le fait qu'un DSLAM est moins coûteux qu'un répartiteur d'abonnés et permet donc en théorie de produire un service de téléphonie moins coûteux que l'abonnement traditionnel. Le dégroupage total ne permet donc pas de commercialiser uniquement la prestation d'abonnement téléphonique.

A.3 L'analyse des parts de marchés

Tele2 partage pleinement le constat de l'ART quant à la position quasi-monopolistique de France Télécom sur ces différents marchés.

A.4 Le contrôle d'une infrastructure difficile à dupliquer

Outre le fait que l'infrastructure en cause est effectivement difficilement duplicable, Tele2 entend souligner qu'elle constitue même une infrastructure essentielle en droit de la concurrence.

A cet égard, le Conseil de la concurrence a précisé, dans son avis n°04-A-01 en date du 8 janvier 2004 relatif aux principes généraux entre les utilisateurs et les différents acteurs du dégroupage, que :

"La boucle locale de télécommunications apparaît comme une facilité essentielle, telle que le Conseil en donne la définition dans son avis n° 02-A-08 du 22 mai 2002".

En second lieu, Tele2 entend également souligner que cette infrastructure essentielle ne sera pas dupliquée par les opérateurs alternatifs, ce qui justifie d'ailleurs qu'il en soit dûment tenu compte lors de l'adoption des méthodes comptables pour déterminer les tarifs d'interconnexion devant être pratiqués par France Télécom.

Enfin, si le réseau de boucle locale de France Télécom n'est pas duplicable, tel n'est en revanche pas le cas de ses DSLAM. Il conviendrait donc que France Telecom fasse évoluer ses offres de haut débit (couplage dans les offres de détail, couplage dans les offres de gros, prix du dégroupage total excessifs) pour permettre aux opérateurs de produire des offres compétitives et innovantes, par exemple de VoIP, ce que seule France Télécom se réserve le droit de faire aujourd'hui.

A.5 La présence d'importantes économies d'échelle et de gamme

Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART sur ce point.

A.6 Evolution prospective du marché

Tele2 entend souligner sur ce point que même si le développement du dégroupage total devrait s'accélérer, notamment si l'ART fait évoluer à la baisse ses tarifs (ainsi que Tele2 en a souligné tant la justification que la nécessité dans sa réponse à la consultation publique sur les marchés du haut débit), cette situation ne bouleversera en effet pas à l'échéance de la présente consultation publique la position quasi-monopolistique de France Télécom sur ces marchés.

A.7 Conclusion sur la situation de puissance sur les marchés de l'accès

Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART sur le fait que France Télécom doit être considérée comme opérateur puissant sur les différents marchés analysés.

A cet égard, Tele2 entend également souligner que l'existence d'une position dominante en droit de la concurrence s'apprécie en analysant non seulement la situation d'une entreprise sur un marché déterminée, mais également celle de l'ensemble des entités qu'elle contrôle et qui se voient ainsi privées d'une véritable autonomie de gestion (cf., par exemple, la décision n°03-D-41 du Conseil de la concurrence en date du 4 août 2003 sur ce point).

Dans le cas présent, ce n'est donc pas uniquement la seule entité juridique "France Télécom SA" (qui englobe les activités Internet commercialisés sous la marque Wanadoo) qui doit être considérée comme

puissante sur ce marché, mais également toutes les entités détenues ou contrôlées par celle-ci et qui ne disposent pas d'une véritable autonomie de gestion vis-à-vis de la société France Télécom SA.

Cette analyse vaut bien évidemment pour l'ensemble des marchés pertinents analysés dans le cadre de la présente consultation publique sur lesquels la société France Télécom détient une telle position de puissance.

Dans ce contexte, il va de soi que toute nouvelle offre commercialisée soit par France Télécom SA, soit par une société appartenant à son groupe et qu'elle contrôle, devra bien évidemment être soumise aux obligations *ex ante* applicables sur le marché pertinent sur lequel elle s'inscrit.

Ainsi, si, par exemple, la fusion entre France Télécom SA et sa filiale Wanadoo n'était finalement pas menée à son terme, il va de soi que les offres de Wanadoo s'inscrivant dans le cadre des marchés pertinents analysés dans la présente consultation seraient soumis aux obligations *ex ante* imposées au groupe France Télécom.

B. Les marchés des communications

Bien que Tele2 estime que l'ART devrait procéder à une segmentation plus fine de ces marchés pertinents, les commentaires qu'appellent de sa part les développements de l'ART, s'agissant de l'analyse de la position de France Télécom sur les marchés qu'elle a identifiés, sont développés ci-après.

En toute hypothèse, les marchés supplémentaires dont Tele2 sollicite la délimitation constituent tous des marchés résultant d'une segmentation plus fine que celle retenue par l'ART, qui ne remet pas en cause le constat de la puissance de France Télécom sur ces derniers.

B.1 La taille des marchés des communications

B.1.1. Les communications locales et interurbaines

Tele2 entend souligner que la baisse des communications fixe s'explique par la substitution (illicite) qui s'opère entre les appels émis en position déterminée et les appels émis à partir d'un téléphone mobile.

Cette substitution est d'ailleurs parfaitement inefficace d'un point de vue économique puisque, ainsi que Tele2 l'a démontré dans le cadre de sa réponse à la consultation publique sur les marchés de la terminaison d'appels sur les réseaux mobiles, la production d'un appel mobile vers mobile coûte plus cher que la production d'un appel fixe vers mobile (utilisation d'éléments de réseaux mobiles plus coûteux que les éléments de réseaux fixes). Ainsi, leur prix ne reflète absolument pas le service rendu, puisque le prix de détail d'un appel mobile vers mobile est moins cher qu'un appel fixe vers mobile, du fait de l'existence de discriminations sur le marché de la terminaison d'appel.

B.1.2. Les communications vers les mobiles

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

B.1.3. Les communications internationales

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

B.2 Le fonctionnement des marchés des communications

En complément des chiffres avancés par l'ART concernant le nombre de lignes sur lesquelles un service de présélection est activé, Tele2 entend rappeler que celui-ci aurait été beaucoup plus important si France Télécom ne s'était pas rendue coupable de pratiques illicites et abusives de "winback".

L'existence de ces pratiques, dont le Conseil de la concurrence est d'ailleurs saisi, a également été constatée par l'ART, laquelle a mis France Télécom en demeure, par sa décision n°02-1045, de modifier son système d'information afin que les données techniques de présélection n'alimentent plus les applications informatiques utilisés par l'ensemble de ses agents commerciaux.

L'ampleur de ces pratiques illicites est d'ailleurs parfaitement mise en évidence par les condamnations récentes prononcées à l'encontre de France Télécom par le Tribunal de Commerce de Paris pour ces actes de concurrence déloyale. France Télécom a ainsi été condamnée à indemniser la société 9Télécom à hauteur de 7 millions d'euros compte tenu du caractère déloyal de ces pratiques ayant entraîné une reconquête massive de clients (jugement du 18 juin 2003) et la société Tele2 à hauteur de 15 millions d'euros (jugement du 28 mai 2004).

B.3 L'analyse des parts de marchés

B.3.1. Les communications locales et interurbaines

B.3.1.1. Pour la clientèle résidentielle

Tele2 entend souligner, sur ce point, que le ralentissement de l'acquisition, par les opérateurs alternatifs, de parts de marché au cours de la période 2002-2003 s'explique principalement par les pratiques de winback illicitement mises en œuvre par France Télécom.

Ce constat met donc en lumière le caractère fragile de la concurrence qui existe aujourd'hui sur ces marchés (que France Télécom peut remettre en cause en quelques mois par ses actions abusives), qui justifie pleinement l'application des obligations *ex ante* dont Tele2 sollicite l'imposition.

B.3.1.2. Pour la clientèle professionnelle

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

B.3.2. Les communications vers les mobiles

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

B.3.3. Les communications internationales

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

B.3.4. Conclusion

Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART sur la position prépondérante de France Télécom sur l'ensemble de ces marchés.

B.4 Le contrôle d'infrastructures difficiles à dupliquer

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

B.5 La présence d'importantes économies d'échelle et de gamme

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

B.6 L'intégration verticale

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

B.7 L'existence d'un réseau de distribution et de vente très développé

Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART sur le fait que le réseau commercial de France Télécom constitue, pour cette dernière, un avantage concurrentiel majeur. Tele2 entend à cet égard rappeler que l'existence de ce réseau commercial a déjà été considéré à plusieurs reprises par le Conseil de la concurrence comme un avantage concurrentiel (cf. la décision n°02-MC-03 sur les packs Wanadoo Extense, ou encore la décision n°02-D-69 dans laquelle le Conseil a considéré que Orange était en position dominante sur le marché de détail de la téléphonie mobile).

B.8 Les barrières au changement d'opérateur sur les marchés des Communications

Au-delà des pratiques abusivement mises en œuvre par France Télécom pour lutter contre la présélection (actions de winback, mais également imposition de durées minimales d'engagement dans certaines offres de téléphonie fixe sans aucune justification), Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART selon laquelle l'existence d'une relation obligatoire entre France Télécom et les abonnés, liée à l'abonnement téléphonique, lui confère un avantage concurrentiel indéniable qu'il appartient de faire cesser en imposant une offre de vente en gros de l'abonnement et des services associés. Cette analyse rejoint d'ailleurs totalement celle déjà développée par Tele2 dans le cadre :

- De ses différentes contributions au groupe de travail mis en place sous l'égide de l'ART au cours de l'année 2003 et relatif à la revente de l'abonnement ;

- De sa réponse au questionnaire qualitatif de l'ART sur les marchés de la téléphonie fixe et de l'Internet commuté.

B.9 L'effet de levier horizontal des marchés de l'accès sur les marchés des communications

Là encore, Tele2 approuve pleinement l'analyse développée par l'ART, laquelle rejoint d'ailleurs celle qu'elle avait déjà développée dans le cadre de ses contributions et réponses précitées.

Tele2 entend également souligner que France Télécom n'hésite pas à faire usage de cet effet de levier de manière anticoncurrentielle en groupant, au sien d'une même offre tarifaire, des services fournis en situation de concurrence et des services fournis en situation de monopole (cf. l'affaire "Ma Ligne Locale et Option Plus", ayant donné lieu à la décision de mesures conservatoires n°01-MC-06 du Conseil de la concurrence en date du 19 décembre 2001, ainsi que le projet de forfait "Ligne France" de France Télécom à propos duquel le Conseil avait rendu son avis n°2000-A-26).

B.10 Evolution prospective du marché

Tele2 partage le constat de l'ART sur le fait qu'il est peu probable que la situation de puissance de France Télécom sur les différents marchés pertinents analysés soit profondément modifiée dans les années à venir, même si la concurrence devrait pouvoir se développer grâce au développement du dégroupage total (notamment si ses conditions tarifaires sont revues à la baisse) et à la mise en place de la revente de l'abonnement.

B.11 Conclusion sur la situation de puissance sur les marchés des communications

Sous les quelques réserves précitées, Tele2 ne peut que partager l'analyse de l'ART sur l'influence significative détenue par France Télécom sur les marchés qu'elle a analysés.

C. Conclusion

Tele2 partage également la conclusion de l'ART, mais entend préciser que la segmentation plus fine des marchés pertinents de détail à laquelle l'ART devrait procéder devrait conduire à analyser la position de France Télécom sur ces marchés (même s'il ne fait pas de doute qu'elle détiendra également une influence significative sur ces derniers).

IV. DELIMITATION DES MARCHES PERTINENTS DE GROS

A. Préalable à la définition des marchés pertinents

A.1 Délimitation des prestations incluses dans les marchés de gros

Tele2 estime que, même si ce marché n'est pas identifié dans la Recommandation de la Commission, l'ART devrait délimiter un marché pertinent de gros de l'accès en bande étroite.

En effet, si Tele2 est particulièrement satisfaite de constater que l'ART entend imposer à France Télécom une obligation de vente en gros de l'abonnement et des services associés à titre de mesure *ex ante*, afin de "*développer la concurrence sur les marchés des services en bande étroite*", Tele2 déplore cependant le manque de précision quant au marché sur la base duquel cette obligation (prévue par l'article 12 de la directive "accès") sera imposée.

Or, il serait conforme à l'esprit des directives d'identifier un marché de gros de l'accès au réseau fixe en bande étroite dans la mesure où la mise en place de ce remède vise, à titre principal, à dynamiser la concurrence quasi-inexistante à ce jour sur les marchés de détail de l'accès au réseau fixe en bande étroite et, en second lieu seulement, à favoriser le développement concurrentiel sur les marchés de détail de l'acheminement des communications (compte tenu de l'effet de levier qui existe entre ces marchés)⁷.

A cet égard, et ainsi que Tele2 l'avait clairement exposé à l'occasion de ses contributions au groupe de travail "Revente de l'abonnement" (auxquelles elle renvoie plus de détail), l'identification de ce marché paraît justifiée au regard des principes posés par la Recommandation. Telle est d'ailleurs bien la raison pour laquelle l'OFCOM a identifié, suite aux consultations qu'elle a menées afin d'assurer la transposition du nouveau cadre communautaire, cinq marchés de l'accès au réseau téléphonique en position déterminée⁸ au niveau du gros.

L'OFCOM a ainsi justifié cette décision, dûment notifiée et acceptée par la Commission, par la nécessité de lui permettre d'évaluer intégralement les conditions de concurrence concernant la fourniture de service d'accès au Royaume-Uni.

Toutefois, il va bien évidemment de soi que l'identification de ce marché ne constitue pas un pré-requis pour permettre d'imposer à France Télécom, la mise en place d'une offre de vente en gros de l'abonnement et des services associés.

⁷ L'Autorité relevait d'ailleurs dans sa note du 6 mars 2003 relative au processus d'analyse des marchés que « *Ainsi, c'est bien à partir d'une analyse concurrentielle des marchés de détail associés que le régulateur sera en mesure de définir si des obligations particulières paraissent justifiées en ce qui concerne l'accès* » (p.9).

⁸ Review of the fixed narrowband wholesale and exchange line, call origination, conveyance and transit markets - A consultation document issued by the Director General of Telecommunications - 17 March 2003

A.2 Délimitation géographique

Pour les raisons exposées par Tele2 au point **II.B.5.2**, auquel elle renvoie pour éviter les redites, Tele2 partage l'analyse de l'ART quant à la délimitation géographique de ces marchés.

Tele2 entend également souligner que cette analyse a d'ailleurs été consacrée par la Commission européenne lorsqu'elle s'est prononcée, conformément à l'article 7.3 de la directive "Cadre", sur les projets de mesures envisagées par l'ARN suédoise sur les marchés de gros du départ d'appel et du transit sur les réseaux fixes (cf. son courrier en date du 9 juin 2004, disponible sur son site Internet).

En effet, l'ARN suédoise avait précisé que *"As regards the relevant geographic market for call origination on the public telephone network at a fixed location, PTS considers the market to be nationwide. Although there are operators which are only present locally or regionally, this has not resulted in differentiated prices between different geographic regions. Therefore, PTS concludes that competitive conditions are sufficiently homogeneous to support a finding of a nationwide market"*, et cette analyse n'a pas été remise en cause par la Commission.

A.3 Délimitation respective des marchés de gros du départ d'appel et du transit et segmentations géographiques

A.3.1. Architecture générale du réseau téléphonique fixe commuté

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

A.3.2. Les prestations de départ d'appel, de terminaison d'appel et de transit

Idem.

A.3.3. Liste des marchés pertinents définis par l'Autorité

Sous réserve de la nécessité de délimiter un marché de gros de l'accès à bande étroite, Tele2 partage la proposition de délimitation de marchés pertinents retenue par l'ART.

B. Le marché du départ d'appel intra CA

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

B.1 Marché de produits

B.1.1. Substituabilité du côté de la demande sur le marché de gros

Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART sur le fait que les prestations concernées sont les prestations intra CA.

B.1.2. Substituabilité du côté de l'offre sur le marché de gros

Dans la mesure où, comme l'ART le relève à juste titre, les prestations de départ des appels vocaux et celle des appels à destination d'Internet bas débit sont substituables du point de vue de l'offre, puisqu'elles reposent sur le même service, Tele2 estime que la tarification de cette prestation devrait être uniforme, quelle que soit le type de communication faisant l'objet de la prestation de départ d'appel (cf. point **VI.D.3**).

B.1.3. Conclusion de l'analyse sur les degrés de substituabilité

Tele2 n'a pas de commentaire à formuler sur ce point.

B.2 Délimitation géographique

Tele2 partage la délimitation géographique de ce marché réalisée par l'ART.

B.3 Relation avec la recommandation de la Commission

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

C. Le marché de l'acheminement de trafic CA-CT

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2, dont l'analyse recouvre pleinement celle de l'ART.

C.1 Marché des produits

C.1.1. Rappel des conclusions de l'analyse des degrés de substituabilité développée sur le marché du départ d'appel

Idem.

C.1.2. Substituabilité du côté de la demande sur le marché de gros

Idem.

C.1.2.1. Substituabilité de l'offre d'interconnexion d'un opérateur tiers

Idem.

C.1.2.2. Non substituabilité de l'offre d'interconnexion à un niveau de commutation supérieur

Idem.

C.1.3. Substituabilité du côté de l'offre sur le marché de gros

Idem.

C.1.4. Conclusion de l'analyse des degrés de substituabilité

Tele2 partage pleinement la délimitation de marché réalisée par l'ART.

C.2 Délimitation géographique

Tele2 partage, là encore, l'analyse de l'ART quant à la dimension nationale de ce marché pertinent. En particulier, le fait qu'il existe une concurrence toute relative dans certaines zones denses ne saurait suffire pour permettre de circonscrire le marché pertinent à chacune des zones de transit.

Tele2 entend à cet égard rappeler que la Commission a précisé, dans ses lignes directrices sur l'analyse du marché (et l'évaluation de la puissance sur le marché) que :

"La définition du marché géographique n'implique pas que les conditions de concurrence entre négociants ou prestataires de services soient parfaitement homogènes. Il suffit qu'elles soient similaires ou suffisamment homogènes et, par voie de conséquence, seuls les territoires sur lesquels les conditions de concurrence sont «hétérogènes» ne peuvent être considérés comme constituant un marché uniforme.

[...]

Dans le secteur des communications électroniques, la portée géographique du marché pertinent est traditionnellement déterminée par référence à deux critères principaux :

a) le territoire couvert par un réseau et

b) l'existence d'instruments juridiques (législatifs et réglementaires)".

Dans ce contexte, et nonobstant les arguments avancés par France Télécom pour tenter de segmenter ce marché par zone de transit, il ne fait pas de doute que celui-ci recouvre, à l'heure actuelle, une dimension nationale. A cet égard, Tele2 soupçonne que France Télécom ne milite en faveur d'une délimitation plus fine de ce marché afin de tenter de limiter l'imposition de mesures *ex ante* sur ce marché dans les zones denses.

Or, il ne fait aucun doute que, dans une telle situation, France Télécom n'hésiterait alors pas à profiter de cette situation pour tenter de porter atteinte au développement concurrentiel du marché en mettant en œuvre, comme elle en a l'habitude (ainsi que l'atteste les multiples condamnations dont elle a fait l'objet tant par les autorités françaises que communautaires de concurrence), des comportements anticoncurrentiels (subventions croisées par exemple).

En conclusion, il est donc conforme aux principes classiques du droit de la concurrence, et nécessaire pour préserver le développement concurrentiel vertueux de ce marché, d'identifier un marché de dimension nationale (hors Saint-Pierre-et-Miquelon).

C.3 Relation avec la Recommandation de la Commission

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

D. Marché métropolitain de l'acheminement de trafic CT-CT

D.1 Marché de produits

Tele2 partage l'analyse de l'ART sur ce point.

D.2 Délimitation géographique du marché de l'acheminement de trafic CT-CT métropolitain

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

D.3 Relation avec la Recommandation de la Commission

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

E. Marchés de l'acheminement de trafic CT-CT outre mer

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

E.1 Marchés de produits

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

E.2 Délimitation géographique des marchés du transit outre-mer

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

E.3 Relation avec la recommandation de la Commission

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

F. Les marchés de la terminaison d'appel sur le réseau individuel

Tele2 partage l'analyse réalisée par l'ART sur ces marchés et estime, comme elle, qu'il existe un marché pertinent par réseau individuel de boucle locale.

F.1 Marché de produits

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

F.2 Délimitation géographique

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

F.3 Relation avec la recommandation de la Commission

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

G. Le cas du transit international

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

V. ANALYSE ET IDENTIFICATION DES OPERATEURS PUISSANTS SUR LES MARCHES DE GROS

A. Introduction : principes généraux

Tele2 entend souligner, sur ce point, que la prise en compte de l'autoconsommation pour évaluer la puissance des opérateurs présents sur les différents marchés pertinents identifiés est non seulement parfaitement nécessaire (puisque'elle conduit notamment à des économies d'échelle substantielles), mais également totalement justifiée.

A cet égard, Tele2 entend rappeler que le Conseil de la concurrence a déjà eu l'occasion de valider, à plusieurs reprises, la prise en compte de l'autoconsommation pour apprécier la puissance sur le marché pertinent de l'interconnexion.

Ainsi, dans son avis n°98-A-19 en date du 25 novembre 1998 relatif à une demande d'avis présentée par l'ART en application de l'article L. 36-7 (7°) du code des postes et télécommunications, le Conseil a précisé que :

"Afin de mesurer la position de chacun des opérateurs sur les marchés, l'ART a adressé un questionnaire aux opérateurs détenteurs d'une licence attribuée au titre des articles L. 33-1 et L. 34-1 du code des postes et des télécommunications et dont l'activité prévisionnelle dépassait un certain seuil, ainsi qu'aux opérateurs mobiles. [...] le trafic d'interconnexion interne pour les services fixes est valorisé au prix d'interconnexion le plus bas de chaque opérateur.

[...]

Le comité ONP mis en place au niveau européen par la directive n° 97/33/CE considère effectivement que la mesure du marché en valeur est pour le moment, compte tenu des différences dans les tarifs d'interconnexion pratiqués par les réseaux fixes d'une part, et par les réseaux mobiles d'autre part, celle qui permet le mieux d'apprécier la position relative et la puissance des opérateurs.

Ce comité considère également qu'en ce qui concerne les opérateurs qui ont intégré leurs activités de téléphonie fixe et de téléphonie mobile, ou leurs activités de téléphonie de longue distance et de téléphonie locale, leur trafic interne doit être pris en compte dans la mesure du marché de l'interconnexion.

[...] compte tenu des éléments fournis par l'ART, France Télécom, en tant qu'exploitant de réseaux et de services de téléphonie fixe, reste à ce jour le seul opérateur exerçant une influence significative, au sens de l'article L. 36-7 (7°) du code des postes et télécommunications, sur le marché de l'interconnexion".

Par conséquent, dans son avis, le Conseil n'a pas remis en cause l'analyse du marché de l'interconnexion réalisée par l'ART, laquelle tenait compte (ainsi que le recommandait d'ailleurs le Comité ONP) du trafic interne de France Télécom.

Cette analyse a d'ailleurs été confirmée par le Conseil de la concurrence dans ses avis suivants, et notamment dans son avis n°99-A-13 en date du 7 septembre 1999.

Il est donc parfaitement justifié que l'ART tienne compte, dans le cadre de la présente analyse, de l'autoconsommation.

B. Marché du départ d'appel au CA en position déterminée

B.1 L'analyse des parts de marché

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2, même si l'on voit mal quel élément pourrait justifier qu'un opérateur disposant de près de 99% de parts de marché ne détienne pas une position dominante sur le marché considéré.

B.2 Contrôle d'infrastructures difficiles à dupliquer

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

B.3 Economies d'échelle et de gammes

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

B.4 Contre-pouvoir des acheteurs

Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART sur l'absence de contre-pouvoir des acheteurs sur ce marché, compte tenu de la position quasi-monopolistique de France Télécom.

B.5 Evolution prospective du marché

Tele2 partage l'analyse de l'ART selon laquelle le développement des technologies de VoIP ne devrait pas bouleverser à brève échéance la situation de ce marché. Au contraire, Tele2 estime même que l'on peut craindre un renforcement de la position dominante de France Télécom du fait de la réintégration de Wanadoo au sein de France Télécom, puisque cette dernière semble désormais considérer (à tort) que cette opération lui permet de s'affranchir de tout contrôle sur ses offres de détail (notamment de VoIP).

B.6 Conclusion

Comme l'ART le relève, il ne fait aucun doute que France Télécom dispose d'une puissance significative sur ce marché.

C. Le marché de l'acheminement de trafic entre un commutateur d'abonnés et un commutateur de niveau supérieur

C.1 L'analyse des parts de marché

Ainsi qu'elle l'a indiqué ci-avant, Tele2 approuve pleinement la prise en compte de l'autoconsommation des différents opérateurs présents sur ce marché afin d'évaluer leur position concurrentielle.

C.2 Economies d'échelle et de gammes importantes

Tele2 approuve pleinement l'analyse de l'ART sur ce point.

C.3 Faible présence de contre-pouvoir des acheteurs

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

C.4 Intégration verticale de l'entreprise

Si Tele2 partage l'analyse de l'ART sur le fait que sa position sur l'ensemble des marchés de gros analysés lui confère un effet de levier important lui permettant de conforter encore sa puissance sur ces marchés, elle s'interroge sur la légalité des restrictions imposées par France Télécom sur la prestation de collecte pour compte de tiers, lesquelles lui semblent matérialiser un abus de position dominante.

C.5 Infrastructures difficiles à dupliquer

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

C.6 Concurrence potentielle limitée

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

C.7 Evolution prospective du marché

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

C.8 Conclusion

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

D. Le marché métropolitain de l'acheminement de trafic entre deux commutateurs de niveau supérieur

D.1 Part du marché

Au-delà du fait qu'il est, là encore, nécessaire de prendre en compte les autoconsommations pour apprécier la part de marché des différents opérateurs présents sur ce marché, Tele2 entend souligner qu'une part de marché de l'ordre de 40% permet d'établir l'existence de la position dominante de France Télécom, dans la mesure où :

- Les parts de marchés des autres opérateurs présents sur ce marché sont atomisées ;
- France Télécom dispose d'une multitude d'avantages concurrentiels qui viennent conforter sa position concurrentielle sur ce marché (voir ci-après).

Tele2 entend ainsi souligner, à titre d'exemple, que la CJCE a déjà eu l'occasion de constater, dans son arrêt UBC en date du 14 février 1978, que cette société, bien que disposant d'une part de marché de l'ordre de 40%, était en position dominante sur le marché considéré, compte tenu des autres avantages concurrentiels qu'elle détenait (part des marchés atomisées des concurrents, puissance économique globale d'UBC, existence de barrières à l'entrée sur le marché considéré).

Cette analyse est totalement transposable en l'espèce et il ne fait donc aucun doute que France Télécom dispose d'une puissance significative sur ce marché.

D.2 Economies d'échelle et de gamme importantes

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

D.3 Faible présence de contre-pouvoir des acheteurs

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

D.4 Intégration verticale de l'entreprise

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2. Tele2 entend cependant souligner que France Télécom dispose d'une puissance économique globale sans commune mesure avec celle de ses concurrents, ce qui renforce encore sa position concurrentielle sur l'ensemble des marchés analysés.

D.5 Concurrence potentielle limitée

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

D.6 Vision prospective

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

D.7 Conclusion

Tele2 approuve pleinement l'analyse développée par l'ART quant à la puissance toujours détenue par France Télécom sur ce marché.

E. Les marchés du transit outre-mer

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

E.1 Préambule : regroupement des marchés en 3 groupes et analyses essentiellement qualitatives de chacun d'entre eux

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

E.2 Analyse des marchés du groupe 1

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

E.3 Analyse des marchés du groupe 2

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

E.4 Analyse des marchés du groupe 3

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

E.5 Questionnaire complémentaire

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

F. Le marché de la terminaison d'appel sur le réseau de France Telecom

F.1 Parts de marché

Là encore, l'existence d'une part de marché de 100% suffit à établir la puissance significative dont elle dispose sur le marché considéré.

F.2 Contre-pouvoir des acheteurs et des consommateurs

La constatation de l'ART aux termes de laquelle l'imposition d'un mécanisme de *price cap* au niveau des marchés de gros n'incite pas les opérateurs qui y sont soumis à diminuer leurs tarifs en deçà des tarifs devrait, selon Tele2, conduire à ne plus mettre en œuvre un tel mécanisme et à appliquer de manière stricte le principe d'orientation vers les coûts. Tel devrait ainsi notamment être le cas sur les marchés de la terminaison d'appels sur les réseaux mobiles (cf. la réponse de Tele2 à la consultation publique de l'ART concernant ces marchés).

Tele2 entend enfin souligner que ces mécanismes de *price cap* étaient peu transparents et que, dans l'hypothèse où l'ART souhaiterait en poursuivre l'imposition, il conviendrait alors, pour favoriser leur effectivité, que des dates précises d'application et des prix soient prédéfinis.

F.3 Economies d'échelle et de gammes

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

F.4 Vision prospective du marché

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

F.5 Conclusion

Tele2 partage totalement l'analyse de l'ART quant à la puissance de France Télécom sur ce marché.

VI. OBLIGATIONS SUR LES MARCHES DE GROS

A. Introduction

A.1 Une prééminence de la régulation via les marchés de gros

Tele2 partage pleinement la lecture faite par l'Autorité des dispositions du nouveau cadre communautaire, qui privilégie effectivement une intervention sur les marchés de gros préalablement à une intervention sur les marchés de détail qui y sont associés.

A.2 Principales obligations sur les marchés de gros

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2, même si Tele2 entend souligner que l'imposition d'une obligation de séparation comptable vise également à contrôler les comportements mis en œuvre par un opérateur intégré verticalement, mais également horizontalement.

A.3 Régulation actuelle

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

B. Obligation de non-discrimination

Tele2 rejoint pleinement l'analyse de l'ART sur la nécessité d'imposer une telle obligation à France Télécom. Cette obligation de non-discrimination est d'autant plus nécessaire que France Télécom a déjà, par le passé, démontré qu'elle n'hésitait pas à favoriser ses filiales pour faire obstacle au développement concurrentiel des différents marchés pertinents du secteur des communications électroniques.

A titre d'exemple, France Télécom n'a pas hésité à favoriser Wanadoo en lui consentant des conditions privilégiées pour la mise en œuvre opérationnelle d'un accès ADSL sur la ligne d'un abonné. Ainsi, dans sa décision n°02-MC-03 en date du 27 février 2002, le Conseil de la concurrence a dû faire injonction à France Télécom de "*[...] mettre à la disposition de l'ensemble des fournisseurs d'accès à Internet, un serveur Extranet permettant d'accéder aux mêmes informations sur l'éligibilité des lignes téléphoniques à l'ADSL et sur les caractéristiques techniques des modems compatibles avec l'équipement de ces lignes que celles dont dispose Wanadoo interactive, et de commander aux services spécialisés de France Télécom l'opération matérielle de la connexion dans les mêmes conditions d'efficacité que celles accordées à Wanadoo interactive, selon les mêmes conditions tarifaires, mais selon des conditions techniques autorisant le traitement de masse en ligne*".

C. Obligation de faire droit aux demandes raisonnables d'accès

C.1 Fourniture de prestations de départ d'appel intra CA

Tele2 approuve pleinement l'obligation tenant au maintien des obligations actuellement imposées à France Télécom, compte tenu du fait que toutes les interconnexions sont d'ores et déjà réalisées entre

son réseau et celui des opérateurs alternatifs. Cette obligation lui apparaît, en outre, parfaitement raisonnable et proportionnée aux objectifs posés par l'article 8 de la directive "Cadre" puisque France Télécom propose d'ores et déjà ces prestations.

C.2 Fourniture de prestations de terminaison d'appel intra Ca sur le réseau de France Telecom

Idem.

C.3 Fourniture de prestations d'acheminement CA-CT

Idem.

C.4 Prestations d'acheminement de transit CT-CT métropolitain

Idem.

C.5 Fourniture de prestations de transit CT-CT outre mer

Idem.

C.6 Prestations connexes sur l'ensemble des marchés : accès aux sites de l'opérateur historique

Tele2 estime, là encore, que l'obligation ainsi faite à France Télécom de continuer à fournir les différents types de prestations permettant d'accéder au site de France Télécom, est non seulement nécessaire mais également proportionnée aux objectifs posés par l'article 8 de la directive "cadre".

D. Prestations d'accès spécifiques

D.1 Sélection et présélection du transporteur

D.1.1. Contexte

Si Tele2 n'a pas de commentaire particulier à formuler s'agissant du contexte réglementaire applicable lors de la mise en place de cette prestation, il lui paraît fondamental de rappeler que France Télécom a porté atteinte, par des procédés abusifs et déloyaux, au service de présélection proposé par les opérateurs alternatifs dans le cadre de ses campagnes de Winback.

Ainsi que Tele2 l'a rappelé ci-dessus, France Télécom a été mise en demeure par l'ART de cesser de communiquer les informations techniques de présélection à l'ensemble de ses agents commerciaux (puisque l'ensemble de son système informatique avait été sciemment configuré de telle sorte qu'un tel accès soit automatique), et condamnée par le Tribunal de Commerce de Paris à verser 7 millions d'euros à 9Telecom et 15 millions d'euros à Tele2.

Par conséquent, au-delà de la nécessité de maintenir l'imposition, à France Télécom, de l'obligation de fournir les prestations nécessaires à la mise en œuvre de ce service, il est également fondamental que l'ART lui impose des conditions permettant de s'assurer que de telles pratiques de winback ne seront plus mises en œuvre.

A cet égard, l'article 4 de la directive "accès" prévoit que "[...] les Etats membres exigent que les entreprises qui obtiennent des informations d'autres entreprises avant, pendant ou après le processus de négociation des accords d'accès ou d'interconnexion utilisent ces informations uniquement aux fins prévues lors de leur fourniture et respectent toujours la confidentialité des informations transmises ou conservées. Les informations reçues ne peuvent être communiquées à d'autres parties, notamment d'autres services, filiales ou partenaires pour lesquels elles pourraient constituer un avantage concurrentiel".

Par conséquent, si cette obligation s'applique de manière générale à tout opérateur obtenant des informations liées à la négociation ou à la conclusion d'un accord d'accès ou d'interconnexion, et pas seulement à ceux disposant d'une influence significative, Tele2 entend souligner qu'elle doit tout particulièrement être strictement respectée par France Télécom.

L'ART avait d'ailleurs elle-même relevé, à l'occasion de sa décision de mise en demeure n°02-1045, que :

"L'Autorité souligne que si l'interdiction de la communication de ces informations relatives à l'interconnexion est une obligation générale applicable à l'ensemble des opérateurs, elle s'impose tout particulièrement à France Télécom, dans la mesure où celle-ci est puissante sur le marché du service téléphonique fixe, et où elle est la seule entreprise sur ce marché à détenir les informations relatives à la présélection des clients de l'ensemble des autres opérateurs".

Tele2 estime donc nécessaire que l'ART s'assure avec la plus grande vigilance du strict respect, par France Télécom, de cette obligation.

D.1.2. Obligation de fournir les prestations nécessaires à la sélection du transporteur

Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART selon laquelle il convient de maintenir l'obligation de sélection et de présélection du transporteur. En toute hypothèse, l'article L. 38 du Code des Postes et des Communications Electroniques précise qu'une telle obligation doit être imposée aux opérateurs disposant d'une influence significative sur le marché du raccordement aux réseaux téléphoniques fixes ouverts au public. Dans la mesure où telle est bien la situation de France Télécom, cette obligation doit nécessairement lui être imposée.

D.1.3. Points de livraison du trafic de sélection du transporteur

Tele2 approuve pleinement l'analyse de l'ART sur ce point.

D.1.4. Périmètre des communications éligibles

Tele2 approuve l'ART sur la nécessité d'inclure au sein des communications éligibles à ce mécanisme les numéros de type 08 7B utilisés dans le cadre des services de VoIP. A défaut, il est à craindre que France Télécom ne cherche à favoriser abusivement la commercialisation de ses offres de VoIP afin de porter atteinte à l'activité de ses concurrents en rendant sans objet le mécanisme de présélection éventuellement souscrit par les abonnés concernés.

S'agissant de l'inclusion éventuelle des appels vers les numéros spéciaux dans le périmètre du service de présélection, Tele2 n'a pas de commentaire particulier à formuler sur ce point.

D.1.5. Modalités de commande

S'agissant de la procédure opérationnelle à suivre, et si Tele2 estime effectivement nécessaire le maintien d'un guichet unique, elle souhaite, en revanche :

- L'application la plus stricte des principes posés par l'article 4 précité de la directive "accès" afin d'éviter les pratiques de Winback ;
- La baisse du tarif afférent à l'activation de la présélection, largement surévalué ainsi que Tele2 l'a fait remarquer de nombreuses fois, le coût d'activation ne saurait dépasser 1 ou 2€ par prestation de présélection ;
- La mise en œuvre d'une procédure plus souple pour recueillir le consentement des abonnés souscrivant au service de présélection du transporteur, tout en étant garante du respect effectif de leur volonté (et non pas de manière "sauvage" comme ont cru pouvoir le faire certains opérateurs peu scrupuleux). Tele2 développera plus largement ses commentaires et ses propositions sur ce point à l'occasion de la consultation publique que l'ART entend prochainement lancer.

Enfin, Tele2 entend souligner que la souscription, par un abonné, d'une ligne téléphonique auprès de France Télécom n'entraîne la signature d'aucun contrat, alors même que, ce faisant, l'abonné est alors présélectionné par défaut auprès de cet opérateur. Il suffit pour s'en convaincre de se rendre sur le site Internet de France Télécom et de consulter, par exemple, la rubrique "déménagement" pour s'apercevoir qu'il n'est, à aucun moment, nécessaire de signer un quelconque document pour souscrire un nouveau contrat d'abonnement au service téléphonique de France Télécom. Seul le montant de la précédente facture de téléphone est requis. Il existe donc une dissymétrie à l'heure actuelle entre France Télécom et les opérateurs alternatifs, dont la résolution doit passer par un assouplissement des conditions de présélection (dans le strict respect des droits des consommateurs).

D.1.6. Conclusion

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

D.2 Facturation pour compte de tiers

D.2.1. Fourniture de la prestation de facturation pour compte de tiers

Si Tele2 souscrit pleinement à l'analyse de l'ART quant à la nécessité d'imposer à France Télécom la fourniture d'une telle prestation, il lui semble nécessaire que les prestations ainsi facturées figurent au même endroit sur la facture que les propres prestations de France Télécom.

D.2.2. Recouvrement pour les services à revenus partagés

Tele2 n'a pas de commentaire à formuler sur ce point.

D.3 Interconnexion forfaitaire pour Internet (IFI)

D.3.1. Fourniture de l'IFI

Si Tele2 souscrit pleinement à l'analyse de l'ART tenant à la nécessité de maintenir cette prestation, utilisée par de nombreux FAI, elle entend souligner que les conditions de cette offre devraient également être mises en œuvre à l'identique pour les prestations de départ d'appels relatives à des communications vocales puisque, ainsi que l'ART l'a elle-même relevé, ces prestations sont strictement identiques d'un point de vue technique.

A défaut, Tele2 considère qu'il existe une discrimination entre les fournisseurs de service, selon qu'il commercialise un service de téléphonie fixe ou d'accès à Internet, et que celle-ci est injustifiée.

Ainsi, outre le maintien de cette prestation (et de l'obligation, pour France Télécom, d'offrir une possibilité de débordement sur le faisceau tarifé), Tele2 souhaite que celle-ci soit étendue pour les prestations afférentes aux communications vocales.

Une telle situation faciliterait, à cet égard, les offres d'abondance en matière de téléphonie fixe et, partant, serait profitable aux consommateurs (tout en permettant aux fournisseurs de services téléphoniques de concurrencer les offres illimités de VoIP qui se développent actuellement sur le marché).

D.3.2. Débordement au CA

Tele2 estime également qu'il est nécessaire de maintenir l'obligation de France Télécom de proposer une possibilité de débordement sur faisceau tarifé à la minute au commutateur d'abonnés.

D.4 Vente en gros du service de raccordement

Sur ce point, Tele2 ne peut que féliciter l'ART quant à la pertinence de cette analyse, qui reprend la plupart des éléments mis en avant par les opérateurs (et Tele2 au premier chef) ayant participé aux travaux menés dans le cadre du groupe de travail sur la revente de l'abonnement.

D.4.1. Insuffisance des offres de gros de dégroupage et de bitstream

En premier lieu, Tele2 ne partage pas l'affirmation de l'ART selon laquelle "*les remèdes imposés sur les marchés de gros du haut débit ont pour objectif de promouvoir la concurrence sur les marchés de détail de l'accès large bande en position déterminée*". En effet, ainsi que Tele2 l'a déjà rappelé dans le cadre de sa réponse à la consultation concernant les marchés du haut débit, les marchés du haut débit et de la téléphonie fixe ne sauraient être analysés séparément puisqu'ils sont indissociables. En particulier, et ainsi que l'ART le relève d'ailleurs dans le cadre de la présente consultation publique, les accès ADSL permettent de fournir des services de téléphonie grâce à la technologie de VoIP, qui s'intègrent dans le cadre des marchés pertinents de détail de la téléphonie fixe.

Par conséquent, il est bien évidemment nécessaire que les remèdes imposés sur les marchés de gros du haut débit visent également à dynamiser la concurrence sur les marchés de la téléphonie fixe. Tel devrait notamment être le cas de la suppression du couplage anticoncurrentiel réalisé par France Télécom entre ses offres "options 3 et 5" et l'abonnement à son service téléphonique.

En revanche, Tele2 partage l'analyse de l'ART sur le fait que ces offres (y compris des éventuelles offres de raccordement par le biais de la technologie de VoIP lorsque le couplage anticoncurrentiel précité aura été supprimé) ne devraient cependant pas bouleverser la situation des marchés de la téléphonie fixe sur l'horizon d'analyse 2005-2007.

D.4.2. Nécessité d'un remède complémentaire à la présélection

En plus des difficultés qui continuent à faire obstacle au développement concurrentiel durable des marchés des communications et que l'ART a identifiées, Tele2 entend rappeler qu'il convient également de tenir compte des campagnes de winback de France Télécom, au sujet desquelles l'ART devrait être particulièrement vigilante.

D.4.2.1. La double facturation

Tele2 partage pleinement cette analyse, qu'elle avait au demeurant elle-même développée dans le cadre de ses contributions au groupe de travail sur la revente de l'abonnement.

Tele2 entend ainsi rappeler que d'autres ARN ont également constaté que la possibilité, pour l'opérateur historique, de proposer à ses clients une facturation unique incluant l'abonnement et l'acheminement des télécommunications constitue un avantage concurrentiel décisif.

Ainsi, dans le cadre de la consultation relative à la présélection menée courant 2002 par l'ARN irlandaise⁹, la double facturation fut l'un des problèmes identifiés par les utilisateurs du service de présélection.

⁹ Les résultats de la consultation sont disponibles sur Internet à l'adresse suivante : http://www.odtr.ie/_fileupload/publications/odtr0247.pdf

« One problem identified by users of the CPS service is that they receive two bills -one from the CPSO for calls and one from eircom for line rental, ancillary/value-added services and for call types excluded from the CPS service - whereas they previously received just one bill. This is an inconvenience for the user and can contribute to bad debt problems for the CPSO. »

Suite à cette enquête, l'ARN irlandaise a donc décidé d'imposer à l'opérateur historique de proposer une offre de services permettant aux utilisateurs de bénéficier d'une facturation unique quel que soit l'opérateur présélectionné.

L'ARN britannique rejoint également cette analyse puisqu'elle déclare dans son document intitulé Wholesale Line Rental - Oftel's conclusions - statement en date du 11 mars 2003, disponible sur son site internet : *« Market research shows that the need to pay two bills represents a significant barrier to consumers switching to CPS »*. Elle considère que la nécessité de double facturation dissuade les consommateurs de recourir aux services de présélection (sur ce point nous vous renvoyons également à notre précédente contribution).

Ainsi, la double facturation apparaît non seulement comme un frein pour les consommateurs à recourir aux services d'un opérateur alternatif mais elle est également un accélérateur de "churn" pour ceux ayant déjà souscrit aux services d'un tel opérateur.

A cet égard, les différents sondages qu'a fait réaliser Tele2, tant auprès de ses clients qu'auprès de l'ensemble des français, confirment totalement cette situation.

En effet, 84% des clients de Tele2 souscriraient à une offre d'abonnement proposée par leur opérateur.

Plus encore, 58% des français souscriraient à une offre de revente, avec seulement 18% qui resteraient certainement avec l'opérateur historique. La demande et les attentes des français sont donc considérables : peu de services de télécommunications peuvent faire état d'une telle demande ! (A titre de comparaison, l'offre de SMS fixe, testée dans des conditions similaires par TELE2 en 2002, ne recueillait que 20% de oui, et 61% de certainement pas).

Intentions de souscrire Revente de l'abonnement par TELE2

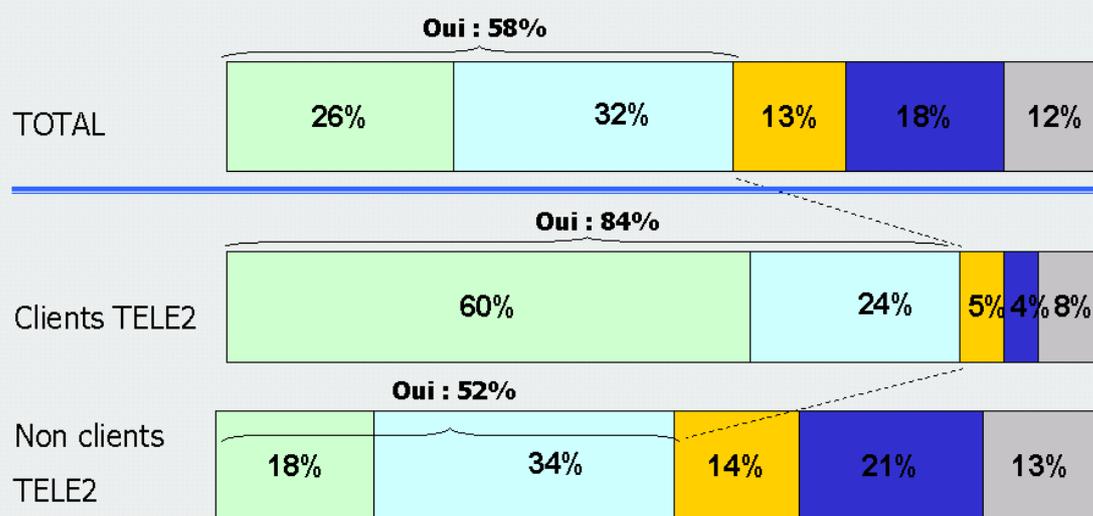


Base : Total échantillon

Mars 2003 : n = 1001

Q.16 : Intention de souscrire à l'offre si Tele2 fournit l'abonnement à la place de France Télécom.

■ Certainement ■ Probablement pas ■ NSP
■ Oui, probablement ■ Certainement pas



Sondage GfK pour TELE2 réalisé en Mars 2003 sur un échantillon représentatif de la population française

Par ailleurs, le monopole de l'abonnement et la persistance de deux factures est la cause de 39% des départs de clients (hors décès et résiliation de la ligne fixe). En effet, la double facturation ramène « naturellement » les clients vers France Télécom, car elle amène plus de complexité dans la vie quotidienne du client.

Pour mesurer l'importance de cette raison, on peut souligner que 9% du churn seulement est expliqué par une souscription à un forfait de France Télécom.

Ces données proviennent de l'analyse des raisons données par 45 000 clients ayant souhaité quitter TELE2 au premier semestre 2003.

Enfin, et de façon symétrique, la persistance de la fourniture de l'abonnement par France Telecom est un facteur majeur de réticence des clients à choisir un opérateur alternatif, ce qui limite le développement de la concurrence sur le marché des communications.

Alors que 12% des abonnés mettent en avant leur satisfaction vis à vis de France Télécom, 24% restent chez France Télécom par habitude, et 22% ont peur de la complexité d'avoir deux opérateurs.

D.4.2.2. Avantages de France Télécom sur le marché des communications

S'agissant des avantages que France Télécom retire de sa position quasi-monopolistique sur le marché de l'accès et qu'elle utilise pour asseoir sa prééminence sur les marchés des communications, Tele2 entend souligner que :

- Grâce à sa situation quasi-monopolistique sur l'accès, France Télécom, dispose, comme le constate l'ART, d'un accès gratuit aux coordonnées de tous les abonnés au téléphone. En outre, elle est informée en temps réel de toute modification relative à ces informations. Elle possède ainsi une base marketing d'une exhaustivité et d'une précision sans égale et ce pour un coût dérisoire. Le coût de constitution d'un tel fichier par un opérateur alternatif serait sans commune mesure avec le coût supporté par France Télécom. En effet, le coût d'acquisition d'une seule adresse aux fins d'une opération unique de prospection commerciale est d'environ 0,15 euro. Sachant qu'il existe plus de 34 millions de lignes fixes en France, le coût de constitution pour une seule opération commerciale d'un fichier permettant la desserte de l'ensemble des abonnés serait donc, pour un opérateur alternatif, de l'ordre de 5 millions d'euros. La richesse de ce fichier est d'autant plus importante qu'il contient les coordonnées des abonnés à la Liste Rouge et à la Liste Orange, informations que France Télécom est la seule à détenir et qu'elle n'hésite pas à utiliser de manière totalement abusive pour promouvoir ses services téléphoniques, y compris ceux fournis en situation de concurrence.
- Comme le constate l'ART, France Télécom est également en mesure de mener des actions promotionnelles à des conditions économiques particulièrement avantageuses. En effet, elle peut insérer des matériels promotionnels dans les factures de l'abonnement. Aucun affranchissement supplémentaire n'étant nécessaire, France Télécom réalise de nouveau une substantielle économie qui peut être évaluée à environ 10 (dix) millions d'euros sur chaque envoi sur le seul marché résidentiel. Répété six fois par an, un tel avantage est considérable puisqu'il correspond à deux fois le budget total annuel de communication des trois principaux concurrents de France Télécom sur le marché du fixe, Tele2, Cegetel fixe et 9Telecom (50 millions d'euros de budget annuel à eux trois).
- L'existence d'une relation commerciale privilégiée entre l'opérateur fournissant l'accès au réseau téléphonique et les abonnés, qui subsiste même lorsque ces derniers choisissent un opérateur alternatif pour l'acheminement de leurs communications, lui procure également un avantage concurrentiel décisif sur les opérateurs alternatifs, lesquels doivent créer *ex nihilo* cette relation commerciale. Or le coût d'acquisition d'un prospect est évalué à plusieurs dizaines d'euros.

- Les effectifs commerciaux de France Télécom, ainsi que son réseau d'agences, se sont fortement développés, et, sur le fixe, essentiellement pour la vente de services (en particulier par telemarketing). Ces coûts commerciaux indivis entre accès et communications sont, là encore, une occasion de faire levier sur le marché de l'accès pour reconquérir celui des communications.
- Sur le plan marketing, France Télécom dispose aussi d'un atout fantastique en étant la seule à pouvoir proposer une facturation unique pour l'accès au réseau et l'acheminement des communications. France Télécom exploite d'ailleurs pleinement cet avantage, ainsi que l'atteste la création de la marque « MaLigne » pour désigner l'ensemble des services offerts en matière de téléphonie fixe. Alors que la terminologie de ligne fait référence au marché de l'accès, France Télécom l'utilise pour dénommer les services téléphoniques qu'elle propose : savant mélange pour introduire la confusion dans l'esprit de l'utilisateur.
- Sans même parler du détournement des informations de présélection, France Télécom est enfin en mesure, grâce à son système d'information, de connaître la consommation de l'ensemble des abonnés au service téléphonique fixe et, partant, de détecter, le recours, par un abonné, aux services d'un opérateur alternatif. Grâce à ces informations (et à l'historique de consommation des clients), elle a alors la possibilité de mettre en œuvre des opérations ciblées de reconquête commerciale.

D.4.2.3. Couplage entre accès et communication

Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART sur le fait que :

- Par le passé, France Télécom a tenté de porter atteinte au développement du jeu concurrentiel sur les différents marchés pertinents de l'acheminement des communications en commercialisant, de façon abusive, des offres couplant des prestations fournies en situation de monopole et des prestations fournies en situation de concurrence. Tel était bien le cas de l'offre "Ma Ligne Locale", interdite par le Conseil de la concurrence dans sa décision n°01-MC-06, mais également du forfait "Ligne France" que France Télécom avait déjà tenté de commercialiser avant (et à propos duquel le Conseil de la concurrence avait relevé le caractère anticoncurrentiel dans son avis n°00-A-26) ;
- La mise en place d'une offre de vente en gros de l'abonnement et des services associés permettrait aux opérateurs alternatifs, mais également à France Télécom, de commercialiser des offres couplées (dans le respect cependant des dispositions du Code de la consommation prohibant les prestations liées) dont les consommateurs sont friands.

D.4.3. Modalités de la vente en gros du service de raccordement

Facture unique

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

Couplage entre accès et communication

Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART sur le caractère insuffisant du simple transfert de la facturation de l'abonnement de France Télécom, puisqu'une telle situation ne permet pas de mettre fin à nombre des avantages concurrentiels détenus par France Télécom et listés ci-dessus. A titre d'exemple, dans ce type d'accord de facturation pour compte de tiers, l'opérateur alternatif ne gère ni la date de facturation, ni la forme de la facture. Par ailleurs, France Télécom demeure l'interlocuteur privilégié de l'abonné pour toutes les prestations de maintenance par exemple. Un tel type d'accord est donc très largement insuffisant pour véritablement dynamiser la concurrence sur les marchés considérés.

Maintien des incitations à l'investissement

Tele2 partage pleinement cette analyse, et entend rappeler qu'elle estime que la mise en place d'une telle offre devrait permettre aux opérateurs alternatifs d'acquérir une base de clientèle importante en matière d'accès avant de basculer vers le dégroupage total (notamment lorsque ses conditions économiques auront évolué). Telle est d'ailleurs bien l'évolution constatée sur les marchés des offres d'accès ADSL, les FAI ayant, pour la plupart d'entre eux, commencés par proposer leurs services en revendant des accès France Télécom (par le biais de l'option 5) avant de faire migrer progressivement leur parc d'abonnés vers l'option 3 et / ou le dégroupage de la boucle locale.

D.4.4. Modalités essentielles

D.4.4.1. Accès objets de la vente en gros d'un service de raccordement

Tele2 partage l'analyse de l'ART sur la nécessité d'inclure au sein de cette offre les accès analogiques de qualité résidentielle, les accès analogiques de qualité professionnelle et les accès RNIS de qualité professionnelle.

D.4.4.2. Couplage de la vente en gros du service de raccordement avec la mise en œuvre d'une présélection

Tele2 n'a pas d'objection au couplage du service de présélection avec la vente en gros de l'abonnement et des services associés.

Sur un plan opérationnel, et même si ces modalités devraient être discutées dans le cadre des discussions multilatérales que l'ART entend mener sur ce point, Tele2 entend indiquer qu'elle estime qu'il conviendra que le document de souscription du service de revente de l'abonnement par un abonné vaille également mandat de présélection.

En outre, l'activation de ces deux services devrait être simultanée (et dans les délais les plus brefs possibles) et ne devrait pas entraîner de coûts trop importants de développement de système d'Information pour France Télécom. Enfin, en cas de non-respect de cette contrainte de temps, Tele2 estime que des pénalités devraient être imposées à France Télécom, sauf si cette dernière parvient à établir qu'elle n'est pas responsable de ce retard.

D.4.4.3. Portabilité des numéros

Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART sur la nécessité de permettre la "portabilité virtuelle" du numéro de l'utilisateur final.

Prévoir le contraire, c'est-à-dire la nécessité de changer de numéro, constituerait évidemment un frein extrêmement important au changement de fournisseur de la prestation d'abonnement. En effet, une des raisons majeures de la fidélité des consommateurs aux opérateurs réside dans l'impossibilité (ou l'extrême difficulté) de conserver leur numéro lors d'un changement d'opérateur (constat notamment observé en matière de téléphonie mobile et qui paraît transposable dans la présente hypothèse). En tout état de cause, un changement de numéro n'aurait aucune justification technique puisque France Télécom demeure l'opérateur de boucle locale, l'opérateur alternatif ayant le simple statut de revendeur.

En outre, lors de la création d'une ligne, le revendeur devra bénéficier des mêmes outils que ceux dont bénéficie France Télécom. Il devra donc être en mesure de proposer au futur abonné le choix entre plusieurs numéros. Pour qu'une telle offre soit possible, il conviendra donc que l'opérateur revendeur se voit proposer par France Télécom, à qui il aura transmis une demande, le choix entre plusieurs numéros qu'il pourra proposer au futur abonné.

De même, il devra être offert à l'abonné qui déménage mais demeure dans la même Zone locale de Tri la possibilité de conserver son numéro puisque cette option est aujourd'hui offerte par France Télécom.

Il devra également être possible à l'opérateur revendeur de fournir à l'abonné qui déménagerait les services habituellement proposés par France Télécom en pareille occasion, notamment la possibilité d'avertir, par le biais d'une messagerie, du nouveau numéro attribué à l'abonné suite au déménagement.

D.4.4.4. Communications vers les numéros non géographiques

Tele2 est favorable, dans un souci de simplicité et de rapidité de mise en œuvre, à la première option. En effet, la seconde suppose, tant pour les fournisseurs de service que pour les opérateurs revendeurs, que des négociations soient menées et des accords conclus, ce qui peut s'avérer long et délicat pour les différentes parties en cause.

S'agissant de la délimitation des prestations alors effectuées dans ce cadre par l'opérateur revendeur, Tele2 estime que dans la mesure où, lorsque la prestation de facturation pour compte de tiers est assurée par France Télécom, cette dernière n'assure pas le recouvrement contentieux des sommes dues aux fournisseurs de services par les abonnés, il serait souhaitable que, dans un souci de parallélisme, l'opérateur revendeur n'assume pas non plus cette activité de recouvrement contentieux. Si tel devait toutefois être le cas, il conviendrait alors que cette prestation soit dûment rémunérée.

Enfin, en toute hypothèse, France Télécom devra fournir à l'opérateur revendeur le nom des différents fournisseurs de service afin qu'il soit à même de l'indiquer sur la facture qu'il adressera à l'abonné.

D.4.4.5. Accessibilité des autres services

La sélection appel par appel

Tele2 estime que même si le maintien du processus de sélection appel par appel pourrait rendre plus difficile la commercialisation, par les opérateurs revendeurs, d'offres couplant « accès et communications »¹⁰, Tele2 entend rappeler que la mise en place de ce service vise à dynamiser la concurrence sur les différents marchés pertinents du service téléphonique fixe, au profit avant tout des clients. Compte tenu de ces principes directeurs, Tele2 estime que la mise en place du service de vente en gros de l'abonnement ne devrait pas porter atteinte à la liberté commerciale dont disposent actuellement ces derniers.

Ainsi, l'objectif même de ce service doit conduire au maintien pur et simple du dispositif actuel.

Au demeurant, si une telle prestation de blocage était mise en place, l'on pourrait alors craindre que France Télécom n'en revendique également l'application lorsqu'elle demeure (ou redevient, après une résiliation de ce service, par exemple) fournisseur de l'abonnement, portant ainsi gravement atteinte, eu égard à sa position sur le marché, à la concurrence.

Tele2 estime donc qu'il est nécessaire de maintenir purement et simplement le dispositif actuel afin de permettre aux souscripteurs d'une offre revende de l'abonnement de pouvoir recourir aux services d'un autre opérateur via la sélection appel par appel.

La mise en œuvre des services d'accès large bande

Il convient, là encore, que la mise en place de ce service de vente en gros de l'abonnement n'ait aucun impact sur les conditions dans lesquelles sont fournis aux utilisateurs finaux les autres services de communications électroniques dont ils peuvent souhaiter bénéficier. Ainsi, les demandes de dégroupage partiel et de dégroupage total faites par les opérateurs tiers devraient toujours être adressées à France Télécom (et non pas à l'opérateur revendeur). Ce processus est tout à fait logique dans la mesure où France Télécom demeure l'opérateur de boucle locale.

- Cas du dégroupage partiel

S'agissant d'une demande de dégroupage partiel présenté par un opérateur alternatif distinct, Tele2 préconise le respect du principe suivant : l'opérateur revendant l'abonnement téléphonique ne doit pas être informé de l'existence de cette demande de dégroupage partiel. A défaut, il pourrait alors être tenté de mettre en œuvre des pratiques de reconquête illicite. A cet égard, Tele2 espère que lorsqu'un accès partagé est actuellement demandé sur une ligne téléphonique exploitée par France Télécom, aucune

¹⁰ La possibilité d'avoir recours à la sélection appel par appel pourrait notamment empêcher le développement d'offres construites autour d'un faible prix de l'abonnement dont la viabilité économique repose en contrepartie sur la fourniture de prestations d'acheminement à un prix plus élevé. En effet, avec la sélection appel par appel, il serait possible à l'utilisateur final de bénéficier du faible prix de l'abonnement sans pour autant que l'opérateur revendeur puisse espérer un quelconque gain sur les prestations d'acheminement.

information n'est transmise ni à Wanadoo, ni à aucune équipe commerciale de France Télécom, afin d'éviter la mise en œuvre de pratiques abusives de winback.

Enfin, la commercialisation, séparée mais simultanée, de la revente de l'abonnement et de l'accès partagé ne devrait avoir aucun impact sur ces deux prestations, qui sont et demeurent totalement indépendantes.

- Cas du dégroupage total

Si la demande est une demande de dégroupage total, il conviendra alors que France Télécom en informe préalablement l'opérateur revendant l'abonnement téléphonique, dans la mesure où le dégroupage total entraînera l'annulation du service de revente d'abonnement.

E. Obligations de transparence

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

Tele2 entend cependant souligner que, dans la mesure où l'article 7 de la directive "cadre" impose aux Etats membres de maintenir "*toutes les obligations relatives à l'accès et à l'interconnexion imposées aux entreprises fournissant des réseaux et/ou des services de communications publics qui étaient applicables avant l'entrée en vigueur de la présente directive [...] jusqu'à ce que ces obligations aient été réexaminées et qu'une décision ait été prise conformément au paragraphe 3*", il est nécessaire que France Télécom publie avant la fin de l'année son catalogue d'interconnexion pour l'année 2005.

En effet, dans la mesure où il ne fait que peu de doute que les obligations *ex ante* envisagées dans la présente consultation publique ne seront pas imposées à France Télécom avant l'année 2005, le maintien des obligations en vigueur doit donc conduire à la publication de ce catalogue.

E.1 Publication d'une offre de référence

E.1.1. Rubriques devant figurer dans cette offre de référence

E.1.1.1. Principes

Tele2 approuve les principes généraux ainsi définis par l'ART.

E.1.1.2. Contenu de l'offre

E.1.1.2.1 Acheminement du trafic

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2.

E.1.1.2.2. Prestations spécifiques

Idem.

E.1.1.2.3. Prestations connexes

Accès aux sites

Idem.

E.1.1.2.4. Liste des points d'interconnexion

Idem.

E.1.2. Délais préalable de modifications de l'offre de référence

L'ART n'envisage pas d'imposer de périodicité pour les modifications, techniques et/ou tarifaires, de l'offre de référence mais envisage uniquement que toute modification de cette offre soit soumise au respect d'un préavis de quatre mois.

Si Tele2 partage pleinement les objectifs qui sous-tendent cette mesure, à savoir permettre aux opérateurs alternatifs de bénéficier d'une visibilité suffisante pour établir leur plan d'affaires, elle estime cependant que la procédure proposée par l'ART est inadaptée.

En effet, malgré l'apparence de flexibilité que présente cette solution, France Télécom n'aura aucun intérêt à faire évoluer son offre de référence si aucune obligation de réexamen périodique n'est prévue. Par conséquent, l'évolution de l'offre de référence risque d'être cantonnée aux hypothèses dans lesquelles soit une obligation réglementaire, soit une décision de justice (par exemple en cas d'offres de détail discriminatoires) en imposera la modification. En l'absence de contrôle systématique de ses offres de détail (voir ci-après point **VII.D**), cette dernière aurait d'ailleurs tout intérêt à ne pas faire évoluer son offre de référence puisque, ainsi que Tele2 l'a exposé ci-après, leur caractère éventuellement discriminatoire sera difficile à démontrer (voire même à déceler) pour les opérateurs alternatifs. Plus encore, même si une procédure de sanction (en urgence) était menée par l'ART et / ou le Conseil de la concurrence, il n'est pas certain que les éventuelles mesures prononcées (modification de l'offre de référence ou sanction) *a posteriori* viendraient véritablement rétablir l'équilibre concurrentiel mis à mal par cette pratique.

Dans ce contexte, Tele2 estime que l'offre de référence devrait continuer à être réétudiée annuellement (hormis, bien évidemment, les évolutions liées au respect d'obligations légales ou à l'application de décisions de justice) dans le cadre d'un calendrier prédéfini.

En effet, une telle périodicité permettra aux opérateurs d'avoir une visibilité suffisante pour leur permettre d'établir leur plan d'affaires et contraindra l'ensemble des acteurs du secteur à envisager annuellement, sous l'égide de l'ART, les évolutions à apporter à cette offre.

En outre, calquer cette périodicité pour les évolutions de l'offre de référence en matière d'interconnexion et d'accès sur celle des autres offres de référence de France Télécom (et pour lesquelles Tele2 sollicite

également une périodicité annuelle) permettra aux opérateurs alternatifs d'avoir des offres cohérentes sur l'ensemble du marché des télécommunications.

A cet égard, l'expérience des précédents catalogues d'interconnexion plaide pleinement en faveur du maintien d'une évolution annuelle de cette offre, cette échéance annuelle étant la contrainte principale qui a permis d'obtenir les avancées les plus importantes.

Tele2 suggère ainsi que, plutôt que de prévoir une évolution de l'offre de référence (hormis les situations précitées) à tout moment moyennant le respect d'un préavis raisonnable, l'ART devrait imposer une révision annuelle de celle-ci, en prévoyant une date de publication prédéfinie (au 31 décembre de chaque année).

Enfin, Tele2 entend souligner que cette demande, parfaitement proportionnée aux objectifs posés par l'article 8 de la directive cadre, ne diffère, en réalité, que peu de la solution préconisée par l'ART. En effet, toute modification de l'offre de référence supposera un examen, par l'ART, des évolutions envisagées, ce qui prendra nécessairement quelques mois (notamment si l'ART sollicite de France Télécom des ajustements). Cette période de "négociation" ajoutée au préavis raisonnable actuellement envisagé par l'ART, ne sera donc pas bien loin de la périodicité annuelle sollicitée par Tele2.

En dernier lieu, Tele2 entend souligner que, dans la mesure où les opérateurs alternatifs auront la certitude qu'une discussion multilatérale aura lieu annuellement pour envisager des évolutions à l'offre de référence, ces derniers seront par conséquent moins enclins à saisir l'ART d'une demande de règlement de différend pour obtenir les évolutions de cette offre.

E.2 Publication d'indicateurs de qualité de service

Tele2 approuve pleinement les indicateurs de qualité de service dont la publication est envisagée.

E.3 Communication à l'Autorité des conventions d'interconnexion et d'accès

Si Tele2 partage pleinement l'analyse de l'Autorité selon laquelle la transmission de ces conventions et leur publication éventuelle est nécessaire pour s'assurer du respect, par France Télécom, de l'obligation de non discrimination à laquelle elle est tenue, elle souhaiterait que l'ART se prononce d'ores et déjà explicitement sur les éléments qu'elle estimerait devoir être couverts par le secret des affaires (et donc ne pouvant faire l'objet d'une communication ou d'une publication).

A cet égard, Tele2 est de l'avis que la transparence la plus grande devrait trouver à s'appliquer et que, dans la mesure où France Télécom est assujettie tant à une obligation de non-discrimination que d'orientation vers les coûts, aucun des éléments contenus dans ces conventions ne saurait relever du secret des affaires.

Tele2 estime ainsi que l'ensemble de ces conventions devrait être publié et communiqué, le cas échéant, aux tiers intéressés en faisant la demande.

F. Contrôle des tarifs

F.1 Objectifs de l'obligation

Tele2 partage l'analyse de l'ART sur les objectifs de cette mesure et sur sa nécessité.

F.2 Obligation de refléter les coûts correspondants

Idem.

F.3 Tarifs des prestations de départ d'appel et de terminaison d'appel intra CA

Tele2 partage l'analyse de l'ART sur la nécessité de maintenir cette obligation d'orientation vers les coûts pour ces prestations, en maintenant les méthodes de valorisation utilisées actuellement.

F.4 Tarifs des prestations d'acheminement CA-CT

F.4.1. Limiter les risques d'éviction

Tele2 partage, là encore, l'analyse de l'ART sur ce point.

F.4.2. Méthodes de tarification envisagées

La méthode actuellement utilisée convient.

Cependant, il semble nécessaire de la faire évoluer, compte tenu des gains d'échelle du réseau de transmission de France Télécom, qui achemine non seulement du trafic téléphonique, mais aussi un trafic haut débit dont les volumes dépassent largement (même pour un nombre d'abonnés très inférieur) le volume des communications téléphoniques.

F.4.2.1. Obligation de fixer les tarifs reflétant les coûts correspondants

Tele2 approuve l'obligation d'orientation vers les coûts.

F.4.2.2. Tests de squeeze

Tele2 n'a pas de commentaire sur ce point, hormis sur l'intérêt manifeste du secteur de disposer de paniers de consommations types permettant de réaliser ces tests de squeeze.

F.4.2.3. Price floor

Tele2 n'a pas de commentaire à ce sujet.

F.5 Tarifs des prestations d'acheminement CT-CT métropolitain

Tele2 n'a pas de commentaire particulier à formuler sur ce point.

F.6 Tarifs des prestations de transit outre mer

Idem.

F.7 Tarifs des prestations connexes

Tele2 souscrit à l'analyse de l'ART, s'agissant de la nécessité de maintenir une orientation vers les coûts pour la tarification de ces prestations connexes, ainsi que de conserver la méthode des CMILT pour leur valorisation.

F.8 Tarifs de la vente en gros du service de raccordement

F.8.1. Objectifs

Tele2 approuve pleinement la nécessité de maintenir des espaces économiques suffisants entre l'offre de revente et le développement d'infrastructures alternatives (notamment au travers du dégroupage de la boucle locale).

F.8.2. Méthodes de tarification envisagées

Tele2 n'est pas défavorable à l'application du principe de l'orientation vers les coûts mais préférerait voir mis en œuvre la méthode dite "*retail minus*".

En effet, et ainsi que Tele2 l'avait indiqué à l'occasion de ses différentes contributions dans le cadre du groupe de travail sur la revente de l'abonnement, les données relatives au coût de l'abonnement sont pour le moins difficiles à réunir. Les nombreux débats ayant animé les travaux autour des tarifs d'interconnexion et du dégroupage en attestent (innombrables réunions, recours à des auditeurs coûteux et délais de mise en œuvre d'une méthodologie très sophistiquée, ont conduit à différer de plusieurs années la mise au point d'un modèle de costing de type CMILT). Dès lors, le recours à la méthode « cost plus » paraît devoir être écarté. A l'inverse, le prix de détail de l'abonnement est connu. De plus, le prix fixé pour celui-ci est un prix jugé équilibré, c'est-à-dire qu'il couvre les coûts supportés par France Télécom au titre de l'abonnement.

L'Autorité a notamment rappelé dans son avis n°00-224 en date du 3 mars 2000 « *que l'augmentation du prix de l'abonnement Principal en mars 1999 a permis de porter le tarif d'abonnement au niveau prévu par l'article R. 20-32 du code des postes et télécommunications relatif au financement du service universel, et que ce prix de référence correspond à la valeur centrale d'un prix de l'abonnement jugé équilibré par le groupe d'expertise économique présidé par M. Champsaur.* »

A cette date, le « déficit d'accès », qui a pu exister autrefois, a ainsi été comblé et, depuis lors, il est considéré que le tarif de l'abonnement homologué assure la couverture des coûts supportés par France Télécom.

Aussi, apparaît-il préférable de retenir la méthode « *retail minus* » pour parvenir à une tarification équitable et transparente de l'offre de revente de l'abonnement, tant pour l'opérateur de boucle locale que pour les opérateurs alternatifs.

Un certain nombre de pays européens, notamment le Danemark et la Norvège, qui ont d'ores et déjà mis en place une offre de revente ont également retenu ce principe de valorisation.

Dans ce cadre, on note que le Danemark a retenu dans le cadre de l'offre de revente standard un taux de remise de 21% par rapport au prix de détail normalement pratiqué par l'opérateur historique, et la Norvège 16%.

En France, Tele2 estime que cette méthode des coûts évités devrait conduire à une remise par rapport au prix de détail de l'ordre de 30%, compte tenu en particulier de l'ampleur des forces commerciales de France Télécom (y compris celles qui sont spécifiquement dédiées aux actions de reconquête de la clientèle) comparées à celles de l'opérateur danois.

Parmi les principaux avantages de cette méthode, Martin Cave de la Warwick Business School relevait, dans le cadre de sa présentation relative à l'économie de l'accès large bande¹¹, la détermination plus aisée du prix de revente en gros.

Par ailleurs, l'OFCOM, dans le cadre d'un règlement de différend relatif aux services d'interconnexion pour les technologies DSL, indique que la méthode *Retail Minus* est particulièrement appropriée lorsque le marché concerné présente les caractéristiques suivantes :

- marché dans ses premiers stades de développements,
- marché non concurrentiel,
- degré significatif d'incertitude quant à son évolution future.

A l'inverse, l'OFCOM estime que, dans une telle hypothèse, l'utilisation d'une méthode d'évaluation basée sur les coûts pourrait être particulièrement préjudiciable puisqu'elle pourrait empêcher le développement naturel de celui-ci selon l'action des seules forces de marché, entraînant ainsi le risque de bloquer l'émergence d'une situation véritablement concurrentielle¹².

¹¹ disponible à l'adresse suivante : www.regtp.de/imperia/md/content/reg_tele/bitstromzugang/cave.pdf

¹² « [...] *retail minus charging approach may be appropriate is where a market, although not effectively competitive, is at a relatively early stage in its development and a significant degree of uncertainty exists as to future market developments. In such circumstances it is likely that LRIC+ regulation of charges will not be appropriate since there is significant risk that, if imposed, it will determine how the market develops rather than that development being determined by the natural evolution of market forces. Such regulation, by setting the charge against which other competitors and forms of competition must compete, runs a risk of deterring such competition from emerging. In such circumstances, regulation using LRIC+ might slow or even prevent the development of effective competition. A retail minus rule would avoid this possibility [...]* » - Oftel - **Direction to resolve a dispute between BT, Energis and Thus concerning xDSL interconnection at the ATM switch**

Ces caractéristiques étant réunies en l'espèce, l'emploi de la méthode Retail Minus apparaît donc tout indiqué.

Cette méthode a également été retenue par la Belgique s'agissant du dégroupage. A cette occasion, l'Institut Belge des services Postaux et des Télécommunications (ci-après « IBPT ») dans son avis du 13 mars 2001 rappelé les avantages essentiels liés à l'utilisation d'une telle méthode. Tout d'abord, elle permet d'éviter tout risque de squeeze tarifaire, hypothèse loin d'être marginale puisque, notamment dans le domaine des offres de revente dans le domaine de l'Internet haut débit (offre Connect ATM et IP/ADSL), l'Autorité a été amenée à émettre un avis défavorable sur les propositions tarifaires de France Télécom au motif que ces dernières étaient susceptibles d'induire des effets de ciseaux tarifaires.

En outre, la méthode *Retail Minus* permet selon l'IBPT d'assurer un développement concurrentiel harmonieux puisqu'elle n'entraîne pas de manque à gagner pour l'opérateur historique (hypothèse possible dans une méthode *Cost* lorsque les coûts sont trop faiblement valorisés) ni de risque de voir les opérateurs alternatifs financer de manière illégitime le déficit d'accès (hypothèse possible dans une méthode *Cost* lorsque la délimitation des coûts est insuffisamment précise). On ajoutera également, ainsi que le relevait le Ministre des Télécommunications belge¹³ s'agissant de la valorisation des prestations de roaming national dans le cadre des licences de téléphonie mobile de troisième génération, que cette méthode d'évaluation permet la préservation des éventuels revenus dont pouvait initialement bénéficier l'offreur et qu'elle n'offre pas d'avantage concurrentiel sur le plan tarifaire aux bénéficiaires de l'offre de revente de sorte que l'incitation à l'investissement pouvant peser sur celui-ci n'est pas affectée.

Pour l'ensemble de ces raisons, Tele2 est donc favorable à l'application d'une méthode de valorisation "*retail minus*".

F.9 Modalités du contrôle tarifaire

F.9.1. Sur les prestations de base

Ainsi que Tele2 l'a exposé ci-dessus, elle est favorable à la fixation d'une échéance annuelle prédéterminée pour les évolutions, techniques mais également tarifaires, des prestations relevant de l'offre de référence.

F.9.2. Sur les autres prestations

Idem.

¹³ Communiqué de presse du 15 septembre 2000 du Conseil des Ministres belge sur les deux projets d'arrêtés royaux dans le cadre de l'attribution des licences de téléphonie mobile de troisième génération, disponible à l'adresse Internet suivante : <http://www.umts.bipt.be/fr/comfr.pdf>

G. Obligation de séparation comptable et comptabilisation des coûts

Tele2 considère, tout comme l'ART, qu'il est indispensable que France Télécom soit soumise à une obligation de séparation comptable et de comptabilisation des coûts, d'autant plus stricte que la réintégration en son sein de ses filiales Wanadoo et Orange peut faire craindre la multiplication des pratiques abusives (de type subventions croisées notamment).

H. Conclusion : liste des obligations par marché

Sous réserve de ses commentaires figurant ci-dessus, Tele2 n'a pas de commentaire complémentaire à formuler.

VII. OBLIGATIONS SUR LES MARCHES DE DETAIL

A. Approche générale de l'Autorité

Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART selon laquelle il est nécessaire de maintenir l'application d'obligations *ex ante* sur les marchés de détail de la téléphonie fixe dans la mesure, où nonobstant l'application d'obligations *ex ante* sur les marchés de gros (qui recouvrent d'ailleurs très largement celles envisagées aujourd'hui, à l'exception de la vente en gros de l'abonnement et des services associés) et de détail dans le précédent cadre législatif, France Télécom dispose toujours d'une position dominante sur l'ensemble de ces marchés de détail (et conforte même cette position sur certains d'entre eux).

B. Insuffisance des remèdes imposés sur les marchés de gros

Là encore, Tele2 estime également que même si les mesures envisagées par l'ART au niveau des marchés de gros (du haut débit et de la téléphonie fixe) devraient permettre de favoriser le jeu concurrentiel sur les marchés de détail de la téléphonie fixe, il ne fait pas de doute que France Télécom conservera cependant son influence significative sur ces marchés pendant encore de nombreuses années.

Il est donc indispensable qu'il lui soit imposé des obligations sur les marchés de détail sur lesquels elle dispose d'une telle influence significative.

A cet égard, Tele2 entend souligner que, ainsi que le précise expressément les lignes directrice de la Commission européenne sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques, « *Si une ARN constate que la concurrence sur le marché pertinent n'est pas effective car une ou plusieurs entreprises détiennent une position dominante, **elle doit, conformément à l'article 16, paragraphe 4, de la directive «Cadre», désigner les entreprises puissantes sur le marché et leur imposer des obligations réglementaires appropriées. À noter que le fait de désigner une entreprise comme étant puissante sur un marché donné sans lui imposer les obligations réglementaires correspondantes n'est pas conforme aux dispositions du nouveau cadre réglementaire***¹⁴, et notamment l'article 16, paragraphe 4, de la directive «Cadre». Autrement dit, l'ARN doit imposer au moins une obligation réglementaire à la charge d'une entreprise qu'elle a désignée comme puissante sur le marché ».

Dans ce contexte, et conformément à la directive cadre et à la directive « Service Universel »¹⁵, ainsi qu'aux lignes directrices précitées, il appartient donc bien à l'Autorité d'imposer des obligations *ex ante* sur les marchés de détail de la téléphonie fixe sur lesquels elle a constaté que France Télécom dispose d'une influence significative.

¹⁴ Surlignements et soulignements ajoutés.

¹⁵ Directive n° 2002/22/CE.

C. Nécessité de proscrire a priori certaines pratiques

C.1 Non-discrimination

Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART sur la nécessité d'imposer une telle obligation à France Télécom.

C.2 Couplage abusifs

Les précédentes pratiques de couplage de France Télécom (cf. l'offre Ma Ligne Locale précitée, qui couplait abonnement téléphonique et communications locales), tentatives de couplage (cf. le projet d'offre "Ligne France" à propos de laquelle le Conseil de la concurrence avait rendu son avis n°00-A-26) ou couplage actuel (cf. le couplage abusif réalisé par France Télécom entre ses offres de gros haut débit "Connect ATM" et "IP/ADSL" et l'abonnement à son service téléphonique) démontrent clairement la nécessité de lui imposer une telle obligation.

Tele2 entend à cet égard souligner que cette obligation est d'autant plus nécessaire depuis la réintégration de Wanadoo au sein de France Télécom, qui suscite des risques d'autant plus grand de couplages (et de pratiques abusives d'une manière plus générale).

C.3 Prix excessifs

Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART sur la nécessité d'imposer une telle obligation à France Télécom.

C.4 Tarifs d'éviction

C.4.1. Prix prédateurs

Ce point n'appelle pas de commentaire particulier de la part de Tele2, laquelle entend cependant souligner la nécessité d'imposer une telle obligation puisque France Télécom n'a pas hésité, par le passé, à recourir à une telle stratégie de prix prédateurs (cf. la décision de la Commission européenne en date du 16 juillet 2003 dans laquelle elle a constaté que Wanadoo se rendait coupable d'une pratique de prix prédateurs et l'a, par conséquent, condamné à une amende de plus de 10 millions d'euros).

C.4.2. Ciseau tarifaire

Tele2 approuve totalement la nécessité d'imposer une telle obligation à France Télécom, laquelle s'est illustrée à de très nombreuses reprises (ainsi que Tele2 le détaillera ci-après au point **D.3**) en tentant de commercialiser des offres de détail dont elle savait pertinemment qu'elles génèrent un effet de ciseau tarifaire pour ses concurrents.

L'ART relève d'ailleurs elle-même que *"les cas de ciseau tarifaire ont représenté la grande majorité des avis défavorables rendus par l'Autorité sur les évolutions tarifaires de France Télécom depuis l'ouverture du marché à la concurrence"*.

C.4.3. Eviction par l'imposition de conditions contractuelles abusives

Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART quant à la possibilité dont dispose France Télécom de porter atteinte au libre jeu concurrentiel sur les marchés de détail des communications électroniques en imposant des conditions contractuelles injustifiées.

Tele2 estime d'ailleurs que tel est déjà le cas de certaines offres de détail actuellement commercialisées par France Télécom.

Il en va notamment ainsi pour de nombreuses offres forfaitaires de France Télécom (Les Heures France, ou Les Heures Locales par exemple), assorties d'une durée minimale d'engagement de 6 mois.

Or, il est parfaitement établi en jurisprudence que l'imposition de relations contractuelles d'une durée excessive constitue un abus de position dominante, **notamment lorsque cette durée n'est pas justifiée par l'économie du contrat.**

L'on peut, à titre d'exemple, relever que le Conseil de la concurrence a précisé, dans sa décision n°00-D-47 en date du 22 novembre 2000, que :

« Considérant que les pratiques qui consistent, d'une part, à conclure avec des communes, pour l'entretien et la maintenance de leur éclairage public, des conventions d'une durée excessive par rapport à l'importance des prestations en cause et des investissements concernés, d'autre part, à insérer dans ces conventions des clauses de dénonciation qui rendent plus difficile le recours à un autre prestataire, sont constitutives d'un abus, sur le marché de l'éclairage public, de la position dominante détenue par EDF sur le marché de la distribution d'électricité¹⁶ ; que ces pratiques ont eu pour objet et pour effet de restreindre l'accès des concurrents au marché et sont prohibées par les dispositions de l'article L. 420-2 du code de commerce ».

Tel est bien le cas en l'espèce puisqu'il ne fait aucun doute que les tarifs pratiqués dans le cadre de ces forfaits ne conduisent pas France Télécom à supporter d'investissements spécifiques à ce titre et, partant, lui permettent de dégager une marge positive sans qu'il soit pour autant nécessaire d'imposer aux abonnés un tel engagement de durée.

En effet, si les durées minimales d'engagement qui existent en matière de téléphonie mobile semblent être justifiées par les politiques de subventionnement de terminaux (même si elles visent également une fidélisation de clientèle), l'on voit mal quels seraient les investissements concernés, s'agissant d'offres forfaitaires en matière de téléphonie fixe. D'ailleurs, ces offres ont toutes été soumises à la procédure d'homologation tarifaire dans le cadre de laquelle l'ART se prononce par avis sur l'éventuelle existence d'un effet de ciseau tarifaire. Or, les avis relatifs à ces offres ne font aucunement état de l'existence d'un tel effet de ciseau tarifaire dans l'hypothèse où aucune durée minimale d'engagement ne serait imposée

¹⁶ C'est nous qui soulignons.

aux abonnés (cf. par exemple l'avis n°02-613 de l'ART sur l'extension des offres "Les Heures Locales"). Au contraire, le fait que des promotions très substantielles soient même acceptées par l'Autorité sans que cette dernière ne relève un quelconque effet de ciseau tarifaire suffit à démontrer le caractère particulièrement rentable de telles offres, compte tenu notamment de « l'effet forfait », c'est-à-dire de la non-consommation fréquente d'une partie du forfait par leurs souscripteurs.

Ainsi, dans son avis n°02-550 en date du 11 juillet 2002 relatif à une promotion tarifaire sur l'option « Les Heures France » aux termes de laquelle France Télécom souhaitait permettre « [...] pendant quatre mois à compter de la date de souscription, de bénéficier de 50% de temps de communication supplémentaire par rapport au forfait souscrit », l'ART a relevé que :

« L'Autorité observe que cette mesure se traduit, selon la durée de souscription du client aux forfaits « Les Heures France », par un taux de communications supplémentaires de 16,7% (souscription de durée égale à un an) jusqu'à 33,3% (souscription de durée égale à 6 mois).

Sur la base d'une souscription de durée minimale égale à 6 mois à l'un des forfaits, la promotion a notamment pour effet une baisse de 25% du prix moyen des communications nationales comprises dans le forfait, avec un taux de consommation maximum.

[...]

Les niveaux tarifaires auxquels conduit cette promotion sur l'offre forfaits « Les Heures France » ne sont pas de nature à générer un effet de ciseau tarifaire vis à vis d'opérateurs alternatifs souhaitant fournir une offre comparable ».

Il est donc indéniable que, compte tenu du fait qu'une promotion d'une telle ampleur ne génère pas d'effet de ciseau tarifaire, les comptes de France Télécom pour ce type d'offres sont très largement bénéficiaires, sans qu'il lui soit nécessaire d'imposer, pour des raisons liées à l'économie de l'opération, une durée minimale d'engagement.

Dans ce contexte, et conformément à la jurisprudence précitée du Conseil, le fait d'imposer de telles durées minimales d'engagement à ses clients par une entreprise en position dominante manifeste un abus de cette position dans la mesure où cette pratique conduit à une fidélisation parfaitement injustifiée de ces derniers, entravant la possibilité, pour les opérateurs concurrents, de commercialiser leurs propres services d'acheminement des communications téléphoniques.

L'effet anticoncurrentiel résultant d'une telle pratique est d'autant plus grave que ces offres forfaitaires semblent susciter l'engouement du public à leur égard. Ainsi, dans son avis n°03-454 en date du 3 avril 2003, l'ART relevait que « selon France Télécom, les offres de forfaits de communication de type « Les Heures Locales » et « Les Heures France » ont fortement progressé avec près de 6,8 millions de souscriptions au 31 décembre 2002 ».

Il en va également de même pour la durée minimale d'engagement d'un an imposée par France Télécom dans son contrat d'abonnement à son service téléphonique, laquelle entrave le développement concurrentiel des marchés de détail de l'accès en empêchant, pendant cette période, les abonnés de souscrire à une offre fondée sur le dégroupage total.

Dans ce contexte, Tele2 estime que, au-delà de la nécessité d'imposer à France Télécom l'obligation de ne pas soumettre ses offres à de conditions contractuelles abusives, il appartiendra à l'Autorité de réexaminer à la lumière de cette obligation l'ensemble des offres de détail de France Télécom afin de supprimer ces conditions abusives.

C.4.4. Conclusion

Sous réserve de ses commentaires figurant ci-dessus, Tele2 approuve pleinement l'imposition de cette obligation à France Télécom.

C.5 Refléter les coûts correspondants

Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART sur la nécessité d'imposer une telle obligation à France Télécom.

C.6 Conclusion

Tele2 n'a pas de commentaire à formuler sur ce point.

D. Surveillance des évolutions tarifaires

Si Tele2 partage pleinement l'analyse de l'ART sur la nécessité de surveiller l'évolution ou la création de nouvelles offres de détail par France Télécom, elle estime cependant prématurée la mise en place d'un simple contrôle "allégé" tel que l'ART l'envisage. En effet, les multiples tentatives de France Télécom pour commercialiser des offres anticoncurrentielles (notamment générant un effet de ciseau tarifaire) attestent de la nécessité de maintenir un contrôle strict de ces offres.

D.1 Obligation relative à la communication préalable des tarifs à l'ART

Dans la mesure où Tele2 partage la lecture faite par l'ART de l'article L. 38-1 du Code des Postes et des Communications Electroniques, elle estime effectivement nécessaire que l'ensemble des offres commercialisées par France Télécom sur les marchés de détail de la téléphonie fixe soit soumise à cette obligation de communication préalable auprès de l'ART afin de lui permettre d'exercer, en cas de besoin, son pouvoir d'opposition.

D.2 Sur les conditions de mise en œuvre du pouvoir d'opposition préalable

Tele2 estime également qu'il est impossible d'établir de manière prédéterminée une typologie des comportements ou des pratiques et que, par conséquent, la mise en œuvre, par l'ART, de son pouvoir d'opposition, ne peut se faire que sur la base d'une analyse au cas par cas.

D.3 Sur l'allégement des procédures de contrôle tarifaire

En premier lieu, Tele2 estime que les modalités d'intervention envisagées par l'ART sont insuffisantes pour empêcher la mise en œuvre, par France Télécom, de pratiques anticoncurrentielles et qu'il convient, par conséquent, de maintenir une analyse systématique des offres de détail de France Télécom.

A cet égard, Tele2 entend rappeler que la procédure d'homologation tarifaire appliquée jusqu'à lors ne conférait pas une sécurité juridique uniquement à France Télécom, comme l'ART le souligne, mais encore et surtout aux opérateurs alternatifs, lesquels se voyaient, dans une certaine mesure, protégés contre les offres anticoncurrentielles de France Télécom.

Ainsi, Tele2 entend souligner que, en matière de téléphonie fixe, l'ART a rendu de très nombreux avis négatifs (ou des avis favorables sous réserve de modification) sur les projets d'offres tarifaires de France Télécom mettant en évidence un effet de ciseau tarifaire.

A titre d'exemple, et concernant la seule année 2004, l'ART a émis des avis défavorables concernant :

- Certaines des offres "Les Heures France +Soir et Week-end" compte tenu de l'effet de ciseau tarifaire généré (avis n°04-32 en date du 8 janvier 2004) ;
- La généralisation de l'offre "Appel à prix unique", compte tenu de l'effet de ciseau tarifaire généré (avis n°04-305 en date du 25 mars 2004) ;
- Une nouvelle offre "Avantage volume service France et Mobiles", compte tenu de l'effet de ciseau tarifaire généré (avis n°04-555 en date du 1er juillet 2004) ;
- Une nouvelle offre "Atout RPV Mobiles 4", compte tenu de l'effet de ciseau tarifaire généré (avis n°04-561 en date du 1er juillet 2004) ;

Par ailleurs, l'ART a émis, au cours de cette même année 2004, des avis favorables **sous réserve de modification afin de mettre fin à l'effet de ciseau tarifaire constaté** pour les offres :

- "Les illimités 24h/24" et "Les illimités Soirs et Week-end" (avis n°04-500 en date du 8 juin 2004) ;
- "L'illimité PRO/PME" (avis n°04-634 en date du 22 juillet 2004).

Ainsi, et alors même que l'année 2004 est loin d'être terminée, l'action de l'ART a permis d'empêcher la commercialisation de pas moins de 7 offres anticoncurrentielles. Ce chiffre est encore plus considérable pour les années précédentes.

Ainsi, sans l'application d'un contrôle systématique des offres de détail de France Télécom, la commercialisation de ces offres anticoncurrentielle aurait, à n'en pas douter, gravement désorganisée le marché, peut être même de façon irrémédiable.

En effet, la seule régulation *ex post* pouvant s'avérer insuffisante pour réparer les dommages causés au marché par une offre de détail anticoncurrentielle.

A titre d'exemple, dans l'affaire "Ma Ligne Locale" précitée, France Telecom avait pu commercialiser en quelques mois seulement 1.600.000 contrats portant sur cette offre anticoncurrentielle. Or, si le Conseil de la concurrence a fait injonction à France Telecom d'y mettre fin en proposant de nouvelles offres découplées, France Telecom s'est contentée de faire migrer **automatiquement** ses clients vers une offre découplée, ce qui lui a donc permis de conserver les 1.600.000 clients conquis par son offre abusive.

Ainsi, si la décision du Conseil de la Concurrence a permis de préserver le marché des dommages ultérieurs qu'aurait causé une telle offre, elle n'a mis fin aux effets anticoncurrentiels qui avaient déjà été réalisés.

Enfin, compte tenu de l'impossibilité, pour les opérateurs alternatifs, de disposer des éléments de coûts sur les offres de France Télécom, il leur est bien évidemment beaucoup plus difficile de démontrer l'existence d'une éventuelle pratique de prix prédateurs.

Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, Tele2 estime indispensable que, afin de mettre éventuellement en œuvre son pouvoir d'opposition, l'ART analyse de manière détaillée l'ensemble des offres de France Télécom, et non pas uniquement celles susceptibles d'avoir un "impact significatif" sur le marché (cette notion étant au demeurant parfaitement floue et inadaptée).

A cet égard, Tele2 entend souligner que l'ERG partage d'ailleurs pleinement cette analyse puisque ce groupement précise, dans son document sur les remèdes à mettre en œuvre dans le cadre de l'application du nouveau paquet télécom (au point 5.2.4.3 relatif aux pratiques de prix prédateurs), que :

“ When access prices are regulated, the possibility exists for an operator deemed to have SMP on the wholesale market to impose a margin squeeze on its downstream competitors by charging a low retail price. The incentives for such behaviour are similar to the incentives in other cases of predation. If the dominant undertaking is running at a loss during the predation period, predation will only pay if, once competitors have left the market, the retail price can be increased again without immediately attracting entry. This will be the case if barriers to entry exist or the SMP undertaking can build a reputation to resist new entry aggressively. Furthermore, predation is more likely to be successful if there is some asymmetry between the firms, in particular with regard to their access to financial resources. There may also be

incentives for dominant undertakings to sell at a retail price that covers short run marginal costs, which may be very small, but makes little or no contribution to joint or common costs, particularly where they are large multi-product firms operating in several markets and where their competitors sell a much more restricted product range. In this case competitors may have to cover a larger proportion of their common costs from the product in question and be unable to compete with the retail prices of the SMP undertaking. In these circumstances, the use of a combinatorial test may be appropriate.

If the situation is such that predation can be expected to be profitable for the SMP undertaking, and wholesale remedies are likely to be insufficient, NRAs may want to impose some form of regulation on the undertaking's retail price. The retail price (which is the strategic variable in this case) can be targeted by Art 17 USD (regulatory controls on retail services), which allows NRAs, amongst other things, to impose obligations on the SMP undertaking in order to prevent it from inhibiting market entry or restricting competition by setting predatory prices¹⁷. A common practice is, for example, to require the SMP undertaking to pre-notify changes in the retail price to the NRA. If the NRA considers the price as predatory, leading to a margin squeeze, and likely to have significant anti-competitive effects, it might prevent the undertaking from changing prices in the intended way. In such cases, NRAs may publish guidelines according to which the effects of a certain price will be assessed. Retail pricing is, however, considered to be a tool of last resort”.

Et l'ERG conclut sur ce point en relevant que “ *With a cost-oriented access price, the problem of margin squeeze reduces to a problem of compliance with the access regulation at the wholesale level and/or to a potential predation problem at the retail level. **If a danger of predation exists, it might be appropriate – after due consideration – to regulate the retail price by means of Art 17 USD (regulatory cost controls on retail services) ex ante¹⁸** “.*

Or, la situation décrite ci-dessus par l'ERG, qui justifie l'application d'un contrôle tarifaire des offres de détail, correspond bien à la situation des marchés pertinents analysés puisque même si les offres de gros font bien l'objet d'un encadrement de leurs conditions (obligation de fournir les prestations relevant des différents marchés de gros, orientation vers les coûts et contrôle tarifaire), il n'en demeure pas moins que France Télécom aurait un intérêt à mettre en œuvre, au niveau des offres de détail, des pratiques de prix prédateurs.

Tele2 estime donc nécessaire que l'ART examine dans le détail chacune des offres de France Télécom préalablement à leur commercialisation, le recours à une procédure de contrôle allégée semblant prématurée au regard de la situation des marchés concernés (sur lesquels, comme le relève l'ART elle-même, la position de France Télécom va même jusqu'à se renforcer, notamment sur les marchés professionnels).

¹⁷ Soulignements et surlignements ajoutés par nos soins.

¹⁸ Idem.

En second lieu, dans l'hypothèse où l'ART souhaiterait cependant appliquer la procédure décrite dans sa consultation publique, Tele2 entend alors indiquer que les modalités de ce contrôle allégué apparaissent inadaptées dans la mesure où :

- **Il est à craindre que France Télécom ne fournisse pas les informations pertinentes pour apprécier la portée véritable de l'offre envisagée ;**

A cet égard, Tele2 entend souligner qu'il est fréquent que l'ART déplore, dans ses avis tarifaires, le non-respect, par France Télécom, de ses engagements de fournir certaines informations concernant ses offres.

Pour prendre un exemple récent, l'ART a souligné, dans son avis n°04-305 en date du 25 mars 2004, que *"l'Autorité regrette que France Télécom n'ait pas respecté son engagement de fournir des rapports bimestriels durant la phase d'expérimentation de cette offre"*.

Tele2 relève également que l'ART a, dans certains de ses avis récents, fait souscrire à France Télécom un engagement, formalisé dans un courrier, de fournir des *"statistiques d'appels constatés"* pour les offres en cause, compte tenu du *"manque de robustesse"* des hypothèses fournies par France Télécom.

Cette situation matérialise donc bien le peu de confiance que l'on peut accorder à France télécom quant à la communication d'informations pertinentes sur ses nouvelles offres tarifaires.

Il conviendrait donc de prévoir, si l'ART entend conserver la procédure décrite dans son document d'analyse, que le dossier qui lui sera communiqué par France Télécom soit détaillé (et non pas sommaire) et comprenne l'ensemble des éléments pertinents pour apprécier la portée réelle de l'offre.

- **La notion "d'impact particulièrement significatif sur la concurrence ou sur les utilisateurs finals" apparaît particulièrement floue et inadaptée.**

A cet égard, Tele2 entend rappeler que certaines offres, d'apparence anodine et limitée (et qui semblent donc ne pas pouvoir produire d'impact significatif sur la concurrence) peuvent, en réalité, s'avérer extrêmement dommageable pour la concurrence.

Tel est notamment le cas des offres et promotions ponctuelles de France Télécom exclusives du préfixe 8, et donc inaccessibles aux clients présélectionnés auprès d'un opérateur alternatif, et qui ont été massivement utilisées par France Télécom dans le cadre de ses campagnes de winback.

Ainsi, suite à ses offres « Mes Numéros Week-end » et « Tournoi des six nations », toutes deux exclusives de la présélection et commercialisées en 2002, France Télécom a poursuivi la commercialisation d'offres ponctuelles et, en apparence, anodines visant à inciter les clients présélectionnés à résilier leur présélection.

Ainsi, France Télécom a proposé aux abonnés la promotion tarifaire « Une heure offerte entre le 23 et le 29 décembre 2002 », qui n'était pas accessible aux clients présélectionnés. Dans son avis n°02-728 se prononçant sur cette offre, l'Autorité, percevant parfaitement les risques associés à une telle exclusion, avait toutefois appelé France Télécom « à exercer la plus grande vigilance sur les opérations de communication qui entoureront le lancement de cette offre afin que cette offre ne puisse être interprétée comme un appel à « déprésélection » des autres opérateurs ».

Ces promotions, ont été, par la suite, suivies par de nombreuses autres promotions, toutes exclusives de la présélection, France Télécom indiquant, dans les conditions de ces offres, qu'elles s'entendent « hors appels passés vers le préfixe 8 » :

- octroi d'une heure de communications locales offertes pour les clients résidentiels et de deux heures de communications locales pour les professionnels (Avis n°03-71 de l'ART en date du 16 janvier 2003) ;
- octroi de quinze minutes de communications offertes à partir d'un poste fixe vers un téléphone mobile pour les clients résidentiels (400.000 maximum) et d'une heure de communications offertes à partir d'un poste fixe vers mobile pour les clients professionnels (30.000 maximum) : Avis n°03-206 de l'ART en date du 30 janvier 2003) ;
- octroi d'un dimanche de communications locales et nationales gratuites pour les clients résidentiels (1.000.000 maximum), et d'une heure de communications vers l'international offerte aux clients professionnels (30.000 maximum) : Avis n° 03-700 en date du 12 juin 2003, homologué par arrêté ministériel du 15 juin 2003).

Ainsi, par le biais de ces offres et promotions exclusives de la présélection, France Télécom a porté atteinte à l'activité de l'ensemble des opérateurs alternatifs (et à Tele2 au premier chef), en incitant abusivement leurs clients à se déprésélectionner. D'ailleurs, afin de maximiser l'impact concurrentiel de ces offres, et de capitaliser sur leur caractère récurrent, France Télécom a mis en place un programme commercial intitulé « Les Rendez-Vous Cadeaux », qui regroupe l'ensemble de ses promotions ponctuelles exclusives de la présélection. La création de ce programme démontre la volonté de France Télécom, non seulement de poursuivre de telles promotions dans le temps, mais également d'inciter ses abonnés à se déprésélectionner afin d'être en mesure, à l'avenir, d'en bénéficier.

Compte tenu du succès rencontré par ses offres en termes de récupération de clients présélectionnés, France Télécom a d'ailleurs souhaité, au début du mois de septembre 2003, commercialiser de nouvelles offres basées sur le même principe.

La première promotion envisagée consistait dans la gratuité d'un forfait de communications illimité pour les communications locales, de voisinage et nationales dans la nuit du 4 au 5 octobre 2003, de 20 h 00 à 08 h 00. Cette offre, dont étaient exclus les abonnés présélectionnés auprès d'un opérateur alternatif, était limitée à 10.000 abonnés.

La seconde promotion envisagée, également inaccessible aux abonnés présélectionnés, consistait, quant à elle, dans la gratuité d'un forfait d'une heure de communications locales, de voisinage et nationales et de 100 mini messages tout réseau, utilisable du 24 décembre 2003 à 0h00 au 30 décembre 2003 à 23 h 59. Cette offre était « limitée » à un million d'abonnés.

Or, faisant sien le raisonnement soutenu à plusieurs reprises auprès d'elle par Tele2, l'ART a relevé, s'agissant de la promotion visant 1 million de clients, que « *considérant que le nombre de clients pouvant bénéficier de cette offre et, de manière générale, la fréquence des offres promotionnelles de France Télécom non-accessibles par le préfixe « 8 »*, l'Autorité estime que cette offre peut constituer un facteur d'incitation pour les clients en présélection de revenir chez France Télécom et qu'il est difficile pour un autre opérateur de proposer des offres similaires à ses clients ». Elle a donc émis un avis défavorable concernant cette offre.

En effet, l'ART a relevé, dans cet avis, la stratégie insidieuse de France Télécom qui tente, à travers des offres ponctuelles et donc anodines en apparence mais qui se répètent fréquemment, de mettre en place une pratique massive de reconquête de clients.

Toutefois, l'ART a parallèlement émis un avis favorable concernant la première promotion qui, bien qu'elle soit plus limitée quant à sa cible de clients, n'en demeure pas moins basée sur un principe d'exclusion des abonnés présélectionnés dont le Conseil de la Concurrence a déjà reconnu le caractère anticoncurrentiel.

De la même manière, l'ART a émis un avis favorable concernant l'offre promotionnelle « 1 mois d'abonnement offert au forfait Pro vers mobile 20 minutes » pour les professionnels dans son avis n°03-1059 en date du 25 septembre 2003.

Ainsi, malgré leur caractère apparemment limité, ces offres ont permis à France Télécom de reconquérir massivement des clients présélectionnés auprès d'opérateurs alternatifs.

En premier lieu, les abonnés ne sont, bien évidemment, pas informés du moment à partir duquel le nombre maximal de clients pour l'offre en cause est atteint. Par conséquent, le caractère « limité » de l'offre n'a aucun impact sur le nombre de contacts commerciaux établis concernant ces offres et permettant aux agents commerciaux de France Télécom d'inciter les abonnés intéressés à se déprésélectionner.

En second lieu, le caractère périodique de ces « Rendez-vous Cadeaux » permet à France Télécom d'inciter les abonnés à résilier leur présélection, même s'ils ne peuvent bénéficier de l'offre ponctuelle à laquelle ils ont souhaité souscrire, afin de leur permettre d'en profiter la prochaine fois.

Enfin, la multiplication d'offres ponctuelles, fussent-elles limitées à un nombre déterminé et d'apparence restreint d'abonnés, conduit *in fine* à une commercialisation massive. Les propres estimations de France

Télécom font état d'une commercialisation de ses offres auprès de 1,7 millions de clients résidentiels depuis leur lancement, soit, ainsi que le relève l'ART, environ 9% des clients résidentiels.

Il est ainsi démontré que des offres d'apparence limitées (et qui ne feraient donc pas l'objet d'un contrôle approfondi dans le cadre de la procédure allégée envisagée par l'ART) peuvent parfaitement porter une atteinte grave à l'équilibre concurrentiel des marchés de détail de la téléphonie fixe.

En conclusion, à supposer, encore une fois, que l'ART souhaite appliquer la procédure "allégée" décrite dans son document d'analyse, il serait alors nécessaire qu'elle fasse preuve de la plus grande vigilance pour éviter que France Télécom ne puisse commercialiser, sous couvert d'offres ponctuelles ou limitées, des offres risquant de déstabiliser les marchés considérés.

- **Enfin, la non-publication des décisions de non-opposition de l'ART risque de rendre totalement opaques les nouvelles offres de France Télécom.**

En effet, s'il n'existe aucune publicité des décisions de non-opposition de l'ART, il est à craindre que France Télécom ne commercialise des offres d'apparence anodine (et qui risquent donc d'échapper à un contrôle poussé de l'ART) et s'en servent pour tenter de reconquérir les abonnés passés à la concurrence, sans même que les opérateurs alternatifs ne soient informés de leur existence si aucune publicité n'est assurée autour de celles-ci (et ne puissent donc saisir éventuellement le Conseil de la concurrence si elles s'avèrent anticoncurrentielles).

A titre d'exemple, si les offres ponctuelles précitées, exclusives du préfixe 8, n'avaient pas fait l'objet d'un avis tarifaire de l'ART (permettant aux opérateurs alternatifs d'avoir connaissance de leur existence et d'en saisir le Conseil de la concurrence), France Télécom aurait pu s'en servir dans le cadre d'actions de marketing direct ciblées auprès des clients présélectionnés auprès des opérateurs alternatifs. Cette situation aurait ainsi générée une hémorragie de clients pour les opérateurs alternatifs, sans qu'ils puissent en identifier la source (sauf à s'enquérir auprès des clients les quittant des raisons de leur départ).

Par conséquent, pour que, comme le relève l'ART, un contrôle *ex post* puisse être, le cas échéant, appliqué aux offres de détail de France Télécom (qui, par définition, devraient ne pas avoir fait l'objet d'un contrôle poussé de l'ART), encore faut-il que les opérateurs alternatifs soient informés de l'existence de ces offres, au plus tard au moment de leur commercialisation.

Telle est donc la raison pour laquelle Tele2 estime que, si cette procédure allégée est maintenue, l'ART devra rendre public ses décisions de non-opposition, au plus tard le jour du lancement commercial de ses offres (ou, à tout le moins, rendre public une information sommaire sur le fait que telle offre de France Télécom n'a pas fait l'objet d'une opposition).

E. Encadrement pluriannuel des tarifs

E.1 Encadrement pluriannuel des tarifs des communications vers les mobiles

Tele2 estime que le problème du niveau du prix de détail des appels vers les mobiles ne devrait pas être résolu par un mécanisme d'encadrement ou de price cap, mais par la mise en concurrence effective des appels vers les mobiles (qu'ils soient issus du fixe ou du mobile, autrement dit une concurrence entre appels fixe vers mobile et appels mobile vers mobile).

L'Autorité estime que le niveau de « rétention » sur les appels fixe vers mobile a été trop élevé, nuisant au bénéfice du consommateur final. Or, il est arrivé, que l'Autorité communique, du fait du price cap qu'elle a imposé sur les charges de terminaison d'appel mobile, une baisse de cette terminaison d'appel au 1^{er} octobre (par exemple) de 15%, alors que les opérateurs fixes ne mesuraient de baisse ce jour-là que de 8 ou 9%, sur les offres des opérateurs mobiles. Les paniers de consommations utilisés par l'Autorité dans le cadre de ses mesures de price cap n'ayant pas été communiqués au secteur, les opérateurs et l'Autorité ne travaillent vraisemblablement pas sur les mêmes bases. Quoi qu'il en soit, les opérateurs mesurent le coût réel de la terminaison d'appel vers les mobiles, et ne sont pas incités, vu l'opacité générale de ce marché, à anticiper des baisses, en fonction du price-cap tel qu'il est annoncé par l'Autorité et qui ne correspond pas à la réalité commerciale.

Il n'est donc même pas certain que la rétention mesurée par l'Autorité soit aussi importante qu'elle l'estime, les paniers de consommation utilisés n'étant pas connus du secteur fixe.

Par ailleurs, ainsi que Tele2 l'a indiqué dans son analyse du marché de la terminaison d'appel vers les mobiles, le problème que doit, à son avis, traiter l'Autorité, n'est pas uniquement le bénéfice que tire le consommateur sur les appels fixe vers mobile, mais le bénéfice général de ce consommateur sur tous les marchés. Le consommateur doit pouvoir bénéficier de prix reflétant le service réellement rendu. En particulier, le consommateur doit pouvoir effectuer un choix avisé entre services fixes ou mobiles, ce qu'il ne peut faire aujourd'hui.

Selon Tele2 en effet, il existe de très graves problèmes sur le marché de gros de la terminaison d'appel, qui ne sont pas réellement mis en évidence par l'Autorité : 1°) une discrimination illicite entre les opérateurs fixes, les opérateurs mobiles tiers (non facturés au titre du « Bill and Keep »), et les services ou filiales des opérateurs mobiles eux-mêmes, sur le marché de la terminaison d'appel mobile et 2°) une absence d'orientation vers les coûts de cette terminaison d'appel mobile, voire un problème de tarification excessive pour certains opérateurs (le prix de la terminaison d'appel est de ~15c€/mn alors que le coût d'un demi appel mobile peut être estimé à moins de 6-7c€/mn – cf modèles de l'Ofcom par exemple).

Cette discrimination et ces tarifs excessifs sont des moyens déloyaux permettent aux opérateurs mobiles de mettre en oeuvre une stratégie de sur-substitution du fixe par le mobile, causant un grave préjudice aux opérateurs fixes de prise de clientèle et de trafic, mesurée en moyenne par l'ART aux environs de 4-5% (source Observatoire des marchés notamment).

Ce sont ces déséquilibres qu'il faut corriger en priorité, afin de créer une concurrence entre tous les types d'appels à destination des abonnés mobiles, au bénéfice du consommateur, afin de lui permettre un choix avisé et le contrôle de ses dépenses.

Dès lors que cette concurrence n'est toujours pas mise en œuvre, au détriment des opérateurs fixes, on ne voit pas pour quelle raison ce sont eux qui devraient pâtir de contraintes réglementaires supplémentaires et non les opérateurs mobiles, à l'origine de toutes les distorsions concurrentielles sur ce marché.

Ainsi Tele2 n'est pas, en principe, favorable au système d'encadrement pluriannuel de ces appels pour France Télécom.

E.2 Encadrement des tarifs des communications locales et interurbaines

Tele2 est favorable à une telle mesure d'encadrement tarifaire pour les tarifs de base de France Télécom pour les communications locales et interurbaines.

F. Séparation comptable et comptabilisation des coûts

Tele2 estime indispensable qu'une telle obligation soit imposée à France Télécom, d'autant plus que la réintégration en son sein de Wanadoo multiplie les risques de pratiques anticoncurrentielles (prix prédateurs, effets de ciseau et subventions croisées notamment).