

***L'économie du câble en France :
contexte, marché et perspectives
(Tome 1)***

*Etude réalisée par le cabinet JLM Conseil
Pour l'Autorité de régulation des télécommunications*

AVERTISSEMENT

L'Autorité a commandé une étude au Cabinet JLM Conseil afin d'être éclairée sur l'économie du marché du câble en France.

Dans un souci de transparence et d'information ouverte elle a décidé de rendre publique cette étude.

La méthodologie utilisée et les résultats obtenus sont de la seule responsabilité de JLM Conseil et n'engagent pas l'Autorité.

Les parties intéressées sont invitées, le cas échéant à faire part de leurs commentaires à l'ART.

SOMMAIRE DU TOME 1

1	<u>RAPPEL DU CONTEXTE ET DES OBJECTIFS DE L'ETUDE</u>	5
2	<u>LE CÂBLE DANS LE MARCHÉ FRANÇAIS DE L'AUDIOVISUEL ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS</u>	7
2.1	<u>L'équipement des ménages en télévision payante</u>	7
2.1.1	<u>Comparaison de la progression des abonnements au câble et au satellite</u>	7
2.1.2	<u>Le taux de couverture et d'achèvement des infrastructures du câble</u>	8
2.1.3	<u>Le taux de pénétration des services de télévision par câble</u>	10
2.2	<u>L'équipement des ménages en accès Internet</u>	10
2.3	<u>Le poids économique de la câblodistribution</u>	12
2.4	<u>Poids économique et commercial relatif des principaux opérateurs</u>	13
2.5	<u>Synthèse des positions relatives des câblo-opérateurs sur le marché</u>	16
3	<u>LE CÂBLE EN EUROPE ET AUX ETATS-UNIS</u>	18
3.1	<u>Essai de classification des marchés étrangers du câble</u>	18
3.1.1	<u>Les marchés à fort taux de pénétration du câble</u>	18
3.1.1.1	<u><i>Le câble américain</i></u>	18
3.1.1.2	<u><i>Câble d'Europe du nord</i></u>	20
3.1.2	<u>Les marchés à faible taux de pénétration</u>	28
3.1.2.1	<u><i>Le câble britannique</i></u>	28
3.1.2.2	<u><i>Le câble en Espagne et en Italie</i></u>	30
3.2	<u>Les déterminants de la rentabilité des activités de câblo-distribution</u>	32
3.2.1	<u>L'ancienneté de l'implantation du câble</u>	32
3.2.2	<u>L'approche rationnelle des investissements matériels</u>	32
3.2.3	<u>La répartition du chiffre d'affaires entre les distributeurs et les éditeurs de chaînes</u>	33
3.3	<u>Les sources des difficultés actuelles du câble européen</u>	34
3.3.1	<u>L'intensification de la concurrence : satellite et télévision numérique terrestre</u>	34
3.3.1.1	<u><i>La concurrence du satellite</i></u>	34
3.3.1.2	<u><i>La concurrence de la télévision numérique terrestre</i></u>	34
3.3.2	<u>Le passage au câble numérique</u>	35
3.3.3	<u>Une concentration conduite dans des conditions sous-optimales</u>	35
3.3.3.1	<u><i>Les conséquences de la bulle Internet</i></u>	35
3.3.3.2	<u><i>Des synergies entre tuyaux et contenus difficiles à mettre en oeuvre</i></u>	37

4	<u>LES CONDITIONS D'EXPLOITATION DU CÂBLE EN FRANCE : HANDICAPS HISTORIQUES ET PROBLEMES CONJONCTURELS</u>	38
4.1	<u>Les conditions historiques de la construction des réseaux câblés français</u>	38
4.1.1	<u>Le choix de réseaux en fibre optique</u>	38
4.1.2	<u>La diversification de l'offre de chaînes hertziennes</u>	40
4.2	<u>Une réglementation de la télédistribution défavorable au câble</u>	42
4.2.1	<u>Une croissance géographique limitée par la loi</u>	42
4.2.2	<u>Le régime de la concession de service public</u>	44
4.2.3	<u>Le contrôle des plans de service par les collectivités locales</u>	45
4.3	<u>L'exploitation du câble</u>	45
4.3.1	<u>La propriété et la gestion des infrastructures de réseau</u>	46
4.3.1.1	<u>Les séquelles du Plan câble</u>	46
4.3.1.2	<u>La question du nombre de prises disponibles</u>	47
4.3.2	<u>La numérisation du câble et les nouveaux services</u>	48
4.3.2.1	<u>Une numérisation entamée sous la pression de la concurrence</u>	48
4.3.2.2	<u>Les nouvelles applications du câble numérique : stratégies de « double play » et de « triple play »</u>	50
4.3.3	<u>Les relations avec les éditeurs de chaînes</u>	52
4.3.3.1	<u>La composition des bouquets thématiques</u>	52
4.3.3.2	<u>Le statut de la distribution de Canal+ sur le câble</u>	53
4.3.4	<u>Le marketing et les relations avec les abonnés</u>	54
5	<u>L'ÉVOLUTION DU CONTEXTE CONCURRENTIEL ET RÉGLEMENTAIRE</u>	57
5.1	<u>Le lancement de la télévision numérique terrestre et ses conséquences sur le câble</u>	57
5.1.1	<u>La loi du 01/08/2000 et la procédure de lancement de la TNT en France</u>	57
5.1.2	<u>Les conditions objectives du lancement de la TNT</u>	58
5.1.2.1	<u>Le rôle du CSA postérieurement à la sélection des chaînes</u>	58
5.1.2.2	<u>La création d'un opérateur commercial</u>	59
5.1.2.3	<u>Le réaménagement des fréquences et l'adaptation des antennes de toit</u>	61
5.1.3	<u>La TNT, facteur de déséquilibre pour l'économie de l'audiovisuel</u>	62
5.1.3.1	<u>Des expériences étrangères jusqu'ici peu concluantes</u>	62
5.1.3.2	<u>Un pari financier risqué pour les chaînes de complément</u>	64
5.1.3.3	<u>Une menace spécifique pour les câblo-opérateurs</u>	65
5.2	<u>Les directives du paquet télécom et leurs effets sur le cadre juridique du câble</u>	68
5.2.1	<u>Le régime d'autorisation générale</u>	69
5.2.2	<u>Les droits exclusifs et les droits spéciaux</u>	69
5.2.2.1	<u>L'exclusivité territoriale des réseaux</u>	70
5.2.2.2	<u>La limitation à huit millions d'habitants de la couverture des réseaux câblés</u>	70
5.2.2.3	<u>La remise en cause du régime de la concession de service public</u>	70
5.2.2.4	<u>Le contrôle des plans de service</u>	71
5.2.3	<u>Les obligations de diffusion</u>	71
5.2.3.1	<u>Les entités visées par la directive service universel</u>	72
5.2.3.2	<u>Les critères d'éligibilité des contenus à l'obligation de transport</u>	72
6	<u>SCENARII POUR L'AVENIR DU CÂBLE FRANÇAIS</u>	74
6.1	<u>Introduction aux scenarii : objectifs recherchés</u>	74
6.2	<u>La consolidation du câble</u>	75
6.2.1	<u>La rationalisation des réseaux par échange de plaques</u>	75
6.2.2	<u>La consolidation entre eux des acteurs existants</u>	76
6.2.3	<u>La consolidation des acteurs existants par un nouvel entrant</u>	78
6.3	<u>La séparation des infrastructures et des services</u>	79
6.3.1	<u>Principe de la séparation</u>	79
6.3.2	<u>Conditions de mise en oeuvre</u>	80

<u>6.4 Le statu quo et l'érosion technologique du câble</u>	81
---	----

<u>LISTE DES PERSONNES RENCONTRÉES POUR LA RÉALISATION DE L'ÉTUDE</u>	83
---	----

1 RAPPEL DU CONTEXTE ET DES OBJECTIFS DE L'ETUDE

L'Autorité de Régulation des Télécommunications a chargé JLM Conseil au mois d'août 2002 de la réalisation d'une étude relative au secteur français de la câblodistribution. A travers cette étude, l'Autorité souhaite améliorer sa connaissance de la situation économique des câblo-opérateurs, et disposer d'un éclairage sur leurs perspectives futures, dans un contexte technologique et réglementaire évolutif.

La volonté plus ou moins affichée des actionnaires de la plupart des câblo-opérateurs français de se défaire de ces actifs, et leur difficulté à identifier des investisseurs intéressés sont le meilleur signe des graves problèmes que rencontre le secteur du câble. La croissance régulière du nombre des abonnés du câble et la mise en œuvre de nouveaux services par les opérateurs (Internet) ne parviennent pas à contrebalancer les handicaps financiers et réglementaires dont souffre le secteur du câble depuis son apparition en France au début des années 1980, et cela alors que l'environnement concurrentiel du câble tend à se durcir (avec l'arrivée prévue de la télévision numérique terrestre et le succès récent de l'ADSL).

Dans ce contexte, l'étude de JLM Conseil poursuit trois objectifs :

- Fournir à l'ART une somme raisonnée d'éléments d'information sur la structuration et le fonctionnement du marché français du câble,
- Analyser en détail les causes structurelles et conjoncturelles de la non-rentabilité des opérateurs du câble,
- Proposer des pistes d'évolution du cadre réglementaire et des équilibres financiers du secteur du câble pour mettre fin à la situation actuelle.

Pour la réalisation de l'étude, JLM Conseil a conduit plus de vingt entretiens approfondis avec des acteurs de l'audiovisuel, des télécommunications ou des élus locaux impliqués dans le développement du câble (la liste des personnes interrogées figure en annexe). Ce travail a été complété par la mobilisation de ressources documentaires propres à JLM Conseil ou communiquées par certains des acteurs interrogés. L'étude a également bénéficié du concours de M. Élie Cohen, Directeur de recherches au CNRS, qui a contribué à l'analyse du fonctionnement du marché français du câble et à la mise au point des scénarii pour l'avenir du câble.

Le rapport de JLM Conseil pour l'ART se divise en deux volumes, l'un à dominante analytique, l'autre plus factuel.

Le tome 1 est consacré à la description et à l'analyse des déterminants du marché du câble français et de sa place dans le paysage audiovisuel français. Il comporte six chapitres (dont la présente introduction).

- Le chapitre 2 est une présentation rapide des principales données économiques et commerciales des domaines d'application du câble : la distribution de programmes audiovisuels et les télécommunications, principalement sous la forme de la fourniture d'accès haut débit à Internet. Les performances des câblo-opérateurs français y sont comparées à celles de leurs concurrents, opérateurs de télévision par satellite ou fournisseurs d'accès à Internet exploitant la technologie ADSL. Ce chapitre vise à caractériser le poids économique du secteur du câble, et à préciser l'importance relative des différents câblo-opérateurs français sur le marché.
- Le chapitre 3 étudie certaines modalités du développement et du fonctionnement actuel de marchés étrangers du câble. L'examen de situations nationales fortement contrastées (États-Unis, Allemagne, Royaume-Uni, etc.) permet de mettre en évidence une série de facteurs conjoncturels ou structurels qui contribuent aux difficultés actuelles de nombreux opérateurs du câble, en particulier en Europe.
- Le chapitre 4 analyse élément par élément les conditions d'exploitation du câble (gestion des infrastructures, relations avec les fournisseurs de contenu, etc.), mais aussi stratégies de diversification des activités par la numérisation des réseaux) afin de mettre en lumière les rigidités structurelles du secteur, mais aussi certaines déficiences opérationnelles des acteurs, dont l'accumulation a contribué à la dégradation des perspectives du câble français. Ces développements sont au centre de la problématique de l'étude, car ils permettent une hiérarchisation des sources des difficultés rencontrées par les opérateurs du câble.

- Le chapitre 5 explore les conséquences pour le secteur du câble (et, plus largement, pour celui de l'audiovisuel en général) de la création de la télévision numérique terrestre, dont le démarrage est prévu à la fin de l'année 2004, et de la transposition dans le droit français des textes définissant le nouveau cadre juridique européen des télécommunications (le « paquet télécom »), prévue pour l'année 2003. Ces deux échéances portent en germe des changements très significatifs du régime juridique et des conditions d'exploitation du câble.
- Enfin, le chapitre 6 présente trois scénarii contrastés d'évolution du câble à court/moyen terme, qui tiennent compte des informations recueillies à l'occasion de l'étude du câble étranger, de l'analyse des dysfonctionnements du secteur de la câblodistribution en France, et du travail d'anticipation conduit au sujet de la télévision numérique terrestre et du paquet télécom. L'un des scénarii renvoie à une situation de statu quo qui ne verrait pas de changement rapide et substantiel des conditions d'exploitation du câble ; en revanche, les deux autres hypothèses présentent deux voies possibles pour transformer la physionomie du secteur du câble en France en améliorant tant les perspectives ouvertes aux acteurs industriels du câble que la qualité des services proposés aux utilisateurs des réseaux.

Le tome 2 est constitué de monographies détaillées sur les cinq plus importants opérateurs français du câble : Noos, France Télécom Câble, NC Numéricâble, UPC France et Est Vidéocommunication. Chacune de ces monographies comporte des données opérationnelles sur les activités des câblo-opérateurs, des renseignements financiers, un historique des sociétés, et une présentation générale de l'offre commerciale et de la stratégie de développement suivie actuellement. Ces études ont vocation à illustrer et à prolonger la problématique générale du tome 1.

2 LE CÂBLE DANS LE MARCHÉ FRANÇAIS DE L'AUDIOVISUEL ET DES TELECOMMUNICATIONS

Le marché français de la télévision payante est assez diversifié comparé à celui d'autres pays d'Europe. Les ménages français équipés se répartissent entre les abonnés à Canal+, au satellite (deux opérateurs), ou au câble (une cinquantaine d'opérateurs, dont quatre principaux). Cette relative fragmentation du marché amène à présenter les câblo-opérateurs dans le contexte plus large de l'environnement concurrentiel de la télévision payante. Par ailleurs, les services d'accès Internet haut débit représentent depuis la fin des années 1990 le principal relais de croissance des opérateurs du câble, mais ont à faire face à une concurrence de plus en plus vive de la part des fournisseurs d'accès exploitant la technologie de l'ADSL, qui a décollé commercialement en 2002.

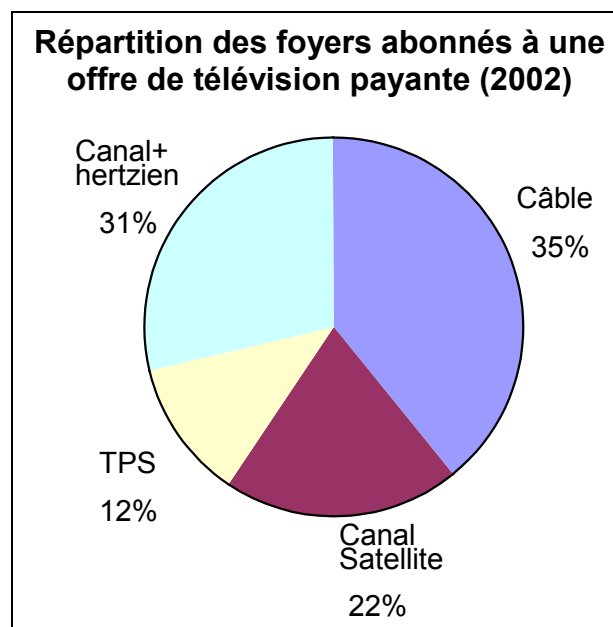
Ce chapitre a pour objectif de quantifier ces équilibres, en présentant les données de synthèse du secteur du câble, envisagé sous trois angles :

- technique : taille des réseaux, nombre de prises, taux de numérisation...
- commercial : quantité d'abonnés aux différents services du câble (télévision analogique ou numérique, Internet...), quantité d'abonnés de chaque opérateur...
- économique : progression du chiffre d'affaires des câblo-opérateurs, comparaison avec l'évolution du satellite...

2.1 L'équipement des ménages en télévision payante

Parmi les 23,5 millions de foyers français équipés d'un téléviseur, près de 10 millions sont abonnés à une offre de télévision payante, soit un peu plus de 42% du total. Ce marché se compose de trois grands segments (cf. graphique) : les abonnés au câble, au satellite et à Canal+ en mode hertzien analogique. Ce dernier est d'ailleurs le premier opérateur individuel, loin devant CanalSatellite (2,1 millions d'abonnés), TPS (1,1 million), ou les câblo-opérateurs, certes forts de 3,5 millions d'abonnés, mais dont le plus important, Noos, ne compte qu'un peu plus d'un million d'abonnés.

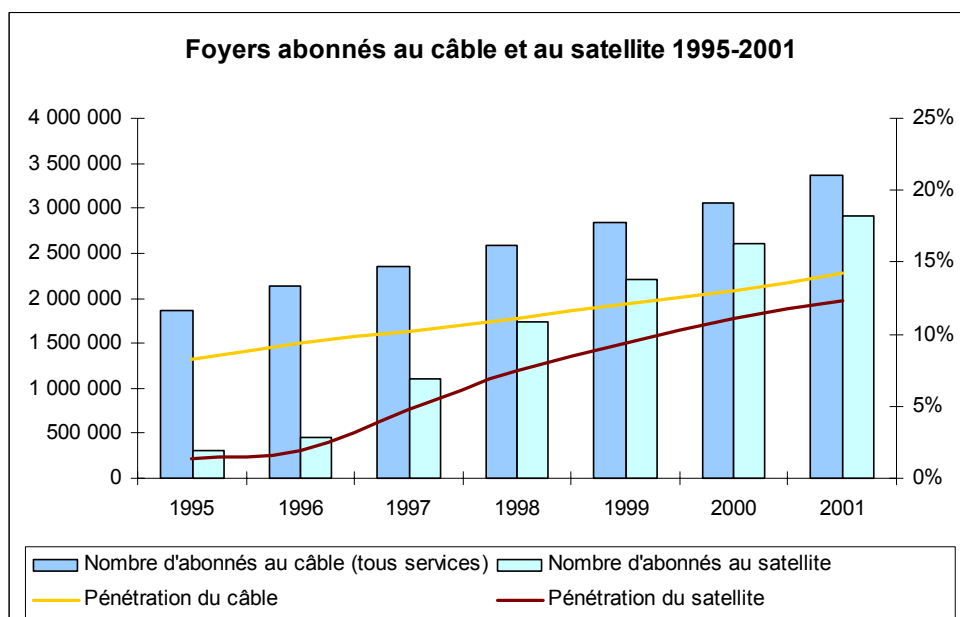
L'importance quantitative des abonnés analogiques de Canal+, et donc leur force d'inertie, représente un aspect fondamental de toute discussion des perspectives de la télévision numérique, quelle que soit la technologie de diffusion sous-jacente.



Sources : opérateurs, AFORM

2.1.1 Comparaison de la progression des abonnements au câble et au satellite

Toutefois, le rappel de l'importance de la chaîne premium hertzienne historique ne doit pas occulter le fort développement des abonnements au câble et au satellite depuis le milieu des années 1990. Le satellite, en particulier, a connu une progression spectaculaire, qui rapproche le taux de pénétration combiné des deux plate-formes satellitaire TPS et CanalSatellite de celui des câblo-opérateurs, pourtant apparus dix ans avant la numérisation du satellite débutée en 1996 (graphique et tableau 1).



Sources : AFORM, opérateurs

Tableau 1. La pénétration du câble et du satellite en France

(en milliers)	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Nombre de foyers	22 600	22 886	23 100	23 300	23 410	23 500	23 588
Abonnés au câble (tous services)	1 858	2 136	2 348	2 589	2 835	3 055	3 370
Abonnés au satellite	305	446	1 096	1 732	2 204	2 602	2 916
Taux de croissance de l'abonnement au câble (%)	15,6%	15,0%	9,9%	10,3%	9,5%	7,8%	10,5%
Taux de croissance de l'abonnement au satellite (%)	nd	46,2%	145,7%	58,0%	27,3%	18,1%	12,1%
Pénétration du câble (en % des foyers)	8,2%	9,3%	10,2%	11,1%	12,1%	13,0%	14,3%
Pénétration du satellite (en % des foyers)	1,3%	1,9%	4,7%	7,4%	9,4%	11,1%	12,4%

Sources : Aform, opérateurs

Dans une première phase comprise entre 1995 et 1999, les abonnements au satellite croissent très fortement grâce à la politique commerciale très agressive des deux opérateurs. Depuis 1999, la progression de l'abonnement à un bouquet satellite tend à rejoindre celle du câble aux environs de 10% par an, indiquant un marché en voie de maturation.

2.1.2 Le taux de couverture et d'achèvement des infrastructures du câble

Au 31 mars 2002, 1 635 communes françaises étaient équipées de réseaux câblés, permettant de toucher un total de 22,2 millions d'habitants, soit plus du tiers de la population française (37%). Au-delà de la seule télédistribution, 25% de la population française peut disposer de services de télécommunications sur le câble, principalement l'accès haut débit à Internet, mais aussi, sur quelques réseaux, la téléphonie fixe.

Tableau 2. Progression du nombre de foyers raccordables au câble

(en milliers)	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	06/2002
Nombre de foyers	22 600	22 886	23 100	23 300	23 410	23 500	23 588	23 632*
Prises à terme	8 196	8 622	9 078	9 176	10 082	10 836	11 511	11 525
Prises commercialisables	6 252	6 633	6 856	7 134	7 744	8 396	8 514	8 688
Foyers potentiellement raccordables (couverture à terme)	36,3%	37,7%	39,3%	39,4%	43,1%	46,1%	48,8%	48,8%*
Foyers effectivement raccordables (couverture à date)	27,7%	29,0%	29,7%	30,6%	33,1%	35,7%	36,1%	36,8%*

Source : Aform

* Estimation

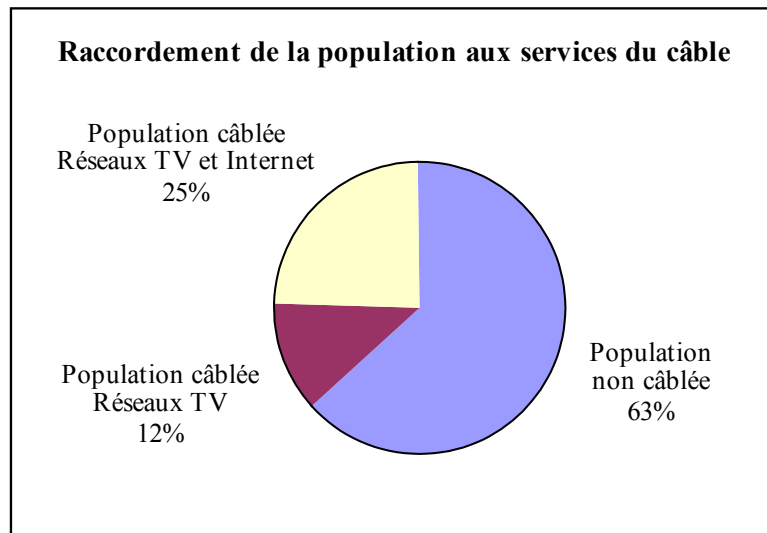
Au 31 décembre 2001, les réseaux des câblo-opérateurs en France comprenaient 11,5 millions de prises à terme (ou prises potentielles) et 8,5 millions de prises commercialisables. Près de 50% des foyers devraient donc être raccordés à un réseau câblé à l'issue de la construction de tous les réseaux ; aujourd'hui près de 37% des foyers sont déjà physiquement raccordés. En outre, les câblo-opérateurs ont déployé des efforts significatifs pour mettre à niveau leurs réseaux afin d'être en mesure d'y commercialiser des services d'accès Internet haut débit.

Tableau 3. La répartition géographique des infrastructures du câble au 31 mars 2002

Région	Population totale	Dont habitants des villes câblées	Population raccordée à un réseau câblé (%)	Population habitant les villes câblées Internet	Population raccordée à un réseau câblé Internet (%)
Alsace	1 734 145	1 128 264	65%	830 735	48%
Aquitaine	2 908 359	824 769	28%	649 650	22%
Auvergne	1 308 878	221 082	17%		0%
Basse-Normandie	1 422 193	159 121	11%	24 025	2%
Bourgogne	1 610 067	283 868	18%		0%
Bretagne	2 906 197	522 594	18%	366 729	13%
Centre	2 440 329	396 547	16%	309 666	13%
Champagne-Ardenne	1 342 363	302 117	23%		0%
Corse	260 196	40 894	16%		0%
Franche-Comté	1 117 059	392 096	35%	119 110	11%
Guadeloupe	422 496	291 925	69%		0%
Haute-Normandie	1 780 192	335 190	19%	314 163	18%
Ile-de-France	10 952 011	6 988 150	64%	5 908 251	54%
Languedoc-Roussillon	2 295 648	695 895	30%	237 183	10%
Limousin	710 939	151 290	21%	133 968	19%
Lorraine	2 310 376	1 236 078	54%	284 465	12%
Martinique	381 427	246 653	65%		0%
Midi-Pyrénées	2 551 687	574 308	23%	410 936	16%
Nord-Pas-de-Calais	3 996 588	1 763 682	44%	1 218 456	30%
Pays-de-la-Loire	3 222 061	762 502	24%	577 467	18%
Picardie	1 857 481	65 271	4%	12 048	1%
Poitou-Charentes	1 640 068	197 288	12%		0%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	4 506 151	2 084 319	46%	1 603 448	36%
Rhône-Alpes	5 645 407	2 579 627	46%	1 865 796	33%
Guyane	157 213		0%		0%
Réunion	706 300		0%		0%
Total France	60 185 831	22 243 530	37%	14 866 096	25%

Sources : Aform, INSEE

La distribution géographique des réseaux câblés privilégie naturellement les zones à forte densité de population. Le taux de couverture des réseaux équipés pour les services Internet est en général directement proportionnel à celui des réseaux de télédistribution.



Source : Aform

2.1.3 Le taux de pénétration des services de télévision par câble

Un peu plus de 3,4 millions de foyers sont comptabilisés par les opérateurs du câble comme abonnés à un service de télédistribution, soit approximativement 13% du total des foyers français et 40% des foyers raccordés physiquement à un réseau câblé. Ce taux peut sembler élevé ; cependant, il inclut une forte minorité d'abonnés au « service antenne », c'est-à-dire de foyers pour lesquels le câble sert uniquement à transporter (en mode analogique) les signaux des chaînes hertziennes, parfois augmentées d'un canal local.

L'abonnement au service antenne concerne souvent les habitants des immeubles collectifs ; son coût, compris entre un et trois euros par mois, est comptabilisé parmi les charges de location ou de copropriété. Beaucoup d'abonnés au service antenne sont de ce fait câblés sans le savoir ; ils ne contribuent en tout cas que pour une faible part au chiffre d'affaires des câblo-opérateurs.

Les opérateurs du câble restent discrets sur la répartition précise de leur clientèle entre le service antenne et les « vrais » abonnements. Les estimations concordantes des opérateurs de télévision payante permettent néanmoins d'avancer le chiffre d'un million de foyers abonnés au service antenne. Le total des abonnés aux bouquets commerciaux des câblo-opérateurs s'établirait donc aux alentours de 2,4 millions (dont 1,66 million d'abonnés analogiques et 0,74 million d'abonnés numériques) (cf. tableau 4).

Tableau 4. Évolution du nombre des abonnés aux offres de télévision du câble

(en milliers)	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	06/2002
Abonnés à une offre TV du câble	1 858	2 136	2 348	2 581	2 820	3 020	3 247	3 404
Dont abonnés analogiques	1 858	2 136	2 270	2 362	2 439	2 503	2 582	2 663
Dont abonnés numériques	0	0	78	219	381	517	665	741
Taux de numérisation des abonnés TV (%)	0%	0%	3,3%	8,5%	13,5%	17,1%	20,5%	21,7%

Source : Aform

La réception des services TV numériques est encore minoritaire. Fin 2001, près de 80% des foyers abonnés au câble reçoivent les services télévisuels en mode analogique, alors qu'à la même date, les bouquets numériques du câble, dont la commercialisation a débuté en décembre 1996, sont reçus par 665 000 foyers. En effet, les câblo-opérateurs n'ont pas massivement transféré leurs parcs d'abonnés vers la réception en mode numérique, eu égard au coût élevé de l'achat des décodeurs numériques.

2.2 L'équipement des ménages en accès Internet

La fourniture commerciale aux particuliers d'accès Internet via le réseau téléphonique a débuté en 1995. Elle concernait moins d'un million de foyers jusqu'en 1998. Depuis, l'accès Internet s'est beaucoup

démocratisé, notamment grâce aux abonnements gratuits, et touche en 2002 plus du tiers des foyers français (cf. tableau 5).

Tableau 5. La pénétration des abonnements Internet individuels* en France							
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	06/2002
Nombre de foyers (en millions)	22,9	23,1	23,3	23,4	23,5	23,6	23,7**
Abonnements Internet individuels	220 000	540 000	1 280 000	3 030 000	5 263 000	6 986 500	7 940 000
Pénétration de l'Internet	0,96%	2,4%	5,5%	12,9%	22,4%	29,6%	33,6%**

(*) Abonnements payants ou actifs à 40 jours (particuliers et professionnels)

(**) Estimation

Source : AFA

Si les connexions à bas débit de type RTC restent majoritaires en France, les abonnements à des offres d'accès Internet haut débit par le câble ou l'ADSL se développent, surtout depuis la fin de l'année 2001. Plus de 880 000 foyers disposaient d'une connexion Internet haut débit au 30 juin 2002, et le million d'abonnés devrait être largement dépassé à la fin de l'année.

Tableau 6. Évolution des abonnements individuels* à Internet par type d'accès							
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	06/2002
Abonnements bas débit	220 000	537 025	1 266 536	2 944 783	4 916 399	6 367 978	7 056 000
Abonnements haut débit	0	2 975	13 464	85 217	346 601	618 522	884 000
Part du haut débit (%)	0,0%	0,6%	1,1%	2,8%	6,6%	8,9%	11,1%

(*) Abonnements payants ou actifs à 40 jours (particuliers et professionnels)

Source : AFA

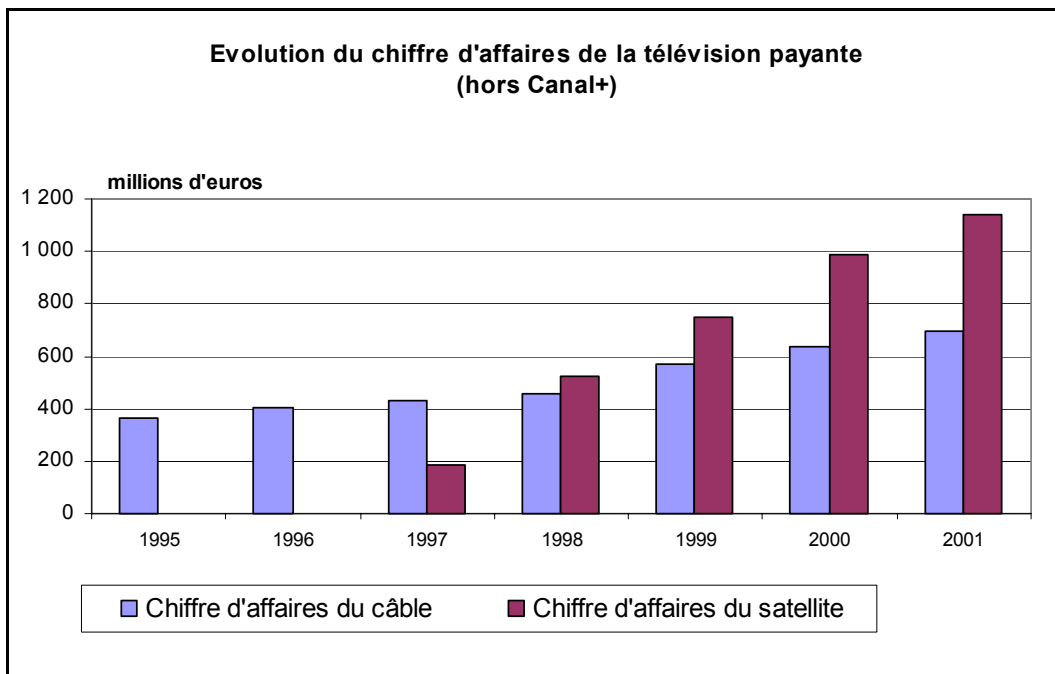
C'est sur le câble qu'ont été commercialisées les premières offres grand public d'accès Internet haut débit. Introduite en 1999, la technologie de l'ADSL, bénéficiant d'une couverture plus large de la population (elle s'appuie sur le réseau téléphonique commuté), est rapidement devenue beaucoup plus répandue : au 30 juin 2002, l'accès Internet par le câble compte 233 579 abonnés, alors que l'ADSL atteint à cette date le niveau de 650 421 abonnements individuels (soit 73,5% de part de marché).

Tableau 7. Evolution des accès haut débit par type de connexion							
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	06/2002
Abonnés haut débit câble	0	2 975	13 464	50 217	126 601	188 522	233 579
Abonnés haut débit ADSL	0	0	0	35 000	220 000	430 000	650 421

Sources : AFORM, AFA

2.3 Le poids économique de la câblodistribution

Le chiffre d'affaires de la câblodistribution atteint 692,9 millions d'euros pour l'année 2001. Depuis 1998, il est largement dépassé par le chiffre d'affaires de la diffusion par satellite, laquelle atteint 1 142,3 millions d'euros en 2001. Cette différence s'explique principalement par l'absence sur le satellite d'équivalent au service antenne du câble : tous les clients de CanalSatellite et de TPS paient un abonnement à l'opérateur.



Source : Opérateurs

(en millions d'euros)	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Chiffre d'affaires du câble	365,9	402,5	430,4	460,6	572,1	633,8	692,9
Chiffre d'affaires du satellite	nd	nd	188,0	523,7	752,0	986,3	1 142,3
Chiffre d'affaires total de la télévision payante (hors Canal+)	nd	nd	618,4	984,3	1 324,1	1 620,1	1 835,2
Taux de croissance du CA du câble	14,3%	10,0%	6,9%	7,0%	24,2%	10,8%	9,3%
Taux de croissance du CA du satellite	nd	nd	nd	178,6%	43,6%	31,2%	15,8%

Source : Opérateurs

Comparé au chiffre d'affaires des autres activités audiovisuelles, le poids économique du câble reste assez faible. Ainsi en 2000, l'activité de câblodistribution représentait en France 634 millions d'euros de chiffre d'affaires. Ce chiffre correspond à :

- 3,7% du chiffre d'affaires total du secteur audiovisuel ;
- 3,9% du chiffre d'affaires du marché de la télévision (câblodistribution, diffusion satellite, télévision hertzienne, chaînes thématiques et locales) ;
- 39% du chiffre d'affaires total de la diffusion de bouquets de télévision de complément (câblodistribution, diffusion satellite, hors Canal+ seul).

Les câblo-opérateurs ne sont, de ce fait, pas en mesure de peser sur le développement de l'offre de programmes des chaînes, ni de participer pour eux-mêmes à la compétition pour l'acquisition exclusive des droits audiovisuels du sport et du cinéma (cf. tableau 9).

Tableau 9. Le poids économique du câble parmi les autres activités de l'audiovisuel		
Secteur	CA 2000 (millions □)	%
Câblodistribution	634	3,7%
Diffusion satellite	986	5,7%
Télévision hertzienne	5 921	34,1%
Chaînes thématiques / locales	1 157	6,7%
Production cinéma	1 177	6,8%
Production TV flux	624	3,6%
Production TV stock	1 351	7,8%
Production de commande	894	5,2%
Prestations techniques	1 378	7,9%
Distribution	1 369	7,9%
Exploitation salles	1 007	5,8%
Edition vidéo	861	5,0%
TOTAL AUDIOVISUEL	17 359	100,0%

Sources : JLM Conseil, opérateurs, enquête DDM-CNC (2002)

De la même façon, le câble ne représente que 2% du chiffre d'affaires global du secteur des télécommunications en France (comprenant la téléphonie fixe, la téléphonie mobile et les services de communication de données aux entreprises). Compte tenu de la taille des réseaux câblés actuels, les services de télécommunications représentent un potentiel de croissance important pour les câblo-opérateurs.

Tableau 10. Le poids économique du câble face aux activités de télécommunications	
Secteur	CA 2001 (millions d'euros)
Câblodistribution	693
Téléphonie fixe	14 437
Téléphonie mobile	10 267
Liaisons louées, services professionnels, divers	5 186
Terminaux et équipements	2 114
Accès Internet	423
(dont haut débit)	248
Communications Internet	1 161
TOTAL TELECOMS (hors câble)	33 588

Sources: JLM Conseil, ART, AFA, opérateurs

2.4 Poids économique et commercial relatif des principaux opérateurs

Le marché du câble en France compte près de cinquante opérateurs. Parmi eux, se détachent quatre acteurs nationaux majeurs, implantés sur plusieurs régions (Noos, France Télécom Câble, NC Numéricâble, UPC France) et un acteur régional bien implanté (Est Vidéocommunication). Ces cinq sociétés font l'objet d'une présentation individuelle détaillée dans le tome 2 du présent rapport.

Les trois leaders, Noos, NC Numéricâble et France Télécom Câble, couvrent ensemble les 20 plus grandes villes françaises (à l'exception de la ville du Havre, qui est couverte par UPC France). La répartition de l'exploitation des grandes plaques de réseau entre les trois câblo-opérateurs majeurs est aujourd'hui assez équilibrée : Noos exploite avec Paris la plus grande plaque de réseau de France, tandis que NC Numéricâble et France Télécom Câble sont chacun présents dans 4 des 10 premières villes.

Rang	Ville	Population (milliers)	Câblo-opérateur	Date d'autorisation par le CSA
1	Paris	2 116	Noos	novembre 1986
2	Marseille	798	FTC	décembre 1988
3	Lyon	445	NC Numéricâble	janvier 1988
4	Toulouse	391	NC Numéricâble	mars 1989
5	Nice	341	NC Numéricâble	février 1987
6	Nantes	269	NC Numéricâble	janvier 1989
7	Strasbourg	264	Noos	décembre 1989
8	Montpellier	225	FTC	février 1987
9	Bordeaux	215	FTC	janvier 1989
10	Rennes	206	FTC	février 1987
11	Le Havre	191	UPC France	-
12	Reims	187	NC Numéricâble	janvier 1989
13	Lille	182	FTC	avril 1990
14	Saint Etienne	180	NC Numéricâble	octobre 1989
15	Toulon	160	Noos	juillet 1989
16	Grenoble	152	NC Numéricâble	janvier 1988
17	Angers	151	FTC	janvier 1989
18	Dijon	150	Noos	janvier 1989
19	Brest	150	NC Numéricâble	avril 1989
20	Le Mans	146	Noos	octobre 1989

Sources : INSEE d'après le recensement de 1999, AVICAM

A eux cinq, ces opérateurs comptabilisent plus de 96% des prises commercialisables du câble en France.

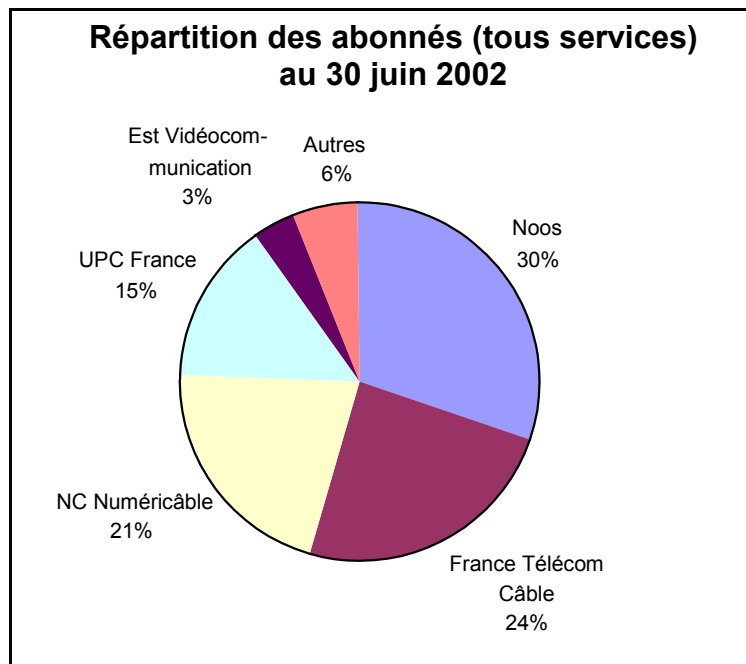
	1997	1998	1999	2000	2001	06/2002
Noos	2 200 000	2 215 000	2 237 100	2 345 350	2 543 469	2 865 284
France Télécom Câble	1 656 400	1 695 200	1 562 800	1 541 255	1 519 707	1 533 435
NC Numéricâble	0	2 160 390	2 207 827	2 240 124	2 268 651	2 295 284
UPC France	0	0	927 000	1 224 400	1 311 700	1 335 700
Est Vidéocommunication	0	0	274 422	290 565	299 608	301 891
Autres	2 999 743	1 063 879	534 680	753 975	571 069	356 228
Total France	6 856 143	7 134 469	7 743 829	8 395 668	8 514 204	8 687 822

Sources : AFORM, opérateurs

Au 30 juin 2002, les cinq premiers câblo-opérateurs concentrent près de 94% des abonnés (tous services) du câble.

	1997	1998	1999	2000	2001	06/2002
Noos	620 629	682 083	738 500	809 294	898 776	1 072 418
France Télécom Câble	705 000	754 000	709 000	769 000	823 729	847 923
NC Numéricâble	nd	624 405	662 516	691 838	726 996	747 598
UPC France	nd	nd	341 240	416 040	511 400	531 800
Est Vidéocommunication	nd	nd	119 602	127 558	138 405	142 692
Autres	1 022 176	528 130	263 781	241 679	275 903	202 735
Total France	2 347 805	2 588 618	2 834 639	3 055 409	3 375 209	3 545 166

Sources : AFORM, opérateurs



Sources : AFORM, opérateurs

Tableau 14. Taux de pénétration des offres de services pour chacun des opérateurs

	1997	1998	1999	2000	2001	06/2002
Noos	28%	31%	33%	35%	35%	37%
France Télécom Câble	43%	44%	45%	50%	54%	55%
NC Numéricâble	nd	29%	30%	31%	32%	33%
UPC France	nd	nd	37%	34%	39%	40%
Est Vidéocommunication	nd	nd	44%	44%	46%	47%
Autres	34%	50%	49%	32%	50%	57%
Moyenne France	34%	36%	37%	36%	40%	41%

Sources : AFORM, opérateurs

Les opérateurs régionaux et locaux, tel Est Vidéocommunication en Alsace, obtiennent généralement des taux de pénétration supérieurs à 40% en exploitant une zone limitée et continue.

Noos est l'opérateur qui a le plus investi dans la promotion de son bouquet numérique. De ce fait, la part de ses abonnés à un service TV recevant son offre numérique Noos TV atteignait 39% fin 2001.

Tableau 15. Taux de numérisation des abonnés à une offre télévisuelle

	1997	1998	1999	2000	2001	06/2002
Noos	nd	18%	29%	35%	39%	37%
France Télécom Câble	nd	4%	9%	12%	15%	17%
NC Numéricâble	nd	10%	14%	18%	22%	24%
UPC France	nd	nd	0%	2%	2%	2%
Est Vidéocommunication	nd	nd	3%	4%	5%	5%
Autres	8%	0%	1%	2%	4%	2%
Moyenne France	3%	8%	13%	17%	20%	21%

Sources : AFORM, opérateurs

2.5 Synthèse des positions relatives des câblo-opérateurs sur le marché

	Valeur absolue	Noos	FT Câble	NC Numéricâble	UPC France	Autres	Total
Prises commercialisables	8 687 822	33%	18%	26%	15%	8%	100%
Abonnés tous services	3 545 166	30%	24%	21%	15%	10%	100%
Abonnés TV	3 403 659	30%	24%	22%	13%	10%	100%
Abonnés numériques	741 561	54%	19%	24%	1%	2%	100%
Abonnés Internet	233 579	55%	20%	10%	8%	7%	100%
Abonnés téléphone	58 434	3%	0%	0%	97%	0%	100%

Sources : AFORM, opérateurs

En termes d'étendue de réseau et de parc d'abonnés, Noos est le premier câblo-opérateur français : son réseau comprend, au 30 juin 2002, 33% des prises commercialisables en France et ses offres de services télévisuels et d'accès Internet rassemblent près de 30% des abonnés à un service câblé en France. L'opérateur est aussi fortement positionné sur la fourniture de services télévisuels numériques (54% des abonnés en France) et également sur la fourniture d'accès à Internet par le câble (55% des abonnés en France).

Les positions respectives de France Télécom Câble et de NC Numéricâble sont contrastées : la filiale de l'opérateur historique dispose d'une empreinte sur 18% des prises raccordables et d'une part relative du marché de l'abonnement de 24%, alors que la filiale du Groupe Canal+ dispose d'une empreinte plus large (26% des prises raccordables) assortie d'un parc d'abonnés proportionnellement plus faible (21% des abonnés tous services). Représentant 15% des abonnements au câble, UPC France est un opérateur d'une taille plus modeste, mais il reste le seul opérateur à ce jour à commercialiser des services de téléphonie fixe par le câble (97% de part de marché sur ce segment d'activité).

(en millions d'euros)	1998	1999	2000	2001	2001/2000
Noos	136,2	185,6	201,0	227,9	+13,4%
France Télécom Câble	173,8	175,0	164,0	172,0	+4,9%
NC Numéricâble	119,7	126,8	136,0	141,0	+3,7%
UPC France	3,7	29,1	71,6	93,7	+30,8%
Est Vidéocommunication	nd	22,7	26,4	30,6	+15,8%
Autres (estimation)	27,3	32,9	34,8	27,7	-20,4%
Total	460,6	572,1	633,8	692,9	+9,3%

Source : Opérateurs

L'évolution du chiffre d'affaires des câblo-opérateurs français au cours des dernières années reflète la mise en œuvre des étapes de leur stratégie. La forte hausse du chiffre d'affaire de Noos entre 1998 et 1999 signale ainsi les effets sur l'activité de l'opérateur du rachat de la totalité du réseau parisien, puis, quelques mois plus tard, sa sortie du Plan câble par le rachat de ses réseaux auprès de France Télécom. L'évolution très rapide du chiffre d'affaire d'UPC France correspond à la mise en œuvre de sa stratégie de croissance externe en 1999 et 2000. A contrario, la stabilité du CA de France Télécom Câble et la croissance régulière de celui de NC Numéricâble reflètent des stratégies moins expansionnistes, des paliers de transition durant lesquels la société se concentre sur les abonnés existants ou continue à moderniser ses réseaux.

(en euros)	1998	1999	2000	2001	2001/2000
Noos	219	272	272	282	+3,5%
France Télécom Câble	247	232	231	224	-3,3%
NC Numéricâble	nd	203	205	204	-0,7%
UPC France	nd	Nd	210	225	+7,3%
Est Vidéocommunications	nd	Nd	221	240	+8,6%
Moyenne France	196	221	224	227	1,4%

Source : Opérateurs

Le revenu annuel moyen par abonné des opérateurs est aussi un reflet de leur stratégie de développement. Ainsi, la forte croissance du revenu moyen par abonné de Noos entre 1998 et 1999 peut être attribuée à la commercialisation de l'offre d'accès Internet haut débit de l'opérateur, ainsi qu'à la politique de migration des abonnés vers le numérique, qui permet d'ajouter la location du décodeur aux revenus générés par les abonnements. A contrario, la diminution du revenu moyen par abonné de France Télécom Câble suggère une politique de diminution du point d'entrée tarifaire de l'offre de l'opérateur, ou une forte progression des abonnés au service antenne sur la période.

3 LE CÂBLE EN EUROPE ET AUX ETATS-UNIS

L'étude des conditions de l'exploitation du câble dans d'autre pays peut apporter certains éclairages sur la situation du câble en France. Tous les câblo-opérateurs sont en effet soumis depuis quelques années aux mêmes tendances de fond : la numérisation des réseaux, l'arrivée de nouvelles applications, la prolifération des contenus thématiques et premium, ainsi que l'intensification de la concurrence des autres opérateurs (du satellite ou de la télévision numérique terrestre).

Contrairement à la France, ces changements affectent des pays où le câble a réussi, avec des taux de pénétration importants et une rentabilité durable des opérateurs et des fournisseurs de contenu, au moins pour ce qui est des services analogiques. En effet, il apparaît que la numérisation des réseaux à la fin des années 1990 a eu, dans certains cas, des effets dévastateurs sur les résultats des câblo-opérateurs. Dans certains pays (le Royaume-Uni par exemple), le modèle économique certes limité, mais rentable, de télédistribution d'une vingtaine de chaînes par le câble analogique a cédé la place à une nouvelle approche multiservices dont le potentiel n'est pas encore pleinement exploité par les opérateurs. Sur d'autres marchés, au contraire, comme en Allemagne, les possibilités ouvertes par les progrès des technologies ne sont pas explorées en raison d'une trop grande rigidité de la réglementation.

Les développements de ce chapitre comportent une section de présentation des principaux modèles et acteurs du câble aux États-Unis et dans plusieurs pays d'Europe, sans volonté d'exhaustivité mais en faisant ressortir des aspects idiosyncrasiques de chaque marché.

3.1 Essai de classification des marchés étrangers du câble

Cette section présente brièvement les données technologiques, réglementaires et concurrentielles du secteur du câble dans plusieurs pays d'Europe, ainsi qu'aux États-Unis. Selon les cas, le câble peut apparaître comme le vecteur de diffusion principal des contenus télévisés (cas des marchés à fort taux de pénétration), ou au contraire comme une technologie secondaire, voire marginale, par rapport aux alternatives disponibles sur le marché, ou en raison de rigidités réglementaires qui limitent son développement. Les pays traités ont été répartis en deux groupes, qui correspondent à deux grands modèles d'organisation du marché, selon lesquels les câblo-opérateurs exercent ou non une influence substantielle sur le reste du paysage audiovisuel.

3.1.1 Les marchés à fort taux de pénétration du câble

Ces marchés se caractérisent par un taux de pénétration commerciale du câble supérieur à 60% des prises raccordables, toutes activités confondues. Il s'agit du marché du câble aux États-Unis, et pour l'Europe, de la Belgique, des Pays-Bas et de l'Allemagne¹.

3.1.1.1 Le câble américain

Fin décembre 2001, près de 93,5% des 105 444 000 foyers américains² sont en mesure de s'abonner au câble ; 73 millions de foyers sont abonnés à un service de télévision par câble, soit un taux de pénétration commerciale du câble proche des 70% (69,2% au 31 décembre 2001).

Lancé en 1948, le câble était d'abord destiné à une population ne pouvant pas recevoir correctement les signaux hertziens analogiques. Le câble connaît une croissance régulière au cours des années 1950, pour atteindre 850 000 abonnés en 1962. Son expansion a d'abord été freinée par la Federal Communications Commission (FCC), qui a restreint la possibilité pour les câblo-opérateurs d'éditer eux-mêmes des chaînes ou de détenir les droits de diffusion de contenus premium (cinéma, événements sportifs en direct). En 1972, ces restrictions ont été allégées par une politique de dérégulation qui a

¹ Les pays scandinaves présentent aussi des taux de pénétration du câble importants, mais ne feront pas l'objet d'une étude spécifique.

² Source : NCTA - National Cable and Telecommunications Association (2002)

stimulé les investissements dans les réseaux et la fourniture de contenus ; la première chaîne payante premium du câble sera lancée peu de temps après, en 1975 (Home Box Office, HBO). A la fin des années 1970, 15 millions de foyers sont câblés ; le marché explose au cours des années 1980 pour atteindre 53 millions de foyers abonnés au seuil des années 1990. Cette croissance a été favorisée par la multiplication des chaînes du câble, passées de 28 à 74 au cours des années 1980.

Les câblo-opérateurs américains peuvent compter sur un taux de raccordement des foyers très élevé et sur des réseaux très étendus, comptant souvent trois ou quatre fois plus de prises que ceux des leaders nationaux en Europe. Toutefois, ils investissent un montant croissant de leurs revenus dans le déploiement et la modernisation de leurs réseaux, ce qui pèse sur leurs équilibres d'exploitation respectifs.

En 2001, le chiffre d'affaires global de la câblodistribution aux États-Unis atteignait 43,66 milliards de USD, et les investissements réalisés dans les infrastructures de réseaux atteignaient 17,79 milliards de USD fin 2001 (soit 40,3% du chiffre d'affaires). Alors que les recettes des câblo-opérateurs augmentent de 7,4% en moyenne annuelle entre 1996 et 2001, leurs investissements ont augmenté de 25,7% en moyenne annuelle. Les câblo-opérateurs américains investissent principalement dans la pénétration de leur offre numérique (15,2 millions d'abonnés numériques au 31 décembre 2001), afin de résister à la concurrence des opérateurs de bouquets satellites numériques (DirecTV et Echostar Communications) qui comptaient 17,7 millions d'abonnés au 31 décembre 2001, tous numérisés.

Leurs dettes élevées sont analogues à celles des opérateurs européens de grande taille. Néanmoins, de meilleurs taux de rentabilité et des bases d'abonnés plus larges permettent une couverture de leurs charges d'intérêts par l'excédent brut d'exploitation à des conditions plus avantageuses.

Tableau 19. Profil des principaux câblo-opérateurs américains

(chiffres au 31/12/01)	AT&T Broadband	Time Warner Cable	Comcast	Cablevision Systems	Charter	Cox	Adelphia
CA (millions \$)	9 799	6 992	5 130	4 404	3 953	3 585	3 580
Prises raccordables (millions)	25,0	21,7	13,9	4,3	11,5	9,7	9,5
Nombre d'abonnés (millions)	13,3	12,8	8,5	3,0	7,0	6,2	5,8
Taux de pénétration	53%	59%	60%	69%	60%	63%	62%
Total RGU* (millions)	15,7	14,7	9,4	4,8	8,3	9	6,2
Endettement (millions \$)	nd	nd	11 741	7 011	16 370	8 330	13 174
Ratio dette nette/EBITDA	nd	nd	-6,3	6,1	13,7	4,8	10,9
Ratio EBITDA/Frais financiers	nd	nd	1,02	2,2	0,9	3,3	1,0

* La notion de « Revenue Generating Unit » correspond à un retraitement du nombre d'abonnés permettant de mesurer le taux de pénétration réel de tous les services du câblo-opérateur : à chaque foyer abonné correspond de une à trois RGU, selon le nombre de services souscrits par ce foyer (télévision / accès Internet / téléphonie).

Source : Opérateurs

Les revenus des câblo-opérateurs proviennent pour 60% du service télévisuel de base. Ce pourcentage s'explique par l'ampleur considérable de la pénétration du câble (70% des foyers TV) qui, pour de nombreux foyers américains, s'assimile à la télévision (la distinction pratiquée en France et en Europe entre les chaînes généralistes et les chaînes « de complément » n'existe pas aux États-Unis ; la segmentation se fait uniquement en fonction des thématiques abordées par les chaînes).

La télévision payante premium et le paiement à la séance ne comptent que pour 13,5% des revenus des câblo-opérateurs : les chaînes cinéma américaines ont eu à faire face, plus tôt qu'en France, à la montée des pratiques de consommation choisie par la

location de VHS et DVD³. Les applications numériques du câble, la téléphonie et l'accès à Internet ne représentent quant à elles que 13,2% du total des revenus.

Tableau 20. Structure des recettes du câble en 2000

	Montant en milliards de \$	En %
Services de base	26,1	59,3
Services premium	4,8	10,9
Pay per view	1,1	2,5
Publicité locale	3,7	8,4
TV interactive / Internet / téléphonie	5,8	13,2
Autres	2,5	5,7
Total du secteur	44	100

Source : Veronis Suhler, 2001

Infirmant les projections de la période 1999-2000, le câble se positionne devant l'ADSL comme la principale technologie d'accès haut débit grand public. Les offres d'accès Internet et de téléphonie fixe par le câble sont disponibles, fin 2001, pour près de 70% des foyers américains. Avec 7,2 millions d'abonnés fin 2001, le câble occupe 62% de part du marché de la fourniture d'accès Internet. Cette situation provient pour partie des difficultés techniques rencontrées par les opérateurs ADSL (souvent locaux ou régionaux) et du coût marginal attractif des offres couplages pour les foyers câblés abonnés à la télévision⁴.

Les services de téléphonie sur le câble représentent 1,3% du marché global des communications téléphoniques, avec 1,5 million d'abonnés fin 2001 dont un million pour AT&T/Comcast. Ces services permettent aux câblo-opérateurs d'accroître le revenu moyen par abonné, mais génèrent une marge bénéficiaire encore réduite s'agissant de la téléphonie (transmission par circuit, ou mixte circuit/IP en l'attente du « full IP »).

3.1.1.2 Câble d'Europe du nord

Dans les pays du Benelux, représentant un ensemble de 11 millions de foyers, le taux d'abonnement au câble s'établit à plus de 95% pour les foyers raccordés aux réseaux, soit plus de 95% du total des foyers. L'infrastructure des réseaux câblés couvre actuellement dans cette zone près de l'intégralité du territoire. La demande pour le satellite y est nulle. Ainsi, il n'existe pas d'offre satellitaire commerciale pré-assemblée à destination du marché luxembourgeois, et les possesseurs d'antennes paraboliques et de décodeurs se contentent de la captation des chaînes satellitaires diffusées en dehors d'un bouquet (free to air).

Dans les pays nordiques comme la Suède, la Finlande, le Danemark, ainsi qu'en Allemagne et en Autriche, la pénétration des abonnements au câble s'établit également à des niveaux élevés compris entre 50% et 70% des foyers raccordés. Ces pays comprennent chacun entre deux et quatre millions de foyers à l'exception de l'Allemagne, le plus vaste marché télévisuel européen avec 38 millions de ménages : les 22 millions d'abonnés au réseau câblé allemand représentent près de 45% de l'ensemble du marché européen du câble.

³ Ce phénomène a d'ailleurs pris une telle ampleur que la chaîne premium pionnière HBO a modifié sa politique de programmation pour conserver ses abonnés, en ajoutant à la programmation cinéma des téléfilms et des séries de prestige totalement exclusifs.

⁴ Compte tenu du phénomène d'acculturation au câble évoqué ci-dessus, le coût de l'accès au service de base apparaît comme une dépense naturelle au même titre que l'eau ou l'électricité.

Pays	Pénétration en 2001 (% des foyers)	Pays	Déploiement en 2001 (% des foyers)
Belgique	96,5	Belgique	97,8
Pays-Bas	94,7	Pays-Bas	95,2
Danemark	69,3	Suède	80
Suède	69,9	Danemark	81,1
Allemagne	66,7	Allemagne	84,6
Finlande	61,3	Autriche	70,6
Autriche	52,9	Finlande	67,8

Source : P. Stamm, « the singularity of Germany's cable industry », in Communications et Stratégies n°46, 2002

La place de la télévision par satellite dans l'équipement audiovisuel des ménages d'Europe du nord est très contrastée selon les pays : peu répandue en Finlande (5% des foyers), la télévision par satellite touche une part plus importante de foyers au Danemark et en Suède (15%), et équipe un grand nombre de ménages allemands (33%) et surtout autrichiens (42%). Pour ces deux derniers marchés, ce taux renvoie surtout à l'équipement des foyers en paraboles : seuls 2,3% des foyers allemands et 2,8% des foyers autrichiens sont abonnés à une offre de télévision payante par satellite⁵. Le satellite se substitue en fait à la réception hertzienne analogique traditionnelle, pour des motifs géographiques uniquement (relief).

L'utilisation du câble commence à se développer en Europe du nord pour les connexions à Internet, même si la part de ces nouveaux services dans l'économie globale du câble reste marginale. Sur le marché allemand, par exemple, environ 200 000 foyers sont actuellement connectés à Internet par le câble, ce qui représente moins de 1% des abonnés du réseau. L'offre de téléphonie sur câble attire un nombre d'abonnés encore plus limité.

Néanmoins, le câble reste bien positionné sur le marché du haut débit malgré la concurrence de l'ADSL.

	Modem RTC 56k	Câble	ADSL
Pays-Bas	58%	22%	20%
Suède	57%	10%	33%
Allemagne	55%	6%	39%

Source : Nielsen/NetRatings, septembre 2002

Malgré des taux de pénétration élevés, les câblo-opérateurs du nord de l'Europe connaissent depuis quelques années des difficultés financières, sous la forme de résultat net négatif et/ou d'un endettement élevé. Cette section présente le cas des principaux opérateurs de la zone : UPC, d'origine néerlandaise, qui est parvenu à déployer un réseau pan-européen à la suite d'une série d'acquisitions à la fin des années 1990, et deux autres opérateurs, Casema et Deutsche Telekom, présents respectivement sur les marchés néerlandais et allemand.

Le réseau pan-européen d'UPC

Le groupe UPC est implanté dans 17 pays d'Europe. Ses différentes filiales nationales proposent presque toutes, en plus de la télédistribution, des services d'accès Internet et

⁵ Source: IDATE, 2001

de télécommunications. En tout, la base d'abonnés simples ou couplés d'UPC a généré en 2001 près de 8,3 millions d'unités de revenu (RGU), pour un chiffre d'affaires total de 1,4 milliard d'euros.

Tableau 23. Performances opérationnelles d'UPC en Europe				
	1998	1999	2000	2001
Nombre de prises (millions)	3,284	8,205	10,737	10,955
dont prises numériques	1,183	2,756	4,409	5,211
% du réseau numérisé	36%	34%	41%	48%
Total RGU (millions)	2,414	5,566	7,839	8,268
% Service de base	99%	96%	91%	87%
% Internet	1%	2%	4%	6%
% Téléphonie	1%	2%	4%	5%
% Digital TV	0%	0%	0%	1%

Source : UPC, rapport annuel 2001

L'expansion rapide de la base d'abonnés d'UPC est le résultat d'une stratégie de croissance externe mise en œuvre en 1999 et 2000, c'est-à-dire au moment du gonflement et de l'apogée de la bulle spéculative des télécommunications.

Tableau 24. Présence européenne et acquisitions du groupe UPC en 1999 et 2000						
Pays	Nom de la filiale	Détention (%)	Acquisitions	Date de l'opération	Part du capital rachetée (%)	Montant de l'opération (M€)
Autriche	Telekabel	95%	nd			
Belgique	UPC Belgium	100%	nd			
France	UPC France	92%	Médiaréseaux	06/99	95,7%	26
			Vidéopole	08/99	100%	127
			TWC France	08/99	100%	67
			Rhône Vision	08/99	97,5%	14
			Intercomm	02/00	100%	36
Allemagne	DWT/DSS	51%	DWT/DSS	12/00	51%	nd
	Primacom AG	25%	Primacom	12/99	17,2%	221
Pays-Bas	UPC Nederland	100%	UTH	02/99	49%	235
			GelreVision	06/99	100%	106
			A2000	09/99	50%	214
			Eneco	03/00	100%	1046
			Tebecai	02/00	100%	62
	Haarlem	03/00	100%	62		
Norvège	UPC Norge	100%	Eltele	02/00	100%	39
Suède	UPC Sweden	100%	Stjarn T'vanet	07/99	100%	371

Source : UPC, European Cable Communication Association

Les plus grands marchés d'UPC, en termes de foyers accessibles par le réseau, sont les Pays-Bas et l'Allemagne. Ces marchés représentent aussi les pays où la base d'abonnés de l'opérateur est la plus étendue (les Pays-Bas contribuent pour 30% au chiffre d'affaires du groupe, l'Allemagne pour 15%). UPC est aussi implanté en Autriche, en Belgique, en Norvège et en Suède et dans plusieurs pays d'Europe de l'Est, qui représentent 30% du chiffre d'affaires et 4 millions d'abonnés. Les quelque 430 000 abonnés français à UPC représentaient 6% du chiffre d'affaires du groupe en 2001 (la place d'UPC sur le marché français du câble est traitée en détail dans le tome 2 de l'étude).

Tableau 25. Performances opérationnelles d'UPC par pays (septembre 2001)

Pays	Abonnés	Numérisation du réseau	Nombre de RGU (millions)	CA (millions d'euros)	Marge opérationnelle
Belgique	200 000	100%	0,14	6,1	39%
Pays Bas	2 500 000	87,9%	2,8	103,4	19%
Norvège	500 000	32,6%	0,4	16,4	14%
Suède	400 000	58%	0,3	11,1	25%
Allemagne	710 000	1,7%	0,6	13,8	46%
+ Primacom*	1 930 000	21,7%	1,3	41,76	42%
Autriche	900 000	100%	0,8	44,8	29%
France	1 300 000	41,6%	0,5	23,5	-38%

* Primacom est détenu à 25%

Source : Bear Stearns & Co., 2002

Près de 48% des prises des réseaux d'UPC étaient numérisées fin 2001, avec un taux de numérisation supérieur à 90% en Belgique, Autriche et aux Pays-Bas. Sur ces marchés, les nouveaux services occupent une part non négligeable de la consommation des abonnés : l'offre de base de services télévisuels ne représente qu'entre 65% et 85% des RGU. En Allemagne, le réseau n'a pas été numérisé à l'exception de celui de Primacom, opérateur détenu à 25% par UPC et qui rassemble plus de 70% de ses abonnés allemands.

Tableau 26. Structure du portefeuille d'abonnés d'UPC par pays

	En milliers d'unités générant des revenus				En % des RGU		
	Total	Télévision	Internet	Téléphonie	Télévision	Internet	Téléphonie
Pays Bas	2748,0	2341,5	238,2	168,3	85%	9%	6%
Belgique	144,6	123,2	21,4	0	85%	15%	0%
Allemagne*	591,3	590,8	0,4	0,1	100%	0%	0%
Autriche	779,3	499,2	141,1	139	64%	18%	18%
Norvège	379,8	334,6	24,6	20,6	88%	6%	5%
Suède	313,6	265,4	48,2	0	85%	15%	0%
France	511,4	433,4	21,7	56,3	85%	4%	11%

* Chiffres excluant Primacom

Source : UPC, rapport annuel 2001

L'endettement global d'UPC a très fortement augmenté ces dernières années, résultat direct des opérations de croissance externe, de numérisation des réseaux et de lancement des nouveaux services de télécommunications et d'accès Internet.

Tableau 27. Evolution de la dette d'UPC

	1998	1999	2000	2001
Dette (milliards □)	0,59	3,07	6,55	10,1
Croissance annuelle (%)	-	420%	113%	54%

Source : UPC, rapport annuel 2001

En février 2002, UPC a conclu un accord pour la restructuration de sa dette avec son principal actionnaire, UnitedGlobalCom (UGC), après que le groupe Liberty Media ait porté sa participation dans UGC à 72%. L'accord repose sur la recapitalisation d'UPC à travers la conversion en actions, à hauteur de 7,5 milliards d'euros, d'obligations émises par UPC, et en grande partie souscrites par UGC. Au terme de l'opération, les actionnaires actuels d'UPC auront vu leur position diluée au profit des anciens créanciers du groupe, au premier rang desquels figure Liberty Media. La restructuration

devrait être achevée au cours du premier trimestre 2003 ; ce brutal « coup d'accordéon » permet à UPC de solder les acquisitions de la fin des années 1990 et d'envisager de consolider ses positions sur les différents marchés, même si l'échec des tentatives d'acquisition de Liberty Media aux Pays-Bas et en Allemagne illustre sa difficulté à renforcer ses positions.

Le marché néerlandais : le cas de Casema

Aux Pays-Bas, le câble dispose d'une base de clients effective d'environ 95% des foyers équipés de téléviseurs, ce qui historiquement lui a conféré un monopole de fait sur la distribution des chaînes analogiques. Les câblo-opérateurs sont au nombre de trois avec UPC, Casema et Mediakabel, ce dernier ayant été formé par une alliance entre des câblo-opérateurs locaux indépendants (dont certains ont d'ailleurs été rachetés par UPC).

Les câblo-opérateurs néerlandais ont conclu entre eux des alliances pour la livraison des contenus premium et l'échange de technologies afin d'éviter la duplication des certains coûts d'exploitation. Ils ont aussi établi avec l'opérateur satellitaire néerlandais (filiale du Groupe Canal+) des accords de livraison de contenu et d'accès au réseau, afin que celui-ci puisse avoir accès aux foyers déjà abonnés au câble (commercialisation des services numériques de Canal+ Pays-Bas sur le câble, comme un bouquet de chaînes premium en plus du service de base). Ces accords semblent limiter l'intensité de la concurrence, ce qui se traduit par des tarifs élevés pour les services du câble⁶. Malgré un accroissement artificiel du chiffre d'affaires des opérateurs via des hausses de tarif sur les services de base (ou par la réduction du nombre de chaînes proposées dans le cadre du premier niveau d'abonnement), les investissements dans le numérique ont endetté les câblo-opérateurs.

Casema desservait 1,3 million d'abonnés fin 2001, pour un chiffre d'affaires évalué à 204 millions d'euros. Son réseau numérisé couvre 770 000 foyers, avec seulement 35 100 abonnés aux services de télévision numérique, soit un taux de pénétration de 4%. En revanche, la croissance de l'opérateur est soutenue par son offre d'accès à Internet, qui comptait 90 000 abonnés fin 2001, ainsi que par la commercialisation de lignes louées aux entreprises. Il existe une offre de téléphonie à destination des entreprises, qui devrait être étendue à la clientèle résidentielle durant l'hiver 2002-2003.

En 2001, Casema a réduit de 40% les investissements d'amélioration de ses réseaux par rapport aux prévisions de début d'exercice. Cette diminution a été accompagnée d'une compression des frais de personnel. Les pertes nettes de l'exercice se sont néanmoins élevées à 54 millions d'euros, amplifiant le niveau de la dette à 190 millions d'euros.

Fin 2001, France Télécom a annoncé son désir de se désengager de Casema qu'il détenait depuis 1997. Liberty Media (actionnaire de référence de UPC) a proposé en septembre 2002 de racheter le câblo-opérateur pour 750 millions d'euros, le montant incluant le remboursement de la dette, ce qui valorisait l'abonné à 570 euros. De plus, Liberty Media prévoyait de conserver les accords d'accès au câble pour la fourniture de services de liaisons louées et d'accès à Internet conclus avec les autres filiales de France Télécom aux Pays-Bas⁷. Malgré ces garanties, le projet a été rejeté par l'autorité de régulation néerlandaise en novembre 2002. L'acquisition aurait en effet permis à Liberty Media de contrôler 60% du marché du câble (en comptabilisant sa participation dans UPC), alors que le régulateur n'était pas prêt à lui laisser franchir le seuil des 40% de part de marché. Début décembre 2002, France Télécom semblait sur le point de conclure l'opération avec le fonds américain Carlyle.

Le cas de Casema illustre bien la dérive qu'a connu le câble pendant la bulle télécom. En effet, la prise de contrôle de Casema par France Télécom s'est faite au nom de la convergence numérique, avec la volonté de faire de Casema un opérateur téléphonique

⁶ L'accord relatif à la distribution sur le câble du bouquet satellite de Canal+ a d'ailleurs donné lieu à un litige, le groupe Canal+ estimant que le prix facturé par les câblo-opérateurs pour l'accès à ce bouquet était trop élevé et discriminatoire par rapport aux autres offres premium.

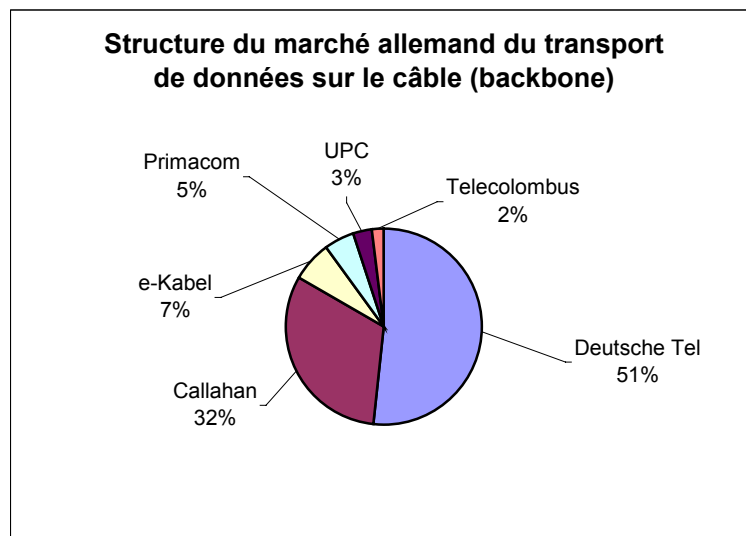
⁷ Comprenant Equant, un FAI filiale de Wanadoo, et l'opérateur de téléphonie mobile Dutchtone.

global. La tentative de Liberty Media montre la tentation de la position dominante pour les opérateurs en place (sur un marché où le satellite est beaucoup moins bien développé qu'en France), et souligne l'importance du rôle du régulateur.

Le marché allemand : le cas de Deutsche Telekom

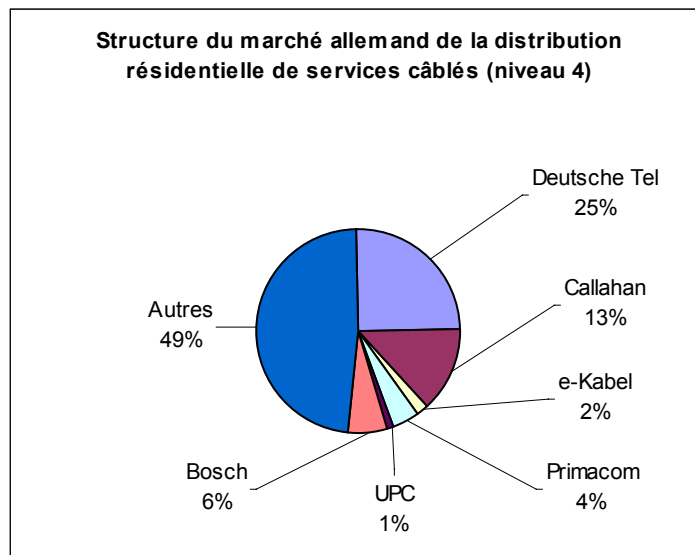
L'Allemagne compte trois fois plus d'abonnés au câble que les Pays-Bas ; le taux de pénétration du câble y est cependant inférieur compte tenu de l'écart de population entre les deux pays (respectivement 80 millions et 16 millions d'habitants). Les opérateurs du câble allemand s'appuient sur une infrastructure physique développée, qui dessert approximativement 57% des foyers équipés d'un téléviseur (soit 26 millions de foyers). 85% des foyers raccordés sont clients d'un câblo-opérateur, soit un total de 22 millions de foyers abonnés. L'opérateur historique de télécommunications Deutsche Telekom occupe une position dominante sur ce vaste marché, mais des problèmes à la fois structurels et conjoncturels nuisent à ses résultats.

Les difficultés de l'opérateur historique sont essentiellement dues à une régulation qui dissocie la gestion du « réseau support » de l'accès au consommateur. La relation directe avec l'abonné est en effet entre les mains de très nombreux petits opérateurs locaux, dits de « niveau 4⁸ », au nombre de 4000 environ (dont une grande partie ne compte que quelques milliers d'abonnés). De ce fait, exprimée en nombre d'abonnés sur les services d'accès (niveau 4), la part de marché de Deutsche Telekom n'est que de 25%, alors que son infrastructure de transport (répartie entre les niveaux de service 1, 2 et 3) dessert 18 millions de foyers abonnés sur les 22 millions que compte le marché (Deutsche Telekom dispose en particulier de 51% du marché du transport optique des données) (cf. graphiques).



Source : Bear Stearns & Co., janvier 2002

⁸ Par opposition, le niveau 1 correspond à la transmission du signal de la chaîne de télévision vers le réseau câblé, le niveau 2 à la réception de ce signal sur le réseau et le niveau 3 à la gestion du cœur du réseau ou backbone.



Source : Bear Stearns & Co., janvier 2002

Compte tenu cette organisation du marché, la plus grande partie du chiffre d'affaires câble de Deutsche Telekom provient des redevances qui lui sont versées par les autres intermédiaires de la câblodistribution pour accéder à ses infrastructures. Ces sommes n'ont vocation à augmenter qu'à condition que les câblo-opérateurs chargés de la commercialisation des prises aux utilisateurs décident d'introduire de nouveaux services nécessitant plus de bande passante. Or, les petits opérateurs locaux n'ont ni les moyens ni l'envie d'investir pour développer leur offre ; ils préfèrent profiter de leur situation de monopole local en continuant à commercialiser à bas prix un service de base qui n'implique pas de remise à niveau des infrastructures. La croissance du marché est donc limitée de ce point de vue.

Les perspectives de croissance du chiffre d'affaires ne sont pas beaucoup plus intéressantes pour les abonnés détenus en direct par Deutsche Telekom. En effet, les câblo-opérateurs allemands ne facturent à leurs abonnés qu'un droit d'accès à l'infrastructure : de nombreuses chaînes du câble sont diffusées gratuitement et n'ont que la publicité comme source de revenus ; parallèlement les chaînes premium sont commercialisées en direct par leurs éditeurs auprès des abonnés au câble. Ces facteurs expliquent que le revenu moyen par abonné des câblo-opérateurs allemands soit particulièrement faible : 12,7 € par mois pour Deutsche Telekom (en 1999)⁹, 9 € par mois pour Primacom (en 2000)¹⁰. L'accroissement éventuel de ces flux passe par la fourniture de services numériques supplémentaires, dont le lancement nécessite des investissements préalables sur le réseau.

Deutsche Telekom reporte depuis 1999 l'engagement des investissements de numérisation de son réseau câblé. Deutsche Telekom enregistre de façon récurrente des pertes nettes dans le câble, avoisinant 660 millions d'euros dès 1997 et s'élevant à 317 millions d'euros en 2000. Ces pertes ont conduit l'opérateur à mettre en vente son réseau câblé et à concentrer son activité de transmission haut débit sur son réseau de téléphonie filaire avec l'ADSL. Le réseau câblé de l'opérateur historique est structuré en régions correspondant aux différents Länder (de l'ex-RFA). Chaque Land dispose d'une autorité de régulation spécifique chargée d'attribuer des licences aux fournisseurs de services pour l'accès au réseau ou pour la détermination des obligations de must-carry. En juillet et août 2000, puis en septembre 2001, Deutsche Telekom a vendu son réseau dans trois des neuf régions à Callahan Associates et à e-Kabel, ce qui représente environ huit millions de foyers abonnés. Callahan Associates a repris les réseaux des Länder de Rhénanie-Westphalie et du Bade-Würtemberg, et e-Kabel ceux de Hesse. Les transactions ont valorisé les réseaux à 750 euros par abonné.

⁹ Source: Bear Stearns & Co., 2002.

¹⁰ Source: Morgan Stanley Dean Witter, juillet 2001.

Fin 2001, Liberty Media lançait également un projet de rachat des réseaux Deutsche Telekom des 6 autres Länder, pour un montant de 5,5 milliards d'euros.

Tableau 28. Le démantèlement du réseau de Deutsche Telekom

Acheteurs	Länder	Part acquise	Pénétration du réseau (%)	Foyers raccordés (millions)	Abonnés de niveau 3 (millions)	Abonnés de niveau 4 (millions)
Callahan	Rhénanie-Westphalie	55%	50%	6,3	4,1	1,4
	Bade-Wurtemberg	60%	47%	3,2	2,2	0,8
E-Kabel	Hesse	65%	47%	1,8	1,3	0,4
Projet Liberty Media	6 Länder de l'Ouest	100%	46%	nd	10,3	3,5

Source : Bear Stearns & Co., janvier 2002

En avril 2002, le projet de rachat de Liberty Media a été implicitement rejeté par l'autorité allemande de régulation de la concurrence, en imposant à Liberty Media comme condition du rachat des obligations d'investissement très dissuasives destinées à créer le plus vite possible un concurrent à Deutsche Telekom pour les activités de télécommunications fixes. Le régulateur craignait par ailleurs les possibles répercussions du projet de Liberty Media en termes d'abus de position dominante dans la fourniture de contenu. Le nouvel opérateur aurait par exemple pu réduire l'offre de programmes existants, ou substituer ses propres chaînes à celles d'éditeurs indépendants.

La vente du réseau de Deutsche Telekom est toujours prévue, plusieurs consortiums associant des fonds d'investissements ont émis des offres ; la direction de Deutsche Telekom a indiqué début décembre 2002 que la transaction n'aurait finalement lieu qu'à la fin du premier trimestre 2003. Aujourd'hui, les deux candidats au rachat restants sont des fonds de *private equity* (une offre est portée par Goldman Sachs Capital Partners et Apax Parters, et l'autre par le fonds Hicks, Muse, Tate & First), avec des offres estimées à deux milliards d'euros environ, contre 5,5 milliards pour la proposition de Liberty Media : cette forte baisse correspond aux effets de la poursuite de la dégradation des valorisations des activités TMT, et de l'absence de projet industriel des nouveaux candidats à la reprise (Liberty Media était prêt à engager des sommes plus importantes car le rachat de l'activité de câblodistribution de Deutsche Telekom aurait servi les intérêts stratégiques de long terme du groupe en Europe, notamment pour ce qui est de la négociation des droits d'exploitation des contenus premium).

A moyen terme, le démantèlement du réseau historique de Deutsche Telekom et la constitution d'opérateurs disposant à la fois de l'accès aux consommateurs et de la gestion du backbone devrait entraîner une amélioration de la rentabilité du câble en Allemagne. Cette recomposition de la chaîne de valeur du câble est également censée permettre le développement de l'offre de services par la relance des investissements de numérisation des réseaux ; il n'est pas certain que cette modernisation présente un intérêt économique compte tenu des progrès rapides sur le marché de technologies numériques alternatives (l'Allemagne est ainsi le premier marché européen pour l'accès ADSL).

L'évolution du modèle allemand permet de tirer trois enseignements :

- La segmentation des activités de réseaux et de services peut facilement entraîner des effets pervers sur l'économie de la câblo-distribution (cf. infra, § 6.3) ;
- L'opérateur historique n'a aucun intérêt à améliorer techniquement son second réseau, qui pourrait concurrencer le premier ;
- Le calendrier du passage au haut débit est une variable clé du succès d'une technologie. En Allemagne, le câble a pris trop de retard par rapport à l'ADSL.

pour espérer le rattraper (cf. tableau 22 supra), ce qui dissuade encore plus les câblo-opérateurs d'investir dans la numérisation des infrastructures : le retard initial du câble se transforme peu à peu en une éviction pure et simple de cette technologie du marché de l'accès Internet haut débit.

3.1.2 Les marchés à faible taux de pénétration

Les pays où la base d'abonnés aux réseaux câblés reste inférieure à 15% du total des foyers équipés d'un téléviseur présentent a priori plus de similitudes avec le marché français que les pays d'Europe du nord. Les taux de couverture par les infrastructures s'y élèvent à environ 30% des foyers, à l'exception de la Grande-Bretagne où l'empreinte physique des réseaux est plus développée. Ces marchés ont en commun une forte implantation des bouquets de télévision par satellite.

3.1.2.1 Le câble britannique

Au Royaume-Uni, le marché du câble compte 3,77 millions de foyers abonnés sur une population totale équivalant à 24,6 millions de foyers, dont 13 millions sont raccordés au réseau, soit un taux de raccordement de 52,8% et un taux d'abonnement de 15,3% dans la population (23% dans la population raccordée). L'activité de câblodistribution se répartit entre les deux opérateurs NTL et Telewest après l'acquisition par NTL en 1999 des activités grand-public de Cable & Wireless, et le rachat par Telewest de plusieurs câblo-opérateurs locaux.

L'opérateur de télévision par satellite BskyB comptait fin 2001 5,8 millions de foyers abonnés, soit un taux de pénétration de 23,5%. L'attractivité du satellite est fortement renforcée par la détention de droits exclusifs sur la retransmission du football britannique et européen, ainsi que par le contrôle de plusieurs chaînes de cinéma en première exclusivité. Les câblo-opérateurs n'ont pas d'autre choix que d'inclure ces chaînes dans leurs bouquets pour recruter des abonnés, avec une marge réduite. A l'instar de la France, l'avantage concurrentiel des câblo-opérateurs britannique réside dans la commercialisation de services complémentaires à la télédistribution : accès Internet haut débit et téléphonie.

Le taux de pénétration des activités de télécommunications constitue la spécificité majeure du marché britannique du câble. A la fin de l'année 2001, les services de câblotéléphonie comptaient pour 14,2% du marché total des télécommunications fixes, contre 6,9% fin 1997. Les offres des câblo-opérateurs concernent essentiellement le marché résidentiel où leur pénétration atteint 17,9% contre 5,2% sur le marché professionnel. L'importance prise par cette activité de téléphonie est telle qu'un projet de dégroupage du câble semblable à celui de la paire de cuivre pour l'ADSL a pu être évoqué par l'OFTEL en 1999, avant d'être abandonné en 2001 compte tenu de la place encore relativement faible du câble sur le marché de la téléphonie, et du ralentissement de la croissance des câblo-opérateurs sur ce segment à la suite de leurs difficultés financières.

NTL

L'essentiel des clients de ce câblo-opérateur d'origine américaine se trouve en Grande-Bretagne. Le marché britannique a ainsi contribué à hauteur de 81% au chiffre d'affaires global du groupe en 2001. Les autres activités de NTL ont inclus historiquement la possession de quelques réseaux câblés en France, cédés début 2001 à Noos en échange de 27% du capital de l'opérateur (cf. tome 2). NTL dispose par ailleurs d'une présence en Irlande (100% de l'opérateur Cablelink), en Suisse (100% de l'opérateur Cablecom), ainsi qu'en Allemagne avec une participation de 33% dans e-Kabel et enfin en Suède avec 34% de l'opérateur B2.

NTL desservait fin 2001 4,8 millions de foyers au Royaume-Uni. Son chiffre d'affaires 2001 a atteint 4,1 milliards d'euros, en croissance de 9% par rapport à l'exercice précédent. Son résultat opérationnel était de 800 millions d'euros contre 372 millions d'euros en 2000. Néanmoins, les investissements engagés dans la couverture du territoire et le déploiement de son offre numérique (44% de ses abonnés souscrivent à

des offres couplées ou triplées incluant l'accès Internet et/ou le téléphone), ainsi que les acquisitions d'opérateurs réalisées tant au Royaume-Uni qu'à l'étranger ont lourdement accru sa dette.

En particulier, NTL a racheté en 1999 (avec l'aide de France Télécom) les activités résidentielles de son concurrent britannique Cable & Wireless pour la somme de 12 milliards d'euros, la transaction comprenant la reprise de sa dette évaluée à environ 3 milliards d'euros. Ce prix a valorisé l'abonné C&W à 6800 £. L'opération a permis à NTL d'augmenter considérablement sa part de marché en Grande-Bretagne en passant de 500 000 à 2 800 000 foyers abonnés. En 2000, l'opérateur suisse Cablecom fut acquis pour 3,5 milliards de dollars, ainsi que e-Kabel (Allemagne) et B2 (Suède). Ces acquisitions se sont faites sur la base de valorisations extrêmement élevées.

Tableau 29. Évolution de la dette de NTL

	1997	1998	1999	2000	2001
Endettement (milliards □)	2	5	9	15,2	22
Croissance annuelle (%)	-	150%	98%	70%	44%

Source : NTL

La dette de NTL est évaluée actuellement à 22 milliards d'euros. Les pertes nettes de NTL se sont élevées en 2001 à 18 milliards d'euros contre 3,3 milliards un an plus tôt. Le câblo-opérateur, n'ayant pas pu régler les intérêts de sa dette, a effectué une restructuration en 2002 qui s'est soldée par la reconversion d'obligations en actions pour 10,6 milliards de dollars et une injection de 500 millions de dollars de liquidités. L'entité britannique est désormais détenue à 100% par les anciens créanciers, qui détiennent également 85% des activités européennes non britanniques.

Telewest

Telewest est le deuxième câblo-opérateur britannique. Il compte 1,3 million d'abonnés aux services de télévision et 1,6 million d'abonnés téléphoniques, ainsi que des abonnés professionnels, pour un total de 3,3 millions de RGU (unités de génération de chiffre d'affaires). Le chiffre d'affaires 2001 de Telewest a atteint 2,1 milliards d'euros, pour un résultat opérationnel de 522 millions d'euros.

Telewest présente la particularité de dériver une part plus importante de son chiffre d'affaires de services de téléphonie (résidentiels et professionnels) que de la télévision. Par ailleurs, 10% environ du chiffre d'affaires provient d'activités de production audiovisuelle.

Tableau 30. Décomposition des revenus de Telewest

(millions □)	2000	2001	Variation
Chiffre d'affaires total	2 011	2 167	+8%
<i>Dont télévision</i>	468	538	+15%
<i>Dont téléphonie résidentielle</i>	771	799	+4%
<i>Dont téléphonie professionnelle</i>	321	348	+9%
<i>Dont accès Internet</i>	26	65	+150%
<i>Dont édition de chaînes et régie</i>	194	211	+ 8%

Source : Telewest

69% des abonnés de Telewest souscrivent à plus d'un service. L'accès à Internet comme la téléphonie génèrent des flux de revenus par abonné de 20% supérieurs à ceux des services de télévision traditionnels. Ainsi, le revenu mensuel moyen pour un abonné consommant seulement des services de télévision est de 20,75 £ (31 □) alors que celui d'un abonné aux services de téléphonie est de 25,1 £ (39 □). Compte tenu du grand

nombre d'abonnés couplés ou triplés de Telewest, le revenu moyen par abonné a atteint 40 £ par mois en 2001.

Le succès du numérique est permis par une remise à niveau des infrastructures à un rythme supérieur à la moyenne européenne. Du fait du coût du déploiement de ces infrastructures numériques et des dépréciations associées à l'achat de l'éditeur de chaînes Flextech, Telewest est en pertes nettes et sa dette s'élève à plusieurs milliards d'euros.

Tableau 31. Performances opérationnelles et financières des câblo-opérateurs britanniques en 2001

	NTL	Telewest
Réseau déployé (millions de foyers)	10,7	4,9
Nombre d'abonnés (millions)	4,8	1,8
Foyers abonnés / réseau déployé	45%	36%
Total RGU (millions)	7.8	3.3
% d'abonnés numériques	28%	54%
% d'abonnés multi-services	44%	69%
Chiffre d'affaires (milliards □)	4,19	2,16
Marge d'exploitation (% du CA)	12%	28%
Dette nette (milliards □)	21,9	7,8
Ratio dette nette / EBE	37,1	13,4
Ratio frais financiers / EBE	3,15	1,4

Sources : NTL, Telewest, Bear Stearns & Co., 2002

Le cas britannique illustre l'effet dévastateur de la concomitance de la bulle des télécoms et du passage au numérique sur le niveau d'endettement des câblo-opérateurs.

3.1.2.2 *Le câble en Espagne et en Italie*

Le câble est apparu très tardivement en Europe du sud, durant les années 1990, et en même temps que les bouquets de télévision par satellite (voire après eux). Ce départ tardif a eu des effets contrastés : si la pénétration du câble reste confidentielle en Italie, l'intérêt des foyers espagnols pour les offres des câblo-opérateurs est assez soutenu.

Le marché espagnol

Il n'y avait fin 2001 que 480 000 foyers abonnés au câble en Espagne. Ce chiffre n'est pas très élevé en valeur absolue, mais correspond à un taux de pénétration de 23% des prises construites (2 millions de foyers raccordés, sur un total national de 12 millions).

Les premières licences d'exploitation du câble ont été attribuées en 1996. Les réseaux étaient encore en construction lorsque les offres de télévision numérique par satellites ont été lancées. Malgré la vivacité de la concurrence sur le marché de la télévision payante, le câble a rapidement conquis des abonnés dans les grandes agglomérations espagnoles. Le marché se répartit entre deux opérateurs, Ono et Aunacable.

Le taux de croissance des abonnés au câble est très supérieur à celui des autres plateformes de télévision payante, même si les câblo-opérateurs continuent à enregistrer des pertes importantes. Le chiffre d'affaires du câble espagnol s'est élevé en 2000 à 355 millions d'euros. Sur ce marché émergent, les dépenses des opérateurs restent considérables, pour financer la construction des prises, le subventionnement des décodeurs numériques, et les campagnes de communication pour le recrutement des abonnés ; en conséquence les câblo-opérateurs espagnols ont connu des pertes opérationnelles de 456 millions d'euros en 2000 et de 372 millions d'euros en 2001. Ces résultats les ont amenés à fortement réduire leurs dépenses de communication et de marketing entre 2000 et 2001, d'où un ralentissement de la progression du nombre d'abonnés en 2001.

Tableau 32. Évolution des abonnés aux offres de TV payante espagnoles (milliers)					
	1999	2000	2001	Croissance 99-00	Croissance 00-01
Câble					
Ono	31	128	232	313%	+80%
Aunacable	12	69	166	446%	+137%
Satellite					
Sogecable	813	1 051	1 230	29,2%	+17%
Via Digital	440	633	806	43,8%	+27,3%
Autres					
Canal+	760	885	787	16%	-11%
QuieroTV (TNT)*	-	113	133	-	+18%

* QuieroTV a déposé le bilan en mai 2002

Source : CMT, rapport annuel 2001

Le lancement tardif du câble en Espagne a permis aux opérateurs d'intégrer dès l'origine la fourniture de services numériques dans leur plan d'affaires, et de construire des réseaux adaptés à l'échange de données et de communications vocales. Ces infrastructures récentes permettent d'innover en termes de services proposés ; ainsi, l'opérateur du réseau de Madrid (filiale d'Aunacable) a été en mesure d'instaurer en 2002 la gratuité des appels locaux entre abonnés au réseau. Ce type d'initiatives commerciales, auxquelles s'ajoutent des tarifs longue distance avantageux, justifient que les activités de télécommunications du câble génèrent pour l'instant un chiffre d'affaires supérieur à celui des services de télévision.

Globalement, le câble espagnol profite de la forte croissance actuelle des services de télévision payante en Espagne, et augmente rapidement sa part de marché.

Tableau 33. Part du câble dans le CA de la télévision payante en Espagne			
1998	1999	2000	2001
0%	0,95%	1,87%	6,55%

Source : CMT, rapport annuel 2001

Le cas de l'Italie

Le câble est pratiquement inexistant en Italie. Seulement 7% des foyers équipés d'un téléviseur sont raccordables à un réseau câblé, soit 1 450 000 prises, pour un total de 20,5 millions de foyers. Le taux d'abonnement au câble est également très faible, avec seulement 170 000 foyers abonnés en 2001 (0,8% du total des foyers italiens). Jusqu'à présent, le marché de la télévision payante repose pour l'essentiel sur les deux opérateurs de télévision par satellite Stream (News Corporation) et Telepiù (Canal+), qui ensemble comptaient un peu plus de deux millions d'abonnés fin 2001 (chiffre auquel il convient d'ajouter au moins un million de pirates).

Les premiers réseaux câblés italiens ont été construits au milieu des années 1990 seulement par Telecom Italia, dans le but d'y commercialiser le bouquet de chaînes numériques Stream. La privatisation en 1997 de l'opérateur historique et le succès croissant de Telepiù (Groupe Canal+) amenèrent finalement Telecom Italia à changer de stratégie et à distribuer ses chaînes par voie satellitaire en priorité. En 1999, 65% des actifs câble et satellite de Stream furent cédés à un groupe d'investisseurs américains et italiens emmenés par News Corporation. En juin 2002, Stream a racheté à Canal+ sa participation dans Telepiù afin de fusionner les deux opérateurs (la conformité de l'opération au regard du droit européen de la concurrence a depuis été validée par la Commission européenne).

3.2 Les déterminants de la rentabilité des activités de câblo-distribution

L'examen des marchés étrangers sur lesquels le câble a connu son plus fort développement permet de faire émerger un certain nombre de caractéristiques qui favorisent la rentabilité des opérateurs.

3.2.1 L'ancienneté de l'implantation du câble

Les pays où le câble bénéficie des taux de pénétration les plus importants sont assez logiquement ceux où le taux de couverture par les infrastructures est le plus élevé, et où les câblo-opérateurs commercialisent leurs services depuis le plus longtemps. Le câble y a été introduit alors que les technologies de diffusion alternatives comme le satellite étaient inexistantes ou très peu développées. Le câble offrait souvent une meilleure qualité de réception que la diffusion hertzienne (même lorsqu'il n'existait pas de programmes spécifiques et que le réseau câblé n'avait pas d'autre fonction que de remédier aux déficiences des émetteurs hertziens). Le câblage ne correspondait qu'à une modalité de transport de la télévision et une plus grande variété de programmes que le hertzien analogique. Un développement progressif à l'abri de la concurrence a alors permis aux câblo-opérateurs d'amortir leur investissement initial dans les infrastructures sans être accablés par un endettement excessif. De plus, le démarrage précoce du câblage des grandes agglomérations, comme aux Etats-Unis (autour de 1950, même si le câble n'a réellement commencé à se répandre que dans les années 1970), ou aux Pays-Bas (années 1970), laisse le temps au marché de la production d'accompagner l'émergence d'une nouvelle demande de contenus. L'asymétrie entre des plans de câblage de grande envergure et une réglementation rigide de la production et de la diffusion audiovisuelles semble devoir porter préjudice au déploiement harmonieux des réseaux câblés.

A fortiori, un lancement trop tardif du câble, dans un contexte de dérégulation déjà avancée des secteurs de l'audiovisuel et des télécommunications, risque de ne pouvoir trouver de justification : en Italie, les projets de construction de réseaux câblés ont été rapidement interrompus lorsqu'il s'est avéré qu'il serait plus efficient de substituer le satellite au câble pour le transport de l'offre de chaînes numériques mise au point par l'opérateur historique de télécommunications (sans préjudice des débats ultérieurs sur le rachat de Stream par News Corp. et la fusion avec Telepiù).

3.2.2 L'approche rationnelle des investissements matériels

Le déploiement du réseau requiert des investissements importants qui ne peuvent être rentabilisés qu'à long terme. Plusieurs facteurs interviennent dans la détermination du coût des infrastructures : l'étendue du réseau à construire, le choix de la technologie employée (HFC, RC2, VHF...) et les conditions de pose du câble (enterré ou aérien). L'étalement dans le temps des travaux est aussi un élément à prendre en compte. Dans le meilleur des cas, la construction des réseaux s'autofinance après la première tranche : les travaux d'extension du réseau ne sont engagés qu'une fois constatée l'acquisition d'abonnés sur la première tranche, ce qui génère des flux positifs pour l'opérateur et limite la nécessité de recourir au crédit pour la deuxième tranche, etc. Idéalement, dans ce schéma, les dernières tranches du réseau sont entièrement autofinancées. Etalée sur plus de 40 ans, la construction des réseaux américains a pu bénéficier de cette approche incrémentale, avec une limitation des coûts de pose du câble (câble aérien dans les zones résidentielles).

En France, la construction du réseau câblé de Metz, à partir de 1979, s'est inspirée de cette démarche afin d'engager le moins possible d'argent public et de laisser des partenaires privés financer l'extension du réseau, une fois l'intérêt de la population démontré sur la première tranche de construction. Cette approche consistant à construire un réseau simple et peu coûteux pour disposer rapidement d'un taux de pénétration intéressant est l'antithèse de celle suivie par le Plan câble français, dont l'idée directrice était la construction d'un réseau très en avance sur ses applications.

Plus la taille des zones à couvrir est limitée, avec une forte densité de population et un territoire géographique réduit, comme dans les pays du Benelux, moins l'investissement initial est lourd. Un déploiement progressif du réseau limité dans un premier temps aux zones les plus densément peuplées permet de réduire le niveau d'endettement de l'opérateur, et de consacrer par exemple

au marketing ou au service après-vente des sommes qui auraient été affectées au service de la dette.

3.2.3 La répartition du chiffre d'affaires entre les distributeurs et les éditeurs de chaînes

L'examen du fonctionnement des câblo-opérateurs étrangers souligne l'importance des revenus issus de la programmation dans l'équilibre économique du câble. En effet, le prix des chaînes cinéma et des chaînes thématiques premium commercialisées en option est fréquemment réparti entre le distributeur et l'éditeur sur une base équitable, proche de 50/50%. Les opérateurs ont donc tout intérêt à assurer la promotion de ces chaînes auprès de leurs abonnés. Aux États-Unis, le taux de pénétration du câble est suffisamment élevé pour que les opérateurs soient en mesure d'exiger le versement d'une redevance de la part des chaînes (thématiques) elles-mêmes, qui paient pour faire partie du service de base, ou du service de base étendu. Ces flux contribuent à maintenir la vente des bouquets de base comme principale source de revenus des câblo-opérateurs (cf. supra § 3.1.1.1).

En revanche, l'organisation du marché du câble dans d'autres pays prive les opérateurs de revenus associés à leur stratégie de diffusion de contenu.

Alors qu'aux États-Unis, les opérateurs bénéficient, d'une part, des revenus issus de l'abonnement des ménages et, d'autre part, des sommes versées par les chaînes, les câblo-opérateurs européens paient à leurs fournisseurs des redevances significatives pour la retransmission des contenus.

En Allemagne, par exemple, les abonnés paient une redevance fixe aux câblo-opérateurs, à laquelle s'ajoute une redevance payée aux chaînes pour le contenu. Le câblo-opérateur n'est donc pas rémunéré pour la fourniture de services, ce qui explique le faible revenu moyen par usager. La fourniture de services constitue en effet une activité rémunératrice du fait de sa valeur ajoutée pour le consommateur. Cette activité représente de plus une source de croissance et de nouveaux revenus du fait du développement des offres numériques et interactives. Dans une situation où le câblo-opérateur est chargé de l'ensemble de la facturation, même s'il reverse par la suite une redevance aux chaînes, il peut davantage exercer un contrôle sur l'offre de services disponible sur son réseau. Il a donc la possibilité d'utiliser sa connaissance de la demande pour faire appel à des fournisseurs alternatifs aux principaux éditeurs de programmes ou pour développer sa propre offre de contenu.

Les obligations de must-carry contraignent par ailleurs les câblo-opérateurs à diffuser gratuitement les programmes de base des services audiovisuels. En 2000, Deutsche Telekom a intenté une action en justice contre la télévision publique ARD en exigeant le versement d'une redevance de 1 million de DM par an (500 000 euros) pour la transmission de ses programmes. Les câblo-opérateurs s'avèrent les principaux acteurs concernés par ces obligations de must-carry, ce qui instaure des conditions de concurrence asymétriques entre les différentes technologies.

Les opérateurs intervenant sur des marchés pour lesquels l'offre de programmes premium est fortement concentrée entre les mains d'un acteur puissant, comme au Royaume-Uni, ont tout intérêt à essayer de développer des services non télévisuels. Des opérateurs comme NTL et Telewest ont ainsi vu dans la téléphonie le seul moyen de différenciation stratégique à leur disposition sur leur marché de référence.

Le tableau 34 retrace le revenu mensuel moyen par abonné de certains des opérateurs de télévision payante évoqués dans cette section.

Opérateur	Pays	Technologie	ARPU (€)
Telewest	Royaume-Uni	Câble	64,67
NTL	Royaume-Uni	Câble	62,50
ONO	Espagne	Câble	42,60
BskyB	Royaume-Uni	Satellite	40,14
Sogecable	Espagne	Satellite	34,23
ITV Digital*	Royaume-Uni	TNT	28,33
UPC	Pays-Bas	Câble	11,5
Primacom	Allemagne	Câble	9

*ITV Digital a cessé son activité début 2002

Source : Morgan Stanley Dean Witter, juillet 2001

3.3 Les sources des difficultés actuelles du câble européen

Les différents marchés du câble évoqués au point 3.1 présentent des caractéristiques spécifiques, liées à l'histoire de l'audiovisuel des pays traités, au niveau de réglementation des activités de télédistribution, et surtout, aux conditions de développement de l'environnement concurrentiel du câble. Indépendamment du niveau de maturité de chaque marché, il apparaît que l'arrivée des applications numériques du câble a eu un impact très significatif sur les comptes des opérateurs. L'équilibre économique que certains étaient progressivement parvenus à atteindre dans le cadre d'une activité de télédistribution simple en mode analogique a été rompu par les investissements associés à l'introduction des nouveaux services, et sa restauration suppose un important travail d'adaptation de la part des opérateurs.

3.3.1 L'intensification de la concurrence : satellite et télévision numérique terrestre

Sur la quasi-totalité des marchés européens, les câblo-opérateurs doivent faire face à la concurrence des plate-formes de télévision par satellite, et, parfois, de la télévision numérique terrestre.

3.3.1.1 La concurrence du satellite

La télévision par satellite répond de façon adéquate à la demande de qualité et de diversité de l'offre télévisuelle qu'expriment les téléspectateurs. Les prix pratiqués par les plate-formes de télévision par satellite sont souvent très attractifs et limitent les marges de manœuvre tarifaires des câblo-opérateurs. Le satellite s'est donc imposé sur certains territoires comme l'infrastructure principale du marché de la télévision numérique (cf. Angleterre et Espagne). Même en Allemagne où le câble reste le réseau de distribution dominant pour les programmes de télévision, les hésitations des câblo-opérateurs à investir dans le numérique ont pu encourager les ménages à s'équiper pour la réception satellite : 33% des foyers allemands possèdent ainsi une antenne parabolique ; toutefois, les abonnements à une offre payante de télévision par satellite ne concernent que 3% des foyers environ.

Néanmoins, les plate formes de satellites - à l'exception de BSkyB au Royaume Uni, et ses 5,8 millions d'abonnés - sont déficitaires et voient leur endettement s'accroître. En Espagne, les deux plate-formes satellitaires Via Digital et Canal Satellite Digital ont fusionné en 2002 pour atteindre une taille critique. En Italie, Stream et Telepiù ont annoncé leur fusion, afin de mettre fin à leur concurrence sur le marché de droits sportifs et affecter plus de ressources à d'autres objectifs, notamment la lutte contre le piratage.

3.3.1.2 La concurrence de la télévision numérique terrestre

La plupart des gouvernements européens étudient actuellement des projets d'attribution de licences pour des services de télévision hertziens numériques afin de promouvoir la

concurrence entre différents réseaux d'infrastructures pour la distribution de contenus audiovisuels numériques. Au delà des simples projets, plusieurs pays européens ont déjà suscité l'apparition d'offres de chaînes hertziennes numériques, en clair ou payantes¹¹.

Ces projets se sont concrétisés en Angleterre fin 1998 et en Espagne en 2000, avec le lancement des bouquets de chaînes ITV Digital et Quiero TV. Aux Pays-Bas, le consortium Digitenne rassemblant l'opérateur satellitaire et l'opérateur téléphonique KPN s'est vu attribuer des licences.

En 2002 ont eu lieu les premières cessations d'activités et faillites de ces plate-formes de télévision en raison des difficultés encourues pour atteindre rapidement une masse critique d'abonnés, ces difficultés étant dues en partie à la concurrence du satellite. L'opérateur britannique ITV Digital ayant conquis 1,2 millions d'abonnés a déposé son bilan du fait d'un endettement croissant lié à la concurrence avec BSkyB. Le développement de la plate forme de TNT avait nécessité un investissement cumulé d'1.5 milliards d'euros. De même, Quiero TV, deuxième plate forme de TNT lancée en mai 2000, a cessé ses activités avec une dette de 3 milliards d'euros et une clientèle limitée à 220 000 abonnés. Le coût de cessation de l'activité de l'opérateur s'est élevé à 600 millions d'euros. Aux Pays-Bas, l'opérateur Digitenne a reporté à plusieurs reprises le lancement de son offre commerciale, désormais prévu pour la fin de l'année 2003.

3.3.2 Le passage au câble numérique

Le passage au numérique nécessite de la part des câblo-opérateurs des investissements supplémentaires dans la remise à niveau des infrastructures de réseaux et dans la subvention des décodeurs afin de rendre la transition plus accessible aux ménages, et réduire leurs réticences à consommer les nouveaux services.

En Allemagne, Callahan Associates prévoyait ainsi d'investir 400 euros par foyer pour fournir une offre de services numériques sur la base de l'ancien réseau de Deutsche Telekom. Ce projet représentait plus d'un milliard d'euros pour les 3,5 millions de foyers concernés.

La demande de services numériques concerne actuellement davantage des offres d'accès haut débit à Internet que de télévision numérique. Bien que les offres numériques ne concernent encore dans le câble que peu d'abonnés, la numérisation des infrastructures et la commercialisation des nouvelles offres ont nécessité des investissements considérables.

L'exploitation des technologies numériques suppose par ailleurs l'introduction d'une offre de contenus plus diversifiée et différenciée de l'offre traditionnelle avec notamment les services de télévision interactive. Le développement de ces services nécessite des investissements dans la conception et la commercialisation de l'offre ainsi que des dépenses dans des alliances avec les fournisseurs de contenu qui se soldent parfois par des acquisitions. Les câblo-opérateurs se sont implantés dans la fourniture de contenu, à l'instar de Telewest avec l'acquisition du fournisseur de contenu Flextech ou de UPC affilié à Liberty Media, qui est présent dans cette activité. Cette diversification requiert donc de nouveaux investissements.

Ces investissements ne pourront être amortis qu'en fonction de la disposition à payer des consommateurs pour une offre numérique de meilleure qualité et pour les nouveaux services. Le succès rencontré par les offres groupées sur le marché britannique ainsi que leur impact sur le revenu par abonné montrent comment elles peuvent accentuer la compétitivité des réseaux câblés et renforcer leur essor sur des marchés à faibles taux de pénétration.

3.3.3 Une concentration conduite dans des conditions sous-optimales

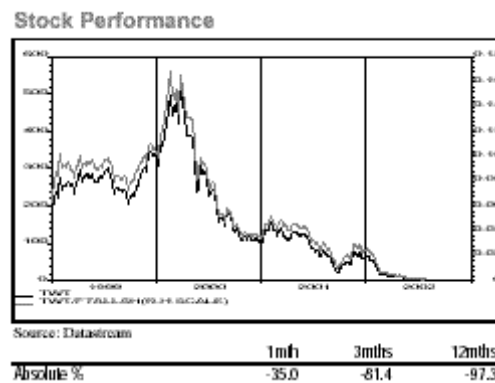
3.3.3.1 Les conséquences de la bulle Internet

La chute des cours de bourse des câblo-opérateurs peut être rattachée à leurs difficultés financières et à une rentabilité décevante. Elle a été accentuée par le dégonflement de la bulle spéculative autour des valeurs liées aux technologies de l'information et de la communication. L'effondrement des cours remonte au premier semestre de l'année

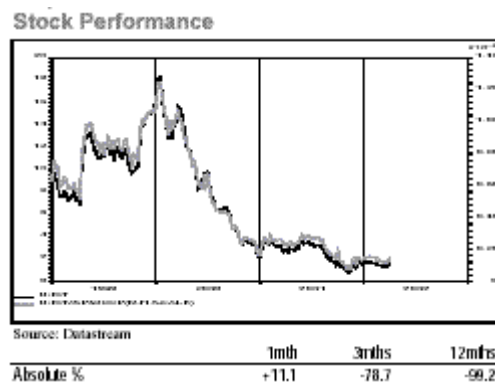
¹¹ Certains de ces projets sont évoqués plus en détail au chapitre 5 infra (§5.1.3.1).

2000, la baisse se poursuivant à un rythme plus lent en 2001 et 2002. Les cours des principaux opérateurs cotés ont ainsi chuté de près de 99% de mars 2001 à mars 2002.

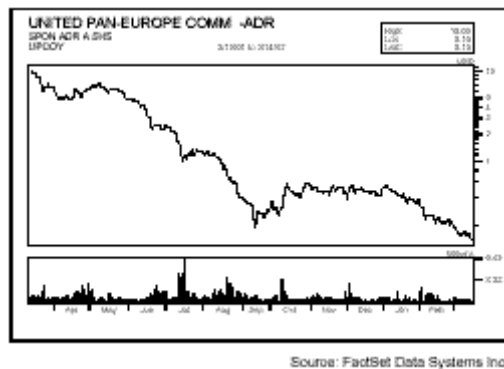
Le cours de Telewest (de janvier 2000 à avril 2002)



Le cours de NTL (de janvier 2000 à avril 2002)



Le cours d'UPC (de février 2001 à mars 2002)



Source : Datastream, 2002

Ces mouvements baissiers ont conduit les câblo-opérateurs engagés dans des acquisitions, tant à l'étranger que sur leur territoire d'origine, à provisionner des sommes conséquentes pour dépréciation de leurs actifs. Ces provisions se sont répercutées sur leur valeur d'entreprise et ont généré des pertes nettes considérables. Ainsi, l'opérateur NTL a dû passer une charge exceptionnelle de 13 milliards d'euros pour dépréciation d'actifs, obligeant France Telecom qui détient 18% de son capital à passer lui-même une charge de 4,5 milliards d'euros pour 2001.

La chute des cours contribue à reporter les projets d'augmentation de capital ainsi que de consolidation par rachat d'opérateurs car elle entraîne des conflits sur la valorisation des entreprises. Ces conflits peuvent néanmoins être contournés en procédant à des

fusions par échange d'actions, qui se font alors sur la base du nombre d'abonnés de chaque réseau, et avec une valorisation des abonnés individuels très inférieure.

3.3.3.2 *Des synergies entre tuyaux et contenus difficiles à mettre en oeuvre*

La constitution d'un réseau d'infrastructures étendu et d'une base d'abonnés de grande taille permet aux opérateurs de réaliser des économies d'échelles dans les contrats de remise à niveau des infrastructures passés avec les équipementiers, ainsi, dans une moindre mesure, que dans les contrats de fourniture de contenu. L'amortissement sur une plus grande base d'abonnés d'un montant élevé de droits de retransmission permet de proposer à chaque abonné une offre de services à des tarifs plus compétitifs. Or, théoriquement, la fourniture de contenu représente un axe de différenciation pour les câblo-opérateurs qui est susceptible d'accroître leur compétitivité relativement aux offres des technologies alternatives comme le satellite ou la télévision terrestre. En pratique, les câblo-opérateurs européens ne sont pas en mesure d'atteindre une taille suffisante pour pouvoir rivaliser avec les géants de la télévision payante Canal+ et BskyB. Malgré ses 8 millions d'abonnés européens, le groupe UPC est encore trop fragmenté (présent dans 17 pays d'Europe) pour pouvoir espérer e Deutsche Telekom par Liberty Media semble d'ailleurs avoir donné un coup d'arrêt (momentané ?) aux projets de croissance externe de UPC.

Les accords passés entre opérateurs d'infrastructures et éditeurs de contenu sont une source de difficultés. Il s'agit d'abord de déterminer quel type d'acteur est en charge de la facturation et du recouvrement auprès des consommateurs. Comme le montre le contre-exemple de l'Allemagne, où les éditeurs de chaîne se rémunèrent directement auprès des abonnés, le câblo-opérateur a intérêt à proposer directement une offre de services à ses clients et à la leur facturer. Il peut ainsi développer une offre originale de contenu, disponible exclusivement sur son réseau ou qu'il pourrait diffuser auprès d'autres opérateurs moyennant rémunération. En pratique, du fait du montant élevé des droits de retransmission, les opérateurs qui acquièrent des contenus les redistribuent souvent à d'autres opérateurs pour amortir leurs frais. Les mêmes offres sont donc fournies sur une pluralité de réseaux, tant câblés que ceux des satellites. Ce partage des contenus accroît les litiges sur les modalités de versements entre opérateurs, portant par exemple sur la part des revenus réservée à la fourniture de services et celle réservée à la fourniture d'infrastructures.

Le câblo-opérateur est de plus souvent dans l'obligation de donner accès à son réseau aux chaînes gratuites et aux programmes les plus couramment regardés à des conditions de must-carry le privant de rémunération pour son activité de diffuseur en dépit des coûts encourus du fait de la transmission de ces contenus. Il favorise donc des tarifications de l'accès orientées vers les coûts ainsi que des clauses contractuelles non discriminatoires, ce qui prive les câblo-opérateurs des revenus issus de la valeur ajoutée des services. Aux Pays Bas, en raison de ce principe, UPC a été contraint par l'autorité de régulation à réviser à la baisse les tarifs d'accès à son réseau pour diffuser les contenus venant de l'opérateur satellitaire.

4 LES CONDITIONS D'EXPLOITATION DU CÂBLE EN FRANCE : HANDICAPS HISTORIQUES ET PROBLÈMES CONJONCTURELS

Aujourd'hui, au moins deux des quatre principaux câblo-opérateurs français sont sur le marché, mis en vente par leur actionnaire principal, lassé de financer en pure perte ce qui apparaît comme une activité structurellement déficitaire. Les choix politiques et technologiques qui ont présidé à la création du câble français ont lourdement influé sur son développement depuis 20 ans. Les conditions d'exploitation des activités de câblodistribution souffrent encore d'erreurs stratégiques commises dans les années 1980, même si le choix d'options technologiques particulièrement coûteuses pour les réseaux câblés, et l'imposition d'un cadre réglementaire parfois inutilement contraignant ne suffisent pas à eux seuls à expliquer les problèmes récurrents du câble. Une partie des difficultés résulte en effet d'anticipations erronées des opérateurs du câble eux-mêmes, et d'une certaine maladresse dans la mise en œuvre de leur stratégie de développement. Toutefois, on ne peut nier que certaines orientations remontant à l'époque de la naissance du câble français continuent à obérer les perspectives de rentabilité de cette activité.

4.1 Les conditions historiques de la construction des réseaux câblés français

La décision de développer le câble en France a été prise au début des années 1980, à une époque où ni le cadre réglementaire de l'audiovisuel, ni les coûts de production des programmes ne permettaient d'envisager une croissance rapide de l'offre de contenus audiovisuels. Plusieurs sites avaient été câblés dans les années 1970 dans le cadre d'expériences pilotes, parmi lesquelles la construction du premier réseau en fibre optique à Biarritz.

Ces expériences aboutirent en novembre 1982 à l'annonce du Plan câble, un vaste projet de câblage des grandes agglomérations françaises, sous l'égide de l'État (via la Direction Générale des Télécommunications, rattachée au Ministère des PTT). Le Plan câble a pour objet la construction de réseaux câblés pour 52 des plus importantes villes de France par les services de la DGT, qui resterait propriétaire des infrastructures à la fin des travaux, alors que l'exploitation des réseaux serait confiée dans chaque ville à une société d'économie mixte (Sociétés locales d'exploitation du câble, ou SLEC). La première version du Plan câble prévoit la construction de 10 millions de prises, pour un investissement global de 20 milliards de francs de l'époque (3,05 milliards d'euros).

Compte tenu du retard de la France dans le développement du câble par rapport à ses voisins immédiats, il est décidé d'ignorer la technologie mature du câble coaxial, utilisée par les pays qui ont construit leurs réseaux dans les années 1970, au profit de la technologie émergente de la fibre optique. Ce saut générationnel témoigne de l'ampleur du projet français, mais suppose de résoudre, à grands frais, de nombreuses difficultés techniques. Malheureusement, on ne constate pas le même niveau d'ambition pour la création de nouveaux contenus audiovisuels destinés au câble : bien que le Plan câble comporte des mesures spécifiques en faveur du développement de l'offre des futurs programmes du câble, les grandes transformations du paysage audiovisuel français du milieu des années 1980 ne toucheront que les acteurs de la télévision hertzienne.

4.1.1 Le choix de réseaux en fibre optique

Le choix de la fibre optique pour la construction des réseaux représente l'un des problèmes originels du câble français. La supériorité technologique de la fibre sur le câble coaxial ne fait aucun doute en théorie ; cependant, en 1982, la technologie n'a pas atteint un stade de maturité suffisante pour des projets de déploiement de l'ampleur de ceux envisagés par le Plan câble. Les travaux préparatoires à la pose des réseaux seront plus longs que prévus initialement ; surtout, certaines des solutions techniques envisagées au départ devront être modifiées en cours de route pour tenir compte des réalités du terrain, après des débats houleux entre partisans et adversaires du « tout fibre » au sein de la DGT. Dans de nombreux cas, pour maintenir à un niveau raisonnable le coût du réseau et permettre sa mise en service dans les délais prévus, la DGT réduit l'ambition des travaux, et construit des réseaux mixtes : le transport repose sur de la fibre optique, mais la distribution du signal aux particuliers passe par un câble coaxial en cuivre, beaucoup moins onéreux.

Par ailleurs, les autres éléments de la chaîne de valeur de l'audiovisuel et des télécommunications ne justifiaient pas la mise en œuvre de cette technologie d'avant-garde : les applications capables

de tirer parti de la bande passante disponible sur les réseaux en fibre n'étaient pas encore prêtes, ou ne dépassaient pas le stade expérimental. Enfin, la télévision est au début des années 1980 le seul terminal de réception des signaux répandu dans les ménages ; l'informatique domestique est alors réservée à une petite minorité de défricheurs, et la capacité de traitement des ordinateurs de l'époque n'est pas commensurable à la capacité de transport d'information des réseaux en fibre.

Le dispositif mis en place dans le cadre du Plan câble pour exploiter les réseaux à l'issue de leur construction s'avéra aussi impraticable, en raison notamment de la complexité juridique et financière du régime des sociétés locales d'exploitation du câble (SLEC). Confronté à la perspective d'un échec complet du câble, le gouvernement issu des élections législatives de 1986 essaie une nouvelle approche, dans laquelle l'État perd le monopole de la construction des réseaux câblés, et les collectivités locales celui de leur exploitation. La possibilité d'une gestion des réseaux en régie ou par le biais d'une société d'économie mixte est conservée pour les communes qui le souhaitent ; toutefois, le nouveau cadre juridique du câble repose sur l'attribution d'une concession de service public par les collectivités locales à des opérateurs privés chargés de la construction, de l'entretien et de la commercialisation de services auprès des habitants. Les réseaux construits au titre du Plan câble restent la propriété de France Télécom, qui devient le prestataire technique des opérateurs commerciaux du câble, en charge de la relation à l'abonné.

Aucun des trois opérateurs qui se déclarent alors candidats à la reprise des réseaux du Plan câble (en plus de France Télécom) n'est issu du secteur de l'audiovisuel¹² ; en revanche, tous peuvent se prévaloir d'une expérience séculaire de la concession de service public : la Lyonnaise des Eaux, la Compagnie Générale des Eaux et la Caisse des Dépôts et Consignations. Ces trois acteurs ont pour eux une connaissance approfondie du droit administratif, des problématiques d'aménagement du territoire et du génie civil, ainsi qu'un intérêt pour la pose de réseaux en fibre, qui apparaissent comme un nouvel usage prometteur des gaines et des canalisations existantes ; en revanche, la distribution de contenus de divertissement représente pour eux un territoire nouveau, qui nécessite d'adresser un discours commercial efficace et direct au consommateur final.

En 1986, la construction des réseaux du Plan câble n'est pas terminée, et les trois nouveaux entrants de la câblodistribution doivent composer avec des choix techniques auxquels ils n'ont pas été associés ; surtout, la logique du Plan câble ayant privilégié le câblage des villes de plus de 100 000 habitants, le développement du potentiel d'abonnés se fait nécessairement en liaison avec France Télécom, d'où des difficultés techniques et commerciales récurrentes, dues à l'absence de maîtrise matérielle du réseau par les opérateurs. Les câblo-opérateurs privés ont donc pour principale priorité de se constituer une base d'abonnés sur les réseaux existants ou en construction durant la deuxième moitié des années 1980. Les investissements en vue de l'extension des réseaux des centre-villes vers les zones périphériques, ou la construction ex nihilo de réseaux dans des villes petites ou moyennes, attendront quelques années. Ce décalage explique qu'aujourd'hui de nombreuses agglomérations soient imparfaitement câblées (seulement la ville-centre, dans le cadre du Plan câble), ou l'aient été par deux opérateurs différents¹³.

Les difficultés des trois grands opérateurs privés ont laissé une marge de manœuvre à d'autres acteurs pour entrer sur le marché. Ce seront d'abord, au début des années 1990, des sociétés françaises : TDF et EDF (via sa filiale Videopole), suivies un peu plus tard par des opérateurs européens ou américains : Médiaréseaux (filiale de Philips Cable), KPN Kabel, Time Warner Cable, etc. Bon nombre des réseaux mis en place par ces sociétés seront d'ailleurs rachetés par les grands opérateurs à la fin des années 1990 (c'est ainsi en particulier que le groupe UPC s'est implanté en France à partir de 1997-98 – cf. historique d'UPC France dans le tome II) ; la Caisse des Dépôts et Consignations s'est quant à elle retirée de la câblo-distribution fin 1994, en vendant pour un prix faible ses réseaux concessifs à Lyonnaise Communications et à la Compagnie Générale des Eaux (la transaction valorisa à zéro la dette issue de la construction de ces réseaux).

¹² Qui relève en 1986 encore pour l'essentiel du secteur public.

¹³ Comme par exemple dans le département du Rhône, où les deux villes les plus importantes, Lyon et Villeurbanne, dépendent de NC Numéricâble, alors que les autres communes de l'agglomération lyonnaise ont été câblées dans les années 1990 par UPC France.

4.1.2 La diversification de l'offre de chaînes hertziennes

L'un des objectifs affichés de la mise en oeuvre du Plan câble fut la volonté de remédier à la pauvreté de l'offre de programmes audiovisuels en France, à l'époque limitée aux trois chaînes publiques TF1, Antenne 2 et FR3 (qui émettaient 18 heures par jour), et aux télévisions périphériques reçues dans certaines parties du territoire : Télé Monte Carlo en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, et RTL au nord-est de la France.

Le câble offrait la possibilité de découpler l'offre de programmes et ainsi de satisfaire la demande latente du public. Toutefois, une grande partie de cette demande fut absorbée au milieu des années 1980 à la suite de la création de nouvelles chaînes hertziennes privées, simultanément à la mise en place du câble.

L'apparition fin 1984 de Canal+, puis au début de l'année 1986 de La Cinq (généraliste) et de TV6 (chaîne musicale financée par Publicis et par les maisons de disque, qui fit rapidement faillite et fut remplacée par M6 en 1987) absorba une grande partie de la capacité d'investissement des acteurs de l'audiovisuel français au milieu des années 1980 ; surtout, la proposition éditoriale nouvelle de Canal+ (films récents et sport en exclusivité) séduisit de nombreux foyers disposés à s'abonner à une offre de télévision payante. A partir de 1986, beaucoup de réseaux câblés furent mis en service dans des zones où les consommateurs avaient déjà affecté leur budget audiovisuel à un abonnement à Canal+. Le tableau 35 présente une chronologie simplifiée de l'évolution du paysage audiovisuel français dans les années 1980.

Tableau 35. La transformation du paysage audiovisuel français, 1982 - 1988

Date	Événement
9 juin 1982	Annonce par F. Mitterrand de la création d'une quatrième chaîne hertzienne
3 novembre 1982	Lancement du Plan câble
1 ^{er} août 1984	Loi créant les sociétés locales d'exploitation du câble
Novembre 1984	Début de la diffusion de Canal+ (avec 186 000 abonnés)
Janvier 1985	Début de la construction du réseau câblé parisien
16 janvier 1985	Annonce des 5 ^{ème} et 6 ^{ème} chaînes hertziennes
20 février 1986	Première diffusion de La Cinq
1 ^{er} mars 1986	Première diffusion de TV6
Mai 1986	Un million d'abonnés à Canal+
14 mai 1986	Annonce de la privatisation de TF1
30 septembre 1986	Loi 86-1067 relative à la liberté de communication
Décembre 1986	Ouverture partielle du réseau câblé parisien
16 avril 1987	Privatisation de TF1
Octobre 1987	Deux millions d'abonnés à Canal+
29 décembre 1987	Décret relatif aux services de radio et de télévision distribués par câble
Décembre 1987	Ouverture de 10 réseaux du Plan Câble dans les grandes agglomérations françaises
Décembre 1988	100 000 abonnés au câble, un million de prises raccordables

Sources : éditeurs de chaînes, CSA

Aux États-Unis, la présence de chaînes de cinéma premium sur le câble a favorisé le développement des réseaux (avec HBO à partir de 1975, suivie d'autres chaînes dans les années 1980). Le contexte politique et économique de la France a abouti à l'apparition d'une chaîne premium hertzienne en 1984 : le câble a ainsi été privé d'un produit d'appel exclusif, qui aurait pu fortement influencer sur son adoption par les consommateurs. Ce n'est qu'en décembre 1988 qu'apparaîtra, sous l'impulsion de Canal+ et de la CGE, la première chaîne cinéma dite de deuxième fenêtre (Ciné Cinémas), qui proposera aux abonnés au câble des films certes récents, mais déjà vus six mois auparavant sur Canal+. L'attractivité des deux produits n'est pas comparable, et l'émergence de chaînes de deuxième fenêtre n'entame aucunement la prééminence de Canal+ sur le marché de la télévision premium.

La pénurie de contenus du câble fut l'un de ses plus importants handicaps à son lancement. Par exemple, l'autorisation d'exploitation du réseau de Paris délivrée le 18 décembre 1987 à la SLEC

Paris-Câble par la CNCL¹⁴ comporte une liste exhaustive des chaînes diffusées sur le réseau : les 16 canaux n'accueillent que 17 chaînes, ainsi réparties : les six chaînes hertziennes, trois chaînes publiques hertziennes étrangères (BBC1, ZDF, RAI1), trois chaînes étrangères du câble ou du satellite (CNN, MTV, Sky Channel), deux chaînes hertziennes « périphériques » (RTL TV et Télé Monte-Carlo), TV5 (obligation légale), Paris Première (canal local) et Canal J. Cette dernière est donc la seule chaîne thématique française à vocation nationale du câble parisien au moment de la commercialisation de l'offre. L'exemple parisien est emblématique de la question des contenus : même si ce premier bouquet élargit effectivement le choix des programmes accessibles aux abonnés par rapport à l'offre des chaînes hertziennes, la quantité de chaînes étrangères dans l'offre globale illustre les difficultés du câble à ses débuts pour proposer du contenu.

Le cas de Paris Première est aussi significatif : créée en 1986 en tant que canal local du réseau parisien, la chaîne a été reprise à partir de 1991 sur d'autres réseaux câblés en manque de contenus, et s'est progressivement transformée en chaîne nationale, en privilégiant l'actualité culturelle plutôt que l'actualité parisienne¹⁵.

La nécessité de diversifier l'offre de contenus du câble apparaît très rapidement aux actionnaires des opérateurs titulaires des nouvelles concessions (hors Plan câble), qui entrent systématiquement au capital des chaînes thématiques à la charnière des années 1990, via des filiales séparées¹⁶. Ces participations leur permettent d'exercer une influence sur le développement de l'offre de contenus, et d'assembler les chaînes en bouquets pour présenter au public des offres plus attractives.

Il se produit un double mouvement : les câblo-opérateurs abandonnent rapidement les chaînes qu'ils avaient créées eux-mêmes à la fin des années 1980 (ex. « Ciné Folies », « C'était hier »), pour des chaînes aux concepts plus aboutis, et au capital desquelles apparaissent des acteurs de la télévision hertzienne ou de la production audiovisuelle (tableau 36).

Tableau 36. L'actionnariat des chaînes historiques du câble et du satellite au 31/12/1995

Chaîne	Création	Principaux actionnaires
TV5	1984	Chaînes publiques francophones
Canal J	Décembre 1985	Lyonnaise Communications, Canal+, Caisse des Dépôts
Paris Première	Décembre 1986	Lyonnaise Communications, Canal+
Eurosport France	Février 1988	Compagnie Générale de Vidéocommunications, Canal+, TF1
Planète	Septembre 1988	Lyonnaise Communications
Ciné Cinémas	Décembre 1988	Compagnie Générale de Vidéocommunications, Lyonnaise Câble, Canal+, Caisse des Dépôts
MCM	Juillet 1989	Compagnie Générale de Vidéocommunications, Lyonnaise Câble, Canal+, NRJ
Canal Jimmy	Janvier 1991	Compagnie Générale de Vidéocommunications, Lyonnaise Câble, Canal+

Sources : chaînes, J. Perani « La télévision par câble en France » in *Réseaux* n°80, 1996

La présence de Canal+ au capital de la plupart de ces chaînes thématiques est liée à la volonté de la chaîne de participer à l'organisation d'un second marché de la diffusion d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques : compte tenu de l'importance de ses obligations de financement de la production, Canal+ avait intérêt à remonter la chaîne de valeur de l'audiovisuel tant vers l'amont (production cinéma, distribution en salles, gestion de droits sportifs) que vers l'aval (chaînes cinéma de deuxième fenêtre, chaînes thématiques : documentaires, sport...).

Le groupe Canal+ apportera peu de temps après une contribution décisive au développement du marché français de la télévision de complément, en lançant la première offre commerciale de télévision par satellite en 1992. Le succès rapide de CanalSatellite puis de TPS a suscité le

¹⁴ Décision 87-381 du 18 décembre 1987, publiée au J.O. le 30 décembre 1987.

¹⁵ Paris Première a parachevé cette évolution en étant référencée par CanalSatellite en 1993 puis TPS en 2000.

¹⁶ Part'com pour la Caisse des Dépôts, Générale d'Images pour la CGE, etc.

lancement de nombreuses nouvelles chaînes thématiques, qui par ricochet ont permis aux câblo-opérateurs d'étoffer leur offre (à travers de nouvelles formes d'abonnement à la carte rendues possibles par l'arrivée du câble numérique). Le câble a ainsi pu progressivement répondre aux attentes d'un public varié, et aujourd'hui les offres numériques haut de gamme des opérateurs du câble n'ont plus rien à envier, dans leur diversité, à celles des opérateurs du satellite (même si elles restent proportionnellement plus coûteuses)¹⁷.

Les opérateurs de télévision par satellite ont connu au cours des six dernières années un taux de croissance très supérieur à celui enregistré par les opérateurs du câble. Différents facteurs, notamment technologiques et commerciaux, ont contribué à cette meilleure performance du satellite, également facilitée par l'existence de contraintes réglementaires spécifiques pour le câble.

4.2 Une réglementation de la télédistribution défavorable au câble

Le droit français de l'audiovisuel a progressivement évolué pour tenir compte de l'apparition de la télévision privée et de la télévision payante, puis de la télévision thématique. La réglementation a aussi intégré la diversification des réseaux et des technologies de diffusion : hertzien analogique, câble analogique, satellite, câble numérique et en dernier lieu la télévision numérique hertzienne.

Cependant, ce processus d'évolution a pris place sans que soient discutés certains aspects de la réglementation du câble qui pris ensemble contribuent aux difficultés d'exploitation des opérateurs. Les câblo-opérateurs sont soumis à certaines règles spécifiques, plus contraignantes que celles qui concernent les opérateurs de télévision par satellite.

4.2.1 Une croissance géographique limitée par la loi

Le marché français du câble se présente comme une succession d'exclusivités territoriales, réparties entre quatre opérateurs d'envergure nationale qui se partagent l'essentiel des prises et des abonnés, et quelques acteurs régionaux ou locaux de taille nettement inférieure. Compte tenu du monopole de fait sur la vente de contenus de télévision thématique dont jouissaient les câblo-opérateurs dans les zones qu'ils desservent avant l'arrivée des plate-formes du satellite¹⁸, le législateur français a voulu poser des limites à leur extension territoriale afin de garantir une concurrence indirecte entre les acteurs.

La loi du 30 septembre 1986 fixe à huit millions de personnes l'empreinte territoriale maximale possible pour un même opérateur du câble :

« Une personne titulaire d'une ou de plusieurs autorisations relatives chacune à l'exploitation d'un réseau distribuant par câble des services de radiodiffusion sonore et de télévision ne peut devenir titulaire d'une nouvelle autorisation relative à un service de même nature si cette autorisation devait avoir pour effet de porter à plus de huit millions d'habitants la population recensée des zones desservies par l'ensemble des réseaux qu'elle serait autorisée à exploiter » (article 41, 9^{ème} alinéa).

Cette disposition limite donc strictement la taille maximale d'un opérateur, mais sans fournir toutes les indications souhaitables quant à ses conditions de mise en œuvre. En effet, la rédaction de l'article 41 de la loi de 1986 ne précise pas si le franchissement du seuil de huit millions de personnes se constate en prenant pour référence les foyers effectivement raccordés aux réseaux d'un opérateur (qu'ils soient ou non abonnés à un service), les foyers des zones dont la couverture est prévue, quel que soit l'état d'avancement des travaux, ou bien la population totale de chacune des communes d'implantation de l'opérateur.

Les deux dernières méthodes de comptabilisation aboutissent souvent à des résultats très proches dans la mesure où la plupart des contrats de concession prévoient le câblage de la totalité des zones résidentielles des communes. La vérification du dépassement du seuil des 8 millions de

¹⁷ Les opérateurs du câble proposent d'ailleurs en option à leurs abonnés numériques les produits exclusifs des deux bouquets satellite : un abonné à Noos peut ainsi accéder à la fois à TPS Star et à CinéCinemas.

¹⁸ Il est en général très difficile (mais pas impossible) de souscrire un abonnement individuel au satellite dans les centre-ville les plus densément peuplés. La réception collective est envisageable ; les opérateurs de télévision par satellite déploient d'ailleurs des efforts de communication spécifiques en direction des syndicats de copropriété et des administrateurs de biens.

personnes est de toute manière problématique dans la mesure où les câblo-opérateurs câblent des immeubles, maisons individuelles ou habitats collectifs, sans être nécessairement informé du nombre d'occupants permanents de ces bâtiments. Par ailleurs, les câblo-opérateurs peuvent être amenés à construire des prises dans des lieux publics (écoles, administrations, hôpitaux...), souvent à la demande du concédant, ou dans des lieux privés inhabités (selon les définitions de l'Insee) : hôtels, entreprises, locaux commerciaux...

Ces paramètres compliquent l'estimation du nombre d'habitants desservis par les réseaux. D'après les résultats du dernier recensement de la population française, en date de 1999, chaque logement français compte en moyenne 2,4 occupants¹⁹.

Pour tenir compte de la démographie des habitants des centre-ville où le câble est implanté en priorité (surreprésentation des célibataires et des couples sans enfant), et intégrer les variables d'ajustement évoquées précédemment, l'application d'un coefficient multiplicateur de 2,2 paraît plus réaliste afin d'évaluer la quantité réelle des habitants des zones couvertes par le câble, même s'il existe des disparités importantes entre les opérateurs (en particulier entre Noos, dont 50% des prises raccordables se trouvent à Paris et en proche banlieue, et UPC France, dont une grande partie des réseaux se trouvent dans des zones péri-urbaines).

Tableau 37. Estimation en individus de l'empreinte des câblo-opérateurs			
Opérateurs	Nombre de prises	Personnes couvertes	
		Moyenne France coefficient 2,4	Centre ville coefficient 2,2
Noos			
Prises raccordables	2 927 541	7 026 098	6 440 590
Prises à terme	3 428 768	8 229 043	7 543 289
NC Numéricâble			
Prises raccordables	2 298 293	5 515 903	5 056 244
Prises à terme	2 646 543	6 351 703	5 822 394
France Télécom Câble			
Prises raccordables	1 534 004	3 681 609	3 374 808
Prises à terme	2 031 582	4 875 796	4 469 480
UPC France			
Prises raccordables	1 340 400	3 216 960	2 948 880
Prises à terme	2 656 600	6 375 840	5 844 520

Source : Aform, données au 30/09/02

Cette estimation rapide permet de constater qu'en l'état actuel d'achèvement des réseaux, aucun câblo-opérateur ne dépasse le seuil des 8 millions d'habitants desservis, et que la construction de la totalité des prises prévues par les opérateurs ne suffirait pas non plus à le franchir²⁰. En revanche, toute tentative de fusion entre deux opérateurs (ou plus) tomberait sous le coup de cette restriction légale.

Or, le contexte concurrentiel de l'exploitation du câble a beaucoup évolué depuis quinze ans. S'il est vrai que les opérateurs du câble bénéficient toujours d'un monopole de fait sur la télévision de complément dans les zones urbaines les plus denses, où la prédominance de l'habitat collectif rend difficile la pose d'antennes paraboliques, l'extension progressive des réseaux câblés a amené les opérateurs dans des zones d'habitat individuel péri-urbaines où s'exerce une concurrence frontale avec le satellite. Au delà de ces zones mixtes, les opérateurs du satellite peuvent à leur tour disposer d'un monopole technologique de fait sur les régions rurales (mais dans tous les cas la concurrence subsiste entre CanalSatellite et TPS).

La télédistribution est la seule application du câble pour laquelle subsiste la dimension de monopole territorial. Pour les nouveaux usages des réseaux, accès Internet et téléphonie, la concurrence est frontale avec la boucle locale cuivre, et en particulier l'ADSL. Dans un avenir

¹⁹ Source : Insee Première n°789, juillet 2001.

²⁰ D'autant plus que certains câblo-opérateurs estiment que la quantité de prises raccordables de leurs réseaux est surestimée par rapport à la réalité. Cf. infra, § 4.3.1.2.

assez proche, la mise en service de la télévision numérique terrestre pourrait introduire une concurrence en centre-ville sur les services de télévision de complément²¹.

Le satellite, la TNT et l'ADSL proposent aux consommateurs l'équivalent fonctionnel de l'ensemble des services offerts par le câble ; or aucune de ces technologies ne fait l'objet de restrictions légales quant au nombre de personnes pouvant être couvertes par un même opérateur.

C'est pourquoi la limitation à 8 millions d'habitants de l'empreinte maximale d'un opérateur de réseau câblé semble aujourd'hui très difficile à justifier. Ce seuil devrait disparaître, pour faciliter un éventuel rapprochement entre opérateurs, ou au minimum des échanges de réseaux qui permettraient aux différents acteurs de rationaliser leur couverture.

4.2.2 Le régime de la concession de service public

La loi du 30 septembre 1986 entérine le principe de l'initiative locale de la construction des réseaux câblés. Les communes (ou les groupements de communes) choisissent au terme d'un appel d'offres un prestataire, qui est autorisé à exploiter commercialement le réseau qu'il s'engage à construire (ou à louer à France Télécom dans l'hypothèse d'une commune du Plan câble).

Le régime de la concession de service public permet aux collectivités d'équilibrer en leur faveur la relation nouée avec les câblo-opérateurs. L'autorité concédante est en effet en droit d'exiger du concessionnaire le respect de clauses de service public, comme le versement d'une redevance, la participation financière ou matérielle à l'animation d'un canal local de télévision, ou l'engagement à câbler en priorité les établissements scolaires, hospitaliers, etc., présents sur le territoire visé par le contrat de concession. L'article 34 de la loi du 30 septembre 1986 permet également au concédant d'exercer un contrôle a priori sur l'offre de programmes du concessionnaire.

Instaurées dans la perspective d'un développement du câble comme un outil de portée essentiellement locale, largement ouvert aux contenus de proximité, ces dispositions ont perdu une grande partie de leur raison d'être. L'intensification de la concurrence dans le secteur de la télédistribution et de l'accès Internet haut débit amène les câblo-opérateurs à dénoncer le régime de la concession de service public. Ils pointent plusieurs effets négatifs, directs ou indirects, de ce cadre juridique sur les conditions d'exploitation des réseaux, et partant, sur les perspectives de rentabilisation des investissements consentis.

En premier lieu, les clauses spécifiques insérées dans les contrats de concession alourdissent le coût d'exploitation des réseaux par prise, sans que ces charges supplémentaires imposées aux opérateurs débouchent sur des revenus supplémentaires (même si la présence sur un réseau câblé d'un canal local peut inciter certains habitants à s'abonner). Les redevances imposées par les collectivités locales s'ajoutent aux coûts fixes déjà très élevés des opérateurs.

Le principal reproche fait au régime de concession de service public par les opérateurs du câble est la difficulté à valoriser auprès d'investisseurs potentiels des infrastructures dont ils n'ont pas la pleine propriété. Le principe du retour des réseaux aux collectivités au terme du contrat de concession limite considérablement la marge de manœuvre des opérateurs dans leurs discussions avec d'éventuels partenaires susceptibles d'apporter des liquidités, des contenus ou un savoir-faire technologique.

Un argument valable à opposer à la disparition des régimes concessifs consiste à souligner le peu d'empressement que mettraient les câblo-opérateurs à investir pour entretenir, améliorer ou étendre leur réseau, notamment en direction de quartiers périphériques moins denses et moins intéressants économiquement que les centre-ville, s'ils n'étaient pas soumis à un cadre contraignant dès le départ.

Le régime du câble issu de la loi du 1^{er} août 2000 prévoit aussi pour les câblo-opérateurs une obligation de transport des chaînes en clair de la télévision numérique terrestre, à laquelle les opérateurs de télévision par satellite ne sont pas tenus. Cette contrainte asymétrique sera discutée

²¹ Pour une analyse détaillée des enjeux de la TNT pour l'audiovisuel en général et la câblo-distribution en particulier, cf. infra § 5.1.

au chapitre 5, dans les sections consacrées à la TNT et au paquet télécom (cf. infra, § 5.1.3.3 et 5.2.3).

4.2.3 Le contrôle des plans de service par les collectivités locales

L'article 34 de la loi du 30 septembre 1986 dispose que l'exploitation des réseaux câblés est autorisée par le CSA, « sur proposition des communes ou groupements de communes » ; le décret 92-881 du 1^{er} septembre 1992 indiquant pour sa part que la décision d'autorisation précise le « le nombre, la dénomination et la nature des services que l'exploitant du réseau est autorisé à distribuer sur ce réseau (...) » (article 2). La mise en œuvre de cette procédure suppose donc que les évolutions du plan de services envisagées par les câblo-opérateurs soient examinées en premier par les collectivités locales ayant concédé l'exploitation des réseaux concernés, avant d'être transmises au CSA pour validation.

Cette procédure est particulièrement lourde pour les opérateurs du câble, et présente un intérêt limité pour les collectivités locales : les cas dans lesquels l'intérêt public commande de s'opposer au référencement d'une chaîne par un opérateur sont rares ; le cas échéant, les obligations de l'opérateur au regard d'un éventuel canal local sont considérées comme des conditions substantielles de la délégation de service public. Pour ce qui est des autres chaînes, leur présence ou non sur un réseau dépend certes de la stratégie des éditeurs et des opérateurs, mais tient aussi compte de la demande des téléspectateurs ; les opérateurs ont tout intérêt à proposer à leurs abonnés des programmes diversifiés, où figurent les chaînes les plus appréciées du public. En outre, la délivrance d'une autorisation par le CSA suppose que l'opérateur ait veillé à l'équilibre de la composition globale des bouquets qu'il propose ; enfin, la loi du 1^{er} août 2000 impose aux opérateurs du câble et du satellite de référencer une proportion déterminée de chaînes éditées par des sociétés indépendantes.

La persistance d'un droit de regard des collectivités locales sur la composition du plan de service fait partie des obstacles réglementaires à l'amélioration des performances d'exploitation des opérateurs du câble : la volonté d'un opérateur d'investir pour essayer de remédier à la fragmentation originelle des plaques et, par exemple, unifier techniquement un réseau (une seule tête de réseau pour un groupe de communes) peut être freinée par l'obligation de faire valider par chaque municipalité l'évolution de l'offre. Même si, en pratique, cette obligation tend à tomber en désuétude (les opérateurs traitant directement avec le CSA), elle limite la capacité des câblo-opérateurs de disposer librement de leur offre et de faire évoluer rapidement leurs combinaisons tarifaires en fonction de la demande constatée du public, alors que les opérateurs du satellite disposent de plus de liberté à cet égard.

4.3 L'exploitation du câble

Le développement du câble français a sans aucun doute été freiné par des choix politiques et réglementaires inadaptés, et souffre encore aujourd'hui de règles spécifiques peu en rapport avec l'évolution globale du marché de la télévision payante. Malgré leur importance, ces facteurs ne suffisent pas à eux seuls à expliquer les difficultés des câblo-opérateurs. Une grande partie des problèmes est imputable à des maladresses de gestion des opérateurs, et à des anticipations erronées qui auraient pu être, sinon complètement évitées, du moins limitées dans leurs conséquences.

L'examen problématique des conditions d'exploitation du câble conduit à faire émerger quatre champs d'investigation. Chacun de ces champs correspond à une dimension de l'activité des câblo-opérateurs, où peut être constatée l'existence de dysfonctionnements opérationnels : la propriété et la gestion des infrastructures de réseau, le déploiement des nouveaux services numériques, les relations avec les éditeurs de chaînes et enfin, le marketing et les relations avec les abonnés. Certains de ces dysfonctionnements trouvent leur source dans le passif réglementaire et financier du câble français évoqué précédemment ; d'autres problèmes sont conjoncturels, comme les difficultés techniques de la numérisation des réseaux, ou enfin culturels, liés à une mauvaise appréhension de la spécificité de la vente de contenus audiovisuels par les actionnaires des câblo-opérateurs.

Quelques uns des dysfonctionnements de l'exploitation peuvent être sinon éliminés, du moins considérablement réduits par les câblo-opérateurs eux-mêmes. En revanche, d'autres sont directement liés à la structure du marché du câble, ou à des évolutions lourdes de l'économie de l'audiovisuel

(comme le projet de lancement de la télévision numérique terrestre); ils mettent en évidence la nécessité d'un changement de paradigme économique et réglementaire pour le câble français.

4.3.1 La propriété et la gestion des infrastructures de réseau

Les réseaux câblés sont des infrastructures complexes, construites au cours d'une longue période. La loi sur l'audiovisuel de 1986 autorise les nouveaux entrants du câble à construire des réseaux pour le compte des collectivités locales non équipées, en plus des 50 réseaux déjà mis en chantier au titre du Plan câble. Ces derniers restent la propriété de France Télécom. Les trois nouveaux entrants sur le marché de la câblo-distribution partageront leur activité entre les réseaux qu'ils gèrent eux-mêmes après les avoir construits, et ceux dont ils assurent uniquement la commercialisation en versant un loyer à France Télécom.

Aujourd'hui, NC Numéricâble et France Télécom Câble sont les seuls des grands opérateurs à ne pas être sortis du Plan câble : Lyonnaise Communication a racheté les infrastructures de ses villes d'implantation à France Télécom en 1999, et UPC France s'est créé en agrégeant des réseaux concessifs construits hors Plan câble, après 1986 (cf. tome 2).

4.3.1.1 Les séquelles du Plan câble

Pour les opérateurs qui ne sont pas encore sortis du Plan câble, en rachetant les infrastructures de leurs réseaux à France Télécom, l'absence de continuité entre la gestion technique des réseaux et la commercialisation des services est un handicap majeur, qui éloigne considérablement la perspective d'un résultat positif.

Le poids financier des réseaux câblés dans les comptes de France Télécom soulève aussi des interrogations. Le coût de construction des réseaux du Plan câble est habituellement évalué entre 20 et 25 milliards de francs, soit de 3 à 3,8 milliards d'euros. A cet investissement initial s'ajouterait une dépense annuelle d'entretien et de mise à niveau des réseaux, d'environ un milliard de francs par an depuis plus de quinze ans, soit au total 2,3 milliards d'euros supplémentaires. Toutefois, les câblo-opérateurs soutiennent que les dépréciations d'actifs successives de France Télécom ont eu pour effet de valoriser à zéro les réseaux câblés dans les comptes de l'entreprise, et que le montant des frais d'entretien courant des réseaux est nettement inférieur aux chiffres annoncés par France Télécom²². De ce fait, les sommes versées chaque année par les opérateurs des réseaux du Plan câble à France Télécom pour la location de la bande passante et l'entretien des infrastructures seraient largement surestimées par rapport au coût réel de la maintenance des réseaux par France Télécom ; en outre, l'opérateur historique n'investit plus pour assurer la pérennité technologique de ces réseaux en les préparant à l'accueil de nouveaux services. D'après les câblo-opérateurs, ces éléments permettraient d'expliquer la réticence de France Télécom à céder la propriété de ces réseaux aux opérateurs titulaires des contrats de concession.

Les problèmes posés par l'attribution à France Télécom de la fonction de gestionnaire technique des réseaux seraient sans doute moins mal ressentis par les câblo-opérateurs si le groupe France Télécom n'était pas aussi présent sur le marché de la commercialisation de services de télédistribution et d'accès Internet sur le câble à travers sa filiale France Télécom Câble. Les services de FTC sont commercialisés auprès des foyers raccordés à des réseaux Plan câble appartenant à France Télécom, et certains câblo-opérateurs se demandent si FTC ne bénéficie pas d'un prix de location des infrastructures plus avantageux²³. La commercialisation des services de FTC peut en tout cas s'appuyer sur les nombreuses agences locales de France Télécom.

Dans la mesure où l'exclusivité territoriale des réseaux subsiste, l'éventuel traitement de faveur accordé par France Télécom à France Télécom Câble n'a pas d'incidence directe sur la performance commerciale des autres opérateurs exploitant des réseaux du Plan câble. Toutefois, le déploiement de services ADSL en 2000 par France Télécom a

²² En outre, France Télécom répercute aux opérateurs le coût des travaux d'extension des réseaux (ajout de nouvelles prises) : les concessionnaires de réseaux du Plan câble contribuent ainsi à valoriser une infrastructure dont la propriété leur échappe et à laquelle ils ne peuvent pas accéder.

²³ France Télécom Câble exploite également un certain nombre de réseaux concessifs.

contribué à dégrader les rapports entre les câblo-opérateurs et l'opérateur historique. La commercialisation prioritaire de l'ADSL dans les zones câblées permet en effet à France Télécom de rentrer directement en concurrence avec les câblo-opérateurs, sur un marché en formation considéré comme très prometteur. Le potentiel de distorsion des conditions d'exercice de la concurrence par France Télécom devient dès lors très important dans les communes où la société est de surcroît en charge de la gestion technique des infrastructures du câble : l'opérateur historique y dispose d'un monopole sur les deux boucles locales.

La persistance du schéma d'organisation du câble hérité du Plan câble apparaît donc comme un handicap lourd pour la compétitivité des opérateurs concernés, car il entraîne :

- Une diminution de la valorisation des actifs (qui se réduisent au fichier d'abonnés et aux décodeurs numériques) ;
- Une réaction de méfiance de la part d'éventuels partenaires financiers ou repreneurs ;
- Un coût d'exploitation plus élevé que celui des réseaux concessifs simples, et un manque de transparence des relations avec l'opérateur historique ;
- Une réduction de la capacité d'initiative des opérateurs pour adapter le réseau à la commercialisation de nouveaux services ou de services couplés.

Une remise à plat de l'environnement économique et réglementaire du câble passe nécessairement par la cession par France Télécom des réseaux construits au titre du Plan câble aux opérateurs (y compris d'ailleurs France Télécom Câble le cas échéant). Entre autres avantages, cette opération fournirait l'opportunité d'une réévaluation de la couverture exacte de ces réseaux.

4.3.1.2 La question du nombre de prises disponibles

L'étalement dans le temps de la construction des réseaux, souvent sous formes de tranches géographiquement discontinues, y compris au sein d'une même agglomération, a rendu difficile le dénombrement exact des prises installées. Les travaux de mises à jour des réseaux, pour leur numérisation totale ou partielle, les transferts de propriété d'un câblo-opérateur à un autre ont au fil du temps ajouté aux possibilités d'erreurs quant à la quantité réelle de prises disponibles, qui pourrait être inférieure aux chiffres annoncés par les opérateurs.

Un premier élément d'explication de cette situation provient de contraintes techniques inhérentes aux réseaux : ainsi, le réseau parisien de Noos comporte des points de branchement à huit sorties, qui seront comptabilisées comme autant de prises, qu'il y ait en face huit logements ou seulement quatre ou cinq. Même si les câblo-opérateurs s'efforcent de rationaliser au maximum la pose du réseau, un décalage est inévitable entre le nombre de prises et la quantité de foyers effectivement adressables.

Dans un deuxième cas de figure, l'incertitude sur les prises posées découle de l'inachèvement des travaux. Des voies peuvent être comptabilisées comme câblées à partir du moment où de la fibre y arrive, sans pour autant que les habitations aient été reliées au réseau par du câble coaxial : en l'absence de prises murales, il est impossible de considérer les habitants de ces immeubles comme des raccordés au câble, susceptibles de s'abonner aux services de l'opérateur du réseau. Il arrive aussi que le réseau s'arrête au rez-de-chaussée d'un immeuble collectif, sans que les appartements aient été raccordés. A contrario, à la suite d'une erreur de planification ou d'un réaménagement intérieur, un même logement pourra être équipé de deux ou plusieurs prises distinctes, dont une seule sera utilisée en pratique. Il arrive aussi que le câblage d'un immeuble soit réalisé sans tenir compte des caractéristiques sociologiques spécifiques de certains logements, dont les occupants sont peu susceptibles de s'abonner au câble (chambres de bonne à Paris par exemple).

Le problème est ici moins lié aux approximations du câblage qu'aux erreurs de comptabilisation : tirer un câble coaxial et installer des prises dans un immeuble à partir d'un point de terminaison situé sur la voie publique n'est ni très difficile, ni très coûteux, dès lors que l'étendue exacte des travaux à accomplir est connue. A l'opposé, la certitude du câblage intégral d'une voie ou d'un immeuble facilite les opérations

commerciales des câblo-opérateurs, notamment ceux qui ont recours au démarchage à domicile.

Le risque d'erreur sur la quantité de prises effectivement adressables par l'opérateur tend à s'accroître lorsque ce dernier n'est pas le propriétaire de ses réseaux, comme NC Numéricâble, ou lorsqu'il a procédé au rachat de réseaux préexistants hétérogènes, comme Noos et UPC France. Dans le premier cas, le nombre de prises figure une variable importante du calcul du coût annuel de mise à disposition des infrastructures à l'opérateur par France Télécom : une éventuelle révision à la baisse du nombre de prises réellement adressables ne serait pas dans l'intérêt de l'opérateur historique. Dans le deuxième cas, la diversité des technologies employées et l'étagement des travaux sur de longues périodes augmentent naturellement les risques de confusion.

Il peut arriver que le nombre de prises annoncées sur un réseau paraisse disproportionné au regard des données démographiques de la zone d'implantation. C'est en particulier le cas à Paris, où, compte tenu des données individuelles de population, il semblerait qu'il y ait plus de prises prévues sur le réseau que de ménages parisiens (même en tenant compte de la surreprésentation à Paris des personnes isolées, cf. tableau 38).

Tableau 38. Prises câblées et population à Paris (1999)

Population	Taille des ménages	Ménages à Paris intra-muros	Prises à terme du réseau
2 122 848	1,87	1 135 212	1 450 000

Sources : Mairie de Paris, CSA, Noos

Enfin, des prises peuvent être purement et simplement détruites à l'occasion de travaux de démolition ou de réhabilitation.

Ces éléments contribuent à introduire des distorsions entre la quantité de prises raccordables comptabilisées de bonne foi par les opérateurs, qui sont une variable clé de la valorisation des réseaux, et le nombre d'habitations effectivement équipées d'une prise en état de marche. L'importance de l'écart entre le nombre de prises annoncées par les câblo-opérateurs et la réalité du terrain est cependant impossible à évaluer avec précision. Certains câblo-opérateurs interrogés par JLM Conseil avancent l'hypothèse d'un écart négatif de 10%, soit approximativement 850 000 prises comptabilisées mais en fait inactives, inutilisables ou jamais construites. Les opérateurs du câble consacrent des efforts particuliers à la reconstruction a posteriori d'une carte détaillée de leurs réseaux, afin de distinguer voie par voie les abonnés, les prospects et les personnes non raccordées, et de combler progressivement les trous de raccordement.

Quelle que soit son ampleur définitive, la surestimation du nombre de prises a pour effet mécanique d'améliorer le taux de pénétration des services du câble.

4.3.2 La numérisation du câble et les nouveaux services

Les difficultés structurelles de l'exploitation du câble évoquées dans les paragraphes précédents ont été amplifiées à la fin des années 1990 par une anticipation erronée des opérateurs quant au potentiel de développement du câble numérique.

4.3.2.1 Une numérisation entamée sous la pression de la concurrence

A partir de 1996, la maximisation de l'usage de la bande passante par le satellite numérique permet aux opérateurs de ces services de proposer des bouquets beaucoup plus riches que par le passé aux téléspectateurs. A la même époque, l'accès Internet grand public commence à se développer, et le potentiel de ce nouveau débouché pour les contenus et les services dématérialisés apparaît alors considérable.

En plus d'une augmentation du nombre de chaînes du service de base, l'émergence du satellite s'accompagne d'un élargissement de l'offre premium, via des services de

paiement à la séance pour le cinéma et le sport²⁴, de nouvelles chaînes cinéma de deuxième fenêtre, et des chaînes en option spécialisées dans le cinéma X. Mettant à profit la voie de retour téléphonique intégrée des décodeurs, les opérateurs du satellite introduisent aussi des services interactifs de télévision, gratuits ou payants, qui les aident à différencier leur offre de celle du câble.

Ces développements mettent en évidence les limitations des services du câble analogique, où le plan de fréquences ne permet d'accueillir qu'une trentaine de chaînes au maximum (en y incluant la reprise des chaînes hertziennes). La numérisation des réseaux apparaît donc comme un impératif stratégique pour les câblo-opérateurs, afin d'une part de rester compétitifs par rapport au produit de substitution que représente le satellite, et d'autre part de se positionner sur les marchés émergents de l'accès Internet et de la téléphonie. Cependant, cette évolution technologique a un coût, exprimé en termes de travaux sur les infrastructures de réseau, et d'achat de décodeurs numériques à louer aux abonnés (et de modems câble pour l'accès Internet). En outre, les nouveaux services et chaînes numériques tendent à multiplier les catégories d'abonnés, et nécessitent de réorganiser les systèmes de facturation et de support technique.

La numérisation implique de mettre à niveau des zones entières du réseau, et d'acheter les décodeurs en grande quantité plusieurs mois avant le début de leur commercialisation. Pour les câblo-opérateurs, ces facteurs signifient que le coût marginal de l'abonné numérique supplémentaire est nettement plus important que celui de l'abonné analogique (toutes choses étant égales par ailleurs, c'est-à-dire à partir du moment où le réseau est opérationnel et que les prises sont effectivement raccordables). Dès lors, il est primordial pour les opérateurs de procéder à une évaluation réaliste du rythme de développement des abonnements numériques, pour planifier les investissements en conséquence, en sachant que l'offre devra néanmoins largement précéder la demande, et que la dispersion des plaques et des têtes de réseau induit des coûts supplémentaires.

Une cause non négligeable des difficultés actuelles des câblo-opérateurs est leur appréhension erronée de la vitesse de développement des abonnements aux bouquets numériques. Les opérateurs interrogés pour la réalisation de l'étude ont reconnu avoir engagé des sommes importantes dans l'achat de grandes quantités de décodeurs, qui n'ont pas été écoulés aussi rapidement que prévu. En outre, la promesse de revenus supplémentaires liés à la numérisation de l'offre ne s'est pas concrétisée : la différence de montant du revenu moyen par abonné entre les bouquets numériques et les bouquets analogiques s'explique en grande partie par l'ajout de frais de location du décodeur.

Dès lors, la plupart des abonnés numériques ne commencent à être rentables pour les opérateurs qu'après l'amortissement du décodeur. Or, la complexité des réseaux numériques a entraîné au début du déploiement un certain nombre de dysfonctionnements (ressentis notamment pour la gestion de la relation client et la facturation), qui, outre leur coût de résorption propre, auront pu pousser certains clients à se désabonner, ou à se tourner vers une offre de substitution (satellite ou Canal+ hertzien). Actuellement, NC Numéricâble et UPC France continuent à commercialiser des bouquets analogiques auprès des nouveaux abonnés, et les autres opérateurs ont nettement réduit leurs efforts de migration des abonnés existants de l'analogique vers le numérique : les abonnés aux services analogiques sont souvent satisfaits, car ces bouquets regroupent en général des chaînes anciennes à forte notoriété, ayant fait la preuve de la validité de leur positionnement éditorial, et couvrent l'ensemble du spectre de la télévision thématique (hors premium) : information, jeunesse, musique, sport, découverte et généraliste de complément (avec RTL9 et TMC).

Le bouquet analogique apparaît comme un produit plus facile à commercialiser que des bouquets numériques perçus comme trop complexes ou trop chers. Les opérateurs ont conscience qu'à moyen terme, seule la numérisation intégrale de leurs réseaux leur permettra de rester compétitifs sur le marché de la télédistribution, compte tenu des

²⁴ Des technologies de paiement à la séance avaient été expérimentées sur certains réseaux câblés dès la fin des années 1980.

progrès de l'interactivité des programmes et de la compression numérique. Leur intérêt de court terme est cependant d'assurer une transition aussi fluide que possible, et donc de ne pas se couper précipitamment des revenus stables qu'apportent la distribution en mode analogique²⁵.

4.3.2.2 Les nouvelles applications du câble numérique : stratégies de « double play » et de « triple play »

L'enjeu de la transition de l'analogique au numérique est d'autant plus crucial pour les câblo-opérateurs que la télédistribution restera leur principale source de revenus pour l'avenir prévisible. La diversification de l'activité par la fourniture de services d'accès Internet et de téléphonie n'a pas pour l'instant bouleversé le modèle d'affaires des opérateurs du câble français.

L'accès à Internet par le câble

Historiquement, les câblo-opérateurs sont les premiers acteurs à avoir commercialisé en France une offre d'accès Internet haut débit à l'usage du grand public, dès le début de l'année 1998 (après des expérimentations conduites depuis 1996).

Tableau 39. La part des abonnés Internet dans la clientèle du câble

Opérateur	Noos	France Télécom Câble	NC Numéricâble	UPC France
Abonnés Internet	137 428	50 946	25 468	20 000
Abonnés tous services	1 089 803	850 491	752 380	533 600
Prises raccordables	2 927 541	1 534 004	2 298 293	1 340 400
Pénétration sur abonnés (%)	12,61%	5,99%	3,38%	3,74%
Pénétration sur prises raccordables (%)	4,69%	3,32%	1,1%	1,49%

Source : Aform (chiffres au 30 septembre 2002)

Rapportés au nombre total d'abonnés, les pourcentages de pénétration des services Internet montrent que cette activité n'occupe pas encore une place déterminante dans l'équation économique des câblo-opérateurs.

Le succès récent de l'ADSL s'explique par plusieurs facteurs, en premier lieu le taux de couverture beaucoup plus important de cette technologie : France Télécom prévoit qu'à terme 80% du réseau téléphonique aura été aménagé pour permettre de s'abonner à l'ADSL²⁶ : compte tenu du taux de pénétration supérieur à 95% des réseaux de téléphonie fixes, les fournisseurs d'accès ADSL à Internet pourront recruter leurs clients au sein d'un vivier de 20 millions de foyers – à comparer avec les 8,5 millions de prises raccordables des réseaux câblés. La vente d'accès haut débit à Internet via l'ADSL s'appuie en outre sur une infrastructure physique déjà installée sur l'ensemble du territoire : l'investissement requis pour la fourniture de services ADSL, certes réel (installations de DSLAM dans les répartiteurs, subventionnement des modems loués aux abonnés), reste sans commune mesure avec les dépenses induites par la pose ex nihilo d'un réseau physique de télécommunications.

Ces facteurs structurels ne suffisent pas à eux seuls à expliquer le succès de l'ADSL par rapport au câble. Les premiers services commercialisés par les câblo-opérateurs souffraient en effet de sérieuses limitations techniques, dues en partie à l'imaturité des technologies en cause, et à une mauvaise estimation par les opérateurs des volumes de trafic créés par les abonnés : sur le réseau parisien en particulier, les premiers clients du câble ont souffert de fortes dégradations de la qualité de service, conséquence d'un

²⁵ L'hostilité des câblo-opérateurs à la télévision numérique terrestre s'explique en grande partie par l'effet de disruption de ce mode de distribution concurrent sur le processus de conversion au numérique du câble analogique (cf. infra, §5.1.3.3).

²⁶ L'accès ADSL à Internet est actuellement accessible à 60% environ des foyers équipés d'une ligne téléphonique.

mauvais dimensionnement des « poches » de répartition de la bande passante²⁷. L'accès Internet par le câble a aussi souffert de limitations à la consommation de bande passante par les abonnés (la bande passante consommée au delà d'un certain seuil leur étant facturée au volume) : compte tenu du profil de ces pionniers du haut débit, avant tout intéressés par le téléchargement massif de musique, de films et de jeux informatiques, ces restrictions à un usage réellement illimité furent très mal ressenties²⁸, et une partie non négligeable des premiers entrants se tourna vers l'ADSL lorsque France Télécom commença à le commercialiser en 1999.

Ces difficultés initiales ont nourri la réflexion des câblo-opérateurs, qui ont essayé de modifier leur stratégie, d'une part en introduisant de nouveaux modèles de modems capables d'utiliser la bande passante disponible de manière plus fluide, ce qui a réduit les cas de congestion et permis de supprimer ou de remonter significativement les anciens plafonds de consommation forfaitaire. Par ailleurs, l'offre d'accès à Internet s'est segmentée pour essayer de répondre à de nouveaux besoins. Les premières offres haut débit du câble avaient en effet attiré de gros consommateurs de contenus Internet, qui trouvèrent en l'ADSL une technologie mieux adaptée à leur demande. Les câblo-opérateurs ont donc commencé à commercialiser fin 2001 (Noos) des offres « moyen débit », à 128 kilobits par seconde, voire 64 kb/s seulement. L'objectif est désormais de proposer le confort d'une connexion permanente à Internet aux abonnés aux services de télédistribution, avec un surcoût limité par rapport au prix de l'abonnement au seul service de télévision²⁹.

Cette descente en gamme des prestations d'accès à Internet par le câble a été rapidement imitée par les fournisseurs d'accès ADSL, qui commencent à proposer des forfaits « moyen débit » à 128 kilobits par seconde, vendus le même prix que les produits équivalents du câble. Certains des fournisseurs d'accès interrogés par JLM Conseil ont d'ailleurs exprimé leur crainte de voir les forfaits moyen débit détruire le marché : dans la mesure où les abonnés sont plus intéressés par l'idée d'une connexion permanente que par la vitesse du transfert des données, beaucoup de ménages pourraient se satisfaire de ces offres intermédiaires, empêchant ainsi le développement de services haut débit à valeur ajoutée nécessitant une connexion à 512 kilobits par seconde (ou plus) : télévision ADSL, cinéma à la demande, mondes virtuels persistants sur abonnement...

La téléphonie sur Internet

Si tous les acteurs s'accordent pour reconnaître l'intérêt du double play et voient dans l'accès à Internet un relais de croissance et un facteur de différenciation, leur appréciation du potentiel des services de câblotéléphonie est beaucoup plus réservée.

L'introduction de services de téléphonie a posé de très nombreuses difficultés aux opérateurs français. UPC France est en 2002 le seul acteur à promouvoir activement une offre de téléphonie sur le câble, Noos n'ayant pour sa part jamais commercialisé son offre à grande échelle (2000 abonnés à Annecy). NC Numéricâble a renoncé à commercialiser son projet de service téléphonique ; pour des raisons évidentes, France Télécom Câble ne l'a jamais envisagé.

Plusieurs facteurs peuvent être cités pour expliquer ce désintérêt des opérateurs :

- Un manque général d'intérêt du public sur les alternatives à l'opérateur historique pour les communications fixes ;
- La difficulté technique de l'aménagement des réseaux câblés et des systèmes de facturation des opérateurs pour les adapter à un décompte de la consommation à la seconde ;

²⁷ Ces difficultés conduiront d'ailleurs Lyonnaise Communication à suspendre en mai 1999 la commercialisation du service d'accès à Internet Cybercâble pour quelques mois.

²⁸ Plusieurs associations de défense des abonnés Internet des câblo-opérateurs furent d'ailleurs créées pour protester contre les périodes d'indisponibilité des réseaux, les limitations de consommation et les sommes très élevées facturées aux plus gros consommateurs.

²⁹ En tout état de cause, le prix des ces offres de connexion permanente est équivalent ou inférieur à celui des offres d'accès téléphonique bas débit illimité vendues par certains fournisseurs d'accès à Internet (AOL...).

- Le manque de fiabilité relatif des réseaux câblés par rapport au réseau téléphonique cuivre classique, qui se traduit par une disponibilité du service inférieure à 100% (cette moins grande fiabilité tient notamment à la dépendance des câblo-opérateurs envers le réseau électrique, qui les conduit à fournir à leurs abonnés des téléphones spéciaux munis de piles) ;
- Une tendance lourde au transfert du volume des communications vocales vers les terminaux mobiles (même si le volume de trafic des réseaux fixes continue de croître grâce aux échanges de données).

Surtout, le recours à la technologie de commutation par circuit ne permet pas de s'affranchir durablement des infrastructures de France Télécom, ce qui complique sensiblement l'économie du service. La perspective d'une téléphonie dite « full IP », c'est-à-dire à partir de signaux entièrement numérisés, compressés et transmis sous forme de paquets IP (Internet Protocol) ouvre aux opérateurs des possibilités intéressantes (par exemple les communications locales gratuites illimitées entre les abonnés situés sur une même plaque³⁰), mais requiert encore un délai de maturation technologique pour que les opérateurs puissent espérer rentabiliser leurs services.

Cependant, UPC France estime que l'importance de la hausse du prix de l'abonnement ligne de France Télécom au cours des dernières années a ouvert une fenêtre tarifaire aux opérateurs du câble, à condition de proposer une offre suffisamment fiable³¹.

4.3.3 Les relations avec les éditeurs de chaînes

La télédistribution a vocation à rester le cœur de l'activité des câblo-opérateurs pour l'avenir prévisible. Les relations contractuelles que les opérateurs établissent avec les éditeurs de chaînes constituent à ce titre un aspect déterminant de l'exploitation du câble. Les conditions de la distribution des chaînes thématiques et des chaînes premium et de la rémunération de leurs éditeurs par les câblo-opérateurs relèvent d'un processus de négociations contractuelles périodiques, sauf Canal+, qui figure un cas particulier.

4.3.3.1 La composition des bouquets thématiques

L'assemblage de bouquets de chaînes à la fois attractifs et intéressants financièrement pour les prospects réclame un véritable savoir-faire de la part des opérateurs de télévision payante. Les câblo-opérateurs ont mis plus de temps à acquérir ce savoir-faire que les opérateurs du satellite, pour trois raisons :

- Une culture industrielle et/ou financière, éloignée de l'univers de l'audiovisuel ;
- L'absence de contenus exclusifs propres ;
- Le petit nombre global de chaînes à distribuer.

En revanche, le démarrage plus tardif des opérateurs du satellite leur a permis de composer dès le départ des bouquets plus fournis, avec des contenus exclusifs (football), et un niveau de dépenses en capital moins élevé (pas de réseaux à construire ; le principal investissement est l'achat des décodeurs), avec tant pour CanalSatellite que pour TPS des groupes de télévision pour actionnaires de référence.

Aujourd'hui, l'offre de chaînes est devenue pléthorique et pousse les câblo-opérateurs à commercialiser (sur les réseaux numériques) des abonnements à la carte, où les abonnés, pour un prix donné, disposent d'un nombre fixé à l'avance de chaînes qu'ils choisissent eux-mêmes. Les consommateurs avertis sont donc en mesure d'ajuster exactement le périmètre de leur abonnement pour qu'il intègre seulement les chaînes qui les intéressent ; le satellite ne permet pas la même liberté, qui cependant rebute parfois les consommateurs : c'est pourquoi les câblo-opérateurs s'efforcent de mettre au point différents bouquets thématiques plus ou moins complets, auxquels correspondent plusieurs seuils tarifaires psychologiques (14 €, 19 €...). Les offres numériques des opérateurs se rapprochent plus que par le passé des bouquets de base analogiques, avec une quinzaine de chaînes thématiques représentatives.

³⁰ En Espagne, l'opérateur du réseau câblé de Madrid (Madritel) a mené des expériences en ce sens.

³¹ UPC France revendique plus de 50 000 abonnés aux services de téléphone de sa filiale Priority Telecom.

Du point de vue des éditeurs de chaînes, l'inclusion au sein d'un bouquet diversifié stable est souvent plus avantageuse que la commercialisation à la carte : bien que la rémunération perçue au titre des bouquets tende à diminuer, les éditeurs dont les chaînes font partie des bouquets bénéficient des efforts de marketing de l'opérateur, qui impose en quelque sorte le bouquet, et toutes ses chaînes, à l'abonné. En revanche, un abonnement basé sur la sélection individuelle des chaînes oblige les éditeurs à prendre en charge une part plus importante des coûts de promotion de leur marque. La rémunération marginale supplémentaire négociable dans le cadre d'une distribution à la carte d'une chaîne est donc consommée par l'accroissement de son budget de communication. De plus, les formules à la carte mettent l'accent sur la capacité des clients à gérer eux-mêmes le contenu de leur abonnement, en modifiant la composition du bouquet : cette faculté expose les chaînes à une incertitude quant à la pérennité de leur base d'abonnés.

Sur le satellite, les offres de base comportent plus de chaînes que sur le câble, en raison d'une part de la rémunération en général légèrement inférieure des chaînes diffusées sur les bouquets satellite, et d'autre part des liens capitalistiques étroits existant entre les opérateurs de télévision par satellite et un certain nombre de chaînes thématiques. Les éditeurs sont prêts à consentir des rabais significatifs sur le montant de la redevance par abonné en échange d'un référencement dans le bouquet de base de TPS ou CanalSatellite, qui correspond à un accroissement de leur initialisation de respectivement un et deux millions de foyers supplémentaires.

Les abonnés analogiques restent très importants dans l'économie de la télévision payante, tant pour les opérateurs que pour les éditeurs de chaînes. Du point de vue des éditeurs, le référencement de leur chaîne dans un bouquet de base analogique présente trois avantages : une redevance en général légèrement supérieure (en particulier sur les réseaux analogiques en régie directe ou gérés par des SEM), un abonné captif (il recevra la chaîne pendant toute la durée de son abonnement au câble, sauf si elle est déréférencée à l'expiration du contrat), et une contribution relative aux résultats d'audience plus importante : compte tenu des limites des technologies analogiques, les bouquets ne comportent habituellement que 15 à 20 chaînes thématiques en plus des chaînes hertziennes, soit une ou deux par catégorie thématique. Certaines chaînes peuvent se trouver en situation de monopole sur leur thématique (enfants, sport, information...), ou face à un concurrent seulement, contre deux, trois ou quatre sur le satellite ou le câble numérique. Même si leur nombre tend à se réduire, les abonnés analogiques du câble représentent toujours une ressource stratégique pour les éditeurs de chaînes capables de les atteindre. Pour les câblo-opérateurs également, les abonnés analogiques sont une source de revenus importante, dans la mesure où un simple branchement suffit pour la réception des chaînes analogiques, sans qu'il soit nécessaire de leur fournir un décodeur, d'où une forte diminution du coût d'acquisition de ces abonnés, et une contribution nette immédiate à l'exploitation du service³².

4.3.3.2 *Le statut de la distribution de Canal+ sur le câble*

Aux États-Unis, le montant des abonnements aux chaînes premium est partagé entre les câblo-opérateurs et les éditeurs de chaînes. La part revenant aux opérateurs varie en fonction des contrats et de leur proximité avec les éditeurs de chaînes, mais est comprise entre 20% et 50% du prix de vente des contenus premium. En outre, l'accès à ces chaînes nécessite souvent un abonnement préalable à un bouquet thématique, en plus du service de base, ce qui contribue à élever le revenu moyen par abonné (cependant des dispositions du Cable Act de 1992 récemment entrées en vigueur interdisent aux câblo-opérateurs d'imposer l'achat d'autres services que le service de base comme condition de l'accès des clients aux bouquets premium).

En France, les conditions de distribution de Canal+ sur le câble ne profitent pas aux câblo-opérateurs. Chaîne diffusée par voie hertzienne, Canal+ tombe sous le coup des dispositions de l'article 34 de la loi du 30 septembre 1986 qui obligent les câblo-opérateurs à transporter toutes les chaînes reçues dans la zone de diffusion. La distribution de Canal+ aux abonnés analogiques du câble est de ce fait totalement

³² Les abonnés numériques ne deviennent réellement intéressants pour les opérateurs qu'après l'amortissement du décodeur numérique.

transparente pour les opérateurs : le signal de Canal+ est diffusé crypté sur le réseau, aux côtés de ceux de TF1, France 2, etc., et pris en charge par un décodeur Canal+ analogique standard : le signal est le même, la seule différence est son mode de transport. Dès lors, les câblo-opérateurs ignorent qui, parmi les abonnés à un bouquet thématique analogique, a aussi souscrit un abonnement à Canal+ : il s'agit de deux relations commerciales distinctes.

La situation se présente différemment pour les abonnés au câble numérique, dans la mesure où le même décodeur sert à décrypter toutes les chaînes payantes : les chaînes thématiques des services de base, les chaînes premium, le paiement à la séance, et Canal+. Toutefois, la gestion de la relation commerciale avec Canal+ échappe aux câblo-opérateurs. Les cartes à puce utilisées pour activer les décodeurs, programmées et mises à jour en fonction du type d'abonnement souscrit par les abonnés au câble, comportent un compartiment crypté séparé, réservé à l'accès à Canal+. En pratique, cela signifie que les câblo-opérateurs n'ont pas d'accès direct aux foyers qui souscrivent à la fois un abonnement à Canal+ et à un bouquet du câble. Canal+ verse des sommes modestes aux câblo-opérateurs, sur la base du nombre de foyers abonnés via le câble numérique que déclare la chaîne, principalement pour contribuer à l'amortissement du décodeur numérique (dont Canal+ profiterait sinon gratuitement).

Les câblo-opérateurs interrogés pour cette étude n'ont pas souhaité communiquer le montant précis de cette contribution de Canal+, mais il ne dépasse pas 2,5 euros par mois et par abonné (le prix mensuel de l'abonnement à Canal+ numérique s'élevant à 28,80 euros pour le consommateur). La distribution de Canal+, chaîne premium de référence, ne contribue donc pas significativement au chiffre d'affaires des câblo-opérateurs, contrairement aux situations observées à l'étranger, et contrairement aux accords passés avec les chaînes en option (chaînes cinéma de deuxième fenêtre, chaînes thématiques premium – Disney Channel, etc.), qui reposent sur une répartition plus équilibrée des recettes entre l'éditeur et le distributeur.

Cette situation de cloisonnement finit cependant par être préjudiciable à Canal+. Les câblo-opérateurs n'ont en effet aucun intérêt à faire de la présence de Canal+ numérique sur leur réseau un argument commercial : compte tenu des contraintes budgétaires des ménages, le choix de Canal+ représente un arbitrage fort, préjudiciable aux intentions d'achat de chaînes thématiques supplémentaires par les abonnés. Cette situation découle du prix historiquement élevé de Canal+³³, qui, bénéficiant d'une exclusivité sur la diffusion hertzienne des contenus premium, a pu imposer au marché des tarifs d'abonnement importants, avec un réel effet d'éviction pour les autres opérateurs de télévision payante.

Les opérateurs restent donc discrets sur l'accessibilité de Canal+ par le câble, et leur documentation commerciale renvoie souvent directement à la chaîne pour la gestion des abonnements. De ce fait, tout un pan de stratégie marketing reste inexploré, tant par Canal+ que par les câblo-opérateurs, comme des offres couplées du type mini-bouquet thématique+ Canal+, ou accès Internet haut débit + Canal+, etc., alors que ces initiatives pourraient peut-être aider à améliorer le taux de pénétration du câble.

La crise que traverse Canal+ depuis quelques mois, marquée par une diminution nette du nombre d'abonnés, notamment dans les zones câblées, semble inciter la chaîne à améliorer le dialogue avec les câblo-opérateurs : il est possible que soient prochainement négociés de nouveaux contrats de distribution, dans lesquels les câblo-opérateurs intégreraient la vente de Canal+ à leur réflexion sur la composition de leurs offres commerciales, en contrepartie d'une répartition plus équilibrée des recettes d'abonnement.

4.3.4 Le marketing et les relations avec les abonnés

Les opérateurs du câble estiment qu'un taux de pénétration de 40% au moins sur les réseaux qu'ils exploitent est indispensable pour espérer devenir rentables. Si l'on se réfère à la quantité brute d'abonnés annoncée, les principaux câblo-opérateurs français se rapprochent de ce seuil

³³ Par rapport à celui de chaînes premium étrangères comparables des années 1980, comme HBO aux Etats-Unis.

(certains câblo-opérateurs locaux ou régionaux le dépassent d'ailleurs). Toutefois, les chiffres bruts intègrent les foyers abonnés au seul service antenne³⁴, qui contribuent très peu à la formation du chiffre d'affaires en comparaison des « vrais » abonnés : de un à trois euros par mois pour le service antenne, contre 25 euros et plus pour les abonnés « véritables ».

Le monopole territorial dont bénéficie les câblo-opérateurs devrait a priori leur faciliter le recrutement de nouveaux abonnés. En réalité, l'éclatement territorial des réseaux les empêche de recourir aux médias les plus puissants (télévision), et la communication promotionnelle des opérateurs passe essentiellement par du hors média (affichage et distribution d'imprimés dans les boîtes aux lettres).

Dans le cadre de leurs efforts pour améliorer leurs charges d'exploitation, certains câblo-opérateurs ont dématérialisé leur service commercial et leur service clientèle, faisant de leur centre d'appel leur principal outil relationnel, tant pour les prospects que pour les abonnés. Or, on constate que le taux de pénétration du câble des opérateurs régionaux, voire locaux, est souvent significativement supérieur à celui des grands opérateurs à réseaux dispersés. Le câble apparaît comme un service de proximité qui suppose une présence physique des agents commerciaux dans les communes où sont implantés les réseaux. Les opérateurs semblent s'en être rendu compte et reviennent progressivement aux points de vente physiques (c'est par exemple le cas de Noos), ou maintiennent des équipes chargées de la vente à domicile de l'offre (NC Numéricâble).

Parallèlement à la complexité du recrutement de nouveaux clients, les câblo-opérateurs ont des difficultés à gérer leur parc existant d'abonnés de façon optimale. Au fil des années, les modifications de l'actionnariat, le rachat de nouveaux réseaux, la cohabitation des abonnés analogiques et numériques, et des abonnés à la télévision ou à Internet (ou couplés) a conduit à la prolifération de dizaines de statuts différents. L'évolution des offres commerciales liée à l'arrivée de nouvelles chaînes et au développement des réseaux numériques aboutit à la multiplication des catégories d'abonnés, définies chacune par un tarif spécifique, ce qui augmente les risques d'erreurs de facturation et complique la communication des opérateurs.

La gestion par les câblo-opérateurs des relations avec les abonnés est souvent d'une grande complexité. La dispersion géographique des réseaux, la détermination commune par commune des plans de services et les disparités technologiques entre les réseaux (entièrement numérisés, ou seulement partiellement, équipés ou non pour l'accès Internet...) contribuent à l'atomisation des efforts de marketing des réseaux.

Les marques exploitées par les câblo-opérateurs restent méconnues du public. L'impossibilité pour le câble de mettre en œuvre une stratégie de communication nationale aboutit à une sous-exposition de l'offre de services, y compris dans les communes où sont implantés les réseaux. Par contraste, TPS ou CanalSatellite mettent au point un discours marketing indifférencié géographiquement, utilisent des supports de communication à couverture nationale (TF1), et font la même promesse commerciale à tous leurs prospects, souvent renforcée par des promotions (saison de football offerte par exemple).

Les opérateurs du câble s'efforcent de remédier aux handicaps commerciaux induits par la dispersion des réseaux de différentes façons. En premier lieu, la numérisation des réseaux ouvre la voie à la commercialisation d'une offre unique à tous les abonnés au câble numérique (sous réserve de la validation des plans de services par les communes). NC Numéricâble, France Télécom Câble et Noos ont par exemple mis au point un modèle de commercialisation des services décliné sur tous leurs réseaux numériques³⁵, qui leur a permis d'uniformiser la communication et le marketing en direction des prospects. Ce mouvement a été renforcé par l'arrêt par Noos et FTC de la commercialisation des bouquets analogiques aux nouveaux abonnés. D'autres opérateurs n'ont pas encore mené à bien ce processus de rationalisation de l'offre commerciale par la numérisation des réseaux : ainsi non seulement l'offre de chaînes de UPC France varie-t-elle sensiblement d'une plaque à l'autre, mais aussi la structure des offres

³⁴ Un peu plus d'un million de foyers sur les 3,5 millions de foyers abonnés recensés par l'Aform d'après les déclarations des câblo-opérateurs.

³⁵ Pour France Télécom Câble : paiement d'un forfait de base pour l'accès au réseau et la location du décodeur, puis achat d'un bouquet thématique ou de chaînes à la carte ; pour Noos : le paiement du forfait de base donne droit à un certain nombre de chaînes, que l'abonné complète par une quantité forfaitaire de crédits à utiliser pour l'achat des chaînes de son choix (dont le prix varie en fonction de la qualité et de l'exclusivité des contenus).

commerciales proposées aux abonnés (service de base + bouquets thématiques optionnels, ou bouquets thématiques vendus séparément)³⁶.

Les câblo-opérateurs tendent néanmoins à améliorer la clarté de leur offre en limitant le nombre de combinaisons tarifaires possibles pour les services de télévision, conscients de l'importance de l'accompagnement du téléspectateur dans la diversité des contenus proposés³⁷. Cet impératif se fait jour avec d'autant plus d'acuité que se développent des applications non audiovisuelles du câble, qui ajoutent un degré supplémentaire de complexité au discours commercial des câblo-opérateurs.

Si le discours à destination des prospects tend à gagner en lisibilité, la gestion interne des différentes catégories d'abonnés reste très complexe, compte tenu de la sédimentation des offres commerciales au fil des années. L'un des câblo-opérateurs interrogés dans le cadre de la présente étude a ainsi indiqué distinguer plus de cent types d'abonnements différents, en fonction de la localisation des réseaux et de l'ancienneté des clients. Cette complexité a eu par le passé des répercussions négatives sur l'image du câble, en raison d'erreurs de facturation, de problèmes de gestion des droits d'accès, etc. Une fois les systèmes de gestion des abonnements opérationnels en amont, la numérisation des réseaux et des services permet une plus grande flexibilité dans le traitement de la clientèle existante (notamment via la programmation à distance des droits d'accès aux chaînes).

³⁶ Cette situation s'explique d'une part par la grande quantité de communes desservies par UPC France (664, soit environ trois fois plus que les autres grands opérateurs), et par la stratégie de croissance externe de l'opérateur, qui l'amène à assumer les choix technologiques d'autres sociétés.

³⁷ Le « stress de l'hyperchoix » qui touche certains abonnés aux formules à la carte.

5 L'ÉVOLUTION DU CONTEXTE CONCURRENTIEL ET RÉGLEMENTAIRE

Les conditions d'exploitation actuelles du câble analysées au chapitre précédent sont appelées à être profondément affectées par deux processus d'évolution en cours. Le premier est le lancement de la télévision numérique terrestre, dont un certain nombre d'étapes ont été franchies, des premiers rapports sur le sujet au milieu des années 1990 jusqu'au choix par le CSA des chaînes numériques nationales fin octobre 2002. Malgré cette progression régulière, le démarrage effectif des programmes de la télévision numérique terrestre reste soumis à la résolution d'un grand nombre de questions préalables, d'ordre technique, réglementaire et commercial, dont la plupart auront une incidence directe sur le secteur du câble.

Le second facteur d'évolution du contexte d'exploitation du câble est la transposition en droit français des textes communautaires constituant le nouveau cadre réglementaire européen des télécommunications, ou « paquet télécom ». Prévue pour l'été 2003, la transposition de ces textes devrait profondément modifier les conditions juridiques de l'activité de câblo-distribution.

5.1 Le lancement de la télévision numérique terrestre et ses conséquences sur le câble

La loi du 1er août 2000 a décrit le régime juridique de la diffusion de services de télévision par voie hertzienne terrestre en mode numérique. Les dispositions de la loi étaient l'aboutissement d'une réflexion entamée depuis le début des années 1990 au niveau européen par les États et les acteurs publics et privés sur la numérisation des signaux de télévision.

5.1.1 La loi du 1er août 2000 et la procédure de lancement de la TNT en France

Introduite au milieu de la dernière décennie, la diffusion numérique sur le câble et le satellite a permis aux opérateurs de proposer à leurs abonnés un nombre de chaînes beaucoup plus important que celui permis par la diffusion analogique. L'évolution technologique a ici stimulé à la fois l'offre et la demande de chaînes, en multipliant par deux et demi le nombre d'abonnés au câble et au satellite entre 1996 et 2002 (cf. supra, §2.1.1), et en suscitant l'apparition de dizaines de chaînes thématiques supplémentaires. Cette expansion a pris une telle ampleur qu'il est probable qu'une rationalisation de l'offre de complément ait lieu dans les prochaines années, notamment pour les chaînes de niche (par exemple la fusion des deux chaînes de musique classique Mezzo et Muzzik en 2001), compte tenu de la part de marché encore faible des chaînes thématiques³⁸, et des contraintes du marché publicitaire (secteurs interdits : presse, livre, cinéma et surtout distribution).

L'application des techniques de compression numérique à la diffusion hertzienne est une innovation positive du point de vue des téléspectateurs, qui pourront recevoir une trentaine de chaînes via l'adjonction d'un décodeur aux équipements existants, parmi lesquelles des chaînes locales, bénéficier d'une qualité d'image et de son supérieure, et éventuellement accéder à des services de télévision interactive (à condition que le décodeur TNT soit équipé d'une voie de retour via la prise téléphonique). La diffusion numérique terrestre repose sur le principe du multiplexage : chaque multiplex occupe une fréquence dans la partie du spectre réservée aux signaux de télévision, comme une chaîne analogique aujourd'hui, mais permet la diffusion de plusieurs signaux distincts grâce à la compression numérique. Les études du CSA, de l'Agence nationale des fréquences et de TDF ont mis en évidence la possibilité de diffuser six multiplex sur la plus grande partie du territoire métropolitain, constitués chacun de cinq ou six chaînes.

En application des dispositions introduites dans la loi sur la liberté de communication du 30 septembre 1986 par la loi du 1er août 2000, le CSA a lancé une procédure d'appel à candidatures pour l'attribution des autorisations d'émettre en TNT en juillet 2001, assortie de la publication d'une liste de 110 sites de diffusion numérique. L'appel à candidatures portait sur l'attribution de 22 canaux TNT, sur un total de 33 (répartis en trois multiplex de six chaînes et trois multiplex de cinq chaînes), les onze canaux restants étant réservés au service public et aux chaînes locales.

³⁸ 9% environ de l'audience globale de la télévision en France (source : Médiamétrie, 2002).

La présence de plusieurs chaînes par multiplex a amené l'introduction d'un mécanisme inédit dans la loi du 1er août 2000 : les éditeurs de chaînes titulaires d'une autorisation d'émettre sur un même multiplex doivent créer une société commune, l'opérateur de multiplex, qui prendra en charge l'assemblage des signaux et leur livraison à l'opérateur technique (TDF ou l'un de ses concurrents : Towercast, Antalis...), qui assurera la prestation de diffusion hertzienne depuis les sites définis par le CSA. Ces 110 sites d'émission numérique identifiés par le CSA sont supposés permettre la couverture d'au moins 70% de la population française. Leur mise en service sera échelonnée dans le temps, avec une première tranche de 29 émetteurs opérationnelle pour le démarrage de la TNT, et permettant de couvrir environ 50% de la population française.

Au moment du vote de la loi du 1er août 2000, il était envisagé que le lancement de la TNT intervienne courant 2002 (sans qu'une date ferme soit directement évoquée par le texte), après une procédure de sélection des candidats conduite début 2001. L'appel à candidatures du CSA a finalement été publié le 24 juillet 2001 ; il devait être clos en novembre 2001 mais fut prolongé jusqu'en mars 2002 afin de tenir compte de la publication tardive des décrets d'application de la loi³⁹. Ces délais supplémentaires se sont répercutés sur l'ensemble de la procédure ; la liste des candidats sélectionnés n'a ainsi été publiée qu'en octobre 2002, plus de six mois après la date initialement envisagée.

Il n'y a plus actuellement de date officielle précise pour le démarrage de la TNT. L'idée d'un lancement au quatrième trimestre 2003, date avancée pendant le déroulement de l'appel à candidatures, a été abandonnée devant la constatation de l'ampleur des travaux préliminaires de planification et d'aménagement des réseaux restant à effectuer. En octobre 2002, la mission Boyon sur la TNT a préconisé dans son rapport au Premier Ministre un lancement de la TNT en décembre 2004, première date réaliste compte tenu de l'état d'avancement du processus technique de réaménagement des fréquences et de mise à niveau des antennes de réception.

5.1.2 Les conditions objectives du lancement de la TNT

La libération des fréquences réservées aux émissions TNT est une condition indispensable au démarrage de la TNT, mais c'est loin d'être la seule : de nombreux aspects juridiques et économiques du processus doivent encore être éclaircis par le gouvernement, le CSA et les acteurs publics et privés de l'audiovisuel. Le choix par le CSA d'une liste de chaînes parmi les candidats à la TNT ne représente donc qu'une étape : la phase juridique et administrative du lancement de la TNT doit désormais avoir des prolongements industriels.

5.1.2.1 Le rôle du CSA postérieurement à la sélection des chaînes

Le CSA a finalement publié le 23 octobre la liste des chaînes privées⁴⁰ choisies pour émettre en TNT : l'offre en clair comportera, en plus des chaînes publiques, locales, et de la reprise numérique de TF1 et de M6, six nouvelles chaînes privées, parmi lesquelles trois chaînes musicales ou à dominante musicale⁴¹. Les téléspectateurs possédant un décodeur ou un téléviseur numérique devraient donc disposer au maximum de 19 chaînes en clair sur la TNT⁴². Les autres chaînes seront disponibles à travers un abonnement aux services d'un opérateur commercial.

Une fois signée une convention avec le CSA (début 2003), les éditeurs des chaînes retenues auront deux mois pour présenter au Conseil des propositions de regroupement afin de constituer les opérateurs de multiplex. La liste des candidats retenus par le CSA

³⁹ Certains textes sont d'ailleurs toujours en préparation, en particulier le décret relatif aux obligations de production et de diffusion des chaînes locales de la TNT.

⁴⁰ 23 chaînes distinctes, réparties sur 22 canaux, dont l'un sera partagé par Cuisine TV et Comédie ! (chaînes éditées par le groupe Pathé).

⁴¹ Les nouvelles chaînes gratuites sont Direct 8 (Bolloré), NT1 (AB Group), TMC (Pathé), iMCM (Lagardère), NRJ TV (NRJ), M6 Music (M6).

⁴² Les six chaînes précitées, ainsi que TF1, M6, huit chaînes publiques (La Chaîne Parlementaire, Arte, France 2, France 3, France 5, une chaîne régionale, une chaîne d'information continue et une chaîne de rediffusions), ainsi que trois chaînes locales au maximum. Le projet de lancement de trois nouvelles chaînes par francetélévisions ne sera pas maintenu sous sa forme actuelle, et il est possible que le CSA conduise en 2003 un appel à candidatures pour choisir des projets de substitution.

comporte en annexe une proposition de composition pour les quatre multiplex réservés aux chaînes privées, qui attribue le contrôle d'un multiplex (c'est-à-dire au moins trois chaînes sur les cinq ou six possibles) aux principaux acteurs de l'audiovisuel français : TF1, Canal+, M6 et Lagardère. Les opérateurs de multiplex agréés seront les interlocuteurs des opérateurs techniques pour la diffusion des chaînes.

La loi sur l'audiovisuel prévoit que le ou les opérateurs commerciaux intéressés par la distribution des chaînes payantes de la TNT se déclarent auprès du CSA. Aucun calendrier n'est attaché à cette opération, cependant l'attribution définitive des autorisations d'émettre aux chaînes impliquera de commencer la diffusion dans un certain délai ; les chaînes qui n'auraient pas démarré leurs émissions à l'issue de cette période s'exposeraient à la remise en cause de leur autorisation par le CSA. L'obligation des éditeurs de démontrer qu'ils font un usage effectif de la ressource radio-électrique qui leur a été attribuée aura un effet sur l'apparition d'un opérateur commercial.

Enfin, le CSA est supposé lancer plusieurs appels à candidatures successifs relatifs aux chaînes locales de la TNT : les trois canaux réservés sur chaque site d'émission permettent un maximum théorique de 330 télévisions locales numériques. Le lancement du premier de ces appels à candidature était prévu pour le printemps 2002, mais a depuis été repoussé sine die, dans l'attente de la publication du décret relatif aux obligations de production et de diffusion des chaînes locales, et de l'issue de la réflexion en cours sur la réforme de la réglementation interdisant la publicité télévisée aux entreprises du secteur de la distribution.

Cependant, la procédure d'autorisation des chaînes et des opérateurs de multiplex ne pourra pas aller à son terme tant qu'une réponse n'aura pas été apportée aux importants problèmes économiques et techniques encore en suspens.

5.1.2.2 *La création d'un opérateur commercial*

Il n'existe pas à l'automne 2002 de candidat déclaré à la fonction de distributeur commercial des chaînes payantes de la TNT. L'apparition d'un tel opérateur est pourtant un préalable indispensable au démarrage de la TNT :

- En l'état, l'offre gratuite ne paraît pas à elle seule de nature à convaincre la masse des téléspectateurs de s'équiper pour la réception TNT ;
- De nombreuses questions non résolues pèsent sur la survie des projets de nouvelles chaînes publiques, ainsi que sur l'apparition et le financement des chaînes locales numériques, ce qui peut contribuer à diminuer l'intérêt de la TNT gratuite ;
- Un lancement réussi de la TNT suppose un effort de communication soutenu et coordonné de la part de l'ensemble des acteurs, dans lequel l'opérateur commercial aura un rôle crucial.

Le ou les opérateurs commerciaux de la TNT seront soumis à des contraintes spécifiques induites par la technologie hertzienne, au premier rang desquelles la pauvreté relative de l'offre de chaînes par rapport à la diversité de programmes du satellite et du câble numérique. De plus, là où les opérateurs du câble et du satellite peuvent différencier leurs produits, soit en proposant à des tarifs variables des bouquets plus ou moins complets, soit, et c'est là un paramètre crucial, en acquérant des droits exclusifs sur certains contenus à forte valeur ajoutée⁴³, la composition de l'offre de la TNT a été déterminée en amont par le CSA. Le ou les futurs opérateurs ne pourront pas la faire évoluer pour l'adapter aux circonstances du marché ou au profil des abonnés.

Cette différence entre la TNT et les autres technologies de distribution a d'ailleurs soulevé la question de la pertinence d'une pluralité de distributeurs commerciaux pour la TNT. Même si la présence d'opérateurs concurrents peut apparaître in abstracto comme un levier positif pour le développement du marché de la TNT en général, le coût de recrutement des abonnés, la pauvreté relative de l'offre de programmes et la nécessité de préfinancer la fabrication des décodeurs loués aux abonnés militent en

⁴³ Comme le partage des droits de retransmission du football français entre Canal+/CanalSatellite et TF1/TPS.

faveur d'un opérateur unique pour l'offre commerciale de la TNT, dans un cadre qui garantisse un traitement équitable et non discriminatoire aux éditeurs des chaînes payantes de la TNT⁴⁴.

L'offre de chaînes payantes apparaît en effet trop limitée pour que puissent coexister sur le marché deux opérateurs : découper les 15 chaînes payantes en deux blocs commercialisés séparément et en exclusivité par deux opérateurs distincts n'aurait aucun intérêt ni pour les éditeurs de chaînes ni pour les téléspectateurs ; restreindre la concurrence entre opérateurs à la seule fourniture des contenus premium ne permettrait pas non plus de trouver un équilibre (hypothèse dans laquelle chacun des opérateurs commercialiserait la même offre de base – soit 12 chaînes thématiques payantes –, complétée soit par Canal+ et Cinécinémas, soit par TPS Star). La perspective d'une situation de concurrence pour la distribution de la TNT se heurte de toute façon à la spécificité du marché français : il existe déjà depuis 18 ans un opérateur de télévision hertzienne payante. Ni le CSA ni les éditeurs de chaîne ne peuvent écarter de leur réflexion cette réalité : à partir du moment où le but explicite assigné à la TNT est d'élargir l'offre de chaînes disponible pour les foyers qui ne sont abonnés ni au câble ni au satellite, quel rôle faut-il assigner aux millions d'abonnés hertziens à Canal+ ?

Canal+ cherche à convertir ses abonnés analogiques à la réception numérique, afin d'accéder aux revenus supplémentaires liés à la location du décodeur numérique et à la fourniture de services à valeur ajoutée (paiement à la séance, jeux interactifs...). Dans cette perspective, l'arrivée de la TNT ouvre de nouveaux horizons à la chaîne pour la migration vers le numérique d'abonnés hertziens qui ne souhaitent pas ou ne peuvent pas s'abonner à Canal+ numérique via le satellite ou le câble. Début 2001, le groupe Canal+ avait fait connaître son intérêt pour la fonction d'opérateur commercial de la TNT, qui lui aurait permis de viser en priorité les trois millions de foyers abonnés en analogique à la chaîne premium pour la migration vers le numérique terrestre. Le projet suscitait alors certaines interrogations quant à la compatibilité de la démarche avec le droit de la concurrence, d'autant plus que la possibilité d'une fusion de CanalSatellite et TPS était évoquée au même moment. La possibilité d'un opérateur commun de la TNT a aussi été évoquée fin 2001 : son capital aurait été réparti entre tous les éditeurs de chaînes payantes de la TNT, avec Canal+ et TF1 comme actionnaires de référence. Le financement de la conversion au numérique des abonnés analogiques de Canal+ aurait ainsi été réparti sur l'ensemble des acteurs de la TNT. Cette hypothèse, distincte de l'option dans laquelle le groupe Canal+ aurait assuré seul la commercialisation de la TNT, posait aussi des difficultés réglementaires (l'association des éditeurs au sein d'une même entité s'analysant comme un cartel). En outre, Canal+ s'est montré très réticent à toute solution qui donnerait à ses concurrents un accès, même limité, à son fichier d'abonnés.

Au printemps 2002, les difficultés de Canal+ puis de Vivendi Universal ont entraîné l'abandon de la candidature officielle du groupe à la fonction d'opérateur commercial de la TNT. Les autres acteurs de l'audiovisuel (ou des télécommunications) disposant des moyens financiers et des compétences marketing nécessaires pour faire fonctionner un opérateur commercial ont choisi d'adopter une position d'attente, motivée par une double incertitude : politique, quant à l'avenir de la TNT (une interrogation que la réaction du gouvernement aux conclusions de la mission Boyon n'a pas permis de totalement dissiper), et stratégique, quant au sort de Vivendi Universal et la possible mise en vente de Canal+.

L'hypothèse de la création ex nihilo d'un opérateur commercial de la TNT par un nouvel entrant sur le marché, venant par exemple du secteur des télécommunications⁴⁵, ou de la grande distribution traditionnelle, représente un véritable pari industriel. Outre l'importance de la charge financière de l'achat des décodeurs, le lancement réussi de la TNT payante suppose un savoir-faire marketing considérable pour imposer une nouvelle marque et convaincre les ménages de l'intérêt du numérique hertzien par

⁴⁴ La problématique de la distribution de la TNT payante a été abordée, entre autres, par le rapport de Jérôme Gallot sur les aspects concurrentiels du lancement de la TNT (DGCCRF, février 2002).

⁴⁵ Orange a étudié la possibilité d'une participation à la distribution de la TNT, notamment à travers son réseau de points de vente.

rapport aux alternatives du câble et du satellite, mieux identifiées par le public. Un élément clé de la réussite ou de l'échec de cette tentative de commercialisation résiderait alors dans les relations de ce nouvel entrant avec Canal+.

La tâche de l'opérateur commercial sera rendue encore plus difficile par la nécessité pour certains des futurs abonnés d'adapter leurs antenne pour pouvoir recevoir les signaux numériques (cf. infra § 5.1.2.3). En outre, les ménages disposent aujourd'hui d'une faible connaissance de la TNT et de ses possibilités ; et très peu sont informés des problèmes potentiels de réception de la TNT. Il semblerait qu'une certaine confusion existe entre la perception des capacités de la TNT et celles du câble ou du satellite : certains ménages diffèrent ainsi leur projet d'abonnement à l'un ou l'autre, pensant pouvoir disposer gratuitement de la même offre de programmes grâce à la TNT⁴⁶.

Le processus de conventionnement des chaînes gratuites et payantes a débuté sans que les éditeurs soient en mesure d'engager des négociations auprès d'un distributeur publiquement déclaré. Si elle se prolonge, l'absence de candidat au rôle d'opérateur commercial aura un impact sur la constitution des opérateurs de multiplex, notamment s'ils sont chacun contrôlé par un éditeur présent sur la TNT avec des chaînes gratuites et payantes : sans visibilité des actionnaires de ces sociétés sur l'économie des chaînes payantes (rémunération, et perspectives de recrutement d'abonnés de l'opérateur commercial), la négociation des contrats de diffusion entre les opérateurs de multiplex et les opérateurs techniques sera impossible. Enfin, l'absence d'opérateur commercial ralentit les efforts de communication au public des enjeux et des limites de la TNT. Une action coordonnée de grande envergure du gouvernement, des éditeurs de chaînes et des fabricants de matériel audiovisuel semble nécessaire, si l'on souhaite que les téléspectateurs soient informés non seulement de l'arrivée de la TNT, mais aussi de l'obligation pour certains de modifier leurs équipements de réception.

5.1.2.3 *Le réaménagement des fréquences et l'adaptation des antennes de toit*

L'émission et la réception des signaux hertziens numériques supposent un important et coûteux travail d'adaptation des sites de diffusion, tant pour permettre la poursuite de la diffusion en mode analogique après le démarrage de la TNT, que pour mettre les habitants des zones couvertes en mesure de recevoir les signaux numériques.

Le démarrage des émissions en numérique implique de modifier le plan de fréquences analogique actuel de nombreux sites de diffusion. En pratique, il s'agit de libérer des fréquences utilisées aujourd'hui par des chaînes hertziennes analogiques pour les réaffecter à la diffusion du signal numérique d'un des six multiplex. Les téléspectateurs de la zone couverte par l'émetteur réaménagé se trouvent donc dans l'obligation de modifier le réglage de leur téléviseur pour retrouver le signal analogique des chaînes déplacées. Dans certains cas, les nouvelles fréquences attribuées aux chaînes hertziennes pourraient se situer en dehors des capacités de réception des équipements les plus anciens (téléviseurs et/ou antennes de toit), ce qui générera des frais pour les téléspectateurs.

Le CSA estime qu'il faudra procéder à 1500 réaménagements de fréquences sur l'ensemble des 110 sites de diffusion retenus pour le démarrage de la TNT, dont 500 sur les 29 sites de la phase de démarrage⁴⁷ (ce chiffre inclut les réaménagements devant être pratiqués sur les émetteurs secondaires). Le coût global de l'opération de réaménagement comprend donc des travaux sur les émetteurs, dont le coût serait d'après l'Agence nationale des fréquences compris entre 26 et 31 millions d'euros, et des interventions chez les particuliers, plus difficiles à quantifier précisément, dont le coût pourrait varier de 18 à 53 millions d'euros.

⁴⁶ D'après une étude sur les attentes et perceptions à l'égard de la TNT conduite par un opérateur de télévision payante français.

⁴⁷ Ces sites sont situés près des grandes agglomérations et doivent permettre de couvrir 50% de la population au démarrage des émissions.

Le coût définitif des réaménagements de fréquences pourrait donc varier du simple au double, de 44 à 84 millions d'euros⁴⁸. Ces travaux ne concernent que les réaménagements de fréquences analogiques, c'est-à-dire qu'ils permettront seulement aux foyers concernés de conserver la réception des chaînes analogiques actuelles ; ils doivent donc être distingués des travaux nécessaires pour rendre possible la réception des émissions numériques. L'appel à candidatures du CSA du 24 juillet 2001 fait référence à la mutualisation du coût des réaménagements de fréquences, sans plus de précisions quant à leur répartition entre les acteurs de la TNT. Compte tenu de l'ampleur des travaux à réaliser, le gouvernement, suivant en cela l'une des recommandations du rapport Boyon, a doté de 15 millions d'euros un fond destiné à financer les réaménagements de fréquences pour les émetteurs de la première phase de déploiement de la TNT. Les sommes débloquées seront ensuite progressivement remboursées à l'État par les chaînes diffusées en mode numérique hertzien.

Indépendamment des 1500 réaménagements de fréquences analogiques, la réception de la TNT supposera une adaptation des antennes de réception des particuliers : un grand nombre d'antennes de toit devront ainsi être soit réorientées en direction de l'un des 110 émetteurs de la TNT ; certaines installations anciennes devront être partiellement ou totalement remplacées. En 2001, une étude du Simavelec (Syndicat des industries de matériels audiovisuels et électroniques) proposait une estimation de l'importance et du coût de ces travaux, en opérant une distinction entre l'habitat individuel et l'habitat collectif. Selon cette étude :

- 68% des antennes individuelles devraient recevoir sans modification les signaux de la TNT, dès lors qu'elles seront correctement orientées en direction d'un émetteur TNT. 11% des antennes devraient être modernisées pour un coût inférieur à 150 euros ; 18% pour un coût inférieur à 275 euros et 3% pour un coût inférieur à 380 euros.
- 52% des installations collectives correctement orientées pourraient également recevoir les signaux de la TNT sans modification. 43% des antennes nécessiteraient des travaux d'un montant compris entre 230 et 700 euros, et 5% (les plus vétustes) devraient être entièrement remplacées pour un coût compris entre 900 et 1800 euros. En outre, les travaux sur l'installation collective devraient être prolongés par des interventions individuelles dans les foyers, d'un coût moyen estimé à 23 euros⁴⁹.

Ces pourcentages correspondent à l'adaptation de plusieurs millions d'antennes de réception dans les zones couvertes par la TNT. Les délais induits par l'identification exacte des foyers touchés, l'information des habitants, et la réalisation des travaux (sur décision des copropriétaires ou syndics dans le cas des immeubles collectifs) sont susceptibles d'ajouter plusieurs mois au calendrier du lancement de la TNT si des efforts importants et coordonnés ne sont pas mis en oeuvre rapidement pour sensibiliser le public aux problèmes de réception de la TNT.

5.1.3 La TNT, facteur de déséquilibre pour l'économie de l'audiovisuel

La mise en œuvre des aménagements techniques pour la diffusion et la réception numériques et la création de l'opérateur commercial sont des préalables indispensables au démarrage de la TNT, mais ne garantissent en aucune manière à eux seuls le succès du projet. Le fiasco de la TNT dans les autres pays d'Europe est éloquent à cet égard, en dépit de la variété des approches adoptées et des spécificités nationales de l'environnement réglementaire et économique de l'audiovisuel. Sans une prise en compte pragmatique des rapports de force actuels sur le marché de l'audiovisuel, le lancement de la TNT pourrait aboutir à des effets contraires à l'objectif revendiqué d'apporter au plus large public possible une plus grande quantité de chaînes de télévision.

5.1.3.1 Des expériences étrangères jusqu'ici peu concluantes

⁴⁸ Estimation de l'Agence nationale des fréquences, citée in Michel Boyon, *La télévision numérique terrestre*, rapport au Premier ministre, octobre 2002.

⁴⁹ Chiffres cités par Jérôme Gallot, in *La télévision numérique terrestre : enjeux et modalités de mise en œuvre au regard des règles de concurrence*, notamment au travers de la question de la distribution, rapport au Ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, février 2002.

En préambule, il faut rappeler que la TNT n'a jusqu'ici jamais rencontré le succès dans les autres pays européens, malgré des marchés très contrastés et des conditions de lancement diverses⁵⁰.

La TNT au Royaume-Uni

Au Royaume-Uni, l'ex-opérateur TNT On Digital a débuté son activité en 1998, avec pour stratégie explicite de lutter contre l'hégémonie de BskyB sur le marché de la télévision payante britannique. Toutefois, les actionnaires du bouquet (les groupes de production et d'édition de chaînes Granada et Carlton) n'ont pas pu mettre au point une offre de programmes premium suffisamment attractive, l'essentiel des droits sportifs et cinéma étant déjà la propriété de BskyB. On Digital a aussi souffert de problèmes techniques de transmission. La progression régulière du nombre d'abonnés les deux premières années (inférieure toutefois aux prévisions) cachait un taux de désabonnement très important⁵¹. Le niveau des dépenses engagées pour recruter les nouveaux abonnés a donc cru considérablement, dans un contexte de concurrence exacerbée avec BskyB (aidé par des promotions commerciales très efficaces). On Digital (devenu entre temps ITV Digital) a finalement interrompu son activité début 2002.

Les licences d'exploitation des multiplex laissés vacants par l'opérateur ont été attribuées en juillet 2002 par l'autorité de régulation britannique (Independent Television Commission) à un groupe de sociétés composé de la BBC, de BskyB et du diffuseur Crown Castle International. Ces sociétés se sont engagées à prendre en charge l'exploitation technique et la promotion d'une offre de télévision numérique terrestre. Le nouvel opérateur a commencé à diffuser, en clair, 24 chaînes (ainsi que plusieurs radios numériques et services de télévision interactifs) le 30 octobre 2002, sous la marque Freeview. L'accès aux programmes ne nécessite que l'achat d'un décodeur ; cette gratuité des contenus a pour conséquence l'absence de programmes premium du bouquet, et un certain déséquilibre dans la répartition thématique de l'offre : outre quatre nouvelles chaînes publiques (BBC4, CBBC, Cbeebies, BBC3 en 2003), qui s'ajoutent aux quatre chaînes déjà existantes de la BBC, le bouquet Freeview comporte ainsi quatre chaînes d'information continue, et deux chaînes de téléachat.

L'échec total de la TNT au Royaume-Uni n'aura pu être évité qu'à travers la mise à contribution du service public, et un repositionnement de l'offre qui garantisse l'absence de concurrence à BskyB sur les contenus premium. Le succès de cette deuxième tentative reste à démontrer ; il reposera exclusivement sur l'intérêt des ménages pour l'achat de décodeurs numériques.

La TNT en Suède

En Suède, le marché de la télévision payante était déjà arrivé à maturité au moment de l'introduction de la TNT en 1999, avec 52% environ des foyers abonnés au câble, et 14% au satellite⁵². Au début de la diffusion en avril 1999, l'offre se composait en tout et pour tout des deux chaînes publiques SVT1 et SVT2, d'une nouvelle chaîne publique d'information continue et de TV8, une chaîne consacrée aux documentaires et aux débats de société. Les téléspectateurs intéressés devaient acheter un décodeur à l'opérateur public Senda, pour 550 euros environ, puis s'acquitter d'une redevance annuelle de 32 euros. Ce modèle fut un échec total, avec seulement 1000 décodeurs vendus au bout de six mois. L'offre fut relancée en 2000 par l'adjonction de nouveaux contenus, et notamment des chaînes premium (parmi lesquelles Canal+), et par la création d'un opérateur commercial capable de louer les décodeurs aux abonnés. Cette évolution du contenu et du mode de commercialisation de la TNT n'a toutefois pas

⁵⁰ Ne seront développés ici que les exemples britannique et suédois ; il convient de rappeler que l'opérateur commercial de la TNT espagnole Quiero TV a été contraint de cesser son activité en mai 2002, moins de deux ans après son lancement : le bouquet n'avait convaincu que 200 000 abonnés au lieu des 1 100 000 attendus.

⁵¹ Proche de 25% en 1999 et 2000 ; l'amélioration de la qualité du service et la mise à disposition gratuite du décodeur a ensuite permis de réduire ce chiffre, mais trop tard au regard des dépenses engagées en pure perte et de l'avance acquise par le satellite numérique.

⁵² Source : IDATE, décembre 2000.

suffi à assurer son succès jusqu'à présent (on ne comptait début 2002 qu'un peu plus de 100 000 foyers abonnés).

L'apparition aujourd'hui d'une offre de TNT entièrement gratuite, sans opérateur commercial, au Royaume-Uni rappelle les conditions du lancement de la TNT en Suède, avec pour différences principales une offre de programmes plus fournie, et surtout, une importante diminution du prix des décodeurs (150 à 200 euros au lieu de 500 euros).

Une approche alternative de la TNT : le cas des Etats-Unis

Là où les projets européens procèdent d'une logique économique et visent principalement à mettre en place un mode supplémentaire de distribution de programmes de télévision, l'approche américaine de la TNT se concentre sur le potentiel technologique de la diffusion numérique. Le développement de l'offre de programmes sur le câble et le satellite paraît suffisamment important pour qu'il ne semble pas nécessaire de stimuler l'apparition d'une concurrence supplémentaire via la TNT. La Federal Communications Commission a préféré attribuer les fréquences numériques aux chaînes hertziennes implantées dans chaque agglomération. Chaque chaîne dispose donc d'une autorisation d'émettre en numérique et en analogique, et utilise la bande passante qui lui est allouée pour diffuser un signal haute définition.

La procédure a imposé aux chaînes un calendrier précis pour le démarrage de la diffusion numérique : novembre 1999 pour les stations affiliées aux quatre networks ABC, CBS, Fox et NBC, mai 2002 pour les autres chaînes privées, et mai 2003 au plus tard pour les chaînes communautaires ou d'accès public. Les téléspectateurs sont incités à acquérir un téléviseur haute définition quand ils décident de renouveler leur équipement. Lorsque les récepteurs numériques seront suffisamment répandus, la FCC compte programmer région par région l'arrêt de la diffusion hertzienne analogique.

L'approche américaine de la télévision numérique terrestre ne modifie pas en profondeur les équilibres concurrentiels existants dans le secteur de l'audiovisuel mais donne un cadre au marché pour l'intégration d'avancées technologiques qui à terme ouvriront de nouvelles perspectives à l'ensemble des acteurs.

5.1.3.2 Un pari financier risqué pour les chaînes de complément

L'émergence de la TNT aura un impact économique sur toutes les chaînes de complément, qu'elles aient ou non été retenues par le CSA à l'issue de l'appel à candidatures du 24 juillet 2001 : les chaînes TNT devront supporter des coûts de diffusion supplémentaires très significatifs au regard de leur budget global⁵³, et les chaînes cantonnées à une diffusion sur le câble et le satellite auront de plus en plus de mal à attirer des annonceurs.

L'une des raisons pour lesquelles l'apparition de la télévision par satellite a favorisé celle de nombreuses nouvelles chaînes est l'intérêt économique de cette technologie de diffusion pour les éditeurs de chaînes : le coût relatif par abonné du transport du signal ne peut que décroître avec le temps. Le signal numérique d'une chaîne thématique occupe typiquement une bande passante comprise entre 4 et 5,5 megabits par seconde, soit un coût annuel du transport satellite compris entre 650 000 et 750 000 euros environ (pour une diffusion 24 heures sur 24). Pour ce prix, l'éditeur d'une chaîne diffusée par CanalSatellite ou TPS a accès à 100% du territoire métropolitain, et à plus de 15 millions de foyers capables de s'équiper facilement d'une parabole (habitat individuel et habitat collectif hors centre ville). Chaque nouvel abonné contribue donc à la diminution du poids relatif de la diffusion dans les charges d'exploitation de la chaîne.

En revanche, la diffusion terrestre (analogique ou numérique) procède d'une logique très différente, dans la mesure où le coût relatif de la diffusion tend à augmenter au fur

⁵³ Du point de vue des chaînes de complément. La TNT sera au contraire, après l'arrêt des émissions en mode analogique, une source d'économie pour les chaînes généralistes hertziennes, qui dépensent actuellement plus de 50 millions d'euros par an pour leur diffusion en mode analogique sur l'ensemble du territoire.

et à mesure de l'extension de la couverture des émetteurs : pour ce qui est de la TNT, il est admis que les 29 premiers sites d'émission choisis par le CSA permettront de couvrir 50% de la population. En revanche, les disparités de densité démographique sur le territoire français feront que l'extension ultérieure de la diffusion à 110 sites n'aboutira in fine qu'à la couverture de 70% à 80% de la population. Même en tenant compte de la mise en place d'installations moins onéreuses durant les phases ultérieures du déploiement de la TNT, le coût marginal de la diffusion par téléspectateur supplémentaire couvert tendra à s'accroître. Or, la diffusion numérique terrestre coûte cher : les discussions des éditeurs de chaînes avec les prestataires de diffusion (TDF, Towercast...) à l'occasion de la mise au point des réponses à l'appel à candidatures du CSA fixent à approximativement deux millions d'euros le coût annuel de la diffusion numérique à partir des 29 émetteurs de la première phase (50% des foyers), et à près de 4 millions d'euros le coût de la diffusion depuis 110 émetteurs (70-80% des foyers).

Même s'il est admis que ces prix tiennent compte d'une prime de monopole dont bénéficie le diffuseur historique TDF, et que les opérateurs de multiplex disposeront d'une capacité de négociation plus importante que les chaînes agissant individuellement, la diffusion TNT représente une charge supplémentaire très importante pour des chaînes thématiques dont le budget est le plus souvent compris entre 12 et 30 millions d'euros. Les éditeurs des chaînes devront supporter ce coût durant la période de lancement de la TNT, sans que la quantité de foyers équipés soit encore suffisante pour le compenser par des recettes publicitaires ou d'abonnement significatives.

De leur côté, les chaînes thématiques dont la candidature n'a pas été retenue (ou qui ont choisi de ne pas participer à la procédure de sélection du CSA) devront faire face à une possible baisse de leur initialisation (en cas d'attrition par la TNT d'abonnés au câble et au satellite), et à une très probable diminution de leurs recettes publicitaires, déjà peu élevées : les annonceurs se tourneront en priorité vers les « grosses » chaînes thématiques, c'est-à-dire celles qui pourront leur assurer une couverture maximale de par leur présence sur les trois modes de distribution numérique : câble, satellite et TNT.

5.1.3.3 *Une menace spécifique pour les câblo-opérateurs*

L'arrivée de la TNT soulève des interrogations spécifiques pour les câblo-opérateurs, liées aux conséquences techniques, commerciales et économiques de la mise en œuvre de cette nouvelle technologie de diffusion.

Conséquences techniques : le brouillage des signaux du câble

Les tests de diffusion TNT réalisés entre autres à partir de l'émetteur de la Tour Eiffel ont mis en évidence l'existence de situations de brouillage du signal chez certains abonnés au câble, en particulier sur les réseaux de Paris (Noos) et de Versailles (NC Numéricâble). Ces brouillages, qui selon l'Aform affectent 20% des abonnés aux opérateurs de ces réseaux, résultent soit d'une trop grande proximité entre les fréquences utilisées par les émissions hertziennes numériques et le plan de fréquences des câblo-opérateurs, soit de l'affectation par le CSA à un multiplex TNT d'une fréquence déjà utilisée par un câblo-opérateur.

Dans les deux cas, le retour à une réception satisfaisante implique des travaux tant sur les têtes de réseau que chez les abonnés individuels ou collectifs (même après une intervention au niveau de la tête de réseau, le brouillage peut persister à cause d'équipements terminaux défectueux ou anciens chez les abonnés, par exemple le cordon servant à relier le téléviseur à la prise murale du câble).

Jusqu'à présent, les tentatives de chiffrage des travaux sur les installations de réception des signaux télévisés nécessités par le démarrage de la TNT ont uniquement porté sur les situations de réception hertziennes : d'une part, les coûts induits par les réaménagements de fréquences de diffusion analogique, et d'autre part la réorientation et la mise à niveau des antennes en vue de la réception numérique. L'ampleur, le coût et surtout la responsabilité du financement des travaux à effectuer auprès des abonnés au câble n'ont pas été abordés.

L'évaluation a priori du nombre de foyers effectivement touchés est difficile ; elle ne pourra être complétée avec certitude qu'à l'issue de la phase de planification de la TNT. Cependant, compte tenu de l'implantation urbaine des réseaux câblés, la majorité des cas de brouillage sera constatée lors de la mise en service des 60 premiers émetteurs TNT, pour lesquels les paramètres techniques de diffusion ont déjà été publiés par le CSA ; il est donc possible d'en tirer une estimation réaliste du nombre d'abonnés touchés.

L'étude la plus récente de l'Aform, en date de novembre 2002 et basée sur des mesures effectuées par les quatre principaux câblo-opérateurs, évalue à plus de 105 millions d'euros le coût des réaménagements de fréquences des réseaux câblés afin qu'ils cohabitent harmonieusement avec la diffusion TNT. Même si seulement 20% à 30% des abonnés à un réseau sont victimes de brouillages sévères de la réception, la modification du plan de fréquences affecte la totalité des abonnés : à la différence des antennes de toit, il n'est pas possible d'intervenir immeuble par immeuble. L'estimation globale de l'Aform correspond à deux cas de figure concrets très différenciés :

- Dans le premier cas, le plan de fréquences du réseau câblé n'est pas saturé et l'opérateur peut utiliser des fréquences inoccupées pour libérer les fréquences brouillées par la TNT. Le coût de ces opérations, qui d'après l'Aform concerneraient environ 600 000 abonnés au câble, est relativement modeste, de l'ordre de 6 millions d'euros (interventions techniques sur les têtes de réseau et communication en direction des abonnés individuels ou collectifs).
- Cependant, de nombreux réseaux connaissent une situation de saturation du plan de fréquences, résultat de la croissance du nombre de chaînes proposées. Dans ce cas, la seule possibilité de libération de fréquences consiste à numériser intégralement le réseau, afin de réduire la quantité de fréquences occupées (le gain est rendu possible par la compression numérique du signal des chaînes). Cette solution implique une dépense considérable pour les opérateurs, obligés d'acheter des décodeurs afin de convertir en quelques mois au numérique plusieurs centaines de milliers d'abonnés analogiques. Selon l'Aform, 1 450 000 abonnés au câble dépendraient de réseaux aux plans de fréquences saturés appelés à être perturbés par la TNT, parmi lesquels 440 000 abonnés analogiques. Le coût total de l'opération de numérisation s'élèverait à plus de 100 millions d'euros.

Les câblo-opérateurs pourront redéfinir les plans de fréquences des réseaux non saturés. En revanche, la numérisation intégrale du service entraînerait des coûts que leur

économie actuelle ne leur permettrait pas de supporter. L'inaction ou l'inertie des opérateurs pour résoudre les situations de brouillage aurait des conséquences graves sur le taux de désabonnement au câble : en définitive, la dégradation de la qualité de service du câble directement suscitée par l'arrivée de la TNT pourrait devenir un argument en faveur de l'adoption de la TNT par les foyers câblés. Enfin, à supposer que les câblo-opérateurs parviennent à financer les travaux sur les réseaux et la fourniture des décodeurs, la numérisation de tous les abonnés les obligerait à mettre en œuvre à grande échelle les obligations de must carry des chaînes en clair de la TNT (cf. infra).

Conséquences commerciales : une concurrence immédiate en centre ville

Le démarrage de la TNT aura pour effet immédiat de donner au câble un concurrent dans les agglomérations importantes. Les 29 premiers sites d'émission de la TNT recoupent les bassins d'implantation des principaux réseaux câblés français. Deux à trois ans après le démarrage de la TNT, plus de 90% des foyers disposant d'une prise câblée seront en mesure d'arbitrer entre un abonnement au câble ou à la TNT. En revanche, les opérateurs de télévision par satellite ne seront pleinement confrontés à la concurrence de la TNT qu'à l'issue de la mise en service de la dernière tranche d'émetteurs. De surcroît, le satellite étant la seule technologie de diffusion numérique à pouvoir couvrir la totalité du territoire, les opérateurs pourront, dans la perspective d'un arrêt de la diffusion hertzienne analogique après 2010, bénéficier d'un monopole de fait de la fourniture de contenus télévisés auprès de 20% à 30% de la population habitant dans des zones rurales ne disposant ni du câble ni d'émetteurs TNT.

L'apparition de la TNT risque de provoquer le départ de certains abonnés au câble, notamment ceux qui seront affectés par des brouillages dus aux émissions numériques. En tout état de cause, le coût de recrutement des nouveaux abonnés augmentera, et cela d'autant plus que l'opérateur commercial de la TNT (ou les opérateurs) pourra disposer d'une véritable marque et construire une stratégie de communication nationale, à l'instar des opérateurs de télévision par satellite.

Conséquences économiques : des tarifs déséquilibrés par le must carry TNT

Le décret 2002-125 du 31 janvier 2002 prévoit que les câblo-opérateurs sont tenus d'assurer la fourniture à tous les abonnés à une offre numérique des services de télévision « normalement reçus par voie hertzienne terrestre dans la zone de desserte du réseau câblé et dont le financement ne fait pas appel à une rémunération de la part des usagers », autorisés en application de l'article 30-1 de la loi du 30 septembre 1986. Cette disposition fait donc peser sur les câblo-opérateurs une obligation de transport sur leurs réseaux des chaînes en clair de la TNT, auprès de tous les abonnés numériques.

Cette obligation peut entraîner deux types de conséquences pour les opérateurs du câble :

- En premier lieu, l'obligation de transport, limitée aux abonnés aux services numériques, peut inciter les opérateurs à ralentir la migration de leurs clients analogiques vers des bouquets numériques. Il a été montré précédemment (cf. supra §4.3) que les abonnements au câble analogique étaient plus avantageux (en termes de marge d'exploitation) pour les opérateurs que les abonnements au câble numérique, même si ces derniers ouvrent la possibilité de vendre des services non audiovisuels.
- De plus, le transport obligatoire des chaînes TNT gratuites publiques et privées, nationales et locales, a un impact direct sur l'équilibre de l'offre des opérateurs. Alors que ceux-ci multiplient les efforts pour attirer de nouveaux abonnés en diminuant le point d'entrée tarifaire du câble et en essayant de simplifier leur discours commercial (en créant par exemple des petits bouquets diversifiés de 12 ou 15 chaînes, vendus moins de 15 euros par mois), le transport des chaînes gratuites de la TNT aura nécessairement des conséquences sur la composition et l'attractivité des bouquets d'entrée de gamme.

En dehors des difficultés suscitées par le désabonnement pur et simple d'une partie des clients du câble qui se satisferont de l'offre de la TNT, l'obligation de transport des

chaînes en clair de la TNT empêchera les opérateurs de construire des bouquets de base numériques lisibles et bon marché.

Il est possible que certains des effets négatifs de l'introduction de la TNT pour les câblo-opérateurs soient corrigés d'ici au démarrage effectif de la diffusion numérique, en particulier la règle du must carry, à l'occasion de la transposition en droit français des directives du paquet télécom. Au delà des interrogations soulevées par l'arrivée de la TNT, la mise en œuvre du nouveau cadre européen des télécommunications devra inclure une réflexion de fond sur le régime juridique du câble, et sur la place des réseaux câblés dans l'économie des télécommunications.

5.2 Les directives du paquet télécom et leurs effets sur le cadre juridique du câble

L'Union européenne a publié en 2002 une série de directives qui réforment le cadre réglementaire des communications électroniques. Ce « paquet », composé de sept textes (six directives et une décision), est le résultat d'un processus de réflexion mené depuis 1999, afin de parfaire la libéralisation du secteur des télécommunications entamée par la directive 90/387/CE du 28 juin 1990⁵⁴. Les dispositions des textes du paquet télécom poursuivent plusieurs objectifs :

- prendre acte de la fin des monopoles des opérateurs historiques de télécommunications et renforcer les conditions de la concurrence entre opérateurs ;
- intégrer à la réglementation communautaire les nouvelles applications adoptées par les consommateurs au cours de la dernière décennie (téléphonie mobile et Internet) ;
- et surtout, créer un régime juridique commun pour l'établissement et l'exploitation de tous les réseaux et services de télécommunications, indépendamment de la nature des technologies mises en œuvre (principe de la neutralité technologique de la réglementation)⁵⁵.

Ce dernier aspect est particulièrement important pour les câblo-opérateurs, compte tenu de la spécificité du régime français des réseaux câblés, par rapport aux réseaux de télécommunications et aux autres modes de télédistribution (en particulier le satellite). Les directives du paquet télécom opèrent une distinction entre les réseaux de communication, c'est-à-dire les infrastructures physiques utilisées pour la transmission hertzienne ou optique de signaux, et les services de communication électroniques, qui correspondent aux prestations de transmission de signaux elles-mêmes, à l'exclusion des services de création et de fourniture de contenus, qui se situent en dehors de leur champ d'application.

Les textes composant le paquet télécom sont :

- Directive 2002/21/CE « cadre » relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et les services de communications électroniques (7 mars 2002) ;
- Directive 2002/20/CE « autorisation » relative à l'autorisation de réseaux et de services de communications électroniques (7 mars 2002) ;
- Directive 2002/19/CE « accès » relative à l'accès aux réseaux de communications électroniques et aux ressources associées, ainsi qu'à leur interconnexion (7 mars 2002) ;
- Directive 2002/22/CE « service universel » concernant le service universel et les droits des utilisateurs au regard des réseaux et services de communications électroniques (7 mars 2002) ;
- Directive 2002/58/CE « vie privée » concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques (12 juillet 2002) ;
- Directive 2002/77/CE « concurrence » relative à la concurrence dans les marchés des réseaux et des services de communications électroniques (16 septembre 2002) ;
- Décision 676/2002/CE « spectre radioélectrique » relative à un cadre réglementaire pour la politique en matière de spectre radioélectrique dans la Communauté européenne (7 mars 2002).

Les directives n'abordent pas les réseaux sous l'angle technologique (cuivre / fibre, GSM / UMTS...), et n'opèrent pas de distinction entre opérateurs publics ou privés de télécommunications. Les directives ne font pas de référence au concept d'« opérateur historique », préférant la notion d'« opérateurs puissants sur le marché » pour définir les conditions dans lesquelles les autorités nationales peuvent imposer des obligations particulières à certains acteurs. La définition des marchés pertinents des applications de télécommunications et la qualification d'un opérateur de « puissant » relève des autorités de régulation

⁵⁴ « Directive relative à l'établissement du marché intérieur des télécommunications par la mise en œuvre de la fourniture d'un réseau ouvert de télécommunications ».

⁵⁵ En prenant toutefois en compte la rareté de certaines ressources, comme les fréquences hertziennes ou les numéros de téléphone.

nationales, dans le cadre des lignes directrices d'interprétation que la Commission européenne compte publier début 2003. Les États membres ont jusqu'au 24 juillet 2003 pour transposer en droit interne le contenu des directives.

Les directives présentent plusieurs innovations importantes du point de vue de l'actuel droit français des télécommunications.

5.2.1 Le régime d'autorisation générale

L'une des principales innovations du paquet télécom est la suppression de toute autorisation préalable à l'établissement de réseaux de communications électroniques et à la fourniture de services de communications électroniques (directive « autorisation », article 3). Dans le cadre de cette autorisation générale, les entreprises sont automatiquement habilitées à faire examiner leurs demandes d'octroi de « droits en vue de la mise en place de ressources sur, au dessous ou au dessus de propriétés publiques ou privées » par les autorités compétentes (« cadre », article 11). Pour un fournisseur de réseau ou de service « ouvert au public », l'autorisation générale permet aussi aux entreprises de négocier l'interconnexion avec les autres fournisseurs de réseaux ou de services, et implique la possibilité d'être désigné pour la fourniture des composantes du service universel (« autorisation », article 3.2).

Conjuguée avec le rapprochement du statut des réseaux câblés audiovisuels de celui des réseaux de télécommunications filaires, la transposition de la règle de l'autorisation générale en droit français implique une refonte complète du régime d'établissement des réseaux câblés.

Les collectivités locales perdront leur rôle d'initiative dans la construction de réseaux câblés, et ne seront plus en mesure de définir des obligations spécifiques à la charge de l'opérateur. Toutefois, l'obtention de l'autorisation générale n'est pas automatique ; la réglementation des États membres peut la subordonner au respect de certaines conditions, dès lors qu'elles « se justifient objectivement par rapport au réseau ou au service en question ; elles sont non discriminatoires, proportionnées et transparentes » (cf. directive « autorisation », article 6). La directive « autorisation » présente en annexe une liste exhaustive des conditions dont peut être assortie la délivrance d'une autorisation générale à un opérateur, et notamment les « exigences concernant l'environnement, la planification urbaine et l'aménagement du territoire », accompagnées de « conditions liées à la colocalisation et au partage des ressources, ainsi que, lorsqu'il y a lieu, toute garantie financière ou technique nécessaire pour veiller à la bonne exécution des travaux d'infrastructures »⁵⁶. Ces éléments permettent d'encadrer la liberté d'établissement des opérateurs au regard d'objectifs de politique publique, comme l'accès des zones défavorisées aux réseaux haut débit.

La capacité de négociation des collectivités locales avec les opérateurs du câble ne s'exercera donc plus en amont, à l'occasion du lancement d'appels à candidatures en vue de l'établissement de réseaux câblés, mais en aval, dans le cadre des demandes de droits d'accès au domaine public déposées par les sociétés titulaires d'une autorisation générale pour construire et entretenir les réseaux.

5.2.2 Les droits exclusifs et les droits spéciaux

D'après la directive « concurrence », « les États membres ne peuvent accorder ni maintenir de droits exclusifs ou spéciaux pour l'établissement et ou l'exploitation de réseaux de communications électroniques ou pour la fourniture de communications électroniques accessibles au public » (article 2 de la directive).

Le texte définit préalablement les droits exclusifs comme

« les droits accordés par un Etat membre à une seule entreprise au moyen de tout instrument législatif, réglementaire ou administratif qui lui réserve le droit de fournir un service de communications électroniques ou d'exploiter une activité de communications électroniques sur un territoire donné » (article 1),

et les droits spéciaux comme

« les droits accordés par un Etat membre à un nombre limité d'entreprises au moyen de tout instrument législatif, réglementaire ou administratif qui sur un territoire donné : (a) désigne ces

⁵⁶ Directive « autorisation », Annexe A, §5.

entreprises autorisées à fournir un service de communications électroniques ou à exploiter une activité de communications électroniques ou en limite le nombre à deux ou plusieurs, selon des critères qui ne sont pas objectifs, proportionnés ni non discriminatoires, ou (b) confère à des entreprises, selon des critères autres que les critères susmentionnés, des avantages légaux ou réglementaires qui affectent substantiellement la capacité de toute autre entreprise de fournir les mêmes services de communications électroniques ou d'exploiter la même activité de communications électroniques sur le même territoire dans des conditions substantiellement équivalentes » (article 1).

La réglementation interne des États membres ne doit donc plus avoir pour conséquence de rendre plus difficile l'exploitation d'un type de réseau de communications électroniques par rapport à un autre, ou de limiter le nombre d'entreprises exploitant de tels réseaux (sous réserve de la prise en compte par la loi et les autorités de régulation de contraintes objectives telles que la rareté des fréquences hertziennes, ou des numéros de téléphone).

L'application des notions de droits spéciaux et de droits exclusifs au cadre juridique du câble en France suppose la révision de quatre aspects importants de la réglementation :

- l'exclusivité territoriale des réseaux ;
- la limitation à 8 millions d'habitants de la taille des zones desservies par un même câblo-opérateur ;
- le régime de la concession de service public, qui prévoit que la propriété des installations des opérateurs reviennent aux collectivités à l'expiration du contrat de concession ;
- le contrôle réseau par réseau des plans de services des opérateurs du câble par le CSA.

5.2.2.1 *L'exclusivité territoriale des réseaux*

L'exclusivité territoriale des réseaux câblés n'est pas compatible avec le nouveau régime d'autorisation générale des réseaux et services de télécommunications. Pour les opérateurs de réseaux de télécommunications, l'autorisation générale implique le droit de s'implanter sur un territoire en construisant son propre réseau, le cas échéant à côté de l'infrastructure existante. Compte tenu du montant des investissements nécessaires à la construction d'un réseau, la duplication des réseaux fixes ne peut pas présenter d'intérêt économique ; en outre les collectivités locales s'efforcent de rationaliser l'usage des fourreaux et des gaines publiques et ne seraient pas favorables à la création sur leur territoire d'un réseau enterré supplémentaire.

5.2.2.2 *La limitation à huit millions d'habitants de la couverture des réseaux câblés*

Le droit reconnu aux opérateurs du câble de prendre l'initiative de l'implantation ou de l'extension d'un réseau ne paraît pas compatible avec le maintien d'une limite légale à la taille des zones desservies. Dans la mesure où la réglementation n'impose aucune limitation de couverture géographique (démographique) aux concurrents du câble sur les marchés de la télédistribution (satellite et prochainement, télévision numérique terrestre) et de l'accès Internet haut débit, l'existence du seuil des huit millions d'habitants pour le câble pourrait s'analyser comme un droit spécial instauré au profit des opérateurs des technologies concurrentes.

Introduit par la loi du 30 septembre 1986 afin de garantir la concurrence sur le câble, le seuil légal est devenu l'un des obstacles au rapprochement entre deux ou plusieurs des opérateurs principaux, qui pourrait permettre au câble de trouver un équilibre économique. La limite de la couverture des réseaux câblés à huit millions d'habitants représente aujourd'hui une distorsion de la concurrence entre le câble et d'autres réseaux de communication fonctionnellement équivalents (cf. supra, §4.2).

5.2.2.3 *La remise en cause du régime de la concession de service public*

La directive « autorisation » dispose que le nouveau régime qu'elle institue a vocation à s'appliquer aux autorisations existantes des États membres, au plus tard neuf mois après la date de transposition fixée au 24 juillet 2003 (article 17 de la directive). Pour les réseaux câblés, l'application des dispositions des directives aux situations existantes suppose de remettre en cause les contrats de concession de service public établis entre

les opérateurs et les collectivités locales. La disparition de ces contrats en vertu du principe de non discrimination entre réseaux nécessite de réfléchir à un mécanisme de transfert de la propriété des réseaux qui ménage l'intérêt des collectivités.

Dans le schéma le plus simple, la résiliation anticipée de la concession par le concédant suppose le versement d'une indemnité au concessionnaire ; le concédant se retrouve propriétaire des infrastructures du réseau, qui peuvent ensuite être vendues à l'ancien concessionnaire. La valorisation des installations physiques sera un élément déterminant de la procédure de transfert de la propriété des réseaux vers les opérateurs. Toutefois, dans de nombreuses communes, l'estimation de l'indemnité de résiliation et du prix de cession des réseaux devra tenir compte des obligations spécifiques auxquelles sont aujourd'hui soumis les opérateurs titulaires du contrat de concession, en particulier leurs engagements en matière d'extension géographique des réseaux, leur contribution au financement de télévisions locales, ou le versement de redevances d'exploitation aux collectivités locales. Les câblo-opérateurs dénoncent ces dispositions qui leur paraissent constituer une sujétion supplémentaire à laquelle les opérateurs du satellite ne sont pas soumis (même s'il peut parfois être démontré que la présence du canal local renforce l'attractivité globale des services de l'opérateur pour les habitants d'une agglomération).

Les directives prévoient la possibilité de conditionner la délivrance de l'autorisation générale à la contribution des opérateurs à la réalisation de certains objectifs d'aménagement du territoire ou de planification urbaine (cf. annexe de la directive « autorisation »). Le nouveau cadre réglementaire devra prévoir une articulation entre ce principe général et l'expression des besoins spécifiques des collectivités locales ; en particulier, le nouveau cadre réglementaire devrait élargir les possibilités ouvertes aux collectivités de pallier la carence de l'initiative privée en matière de réseaux de communication haut débit.

5.2.2.4 *Le contrôle des plans de service*

L'exigence d'une validation a priori par les communes et par le CSA de la composition des bouquets de chaînes des câblo-opérateurs constitue également une restriction susceptible de fausser le jeu de la concurrence entre le câble et les autres technologies de diffusion. Compréhensible si l'on considère le câble comme un service public local, en partie administré par les collectivités (régies ou SLEC), ce dispositif présente un caractère discriminatoire au regard de l'harmonisation du statut des réseaux introduite par les directives, à partir du moment où les concurrents du câble exploitant d'autres technologies de diffusion n'y sont pas soumis.

5.2.3 Les obligations de diffusion

La directive « service universel » ouvre la possibilité aux États membres d'imposer aux opérateurs puissants de fournir à tous les utilisateurs qui en feraient la demande un certain nombre de services de télécommunications d'intérêt général, avec une possibilité de financement public sous certaines conditions. Ces services d'intérêt général sont définis par la directive « service universel » comme la capacité donnée à chaque individu d'émettre et de recevoir des appels téléphoniques locaux, nationaux et internationaux, des télécopies, ainsi que d'établir une connexion Internet bas débit (56 kilobits par seconde ou équivalent).

La directive précise que les obligations de service universel ne s'appliquent pas aux services « fournissant un contenu, tels qu'une offre de vente de contenus de radiodiffusion sonore ou de télévision » (considérant 45). En revanche, la directive prévoit la possibilité pour les États membres de définir des obligations de diffusion sur « les réseaux utilisés pour la diffusion au public d'émissions de radio ou de télévision », sans référence à la technologie de diffusion sous-jacente du réseau⁵⁷. Ces obligations correspondent à la mise à disposition gratuite (ou à prix coûtant) de certaines chaînes par les opérateurs de télévision payante aux habitants des zones qu'ils desservent.

⁵⁷ Considérant 44 : « les réseaux utilisés pour la diffusion publique d'émissions de radio ou de télévision comprennent les réseaux de télédistribution et les réseaux de diffusion par satellite et terrestre. Ils peuvent également inclure d'autres réseaux dans la mesure où un nombre significatif d'utilisateurs finaux utilisent ces réseaux comme leurs moyens principaux de réception d'émissions de radio ou de télévision. »

Actuellement, la réglementation française définit des obligations de transport de chaînes différentes selon la technologie de distribution utilisée. Sur le câble, l'autorisation d'exploitation d'un réseau délivrée par le CSA prévoit le transport de la retransmissions de tous les services reçus par voie hertzienne dans la zone couverte par le réseau, ainsi que TV5 (L. 86-1067 du 30 septembre 1986, art. 34-II). Pour les réseaux numériques, l'obligation de transport s'applique également aux chaînes en clair de la TNT (cf. supra § 5.1). En revanche, les obligations des opérateurs du satellite se limitent au transport et à la mise à disposition gratuite à leurs abonnés des chaînes publiques hertziennes, auxquelles s'ajoute TV5. Il n'est pas prévu pour l'instant d'obligation de must carry des chaînes de la TNT auprès des abonnés au satellite (L. 86-1067 du 30 septembre 1986, art. 34-3). Les opérateurs du câble se plaignent de la différence de traitement existant entre le régime du câble et du satellite, qui n'a pas l'obligation de transporter les chaînes privées hertziennes (cf. l'absence de TF1 et de M6 de CanalSatellite). Un élément de justification de cette disparité tient au fait que la loi impose aux opérateurs du satellite de financer eux-mêmes le transport des chaînes publiques ; par ailleurs la réglementation du must carry du câble remonte à une époque où l'offre de chaînes était encore balbutiante et où les opérateurs avaient tout intérêt à intégrer les chaînes hertziennes dans leur bouquet, en mettant en avant la qualité supérieure de l'image du câble.

La directive « service universel » ne prend pas en compte la nature des réseaux pour définir si une obligation de transport peut leur être imposée, mais leur position par rapport au public : le must carry est justifié « lorsqu'un nombre significatif d'utilisateurs finaux de ces réseaux les utilisent comme leurs moyens principaux pour recevoir des émissions de radio ou de télévision » (article 31). Si cette condition est vérifiée, la directive limite l'étendue des obligations à celles qui sont « nécessaires pour atteindre des objectifs d'intérêt général clairement définis » (article 31).

L'application de ces concepts aux réseaux câblés soulève deux questions principales :

- Quelles sont précisément les entités visées par la directive « service universel » ?
- Comment définir les contenus d'intérêt général visés par l'obligation de transport ?

5.2.3.1 Les entités visées par la directive service universel

Il semblerait que les obligations de must carry pèsent en priorité sur les entités en charge de l'administration du réseau plutôt que sur les opérateurs de services commerciaux de télévision ou de transfert de données. Cette distinction est pour l'instant inopérante sur le marché français du câble : le principe de l'exclusivité territoriale des réseaux câblés a pour effet de confier aux mêmes personnes morales la gestion des infrastructures et la commercialisation des services. Dans l'hypothèse d'une réforme du régime du câble qui amène à séparer les activités d'infrastructures de celles de distribution de services, il paraît logique que ce soit sur l'opérateur d'infrastructures que pèse l'obligation de transport. En effet, la présence sur un même réseau physique d'une pluralité de distributeurs de services de télévision sur qui pèseraient des obligations identiques aboutirait à un usage inefficace de la bande passante disponible. Il est préférable que les obligations de transport des services d'intérêt général soient assurées par le gestionnaire du réseau. En effet, les obligations de must carry obéissent à une logique de couverture maximale : en cas de séparation des activités d'infrastructure et de services, l'opérateur du réseau est l'entité la mieux à même de garantir la couverture de la totalité des foyers de la zone d'implantation⁵⁸.

5.2.3.2 Les critères d'éligibilité des contenus à l'obligation de transport

En rapprochant le régime du must carry de celui du service universel des télécommunications, la directive « service universel » pose la question de la définition de l'intérêt général dans le contexte des contenus télévisés. Une interprétation « juridique » et une interprétation « sociologique » peuvent être proposées.

⁵⁸ La question se pose en d'autres termes pour les opérateurs de satellites de télécommunications, à l'empreinte obligatoirement transnationale, et qui louent de la bande passante soit à des opérateurs de télévision payante qui la répartissent ensuite entre les chaînes qui composent leur bouquet, soit directement aux éditeurs des chaînes diffusées hors bouquet.

L'interprétation sociologique part du constat de l'importance considérable du média télévisé comme source d'information et de divertissement principale d'une grande partie de la population. A partir du moment où la réglementation applicable aux contenus intègre des mécanismes destinés à garantir leur pluralisme, leur indépendance et leur conformité à l'ordre public, la recherche de l'intérêt général peut correspondre à la mise à disposition auprès du plus grand nombre de personnes de la plus grande quantité de programmes possible. Il semblerait que ce soit ce type d'analyse qui ait guidé la rédaction du décret 2002-125 sur le must carry des chaînes en clair de la TNT sur le câble numérique.

L'interprétation juridique consiste à considérer que seuls les programmes dont le financement est assuré par la collectivité nationale (à travers la redevance ou l'impôt) méritent d'être mis gratuitement à la disposition de tous les téléspectateurs. Le must carry ne concerne alors que les chaînes du service public : les chaînes actuelles et futures de francetélévisions (à l'exception des chaînes thématiques payantes comme Régions ou Histoire), Arte, TV5, et La Chaîne Parlementaire.

Le must carry peut aussi avoir pour finalité d'assurer la diffusion de chaînes que les téléspectateurs n'auraient pas la possibilité de recevoir dans un cadre exclusivement concurrentiel, où l'audience des chaînes serait le critère unique de leur sélection par les opérateurs : chaînes éducatives, communautaires, ou d'accès public⁵⁹.

Quelle que soit l'approche (plus ou moins extensive) du must carry retenue par le législateur français à l'occasion de la transposition des directives du paquet télécom, les obligations devront être identiques pour chacun des modes de diffusion, hertzien, câble et satellite. Compte tenu de la disparité technologique et économique des opérateurs du câble et du satellite, un must carry limité aux chaînes du service public semble la solution la mieux à même de préserver la concurrence entre les opérateurs.

⁵⁹ Les câblo-opérateurs américains ont souvent l'obligation de diffuser, et de financer en partie, des chaînes d'accès public où peuvent s'exprimer librement les organisations ou les individus installés dans la zone de couverture du réseau.

6 SCENARIÏ POUR L'AVENIR DU CÂBLE FRANÇAIS

Compte tenu des conditions d'exploitation et du contexte concurrentiel du câble français, tant sur le marché traditionnel de la télévision payante que sur le marché émergent de l'accès Internet haut débit, les efforts des opérateurs pour améliorer leur rentabilité semblent plus destinés à accroître leur valorisation relative dans la perspective d'un désengagement de leurs actionnaires de référence qu'à nourrir un projet industriel de long terme.

Or, malgré ses difficultés, le câble possède un certain nombre d'avantages par rapport à d'autres technologies : il s'agit d'une infrastructure polyvalente, qui irrigue d'ores et déjà un tiers des foyers français, et qui pourrait servir de tremplin à la généralisation des liaisons en fibre optique à l'horizon 2010-2015. De plus, les réseaux ont été pour une bonne part financés par la collectivité nationale, à travers le Plan câble principalement, mais aussi via les subventions octroyées par certaines collectivités locales pour le développement du câble. Dès lors, il est intéressant d'explorer quelles formes pourraient prendre des changements structurels qui ouvriraient au câble français de nouvelles perspectives.

Les trois scénariï esquissés dans ce chapitre correspondent à deux issues possibles pour le câble : une solution de marché basée sur l'assouplissement de la réglementation et la concertation entre les acteurs du câble, associés ou non à de nouveaux entrants (§6.2), une solution politique et réglementaire fondée sur un changement de paradigme pour le câble, assimilé à un réseau de transport public ouvert à toutes sortes d'opérateurs (§6.3), et, par contraste, un troisième scénario qui essaie d'anticiper l'avenir du câble en cas de statu quo financier et réglementaire, dans un contexte d'intensification de la concurrence (§6.4). La présentation des scénariï est précédée d'une mise en perspective des facteurs ayant contribué aux difficultés du câble, tels qu'évoqués aux chapitres précédents (§6.1).

6.1 Introduction aux scénariï : objectifs recherchés

Cette étude s'est efforcée de mettre en évidence la nature et l'origine des difficultés économiques du secteur français du câble. Avant d'envisager quelles sortes d'évolutions de l'environnement réglementaire et concurrentiel pourraient être mises en oeuvre pour y remédier, une hiérarchisation des problèmes est nécessaire.

Les séquelles du Plan câble apparaissent comme l'obstacle principal au développement de l'activité des opérateurs. La poursuite de l'implication de l'opérateur historique de télécommunications dans un réseau qui duplique les fonctionnalités de la boucle locale cuivre, en y ajoutant la télédistribution, semble de plus en plus anachronique au regard de l'évolution du secteur des télécommunications. La possession en propre de ses infrastructures par chacun des câblo-opérateurs rendrait le marché plus fluide, en permettant la fusion de deux ou plusieurs opérateurs (sous réserve de la levée des restrictions réglementaires), ou plus simplement, des échanges de plaques, voire une simple coordination des investissements sur les réseaux d'opérateurs présents dans une même agglomération (rationalisation du génie civil).

Le règlement de cette question du Plan câble est sans doute le préalable indispensable à l'amélioration des conditions d'exploitation du secteur par un regroupement capitalistique et/ou géographique des activités de câblodistribution. Au delà, d'autres difficultés pourront être plus facilement résolues par un regroupement des ressources des opérateurs que par la poursuite de stratégies individuelles :

- La migration des abonnés analogiques vers les technologies numériques, qui, si elle ne doit pas se faire de manière précipitée, n'en est pas moins indispensable à la pérennisation des activités du câble à moyen terme ;
- Le recrutement de nouveaux abonnés à travers une meilleure identification des services offerts par le câble, et une segmentation tarifaire aussi large que possible ;
- Le développement de produits d'appel exclusifs au câble, soit par l'achat de droits de diffusion sur certains contenus premium (sport ou cinéma), soit par la vente couplée de différentes sortes de services numériques (double play – triple play).

Les scénariï de la consolidation des opérateurs et de la séparation des réseaux et des services cherchent tous deux à optimiser les conditions d'exploitation du câble, par des moyens très distincts, mais avec des objectifs similaires :

- Parvenir rapidement à équilibrer l'exploitation des infrastructures et des services ;

- Mettre en œuvre une boucle locale alternative à celle de France Télécom sur une grande partie du territoire, pour favoriser la concurrence ;
- Accroître la qualité et la diversité des services proposés aux consommateurs.

Le scénario de la consolidation repose exclusivement sur les forces du marché et la volonté des acteurs industriels de coopérer pour réorganiser le marché français du câble, après que les pouvoirs publics en aient réformé certains aspects réglementaires. Le scénario de la séparation des infrastructures et des services suppose aussi une refonte complète de la réglementation, mais avec un fort degré d'implication de l'autorité de régulation dans le fonctionnement de l'opérateur d'infrastructure, et cela quel que soit son statut, privé ou public.

6.2 La consolidation du câble

Le scénario de la consolidation est le seul à avoir été activement exploré par les câblo-opérateurs. Il repose sur le constat d'une forte duplication des coûts d'exploitation du câble entre les opérateurs, et de l'intérêt d'une fusion pour les réduire et mieux résister à la concurrence du satellite et de l'ADSL.

Le scénario de la consolidation peut être décomposé en plusieurs variantes, classées en fonction de leur difficulté financière et de leur faisabilité à réglementation constante. La première variante n'a pas pour objectif une concentration par la fusion de deux opérateurs ou plus, mais une rationalisation des conditions d'exploitation des opérateurs par l'échange de plaques. La deuxième variante consiste en une fusion pure et simple de deux opérateurs ou plus, par échange d'actions sans apport extérieur. Elle nécessite une réforme du cadre réglementaire et pose la question de la place de France Télécom dans le nouvel ensemble issu de cette opération. La troisième variante correspond aussi à une fusion des opérateurs, mais avec l'arrivée de nouveaux actionnaires institutionnels ou industriels permettant la sortie de France Télécom : leur nature et leurs objectifs constituent les principales variables discriminantes de cette variante.

Ces trois approches sont compatibles entre elles et peuvent représenter trois étapes successives d'un même processus.

6.2.1 La rationalisation des réseaux par échange de plaques

Cette option vise à remédier rapidement aux problèmes techniques et commerciaux nés de la dispersion des réseaux de chaque opérateur sur le territoire national. Elle suppose que les câblo-opérateurs procèdent à des cessions croisées de réseaux pour obtenir des plaques aussi homogènes que possible, et ainsi diminuer progressivement le coût d'entretien des réseaux, de gestion des abonnements et de marketing, et mieux planifier les investissements de mise à niveau. Compte tenu de la quantité actuelle de prises raccordables de chaque opérateur, ces échanges de réseaux n'amèneraient pas à dépasser la limite légale des 8 millions d'individus couverts, et pourraient donc intervenir dans le contexte réglementaire actuel.

Les câblo-opérateurs ont eu l'occasion de discuter de la possibilité d'organiser de tels échanges, comme une issue possible en cas d'échec des projets de cession des réseaux par leurs actionnaires. Malgré l'intérêt de principe d'une rationalisation des plaques, plusieurs difficultés ont jusqu'ici empêché de dépasser le stade de la discussion informelle.

Les conditions de création des réseaux câblés ont abouti pour beaucoup d'agglomérations à séparer le réseau de la ville-centre, souvent construit dans le cadre du Plan câble, de ceux des communes de la périphérie, bâtis au cours d'une deuxième phase par un ou plusieurs autres opérateurs sous le régime de la concession de service public (comme à Lyon par exemple). Faire en sorte que la totalité des prises d'une agglomération dépendent d'un opérateur unique présente un intérêt certain en termes de coûts d'exploitation, même si le niveau des économies réalisées pourra fortement varier d'un réseau à un autre, compte tenu du nombre de prises existantes, du niveau technologique des installations, et du potentiel de marché de la télévision payante de l'agglomération.

Les échanges de plaques auront a priori des effets rapides en termes de présence commerciale de l'opérateur et faciliteront les opérations de communication à l'échelle d'une agglomération. En revanche, l'intégration technique des réseaux par la suppression des têtes de réseau redondantes

pourra poser des difficultés compte tenu de la disparité technologique des infrastructures (réseaux HFC, RC2...) et de l'utilisation de systèmes de contrôle d'accès incompatibles (Viaccess pour Noos et France Télécom Câble, Mediaguard pour NC Numéricâble). De plus, l'homogénéisation de la structure de l'offre commerciale devra être étagée sur plusieurs années, pour tenir compte des contrats passés avec les éditeurs de chaînes et du droit de regard des collectivités locales sur les plans de service. Enfin, les termes de la concession de service public varient d'une commune à l'autre et peuvent inclure le versement d'une redevance au montant variable à la collectivité concédante, en plus d'autres obligations comme le financement des canaux locaux.

Les conséquences positives pour les opérateurs de l'échange de plaques ne pourront donc être pleinement ressenties qu'à moyen terme, et rien ne permet d'affirmer que l'échange, au delà de la réduction marginale du coût de gestion des abonnés (service après-vente) permettra de recruter des clients supplémentaires. L'option de l'échange de plaques peut cependant contribuer à la réduction des coûts fixes des câblo-opérateurs, et à les rendre plus intéressants pour d'éventuels repreneurs.

Toutefois, l'échange des plaques ne présente pas le même niveau d'intérêt pour tous les acteurs. Mieux vaut en effet dans certains cas conserver un réseau isolé mais situé dans une zone à fort potentiel que l'échanger en fonction de critères purement techniques de continuité des plaques. D'autre part, s'agissant de réseaux hétérogènes dont la construction s'est étagée sur plus de quinze ans (si l'on intègre les réseaux du Plan câble), le montant des investissements consentis peut différer considérablement d'une plaque à l'autre : un échange équitable suppose de prendre en compte le niveau technique des réseaux considérés.

Les performances commerciales relatives des opérateurs et la répartition spatiale actuelle des réseaux câblés français indiquent assez nettement que Noos serait l'acteur qui aurait le plus à gagner à un échange de plaques, à l'issue d'un processus de cession croisée des réseaux qui lui permettrait de concentrer son activité sur la région parisienne et de desservir la plus grande partie de l'Île-de-France (en récupérant notamment les réseaux NC Numéricâble du Val-de-Marne et de Versailles).

Pour les autres opérateurs qui se partagent les villes de province, l'échange présente moins d'intérêt a priori. Pour prendre tout son sens, l'opération d'échange de plaques devrait impliquer la totalité des acteurs du câble, plutôt que se dérouler via une succession de transactions bilatérales. En première analyse, les opérations les plus intéressantes seraient celles qui auraient pour effet de réunifier les réseaux concessifs existant en périphérie avec le réseau Plan câble de la ville centre, exploité par France Télécom Câble ou NC Numéricâble. Pour être efficace, la coordination technique des nouveaux ensembles urbains et péri-urbains suppose que l'opérateur concessionnaire dispose d'un accès à la totalité des infrastructures, et donc le rachat préalable à France Télécom des réseaux du Plan câble.

En l'état, les échanges de plaques ne peuvent intéresser qu'à la marge des exploitants de réseaux concessifs, dans le cadre de transactions bilatérales impliquant quelques dizaines de milliers de prises : il n'est pas assuré que cette option contribue réellement à la revalorisation des câblo-opérateurs, compte tenu des dépenses complémentaires qui seront de toute façon nécessaires pour harmoniser techniquement les nouvelles plaques et communiquer sur l'opération d'échange avec les abonnés et les prospects.

6.2.2 La consolidation entre eux des acteurs existants

Cette variante correspond à une rationalisation du secteur français du câble par un processus de fusion entre tout ou partie des quatre principaux acteurs, avec différentes combinaisons possible, de la fusion de deux opérateurs jusqu'à une « méga-fusion » d'où émergerait un opérateur unique du câble.

Le cadre juridique actuel du câble, à travers la barrière réglementaire des huit millions d'habitants, s'oppose pour le moment à l'hypothèse de la fusion. La transposition des textes du paquet télécom courant 2003 va ouvrir une fenêtre d'opportunité pour l'aménagement de cette règle. L'existence de cet obstacle à la fusion n'a d'ailleurs pas empêché les actionnaires des câblo-opérateurs d'engager des discussions en vue de la cession de leurs filiales du câble.

Les avantages d'une fusion sont assez nets en ce qui concerne les activités de marketing et de communication, qui pourraient enfin être planifiées sur une base nationale et amener les opérateurs du câble à un niveau de notoriété équivalent à celui des opérateurs de télévision par satellite. Par ailleurs, la perspective d'accéder en une seule fois à un vaste gisement de téléspectateurs pourrait inciter les éditeurs de chaînes à diminuer le montant des redevances négociées en échange d'un référencement dans le service de base, réduisant ainsi le coût des programmes pour la nouvelle entité. Les sommes dégagées pourraient alors servir à financer l'acquisition de droits sur des contenus exclusifs, qui renforceraient l'intérêt du câble pour les téléspectateurs.

Tableau 40. Le poids sur le marché des câblo-opérateurs après leur fusion

Abonnés télévision cumulés	Total abonnés TV	Dont TV numérique
Noos + NC Numéricâble	1 790 674	588 327
Noos + NC Numéricâble + FT Câble	2 624 789	737 305
Noos + NC + FT Câble + UPC France	3 084 089	745 705

Source : Aform, chiffres du 30 septembre 2002

Comme pour la variante précédente, mais de façon plus aiguë, la question de la propriété des réseaux du Plan câble serait au centre du processus de consolidation. La valorisation des opérateurs, et l'intérêt du marché pour leur activité, varie considérablement selon qu'ils sont ou non en mesure de gérer eux-mêmes leur infrastructure, avec un impact de plusieurs dizaines de millions d'euros sur les prix de cession proposés.

Par ailleurs, en dehors d'un très hypothétique rapprochement entre Noos et UPC France, les autres options de consolidation placeraient France Télécom au cœur de l'actionariat du nouvel ensemble. Présent au capital de Noos à hauteur de 27%, propriétaire à 100% de France Télécom Câble, et détenant 70% des prises exploitées par NC Numéricâble, France Télécom aurait vocation à être l'actionnaire de référence de l'opérateur issu de la « mégafusion », que celle-ci ait lieu en une seule fois ou soit étagée dans le temps. Or, la perspective d'une position hégémonique de France Télécom sur le marché du câble n'est pas acceptable pour les autorités de régulation tant françaises que communautaires ; elle n'est pas non plus envisageable stratégiquement pour le groupe, qui voit dans les technologies haut débit de la boucle cuivre le principal relais de croissance de l'activité réseaux fixes pour les prochaines années.

On voit donc mal comment une opération de fusion par échange d'actions pourrait se dérouler à périmètre constant (sans apports de capitaux extérieurs par des investisseurs jusque là étrangers au câble) si elle n'inclut pas la cession simultanée par France Télécom à NC Numéricâble d'une part, et à France Télécom Câble d'autre part, des réseaux du Plan câble, puis sa sortie programmée de France Télécom Câble.

Au plan pratique, plusieurs options peuvent être envisagées pour un rapprochement des opérateurs :

- « NC Numéricâble/Noos d'abord » : cette option a été explorée par des fonds d'investissement anglo-saxons en 2001 et 2002. Elle aurait consisté en une reprise des actifs de NC Numéricâble (y compris les réseaux Plan câble, rachetés à France Télécom), suivie d'une période d'assainissement drastique des coûts de structure. Après restructuration, l'opérateur aurait fusionné avec Noos. Ce projet est pour l'instant en attente : la négociation sur le rachat à France Télécom de ses réseaux par NC Numéricâble n'a toujours pas abouti, et par ailleurs la nouvelle équipe arrivée au printemps 2002 à la tête de Canal+ puis de Vivendi Universal ne semble pas faire une priorité stratégique de la cession des actifs du câble.
- « France Télécom Câble/Noos d'abord » : cette option est assez séduisante compte tenu de l'implantation de FTC dans plusieurs grandes métropoles régionales : Marseille, Lille, Bordeaux, Montpellier..., et de l'emploi des mêmes logiciels OpenTV et Viaccess par les deux opérateurs : le coût technique de l'intégration des réseaux serait réduit par rapport aux autres options, qui impliquent de remplacer une partie du parc de décodeurs numériques existants à un moment ou à un autre. Compte tenu du potentiel de marché de ce nouvel opérateur, qui serait présent dans toutes les villes de plus de

500 000 habitants (à l'exception de Lyon et Toulouse), cette fusion ferait sans doute l'objet d'un examen attentif de la part des autorités de la concurrence à Paris et à Bruxelles.

- La « méga-fusion » France Télécom Câble/NC Numéricâble/Noos : la remarque précédente vaut bien entendu également pour un projet de fusion entre les trois principaux opérateurs. Sous réserve des conditions évoquées précédemment (cession des réseaux par France Télécom, réforme prochaine de la réglementation), une fusion à trois pourrait être d'actualité en cas de concrétisation du rapprochement entre CanalSatellite et TPS : le marché français de la télévision numérique se partagerait alors entre un opérateur satellite et un câblo-opérateur⁶⁰, et le marché de l'accès Internet haut débit fixe entre un câblo-opérateur et plusieurs opérateurs ADSL (avec plus de 90% de part de marché pour Wanadoo).

Pour sa part, UPC France est en phase de consolidation et peut difficilement conserver son périmètre actuel, issu de l'accumulation de réseaux dans des petites communes (même si les plaques sont assez homogènes). A moyen terme, l'opérateur devra soit se renforcer par l'acquisition de nouveaux réseaux (mais il ne reste presque plus d'opérateurs de taille petite ou moyenne sur le marché, comparables à ceux rachetés par UPC France en 1999 et 2000), soit sera mis en vente par son actionnaire. Dans cette hypothèse, les autres câblo-opérateurs auront sans doute intérêt à se partager les réseaux péri-urbains d'UPC France pour étendre leurs plaques de centre-ville (comme à Lyon par exemple).

6.2.3 La consolidation des acteurs existants par un nouvel entrant

Dans cette variante, les capitaux apportés par de nouveaux investisseurs, institutionnels ou industriels, permettent de diluer la part de France Télécom dans l'ensemble issu de la fusion des opérateurs, et d'assainir financièrement l'activité. Dans la mesure où deux des quatre grands opérateurs sont actuellement en vente, ou l'étaient jusqu'à une date récente, la difficulté de l'opération apparaît clairement, tant le nombre d'acheteurs potentiels est limité et les valorisations faibles.

Les fonds d'investissements ne sont pas convaincus par le câble français. Alors qu'ils n'hésitent pas à investir dans les opérateurs étrangers (cf. aux Pays-Bas, la candidature de Carlyle au rachat de Casema à France Télécom, ou en Allemagne la proposition de Apax Partners et Goldman Sachs pour les réseaux de Deutsche Telekom), l'absence de perspectives de rentabilité de court terme du secteur en France limite leur intérêt pour les dossiers individuels des câblo-opérateurs ; par ailleurs, l'environnement juridique du câble français ne les incite pas à investir. Leur position pourrait évoluer dans l'hypothèse d'une levée des restrictions réglementaires suivie d'une sortie définitive du Plan câble ; le principe du retour des infrastructures aux collectivités à l'issue des contrats de concession deviendrait alors le principal obstacle à un investissement de la part de fonds français ou surtout étrangers (notamment en raison de difficultés culturelles à comprendre le schéma français de la délégation de service public).

De leur côté, les acteurs industriels ne font pas preuve d'un grand empressement pour le rachat du câble.

Le nom du groupe de médias et de télécommunications américain Liberty Media est assez régulièrement évoqué comme repreneur potentiel de tout ou partie des opérateurs français. Déjà présent sur le marché national via UPC France, Liberty Media pourrait être tenté par le rachat d'un autre câblo-opérateur pour consolider ses positions européennes – en particulier depuis l'échec de ses tentatives allemande et néerlandaise. L'option d'une fusion des câblo-opérateurs sous l'égide de Liberty Media semble pourtant s'éloigner compte tenu des difficultés de certains des actifs américains du groupe, qui limitent sa marge de manœuvre financière, et d'une stratégie opportuniste qui pourrait l'amener à concentrer ses forces sur des opérations de plus grande envergure (en particulier une tentative de rachat des actifs américains de Vivendi Universal).

Les investisseurs industriels français ayant officiellement ou officieusement fait part de leur intérêt pour le câble sont très rares, les difficultés de NC Numéricâble, Noos ou même France

⁶⁰ Éventuellement rejoints par l'opérateur commercial de la télévision numérique terrestre.

Télécom Câble à trouver un repreneur en témoignent. Cependant, certains opérateurs alternatifs de télécommunications (LDCOM, Télécom Développement, etc...) disposant déjà de leur propre backbone pourraient être intéressés par certains des actifs des câblo-opérateurs, qui complètent leur propres infrastructures, en les rapprochant des utilisateurs finaux et en leur donnant accès à un marché résidentiel sur lequel ils sont peu présents jusqu'ici. L'intérêt des industriels des télécommunications pour le câble sera aussi conditionné par l'issue de la transposition du paquet télécom.

Enfin, certains envisagent que la Caisse des Dépôts et Consignations contribue à la réorganisation du secteur du câble. Le regard de la CDC sur le câble est assez ambivalent. La cession en 1994 des réseaux construits par sa filiale Comdev à Lyonnaise Communication et à la Compagnie Générale de Vidéocommunication ne s'est pas déroulée dans des conditions très avantageuses économiquement, et n'incite pas nécessairement les responsables du pôle concurrentiel de la Caisse des Dépôts à investir de nouveau dans le câble. Tout comme France Télécom, la Caisse des Dépôts a été traumatisée par son expérience dans le câble et verrait négativement toute tentative de lui faire jouer un rôle dans ce secteur. Cependant, la CDC n'a jamais cessé de s'intéresser aux problématiques des réseaux de communication numériques au sens large, notamment dans le cadre de sa contribution au financement de projets liés à l'aménagement du territoire. En tout état de cause, il faudrait que les pouvoirs publics, les élus locaux et les actionnaires des câblo-opérateurs déploient des trésors d'énergie pour réussir à convaincre la Caisse des Dépôts de l'intérêt d'une participation à la reprise des réseaux.

6.3 La séparation des infrastructures et des services

Ce deuxième scénario correspond à une hypothèse de réorganisation du marché du câble à l'initiative des pouvoirs publics. Contrairement à l'option précédente, qui n'implique que des acteurs de marché, ce scénario nécessite d'extraire les infrastructures du câble de l'économie concurrentielle pour les mutualiser, afin, dans un deuxième temps, de renforcer le nombre et la diversité des fournisseurs de services.

6.3.1 Principe de la séparation

La séparation des infrastructures et des services part du constat que les coûts de location, d'entretien ou d'amortissement des réseaux sont les causes principales des difficultés économiques des câblo-opérateurs. Dès lors, la création d'un opérateur unique d'infrastructures se justifie pour améliorer les conditions d'exploitation matérielles des réseaux, et pour permettre aux fournisseurs de services de concentrer leurs efforts sur la différenciation et la commercialisation de leurs offres de télédistribution, d'accès Internet ou de communications vocales.

A la suite d'une réforme du cadre juridique de l'exploitation des réseaux câblés, un opérateur unique acquiert l'ensemble des réseaux câblés français. Cette entité (qui sera désignée par la suite comme « Câble de France » ou CdF) prend la responsabilité de l'entretien des réseaux, de leur numérisation et de leur extension, sous le contrôle de l'autorité de régulation. Câble de France se rémunère auprès des fournisseurs de services auxquels la société commercialise la bande passante des réseaux, dans des conditions de transparence tarifaire.

Câble de France serait chargé de spécifier un ou plusieurs décodeurs interopérables destinés à être distribués par les opérateurs de service à leurs abonnés, avec un seul système de contrôle d'accès. Le choix d'une API unique et d'un seul système d'accès conditionnel permettraient de partager le décodeur entre plusieurs prestataires de services (changement de carte).

Câble de France prendrait en charge les travaux d'interconnexion et de mise à niveau des plaques, nécessaires pour assurer la circulation des données émises par les différents opérateurs à destination de leurs abonnés sur l'ensemble du territoire. La maximisation de l'efficacité économique de la création d'un opérateur unique pour les infrastructures du câble suppose d'importants travaux de mise à niveau des plaques, et en particulier l'achèvement de la numérisation des réseaux. La promesse commerciale de CdF aux fournisseurs de services devrait en effet reposer sur la possibilité de proposer indifféremment un même service aux 8,5 millions de foyers actuellement raccordés au câble (ou aux 11,5 millions de foyers devant être raccordés à

l'issue de la construction des réseaux). Câble de France aurait pour clients tous les opérateurs de télévision payante ou de services de télécommunications agréés par le CSA ou l'ART. Ces opérateurs commercialiseraient leurs services respectifs directement auprès des consommateurs, et sous-traiteraient à Câble de France les opérations matérielles de raccordement au réseau de leurs nouveaux abonnés, ainsi que le service après-vente des décodeurs.

Une fois les obstacles techniques surmontés (ce paramètre est déterminant mais sa vérification dépasse le cadre de cette étude), la mise en œuvre d'une séparation radicale des réseaux et des services aurait pour effet de diminuer considérablement les barrières à l'entrée sur le marché de la prestation de services. L'objectif serait d'ouvrir le marché du câble à de nouveaux entrants :

- des opérateurs de télévision qui en étaient exclus jusqu'ici, comme CanalSatellite et TPS, et dont la notoriété pourrait contribuer à améliorer le taux de pénétration global du câble ;
- des fournisseurs d'accès à Internet déjà présents sur la boucle cuivre de France Télécom ;
- des opérateurs alternatifs de communications vocales ;
- et éventuellement de nouveaux services mêlant image et données, destinés à des publics professionnels ciblés (professions médicales...).

La facilité d'accès au réseau se traduirait par une augmentation de la consommation de bande passante, et donc un usage plus efficient des infrastructures.

Au delà des seuls fournisseurs de services grand public, le réseau de Câble de France pourrait aussi servir d'infrastructure de transit pour les données collectées par les opérateurs d'autres types d'infrastructures de télécommunications, comme la boucle locale radio, ou le wi-fi ; le backbone de CdF serait alors utilisé par toutes les entités ayant des données à transporter sur le territoire national. Cependant, les terminaisons essentiellement résidentielles du réseau exploité par Câble de France le destineraient plus particulièrement à des applications grand public de diffusion audiovisuelle, d'accès Internet et de communications vocales.

6.3.2 Conditions de mise en oeuvre

Acheminer dans les mêmes conditions de qualité de service une variété de contenus différents émanant d'une pluralité d'opérateurs à tous les abonnés raccordés au réseau suppose des investissements substantiels. C'est pourquoi la création de Câble de France pourrait être envisagée en deux temps, avec une première phase consacrée à une répartition des réseaux en trois ou quatre plaques régionales, suivie d'une mise à niveau des installations de chaque entité régionale, dans la perspective d'une fusion ultérieure. Cette approche incrémentale permettrait de vérifier la légalité de la solution de séparation des infrastructures et des services du point de vue des autorités de la concurrence de l'Union européenne.

De ce point de vue, la création d'une entité telle que Câble de France ne pourrait qu'être approuvée par des fournisseurs de contenus audiovisuels jusqu'ici absents du câble, au premier rang desquels TF1/TPS, mais aussi d'autres éditeurs de chaînes comme Lagardère, Pathé, AB Group...

La création de Câble de France aurait pour conséquence probable la disparition des marques des câblo-opérateurs existants, supplantées par celles d'assembleurs de chaînes mieux connus des consommateurs, comme TPS et CanalSatellite. L'intérêt pour les actionnaires des câblo-opérateurs est ailleurs : en mettant leurs réseaux en commun, mais pas leurs abonnés, ils seraient en mesure de déconsolider les activités déficitaires du câblodistribution, et d'assainir leurs comptes ; l'opération pourrait même déboucher sur un profit substantiel à travers la revente des abonnés aux nouveaux opérateurs de l'offre de télévision (Noos à TPS, NC Numéricâble à CanalSatellite...).

L'une des principales interrogations soulevées par l'option Câble de France est l'évaluation de la propension de cette entité à réaliser des investissements sur le réseau. Il a en effet été constaté que confier la gestion d'une infrastructure de réseau à une entité séparée, qui se rémunère auprès de prestataires chargés de commercialiser l'accès du public à l'infrastructure, aboutit souvent à une situation de stagnation des investissements. En effet, l'activité de l'entité opératrice du réseau est appelée à être fortement régulée, en particulier en ce qui concerne la fixation de ses tarifs.

Compte tenu de l'horizon d'engagement très lointain (vingt ans et plus) des investissements réalisés sur les infrastructures physiques, le manque de flexibilité tarifaire peut dissuader l'investissement, surtout si les contrats conclus avec les opérateurs n'ont qu'un horizon limité (cinq ans ou moins). Cette situation d'asymétrie temporelle peut être atténuée par l'intervention du régulateur, qui peut par exemple autoriser une modulation des tarifs en fonction de la qualité technique des investissements consentis par l'entité chargée du réseau.

Dans le cas du câble, il est probable que les opérateurs de services inciteraient le gestionnaire d'infrastructure à investir pour développer les capacités du réseau, quitte à accepter une augmentation des tarifs, compte tenu de la présence sur le marché de substituts fonctionnels aux services du câble : aujourd'hui le satellite et l'ADSL, prochainement la TNT et l'UMTS. Un haut niveau de vigilance serait néanmoins requis de la part de l'autorité de régulation pour s'assurer que Câble de France consacre une part suffisante de ses revenus à l'entretien et à l'amélioration de son réseau.

6.4 Le statu quo et l'érosion technologique du câble

Ce troisième et dernier scénario correspond à la perpétuation des obstacles au rapprochement des câblo-opérateurs, parallèlement à la poursuite de l'intensification de la concurrence sur les activités de télédistribution (arrivée de la télévision numérique terrestre) et de fourniture d'accès à Internet. Dans ce contexte, l'attractivité du câble pour les consommateurs tend à diminuer, et les opérateurs ne sont pas en mesure de maintenir le niveau technique de leurs réseaux, qui sont progressivement frappés d'obsolescence.

La probabilité de réalisation de ce scénario dépend principalement de trois facteurs : la cession ou non des réseaux du Plan câble aux câblo-opérateurs par France Télécom, le délai de transposition des textes du paquet télécom, et le lancement effectif de la télévision numérique terrestre.

Il a été montré précédemment que les opérations de rationalisation ou de concentration du marché du câble passent nécessairement par l'aménagement préalable du cadre réglementaire de la câblodistribution ; le débat parlementaire autour de la transposition des directives du paquet télécom en fournira l'occasion, à condition qu'il se déroule selon un calendrier proche de celui prévu par les directives (qui doivent être transposées en droit interne d'ici à la fin du mois de juillet 2003). Une transposition trop tardive (fin 2003 pour la loi, avec des décrets d'application échelonnés en 2004 et la mise en œuvre effective du nouveau cadre réglementaire en 2005) équivaldrait à refermer la fenêtre d'opportunité dont bénéficie le câble aujourd'hui, car les technologies concurrentes du câble auraient eu l'occasion de consolider leurs positions sur le marché :

- Le décollage de l'ADSL en 2002 a toutes chances de se poursuivre en 2003 et après, porté par la baisse des tarifs, un dégroupage réel de ces services, l'émergence de nouvelles applications, notamment audiovisuelles (cf. le projet DreamTV de télévision sur ADSL développé par TF1 et actuellement en phase de test à Paris avec le concours de LDCOM), et enfin les prémisses de la commercialisation d'offres très haut débit basées sur la technologie VDSL ;
- Le gouvernement prévoit toujours un démarrage de la TNT fin 2004 : les câblo-opérateurs seront les premiers touchés puisque la diffusion numérique hertzienne touchera dans un premier temps les grandes agglomérations, et les câblo-opérateurs devront financer des réaménagements de fréquences coûteux (cf. supra §5.1.3.3) ;
- D'autres facteurs indirects pourraient jouer un rôle dans l'obsolescence progressive du câble, en incitant les téléspectateurs à de nouveaux arbitrages budgétaires pour l'achat de contenus audiovisuels ou de services Internet, comme la généralisation de l'usage du DVD pour la consommation de contenus cinématographiques (diminution de l'intérêt relatif de la télévision payante pour le public), ou encore le lancement commercial de l'UMTS fin 2003.

Compte tenu de la très forte diminution des investissements des opérateurs du câble dans les réseaux, il sera de plus en plus difficile au câble de concurrencer efficacement les technologies concurrentes, à périmètre et à moyens financiers constants.

Une autre incitation au statu quo serait une transposition imparfaite des directives, qui conserverait aux réseaux câblés un statut spécifique justifiant le maintien de certains aspects de la réglementation actuelle, et en particulier la limitation à huit millions de personnes de la couverture maximale d'un réseau, ainsi que l'obligation de transport gratuit sur le câble des chaînes en clair de la TNT. Il est probable que le maintien d'un régime exorbitant du droit commun pour le câble serait sanctionné par la Cour de justice

européenne, mais d'ici là le fossé aurait continué à se creuser entre le câble et les autres technologies de distribution audiovisuelle ou de télécommunications.

Quelle qu'en soit la raison, l'absence d'assouplissement à court terme de la réglementation du câble limiterait fortement la capacité des câblo-opérateurs de chercher un remède structurel à leurs difficultés individuelles. Les plans de compression des coûts des opérateurs permettraient peut-être à certains d'entre eux d'atteindre l'équilibre d'exploitation, mais sans réelles perspectives de désendettement, et avec une concurrence de plus en plus vive des produits et services de substitution. La conjugaison de l'absence de perspectives nouvelles et de l'érosion des parts de marché du câble en centre-ville finirait par aboutir à un refus des actionnaires des câblo-opérateurs de continuer à financer leurs déficits d'exploitation.

En cas de dépôt de bilan des câblo-opérateurs, les fichiers d'abonnés pourraient être rachetés, partiellement ou en totalité, par les opérateurs commerciaux du satellite ou de la TNT, qui pourraient proposer une offre de substitution au public du câble, qui aurait fait la démonstration de son intérêt pour la télévision payante.

En cas de liquidation des câblo-opérateurs, les réseaux concessifs reviendraient aux collectivités locales, qui auraient alors deux possibilités : soit organiser un appel d'offres pour en céder l'exploitation à un nouvel opérateur, soit réaffecter les capacités du réseau à des usages d'intérêt général.

Dans la première hypothèse, l'exploitation des réseaux des communes où le câble bénéficie d'une implantation forte (40% d'abonnés ou plus) pourra intéresser soit d'éventuels nouveaux entrants, soit des opérateurs régionaux du type de Est Vidéocommunication. Il est connu que les opérateurs capables de mettre en avant leur enracinement dans le tissu socio-économique local bénéficient de taux de pénétration supérieurs à la moyenne. Cependant, si cette réduction d'échelle peut permettre d'améliorer la communication avec les prospects, elle n'aura aucune influence sur les facteurs ayant, dans ce scénario, conduit à la faillite les grands câblo-opérateurs : développement de la TNT, de l'ADSL, etc. Par ailleurs, la capacité de négociation des petits câblo-opérateurs avec les éditeurs de chaînes est relativement limitée et les place dans une position de demandeur.

Dans la deuxième hypothèse, certaines communes pourraient être tentées par une reprise des réseaux câblés afin d'y développer des applications d'intérêt général : enseignement à distance, aide à domicile pour les personnes âgées, intranet municipal reliant les lieux publics, etc. La tentation d'utiliser le réseau à cette fin sera d'autant plus forte que l'offre de services de télévision payante et d'accès Internet haut débit sera bien satisfaite sur le territoire de la commune. Ce service public du câble pourra être selon les cas exploité directement par la collectivité locale, ou confié à un prestataire spécialisé à l'issue d'un appel à candidatures.

LISTE DES PERSONNES RENCONTREES POUR LA REALISATION DE L'ETUDE

Etienne ANDREUX, Directeur général du Syndicat intercommunal de la périphérie de Paris pour l'électricité et les réseaux de communication (SIPPEREC)

Alexandre ARCHAMBAULT, Responsable des affaires réglementaires de Free Télécom

Philippe BESNIER, Président de l'Association française des opérateurs de réseaux multiservices (AFORM), Président-directeur général de UPC France

Danièle BLANGILLE, Secrétaire générale de l'Association française des opérateurs de réseaux multiservices (AFORM)

Claude CHARNAY, Chargé de mission Collectivités Territoriales de Sogetrel

Bernard COTTIN, Président-directeur général de NC Numéricâble

Joseph DANIEL, membre du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA)

Jean-Marie FABRE

Jean-Paul GUERIN, Responsable du Département développement numérique et territoire de la Caisse des Dépôts et Consignations

Rafi KOUYOUMDJIAN, Président-directeur général de Tiscali France

Alexandre KRAMER, Directeur de la stratégie et des nouveaux produits d'AOL France

Gérard LE FEBVRE, Président-directeur général de Reflex Câble

Patrick LELEU, Président-directeur général de Noos-Suez Lyonnaise Télécommunications

Marie-Christine LEVET, Président-directeur général de T-Online France

Maxime LOMBARDINI, Directeur du développement de TF1

Isabelle PARIZE, Président-directeur général de CanalSatellite

Cyrille DU PELLOUX, Directeur général de Vivendi Environnement UK & Ireland, ancien Président-directeur général de Lyonnaise Communication

Jean-Marie RAUSCH, Sénateur-Maire de Metz

Aurélien SALLE, Maire adjoint de Bourges, délégué aux NTIC

André SANTINI, Maire d'Issy-les-Moulineaux

Jean-Marie TOURRET, Directeur général délégué de France Télécom Câble

René TREGOUËT, Sénateur du Rhône

Jacques VEYRAT, Directeur Général de LDCOM Networks

Patrick VUITTON, Délégué général de l'Association des villes pour le câble et le multimédia (AVICAM)