

**Document transmis au Conseil de la
Concurrence relatif à l'analyse faite par l'ART
du marché de détail**

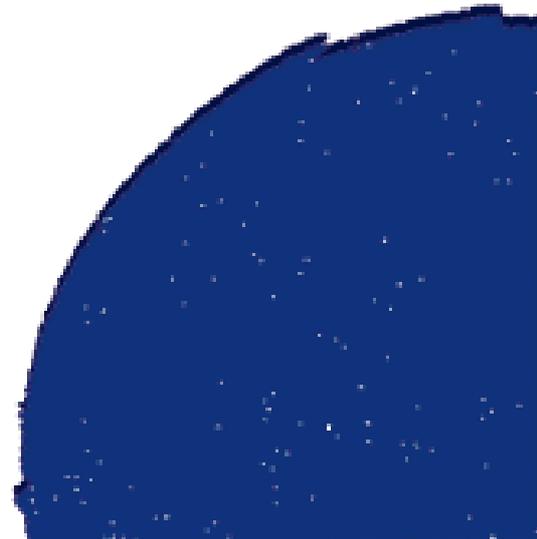


Table des matières

INTRODUCTION	3
A. LES TECHNOLOGIES D'ACCES HAUT DEBIT.....	4
A.1. La mise en place des réseaux.....	4
A.1.1 Les premières offres ADSL	4
A.1.2 Le déploiement des réseaux câblés en France	4
A.2. Les abonnés résidentiels ADSL et câble depuis 1998.....	5
A.3. Les autres technologies d'accès à Internet	6
A.3.1 L'accès bas débit et le RNIS.....	6
A.3.2 Les liaisons louées	7
A.3.3 La fibre optique	7
A.3.4 Les accès hertziens haut-débit (satellite, Wifi, BLR)	7
A.3.5 Expérimentations de courants porteurs en ligne (CPL).....	8
B. LES ACTEURS DE L'ACCES HAUT DEBIT EN FRANCE	9
B.1. Les acteurs de l'accès haut débit par ADSL	9
B.2. Les acteurs du câble	12
C. SERVICES ET OFFRES D'ACCES HAUT DEBIT	12
C.1. Les offres disponibles sur le marché résidentiel.....	12
C.1.1 Une baisse des tarifs des offres ADSL	13
C.1.2 Une montée en débit notable sur l'ADSL.....	15
C.1.3 Une diversification des offres disponibles sur l'ADSL.....	15
C.1.4 Les offres d'accès haut débit par câble	18
C.2. Les offres disponibles sur le marché professionnel.....	18
D. SITUATION CONCURRENTIELLE	20
D.1. Sur le marché du haut débit par ADSL.....	20
D.1.1 L'essor de la concurrence sur le marché de gros	20
D.1.2 Un phénomène de migration naturelle des clients des offres d'accès bas débit vers des offres d'accès haut débit	21
D.1.3 Sur le marché professionnel	21
D.2. Situation concurrentielle sur le câble et la position de France Télécom	22
D.2.1 La position de France Télécom dans les réseaux câblés.....	22
D.2.2 Un secteur en consolidation	22
E. PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT DU MARCHE HAUT DEBIT	23
E.1. Développement du marché	23
E.2. Différenciation des services	24
E.2.1 Sur le segment résidentiel.....	24
E.2.2 Sur le segment professionnel.....	24
E.3. Situation concurrentielle.....	25
F. REGULATION.....	26
F.1. Bilan de la régulation du marché entre l'année 2000 et l'année 2004	26
F.2. Dispositif de régulation proposé pour la prochaine période	27
F.3. Conclusion	27

Remarque : les parties en fond grisé correspondent au texte ajouté au document soumis à consultation publique le 23 juin 2004.

Introduction

L'objet de cette partie est la revue du marché de détail de l'accès haut débit en France.

Après un bref rappel du contexte du développement de l'accès haut débit, en termes de déploiement des réseaux et d'évolution des offres, le document présente les principaux acteurs qui interviennent sur ce marché, ainsi que les services et les offres disponibles, avant d'étudier la situation concurrentielle du marché et les perspectives qui en résultent.

L'expression « haut débit » (ou « large bande ») n'a pas de définition stabilisée, ni d'un point de vue réglementaire, ni d'un point de vue commercial. En pratique, toutes les offres de connexion à Internet dont le débit est supérieur ou égal à 128 kbit/s sont aujourd'hui considérées comme des offres haut débit.

Plusieurs technologies sont disponibles pour accéder au haut débit en France. La plus répandue en termes de nombre d'abonnés est l'ADSL, suivie par le câble. D'autres supports peuvent également être utilisés, notamment les réseaux hertziens utilisant des technologies de type RLAN (WiFi), la boucle locale radio, les réseaux de satellites ou encore le réseau de distribution électrique (courants porteurs en ligne).

Le marché de l'accès large bande peut être segmenté en un marché professionnel et un marché résidentiel. Toutefois, s'il apparaît que, sur chaque marché, les attentes des clients, notamment en termes de qualité de service, ainsi que leur disposition à payer pour celle-ci, diffèrent, les marchés résidentiel et professionnel présentent de fortes similarités et seront analysés dans le même document.

Le marché de détail de l'accès haut débit connaît depuis 3 ans un taux de croissance particulièrement élevé. Ainsi, alors que le marché comptait quelques dizaines de milliers d'abonnés en 1998, essentiellement sur le câble, le nombre d'abonnés résidentiels s'élève, à la fin du premier trimestre 2004, à environ 4,5 millions, qui se répartissent entre l'ADSL (environ 4,1 millions d'abonnés) et le câble (environ 420 000 abonnés). Sur le marché professionnel, à l'exclusion des fibres optiques dédiées, l'ADSL domine le marché avec un parc d'environ 100 000 accès. En termes financiers, le marché de détail de l'accès haut débit est estimé à 1,5 milliard d'euros en 2003 pour le segment résidentiel et à environ 500 millions d'euros pour le segment professionnel.

En ce qui concerne les offres proposées au client final, le marché français a connu des évolutions importantes au cours de l'année 2003, avec notamment une montée en débit des offres à destination du grand public et la commercialisation de services innovants, comme l'accès télévisuel par ADSL et la téléphonie sur IP.

Corrélativement, le marché connaît une diminution sensible et rapide des tarifs proposés au client final. Ainsi, en deux ans, le tarif de détail d'une offre résidentielle d'accès à Internet haut débit 512 kbit/s a été divisé par trois.

Les offres d'accès large bande sont proposées par un nombre élevé d'acteurs, une dizaine d'acteurs majeurs se partageant la quasi-totalité du marché.

Parmi les principaux fournisseurs d'accès haut débit par ADSL sur le marché résidentiel, Wanadoo détient le parc de clients le plus important avec environ 50% du marché au 30 juin 2004 .

A. Les technologies d'accès haut débit

A.1. La mise en place des réseaux

Plusieurs types de réseaux d'accès haut débit existent, notamment :

- les réseaux xDSL comprenant notamment l'ADSL (*asymmetrical digital subscriber line*) et le SDSL (*symmetrical digital subscriber line*) ;
- les réseaux câblés ;
- les réseaux en fibre optique ;
- les réseaux utilisant les technologies hertziennes (satellite, *WiFi*, BLR) ;
- le réseau électrique (courants porteurs en ligne).

Ces réseaux ont connu des développements différents en France. La mise en place d'offres régulées pour l'accès haut débit sur l'infrastructure de cuivre de France Télécom grâce à la technologie ADSL a pris plusieurs années ; les réseaux câblés ont dû subir une mise à niveau technique importante avant de pouvoir proposer des accès à Internet ; quant aux autres technologies, leur utilisation dans les réseaux d'accès haut débit est plus récent.

A.1.1 Les premières offres ADSL

Un service d'accès à Internet par ADSL comporte deux composantes principales : la fourniture de l'accès d'une part, et la collecte et le transport des flux d'autre part. A ces composantes, vient s'ajouter la prestation de connectivité à Internet gérée par le fournisseur d'accès à Internet (FAI).

En 1999, lors du lancement de ses premières offres d'accès haut débit, France Télécom proposait l'accès de façon découplée de la collecte :

- l'offre d'accès, alors dénommée « *Netissimo* », commercialisée par France Télécom auprès de ses clients, leur permettait de souscrire aux offres des fournisseurs d'accès à Internet ;
- l'offre de collecte de trafic ADSL, alors dénommée « *Turbo IP* », commercialisée auprès des fournisseurs d'accès à Internet, leur permettait de rendre leurs services accessibles aux clients finals.

Fin 1999 a été proposée une offre de revente des accès « *Netissimo* » aux fournisseurs d'accès à Internet souhaitant proposer à leurs clients des services de type « *Netissimo* » sous leur propre marque. Cette offre de revente leur a permis de proposer sur le marché de détail des offres complètes d'accès Internet haut débit et de développer leur part de marché.

Le marché s'est très rapidement construit autour de cette offre de revente en gros et, pour la plupart des accès, la relation contractuelle liant l'opérateur de télécommunications au client final n'a pas été maintenue.

A.1.2 Le déploiement des réseaux câblés en France

La décision de développer le câble en France fut prise au début des années 1980 sous l'égide du Ministère des Postes et Télécommunications. Malgré l'importance des coûts et les difficultés techniques que cela entraînait, il fut décidé de déployer des réseaux en fibre optique et d'opter pour une architecture en étoile.

Au cours des années 1990, la numérisation des réseaux fut engagée afin de permettre aux câblo-opérateurs de se positionner sur les marchés de l'accès

Internet haut débit et de la téléphonie. Les travaux de mise à niveau des réseaux et l'achat de décodeurs numériques ont impliqué des investissements importants.

Au 30 juin 2004, d'après l'Association française des opérateurs de réseaux multiservices (AFORM), les réseaux des câblo-opérateurs mis à niveau pour le haut débit comprenaient 6,3 millions de prises commercialisables réparties sur environ 790 communes regroupant près de 16 millions d'habitants.

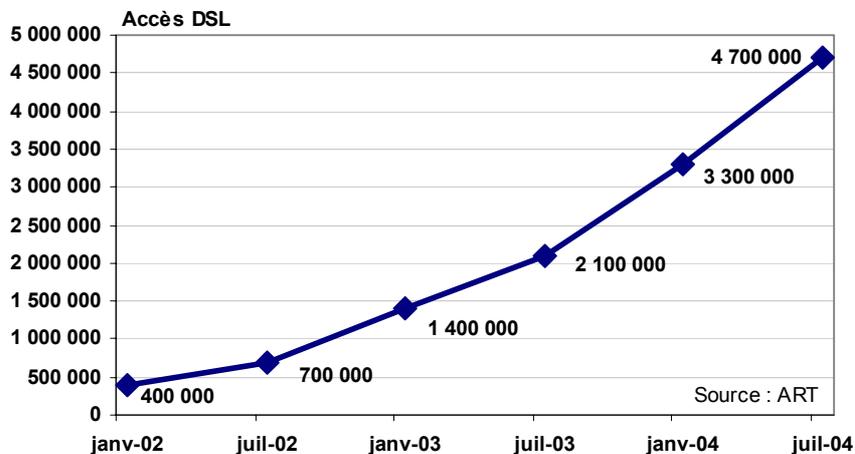
A.2. Les abonnés résidentiels ADSL et câble depuis 1998

En France, la technologie ADSL domine très largement le marché résidentiel de l'accès à Internet haut débit, devant le câble et les autres technologies. Ainsi, le marché du haut débit résidentiel, qui réalise un chiffre d'affaires de l'ordre de 1,5 milliard d'euros, se répartit en nombre de lignes entre la technologie ADSL à près de 91% et le câble à environ 9%.

Le taux de pénétration du haut débit (câble inclus) en France est légèrement supérieur à 8% de la population à la fin du premier semestre 2004, celui de l'ADSL est de près de 7,5%.

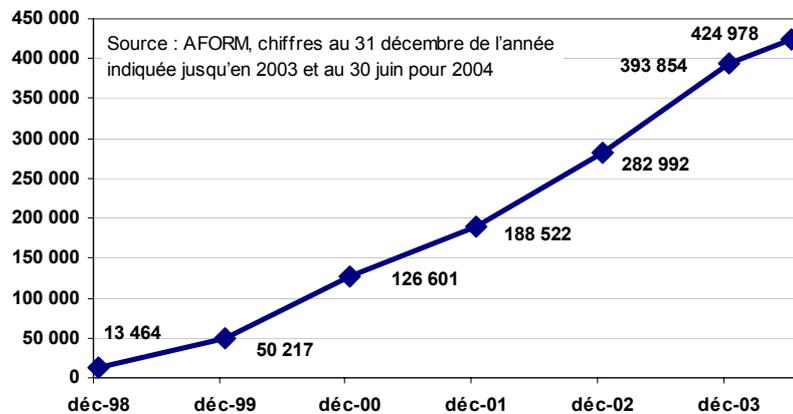
En 2003, la progression de l'ADSL sur le marché français était la plus élevée en Europe. Le nombre d'abonnés ADSL a connu une croissance de 100% pour la deuxième année consécutive, le seuil des 4 millions d'abonnés ADSL a ainsi été atteint à la fin du premier trimestre 2004.

Graphique 1 : Évolution du parc ADSL depuis 2001



Comme l'indique le graphique ci-dessous, le nombre d'abonnés haut débit par câble, tous câblo-opérateurs confondus, a crû dans des proportions moindres :

Graphique 2 : Évolution du nombre d'abonnés au haut débit par câble depuis 1998



Au 30 juin 2004, l'accès à Internet haut débit par câble compte, d'après l'AFORM, plus de 425 000 abonnés, ce qui représente une croissance de 8% en 6 mois.

Le câble ne semble pas avoir bénéficié de l'avantage concurrentiel qu'il détenait en tant que premier support à s'être positionné sur l'accès Internet haut débit résidentiel. Depuis, si leur nombre a connu une croissance régulière, les abonnés au haut débit par le câble ne représentent que 11,2% du total des abonnés actuels du câble. En outre, les services téléphoniques ne sont aujourd'hui proposés que par un seul câblo-opérateur, UPC France, qui aurait selon l'AFORM un peu plus de 60 000 abonnés.

A.3. Les autres technologies d'accès à Internet

Outre l'infrastructure ADSL et les réseaux câblés, d'autres technologies comme le RNIS et l'accès commuté par le RTC, le réseau électrique, les réseaux en fibre optique et les réseaux hertziens permettent de fournir des offres d'accès à Internet.

A.3.1 L'accès bas débit et le RNIS

Le bas débit connaît une stagnation voire une régression depuis mars 2003. Selon les chiffres publiés par l'Association des fournisseurs d'accès et de services Internet (AFA), le nombre d'abonnés payants ou actifs sur une période de 40 jours à une offre d'accès à Internet bas débit a atteint un pic à environ 7,5 millions en mars 2003 avant de décroître. Le bas débit reste toutefois le principal moyen d'accéder à Internet sur tout le territoire, pour les utilisateurs non éligibles à l'ADSL en raison de leur éloignement du répartiteur ou de leur situation dans des zones non couvertes par l'ADSL.

Outre le débit proposé, supérieur ou égal à 128 kbit/s, l'accès haut débit se distingue de l'accès bas débit notamment par le caractère permanent de la liaison qui permet d'éviter le renouvellement des procédures de connexion et libère les fréquences basses de la paire de cuivre pour les communications téléphoniques, permettant ainsi un usage simultané du téléphone et de l'accès à Internet. Sur le plan tarifaire, les prix du haut débit dépendent rarement de la durée de

connexion, contrairement à ceux du bas débit utilisant le réseau téléphonique commuté classique.

De plus, la généralisation des connexions illimitées à débits élevés a permis une évolution des usages résidentiels de l'Internet. L'étude réalisée au premier semestre 2003 par le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CREDOC) à la demande du Conseil général des technologies de l'information (CGTI) et de l'ART a mis en lumière un certain nombre de nouveaux usages, en particulier chez les plus jeunes. Ainsi, le téléchargement de musique sur Internet, de séquences vidéo ou encore la participation à des jeux en réseau apparaissent comme des motivations importantes des internautes.

De ce fait, les abonnés bas débit ont tendance progressivement à s'orienter vers les offres haut débit.

En conclusion, l'Autorité estime que les offres d'accès bas débit et haut débit ne sont pas substituables. L'accès bas débit ne sera donc pas traité dans le cadre de la présente analyse de marché.

De même, le RNIS qui offre un débit inférieur à 128 kbit/s n'est pas considéré comme une offre haut débit et n'est pas traité dans l'analyse de ce marché.

L'accès Internet bas débit et le RNIS seront traités ultérieurement dans le cadre d'autres analyses de marché de l'Autorité.

A.3.2 Les liaisons louées

Les offres de liaisons louées n'entrent dans le cadre de ce marché et seront analysées dans d'autres marchés.

A.3.3 La fibre optique

Les débits potentiels offerts par les technologies xDSL ont réduit l'intérêt de consentir des investissements importants pour le déploiement de fibre optique jusqu'à l'abonné sur le marché résidentiel.

Toutefois, certaines collectivités territoriales, notamment la communauté d'agglomération de Pau avec son initiative « *Pau Broadband Country* », ont lancé des programmes de déploiement de fibre optique jusqu'à l'abonné (FTTH ou *Fiber to the home*). Ces réseaux permettent d'atteindre des débits symétriques supérieurs à 10 Mbit/s.

La FTTH représente à ce jour une part très marginale du marché de l'accès haut débit résidentiel, sans toutefois présager d'un développement futur de cette technologie, particulièrement adaptée aux offres « *multiple play* ».

En revanche, la fibre optique répond aux besoins en débits très élevés, potentiellement supérieurs au gigabit par seconde, des utilisateurs professionnels, en particulier des grandes entreprises.

De façon générale, les accès à très haut débit par fibre optique (plus d'une dizaine de Mbit/s) seront traités séparément, dans une analyse de marché ultérieure.

A.3.4 Les accès hertziens haut-débit (satellite, Wifi, BLR)

Le satellite

L'accès par satellite semble aujourd'hui particulièrement adapté aux zones isolées, inaccessibles aux autres types d'infrastructures.

Les solutions fondées uniquement sur le satellite semblent pénalisées par le prix élevé des équipements permettant d'offrir des accès bidirectionnels (les voies ascendantes et descendantes étant acheminées par le satellite) ou par la nécessité de souscrire à un abonnement bas débit additionnel dans le cas des offres unidirectionnelles.

Cependant, les tarifs des offres proposées sur le marché professionnel par les opérateurs satellite (dont Tachyon, HNS, Aramiska, Divona, Satlynx, Eutelsat, e-Qual), ainsi que le coût des matériels ont fortement baissé (de l'ordre de 3000 à 5000 euros HT pour l'installation du matériel et l'abonnement sur un an pour un débit de 512 kbit/s). Les services par satellite permettent aujourd'hui de proposer des débits élevés : 8 Mbit/s pour le flux descendant et 2 Mbit/s pour le flux montant. Les offres d'accès haut débit par satellite satisfont les besoins spécifiques des entreprises (PME en zones rurales...) ou des collectivités locales.

Le nombre d'accès haut débit par satellite en France est estimé à une dizaine de milliers début 2004.

Les offres sont souvent distribuées par des prestataires qui peuvent proposer des partages d'accès satellite entre plusieurs sites. Aussi la technologie satellite est-elle souvent couplée avec une autre technologie comme le WiFi (expérimentation de Tiscali dans la Creuse, plusieurs expérimentations de France Télécom...) ou les courants porteurs en ligne. Ce couplage permet de mutualiser un accès satellite entre plusieurs utilisateurs.

BLR et WiFi (ou *Wireless Fidelity*)

Les technologies sans fil consistent à raccorder par voie hertzienne des abonnés fixes, équipés d'une antenne à un point d'accès du réseau d'un opérateur. Elles utilisent des fréquences attribuées spécifiquement à un utilisateur (boucle locale radio ou BLR) ou non (WiFi). Certaines solutions d'accès haut débit par voie hertzienne combinent BLR et WiFi (expérimentation de l'opérateur Altitude dans la Sarthe). Le nombre de clients est évalué à quelques milliers.

A la fin de l'année 2003, le nombre d'opérateurs BLR est passé à six, dont trois dans les DOM. Le nombre de clients des opérateurs BLR, principalement des entreprises, est d'environ 2000.

En février 2004, 74 opérateurs menaient des expérimentations WiFi en France, principalement pour raccorder des clients dans de petites zones rurales souvent à l'initiative de collectivités territoriales, ou pour des marchés de niche (par exemple à destination des plaisanciers).

Par ailleurs, plusieurs milliers de lieux de passage du public ou *hotspots* (hôtels, centres d'affaires, aéroports etc.) ont été équipés pour offrir des connexions haut débit à destination de la clientèle d'affaires.

Enfin, une nouvelle technologie, le WiMax, alliant avantages du WiFi (produits bon marché, facilité d'installation...), qualité de service de haut niveau et couverture étendue, est en cours d'expérimentation, notamment par l'opérateur Altitude Telecom.

A.3.5 Expérimentations de courants porteurs en ligne (CPL)

La technologie CPL permet d'utiliser le réseau de distribution électrique (moyenne et basse tension) pour véhiculer des signaux de télécommunications. L'intérêt de cette technologie réside dans le fait qu'elle ne nécessite pas le déploiement d'une nouvelle boucle locale.

En amont du transformateur moyenne tension/basse tension, les communications empruntent un canal de transmission classique (ligne téléphonique, câble, fibre optique, faisceau hertzien ...). Un modem tête de réseau, au niveau du transformateur, permet d'injecter les signaux sur les lignes électriques, ces derniers étant récupérés via un deuxième modem branché sur n'importe quelle prise électrique d'un bâtiment.

En France, plusieurs expérimentations associant collectivités locales et opérateurs de télécommunications sont en cours :

Opérateur	Date de l'autorisation expérimentale	Zone
Télé2 Tiscali Neuf Telecom (SIPPEREC)	Début de l'expérimentation le 26 juin 2002 dans le cadre de la licence L. 33-1 de Tele2	Courbevoie Levallois Perret Nanterre
ADP Télécom (SIPPEREC)	Début de l'expérimentation le 26 juin 2002 dans le cadre de la licence L. 33-1 de ADP Télécom	Rosny-sous-bois
Infosat	04-nov-03	Haye du Puys, Département de l'Isère
YTC	29-avr-04	Pays Chartrain
NIRODA	07-mai-04	Hérouville (Val d'Oise)

Les différentes expérimentations ont permis aux titulaires des autorisations de tester le potentiel technique de la technologie CPL, pour la plupart d'entre eux, sur une vingtaine de clients tests. Les retours d'expérimentations semblent valider la faisabilité technique du déploiement de cette technologie.

B. Les acteurs de l'accès haut débit en France

B.1. Les acteurs de l'accès haut débit par ADSL

Compte tenu du continuum de la demande en termes de débit et de qualité de service, les fournisseurs d'accès à Internet large bande ADSL se positionnent et se spécialisent sur différents produits afin de satisfaire les différentes demandes des clientèles résidentielle, petites entreprises et professionnelle.

A l'heure actuelle, un peu plus de vingt fournisseurs d'accès sont présents sur le marché du haut débit résidentiel par ADSL en France, dont AOL, Club-Internet, Cegetel, Free, Neuf Telecom, Tele2, Telecom Italia France, Tiscali, Wanadoo pour les principaux. D'autres fournisseurs d'accès à Internet disposent d'un nombre de clients plus faible comme Calixo, Cario, Easyconnect, Freesurf, Frontier, Gambo, HR Net, La Poste, Nerim, Netultra, Nordnet, Oreka etc.

Parmi les principaux acteurs du marché professionnel figurent Cegetel, COLT, Neuf Telecom, Transpac pour les principaux, auxquels s'ajoutent Claranet, Easynet, Magic On Line, Nerim, Oreka ou encore Tiscali.

L'Autorité relève par ailleurs que trois types de fournisseurs d'accès à Internet se positionnent sur le marché de détail de l'accès haut débit :

- des opérateurs intégrés : Cegetel/Télécom Développement, Free, Neuf Telecom, Tele2, Tiscali ;

- des fournisseurs d'accès à Internet qui ne détiennent pas de réseau en propre, comme AOL France ou Club-Internet;
- des revendeurs comme La Poste.

Il est proposé dans la suite une description du positionnement des principaux acteurs de l'accès Internet haut débit sur les marchés résidentiel et professionnel.

AOL France

Créée en 1996, AOL France, filiale du groupe Time Warner, commercialise en France les services de fourniture d'accès à Internet produits par AOL Europe.

AOL, présent sur le marché résidentiel de l'accès haut débit par ADSL en France, ne détient pas à ce jour de réseau en propre et achète des prestations à des opérateurs de réseau.

Cegetel

Filiale du groupe SFR Cegetel et de la SNCF, issue de la fusion entre Cegetel et Télécom Développement fin 2003, Cegetel SAS est l'un des premiers opérateurs alternatifs de télécommunications fixes en France.

Cegetel s'est récemment positionné sur le marché de l'accès à Internet haut débit par ADSL pour les clients résidentiels. Depuis la fusion de Cegetel avec Télécom Développement fin 2003, l'opérateur est présent sur le marché professionnel dont il est l'un des principaux acteurs.

Cegetel s'approvisionne aujourd'hui pour l'essentiel sur les marchés de gros de l'accès dégroupé et de l'accès large bande régional.

Club-Internet

La société Club-Internet, créée en octobre 1995 par le groupe Lagardère, est depuis février 2000 la filiale française de T-Online International AG, détenue à 74 % par Deutsche Telekom.

Club-Internet, présent sur le marché résidentiel de l'accès haut débit par ADSL en France, ne détient à ce jour pas de réseau en propre et achète des prestations à des opérateurs de réseau.

COLT

COLT France est une filiale de l'opérateur britannique COLT Telecom Group plc, coté à la bourse de Londres et au NASDAQ à New York.

COLT est l'un des principaux fournisseurs européens de services de voix, données et Internet auprès des entreprises. En Europe, l'opérateur exploite 32 réseaux urbains en fibre optique dans les principaux centres d'affaires. Ces réseaux sont reliés à une infrastructure IP de 15 000 kilomètres.

En France, COLT est un acteur majeur du marché professionnel. Ses offres de détail sont fondées sur le dégroupage total de la boucle locale ou bien sur l'offre de gros *Turbo DSL* de France Télécom.

Free

Free, filiale du groupe Iliad, est aujourd'hui un acteur important de la fourniture d'accès à Internet bas débit et haut débit par ADSL en France, notamment par le dégroupage de la boucle locale dont Free est un acteur majeur. Iliad est coté au premier marché d'Euronext Paris depuis fin janvier 2004.

Free est le premier opérateur à avoir introduit une offre « *triple play* », c'est-à-dire combinant l'accès Internet, la téléphonie et la télévision en France en décembre 2003.

Par ailleurs, Free propose depuis juin 2004 des offres fondées sur le dégroupage total de la boucle locale permettant à ses clients de ne plus avoir à s'acquitter du montant de l'abonnement téléphonique auprès de France Télécom.

Neuf Telecom

Créé en 1998, l'opérateur de télécommunications Neuf Telecom est détenu à 42% par le groupe Louis Dreyfus. L'opérateur possède un important réseau de fibres optiques et a connu une croissance externe rapide à la suite de nombreuses fusions-acquisitions (Kertel, Kaptech, Belgacom France, FirstMark Communications France et Ventelo France, opérateurs de services aux entreprises, ainsi que 9TELECOM, opérateur de services aux entreprises et aux particuliers). La dernière acquisition a été celle de Siris, opérateur pour les grandes entreprises, au printemps 2003. L'opérateur n'est actuellement pas coté en bourse.

Neuf Telecom, acteur du dégroupage de la boucle locale, propose des offres d'accès à Internet fondées sur le dégroupage partiel et a annoncé le lancement d'une offre couplée de téléphonie fixe et d'accès à Internet fondée sur le dégroupage total, incluant de ce fait l'abonnement téléphonique.

Tele2

Tele2 France est la filiale française du groupe Tele2 AB qui se présente comme l'un des principaux opérateurs de télécommunications alternatifs pan-européens avec plus de 24 millions d'abonnés dans 22 pays.

La société est l'un des premiers opérateurs alternatifs de télécommunications fixes en France avec plus de 3 millions de clients téléphonie actifs, selon la société.

Elle propose ses offres d'accès à Internet haut débit par ADSL depuis mai 2003.

Tiscali

Tiscali France est une filiale du groupe italien Tiscali S.p.A, acteur majeur du marché de l'accès à Internet haut débit par ADSL en Europe, présent dans 14 pays. Tiscali annonce un million d'abonnés ADSL sur l'ensemble de ses filiales.

Tiscali a racheté en 2003 la filiale française de Cable & Wireless, qui avait développé un réseau comprenant 24 points de présence en France.

La filiale française du groupe est présente à la fois sur le marché professionnel et le marché résidentiel.

Telecom Italia France

Filiale française de l'opérateur historique italien, Telecom Italia France, commercialise depuis l'automne 2003, à travers la marque « Alice », ses offres d'accès à Internet haut débit par ADSL et de téléphonie développées grâce au dégroupage de la boucle locale. L'opérateur dispose de sa propre infrastructure de réseau qui comprend actuellement 1 900 kilomètres de fibre optique en France.

Telecom Italia France a proposé sur le marché les premières offres d'accès à Internet haut débit par ADSL facturées à la minute. Elle est également le premier opérateur à avoir fondé ses offres d'accès à Internet grand public sur le dégroupage total de la boucle locale.

Transpac

Au premier rang des opérateurs actifs sur le marché de détail du haut débit professionnel figure Transpac, filiale de France Télécom. Transpac a été créée en 1978 pour exploiter et commercialiser le réseau national de transmission de données de France Télécom qui utilisait alors le protocole de transmission X25. La société commercialise ses produits sous la marque « Oléane ». Elle est le distributeur exclusif en France d'Equant, filiale internationale de France Télécom pour la transmission de données.

Wanadoo

Wanadoo, société sur le point d'être réintégrée au sein de France Télécom, s'est positionnée sur le marché de l'Internet résidentiel et des annuaires. Wanadoo est le premier fournisseur d'accès à Internet en France en termes de nombre d'abonnés. Il est notamment également présent au Royaume-Uni, en Espagne et aux Pays-Bas.

Sur le marché français, Wanadoo qui commercialisait jusqu'en 2002 essentiellement des accès bas débit, a orienté son offre vers le haut débit qui représente aujourd'hui près de 45% de son parc de clients. Ainsi Wanadoo compte plus de 2 millions de clients ADSL fin mars 2004, environ 2,36 millions de clients bas débit et 80 000 clients haut débit par le câble (Source : Wanadoo). La croissance importante (+ 64 % entre mars 2003 et mars 2004) du parc haut débit s'est accompagnée d'une diminution du parc de clients bas débit de près de 20% en un an.

Sur le haut débit ADSL, Wanadoo détient de l'ordre de 50% du parc d'abonnés au 30 juin 2004.

B.2. Les acteurs du câble

Pour des raisons d'ordre historique, les réseaux câblés ne couvrent pas de manière homogène tout le territoire français. Ils sont divisés en plaques géographiques, chacune étant exploitée par un opérateur.

Au 30 juin 2004, d'après l'AFORM, les 425 000 abonnés à une offre d'accès Internet haut débit par câble se répartissent principalement entre Noos-UPC France, France Télécom Câble et NC Numéricâble.

Le marché français compte 49 autres câblo-opérateurs, dont l'implantation est limitée à une région, une agglomération ou une commune.

C. Services et offres d'accès haut débit

L'objet de cette partie est de présenter les offres disponibles sur les marchés de détail résidentiel et professionnel du haut débit.

Comme précisé ci-avant, en l'absence de définition stabilisée, on entend en pratique par « haut débit » des vitesses de transmission supérieures ou égales à 128 kbit/s. Toutefois, cette définition est susceptible d'évoluer dans le temps, notamment avec l'évolution des usages vers des débits plus importants.

C.1. Les offres disponibles sur le marché résidentiel

La pénétration des offres d'accès haut débit sur le marché résidentiel dépend étroitement du taux d'équipement des ménages en ordinateurs personnels. En 2003, ce taux, en progression constante, a favorisé l'accélération de la pénétration de l'Internet en France. Au premier trimestre 2004, environ la moitié des foyers est équipée d'un ordinateur et un tiers de ceux-ci dispose d'un accès à Internet (sources : baromètre Euroscope Consumer (*Les marchés des télécoms et de l'Internet chez les particuliers*, étude de mars 2004, baromètre Multimédia de Mediamétrie publié le 24 avril 2004).

C.1.1 Une baisse des tarifs des offres ADSL

En deux ans, les tarifs des offres d'accès à Internet haut débit ADSL ont en moyenne été divisés par trois. Ainsi, alors qu'il s'élevait à plus de 45 euros TTC en 2002, le tarif mensuel de l'abonnement à 512 kbit/s est généralement compris entre 15 et 30 euros TTC en septembre 2004. Les frais d'accès au service sont très souvent offerts. Certains opérateurs maintiennent des frais de résiliation qui peuvent atteindre 100 euros.

Certains fournisseurs d'accès à Internet, également présents sur le marché de la téléphonie fixe, proposent des offres d'accès à Internet haut débit par ADSL à des tarifs préférentiels pour leurs clients qui optent pour la présélection sur le réseau téléphonique commuté.

Le tableau ci-après présente une vue synoptique des principales offres d'accès à Internet haut débit par ADSL proposées en septembre 2004 sur le marché de détail.

Principales offres haut débit par ADSL disponibles sur le marché résidentiel

	Débits														Particularités	Engagement de durée	Préselection	Zones géographiques concernées	Modem	FAS	Frais de résiliation		
	128k	128k - 20h	512k	512k - 5Go	512k à la minute	1024k	1024k - 5Go	1024k à la minute	1024k + téléphonie sur IP illimitée	2048k	2048k + téléphonie sur IP illimitée	3M	4M	5M								6M	
Wanadoo		14,9		29,9 (24,9 pdt 6 mois)												Promotion pour les 6 premiers mois pour toute souscription avant le 11/10/04	Aucun 12 mois			Livebox pour 3 € par mois	Aucun pour toute nouvelle souscription avant le 11/10/04		
Free										29,99							Aucun		Zones non dégroupées Zones dégroupées	Freebox fournie gratuitement	Aucun	96 € (moins 3 € par mois écoulé à partir du mois suivant celui de la mise à disposition de l'accès)	
Télé2			14,05 19,95														Aucun	oui non oui non	Zones non dégroupées Zones dégroupées	2,5 € par mois	Aucun	96 € (moins 3 € par mois écoulé à partir du mois suivant celui de la mise à disposition de l'accès)	
Neuf Télécom			14,9 19,9 19,9 24,9													les 12 premiers mois à partir du 13e mois les 12 premiers mois à partir du 13e mois les 12 premiers mois à partir du 13e mois les 12 premiers mois à partir du 13e mois	Aucun	oui non oui non	Zones non dégroupées Zones dégroupées	Neuf Box pour 2 €/mois	Aucun	Aucun	
Tiscali			20					30											Zones non dégroupées Zones dégroupées	2 € par mois	Aucun (sauf pour l'offre 2040 ou 1024-téléphonie en zones non dégroupées)	Aucun	
Cegetel			14,9 19,9 19,9 24,9						24,9 29,9 29,9 34,9							12 premiers mois à partir du 13e mois 12 premiers mois à partir du 13e mois 12 premiers mois à partir du 13e mois 12 premiers mois à partir du 13e mois	Aucun	oui non oui non	Zones non dégroupées Zones dégroupées	Payant	Aucun	Aucun	
Club-internet	19,9		29,9 14,9							24,9									Zones non dégroupées Zones dégroupées	5 € par mois	Aucun		
Telecom Italia France			15,95		0,025	29,95												Aucun		Zones non dégroupées Zones dégroupées	1,99 €/mois	Aucun	Aucun
AOL	19,9 24,9		27,9 32,9						39,9 44,9							les 12 premiers mois à partir du 13e mois les 12 premiers mois à partir du 13e mois	Aucun		Zones non dégroupées Zones dégroupées	49,9	Aucun	49 €	

Source : sites Internet des FAI

Les tarifs en euros TTC par mois et par abonné.

C.1.2 Une montée en débit notable sur l'ADSL

L'ensemble des fournisseurs d'accès à Internet propose, à des tarifs attractifs, des offres d'accès par ADSL à des débits toujours plus élevés. Cette évolution est en adéquation avec une demande de bande passante accrue et le développement de la société de l'information.

Les accès à 512 kbit/s par ADSL représentent désormais plus de 60% des accès à Internet à haut débit par ADSL. Les offres d'accès à 128 kbit/s ne représentent plus que le quart des abonnements. Les offres d'accès de débits supérieurs (1024 kbits/s, 2048 kbits/s et plus), qui totalisent environ 15% des accès, sont en croissance.

Dans son avis n° 04-373 en date du 27 avril 2004 sur la décision tarifaire de France Télécom n° 2004062 relative à la commercialisation d'une nouvelle offre « 2048/128 kbit/s » dans la gamme *IP/ADSL*, l'Autorité s'est montrée favorable à l'introduction du débit 2048 kbit/s sur le marché de gros. Cette avancée devrait permettre de voir se généraliser les offres d'accès à Internet haut débit par ADSL de débit 2048 kbit/s sur le marché de détail, notamment dans les zones où le dégroupage n'est pas encore disponible.

C.1.3 Une diversification des offres disponibles sur l'ADSL

Introduction d'offres à la durée et au volume

Les offres haut débit ADSL commercialisées sont généralement forfaitaires, indépendantes de la durée de connexion. Néanmoins des offres haut débit limitées en durée ou au volume de données échangées, ainsi que des offres « au compteur », ont été récemment introduites, afin de satisfaire une clientèle plus large, moins consommatrice, mais appréciant le confort apporté par le haut débit.

Ces offres permettent aux particuliers de souscrire à des offres adaptées à leurs habitudes de consommation. Dans son avis n° 04-257 en date du 9 mars 2004, l'Autorité a relevé qu'il n'était « *pas complètement illogique que puissent apparaître sur le marché des offres limitant le volume de données échangées ou la durée de connexion* », mais qu'il s'agissait « *cependant essentiellement d'une démarche marketing visant à segmenter la clientèle* », dans la mesure où « *en termes techniques, hors cas particulier des très gros utilisateurs, la corrélation entre volume de données échangées, temps de connexion autorisé et coût de production est relativement faible* ».

Début octobre 2003, Telecom Italia France a lancé une offre d'accès à Internet haut débit facturée à la minute, dénommée « Alice Libre ». Le tarif s'élève à 2,5 centimes d'euros la minute, soit 1,5 euro de l'heure. Le débit disponible est de 1024 kbit/s dans les zones dégroupées et de 512 kbit/s dans les zones non dégroupées.

Depuis le début de l'année, Wanadoo commercialise les forfaits « eXtense 128k – 20 heures », limité à 20 heures de connexion, et « eXtense 512k – 5Go » et « eXtense 1024k – 5Go », limités à 5 Go de téléchargement.

L'Autorité note que ces offres, disponibles à des tarifs comparables à ceux du bas débit, contribuent à accélérer la migration des abonnés bas débit vers le haut débit, lorsque ce dernier est disponible.

La télévision sur ADSL

La montée des débits disponibles sur l'ADSL permet d'accéder à des services audiovisuels, en premier lieu des programmes de télévision. Les opérateurs comme Free, France Télécom et Neuf Telecom ont ainsi expérimenté un service de télévision sur ADSL.

Free a été le premier acteur à proposer une offre « *triple play* » comprenant l'accès à un bouquet de chaînes de télévision. En effet, depuis le 1er décembre 2003, l'opérateur Free propose à tous ses clients dégroupés et disposant d'une Freebox une offre « *triple play* » qui inclut, pour la somme forfaitaire de 29,99 € TTC par mois, un accès illimité à Internet de débit maximal 6 Mbit/s, la gratuité des communications téléphoniques vers les abonnés Freebox et les numéros fixes en France métropolitaine, ainsi que l'accès à une offre d'une soixantaine de chaînes de télévision agrégées dans un bouquet ou à 42 chaînes vendues à l'unité sans durée d'engagement. La fourniture de l'équipement de connexion (le modem/décodeur dénommé « Freebox ») est comprise dans le prix du forfait.

Depuis le 18 décembre 2003, France Télécom commercialise l'offre « *Ma Ligne TV* » d'accès à des services de télévision numérique et à des services de vidéo à la demande. L'abonnement à cette offre est facturé 16 € par mois. A cela s'ajoutent 64 € de frais d'accès au service, ainsi que 75 € de dépôt de garantie pour la mise à disposition du décodeur. En outre, France Télécom propose, pour un euro de plus, un modem compatible (d'une valeur de 199 €). La souscription à l'offre « *Ma Ligne TV* » est indépendante de la souscription à une offre d'accès à Internet à haut débit par ADSL. Toutefois, les offres d'accès à Internet par ADSL fondées sur le dégroupage de la boucle locale sont incompatibles avec « *Ma Ligne TV* ».

L'offre doit être complétée par un abonnement à une offre de contenus. France Télécom a signé un premier partenariat avec TPS qui propose aux clients de « *Ma Ligne TV* » un forfait de 80 chaînes (« *TPS L* ») pour 21 € par mois. Les frais d'accès à l'abonnement « *TPS L* » de 40 € sont offerts jusqu'au 31 octobre 2004. Début septembre 2004, France Télécom annonçait la poursuite du déploiement de son offre d'accès télévisuel avec l'ouverture de nouvelles agglomérations : Toulouse, Grenoble, Saint-Etienne et Strasbourg. Ceci constitue la seconde vague d'extension géographique de l'offre, après Paris et sa région, Nice, Nantes et Marseille.

Un second partenariat a été conclu avec Canal Plus en vue de fournir les offres « *Canal + Numérique par ADSL* » ou « *CanalSatDSL* ». Les offres sont construites sur le même modèle que dans le cadre du partenariat avec TPS. Le tarif de l'offre d'accès à « *Canal + Numérique* » est de 20 € par mois pendant un an. En outre, l'offre d'accès au bouquet « *CanalSatDSL* » se décline en quatre forfaits, dont le tarif est compris entre 11 € et 20 € pendant un an. Les frais d'accès à l'abonnement de 40 € sont offerts.

Neuf Télécom a conclu un accord avec le groupe Canal Plus pour fournir à ses clients ADSL une offre d'accès à Canal + Numérique ou au bouquet de chaînes CanalSatDSL. Le tarif de cette offre, lancée le 22 mars 2004 à Marseille via le réseau de Neuf Télécom, est de 20 € par mois pendant un an pour l'accès à « *Canal + Numérique* ». L'offre d'accès au bouquet « *CanalSatDSL* » se décline en quatre forfaits, dont le tarif est compris entre 11 € et 20 € pendant un an. Les clients devront en outre verser 40 € de frais d'accès à l'abonnement, 64 € de frais d'accès au service, 75 € de dépôt de garantie, 8 € par mois de location du terminal numérique ADSL et 8 € par mois de location de la ligne ADSL. Le modem est gratuitement mis à disposition des abonnés par Neuf Télécom.

Enfin, comme annoncé lors d'une conférence de presse en septembre 2004, Neuf Télécom devrait lancer cet automne sa propre offre « triple play » comprenant un bouquet d'une quarantaine de chaînes. Le décodeur serait compatible avec la TNT.

La Voix sur IP

La montée en débit sur l'accès et les progrès de la qualité de service sur IP a conduit les opérateurs dégroupés à introduire, dès 2003 pour Free, des offres de téléphonie sur IP. Le service voix est géré de bout en bout en mode paquet, et non plus seulement au cœur des réseaux des opérateurs. Dans de telles configurations, les fréquences hautes sont utilisées à la fois pour le service téléphonique, l'accès à Internet et les autres services en mode IP. Les fréquences basses demeurent disponibles pour le trafic téléphonique commuté. Si la ligne est partiellement dégroupée, l'utilisateur continue à s'acquitter de l'abonnement téléphonique auprès de France Télécom. Si la ligne est totalement dégroupée, l'utilisateur change d'opérateur de boucle locale et bascule complètement vers le nouvel opérateur.

De telles offres de VoIP permettent aux opérateurs de s'affranchir pour une large part de l'interconnexion avec le réseau de France Télécom, voire totalement, lorsque les communications sont établies entre leurs abonnés.

Free a été dès 2003 l'initiateur du service avec la Freebox. En effet, sous réserve des caractéristiques de leurs lignes, les clients équipés d'une Freebox peuvent bénéficier de la gratuité des communications téléphoniques vers les abonnés Freebox et les numéros fixes en France métropolitaine. Cette offre de téléphonie, lancée en août 2003 en zones dégroupées, est proposée dans les zones non dégroupées depuis mars 2004.

Neuf Telecom a annoncé en juin 2004 un forfait à 2 Mbit/s, incluant les communications téléphoniques nationales sans considération de durée. Cet opérateur a également annoncé une offre fondée sur le dégroupage total de la boucle locale comprenant une ligne téléphonique, un accès à Internet haut débit (2 Mbits/s), le transfert du numéro actuel (à partir de septembre), un nouveau numéro, une messagerie vocale et cinq heures de communications vers les numéros fixes en France pour 29,90 TTC euros par mois. L'offre est soumise à la détention d'un modem « neuf box » loué 2 euros TTC par mois.

France Télécom propose depuis août 2004 aux clients de Wanadoo un forfait de communications illimitées (locales et nationales) en voix sur IP qui s'ajoutera à leur forfait d'accès illimité haut débit (de débit minimal 512 kbit/s). Le tarif de cette offre est de 10 euros par mois la première année, puis de 20 euros. Une autre offre, proposée à l'ensemble des internautes et facturée 5 euros par mois, permet aux internautes de se voir facturer leurs communications locales et nationales au tarif unique de 13 centimes, quelle que soit leur durée. Les appels entre clients de wanadoo ne sont pas facturés.

Le « multiple play »

Lorsque la bande passante est suffisante (à partir de 4 Mbit/s avec les techniques de codage actuelles), l'opérateur, disposant de la totalité des fréquences hautes de la paire de cuivre, est techniquement en mesure de partager la bande passante disponible entre plusieurs flux indépendants correspondants à des services d'accès à Internet, d'accès télévisuel et de téléphonie. Par exemple, Free réserve sur la bande passante un débit de 3,5 Mbit/s pour les contenus télévisuels, un débit de 2 Mbit/s pour les contenus liés à Internet et un débit de 64 kbit/s pour la voix.

Sur l'interopérabilité des terminaux et services de France télécom / Wanadoo

En vue d'assurer l'interopérabilité des terminaux et services de France Télécom / Wanadoo avec ceux des opérateurs alternatifs, il serait naturel que France Télécom spécifie les caractéristiques des interfaces physiques et mette en place des offres d'interconnexion voix ou visiophonie appropriées. Ce type d'offre a en effet vocation à supporter des communications inter-personnelles qui n'ont pas vocation à être contraintes par l'abonnement des correspondants auprès du même opérateur de télécommunication. Par ailleurs, France Télécom bénéficie d'un effet de club dont l'importance découle de celle de sa base d'abonnés.

C.1.4 Les offres d'accès haut débit par câble

Cette partie présente les offres d'accès Internet haut débit disponibles auprès des quatre principaux câblo-opérateurs français. Toutefois, d'autres câblo-opérateurs offrent de l'accès Internet haut débit, notamment Est Video Communications, SEMNet et ntl.

Les tarifs indiqués ci-dessous correspondent à l'accès Internet haut débit par câble uniquement. Des tarifs promotionnels sont souvent proposés par les câblo-opérateurs pour les offres « *double play* » combinant l'accès Internet et la télévision par câble, voire « *triple play* » lorsque le câblo-opérateur dispose d'une offre de téléphonie sur le câble. Ces tarifs s'entendent en euros TTC par mois par abonné au 15 septembre 2004. Ils n'incluent aucune offre de télévision.

	Débits										Particularités	
	128k	160k	512k	640k	1024k	1280k	2048k	2560k	4M	8M		
NC Numéricâble			19,9 (9,9 pdt 6 mois)		29,9 (19,9 pdt 6 mois)		39,9 (29,9 pdt 6 mois)				59,9	Promotion pour les 6 premiers mois pour toute souscription avant le 31/10/04
Wanadoo Câble			34,5		39,5		44,5					
UPC (Chello)			23				44		54			
Noos		19,9		29,9		39,9		49,9				

Globalement, l'Autorité constate une montée en débit des offres d'accès à Internet haut débit sur le câble. Cette évolution semble traduire la volonté des câblo-opérateurs de concurrencer le développement des offres à plusieurs mégabits par seconde disponibles sur l'ADSL.

C.2. Les offres disponibles sur le marché professionnel

Les marchés de détail du haut débit professionnel comprennent les offres destinées à fournir aux entreprises un accès à haut débit vers l'Internet ou vers un réseau privé reliant différents sites entre eux, afin de transmettre voix et données et fournir un accès à haut débit vers l'Internet.

Un grand nombre d'entreprises individuelles et de très petites entreprises (0-9 employés) utilisent des offres de type « grand public », disponibles à des niveaux de prix inférieurs à ceux des offres spécifiquement « professionnelles ». Toutefois, elles ne sont pas retenues dans le segment de marché considéré, qui recouvre les seules offres conçues pour les entreprises.

Celles-ci proposent typiquement des garanties de temps de rétablissement en quatre heures, quand les produits résidentiels reposent, de façon générale, sur le principe du « *best effort* ». En outre, les fournisseurs d'accès présents sur le marché professionnel proposent des prestations additionnelles, telles des adresses IP fixes, des logiciels de sécurisation (logiciels antivirus, antispam, pare-feu).

Les offres professionnelles peuvent être de type mono-site, il s'agit alors par exemple d'un accès simple à Internet, ou multi-site, consistant à établir pour un client un réseau privé virtuel entre ses différents établissements pouvant être répartis sur l'ensemble du territoire.

Les besoins exprimés par les entreprises se caractérisent aussi par des débits élevés et garantis et par des services spécifiques (besoin d'un lien symétrique, ou pouvant supporter une technologie de transport de données précise : X25 par exemple).

		Débit descendant maximal	Débit ascendant maximal	Distance maximale du répartiteur
ADSL (Asymmetric DSL)	Débits asymétriques	8 Mbit/s	640 kbit/s	2,5 km
SDSL (Single line DSL)	Débits symétriques	2 Mbit/s	2 Mbit/s	1,5 km
VDSL (Very High Data Rate DSL)	Débits élevés sur une distance faible	53 Mbit/s	3 Mbit/s	300 m

L'étude Data Nova (« *Les marchés de l'informatique et de l'Internet* », juin 2004) indique que le DSL est au premier rang des modes d'accès à Internet à la fois pour les TPE (0-9 employés) équipées Internet : 49%, les PME (10-499 employés) : 65% et les MGE (au-delà de 500 employés) : 60%. La même étude montre que les TPE et les PME privilégient le 512 kbit/s, tandis que les MGE utilisent des débits plus élevés.

Tableau comparatif entre différentes offres du marché professionnel

Comparaisons d'offres du marché à 2 Mbit/s débit garanti (€ HT) et GTR de 4 heures				
FAI	Type de connexion	Abonnement mensuel	Frais d'accès au service	Couverture
Clara.net	SDSL	710	490	valable en zone dégroupée
Colt	SDSL	1350	1200	"
Cegetel	SDSL	1170	à partir de 350	"
Easynet	SDSL (1,6Mb/1,6Mb)	870	offerts	"
9Telecom	SDSL	990	offerts jusqu'au 31/05/04	"

Tarifs en euros HT pour l'abonnement mensuel, Source PC expert juin 2004

D. Situation concurrentielle

D.1. Sur le marché du haut débit par ADSL

Le marché de l'accès à Internet haut débit par ADSL connaît un dynamisme concurrentiel croissant. Estimé pour le marché résidentiel à 420 millions d'euros en 2002, il atteint 1,5 milliard d'euros en 2003. Le nombre d'abonnés a significativement augmenté au cours des deux dernières années.

Wanadoo conserve une avance significative mais voit sa part de marché se réduire. En effet, le fournisseur, qui détenait près de 90% des accès ADSL fin 2001, détient environ 50% du parc de clients fin juin 2004.

Dans le même temps, des opérateurs nouveaux entrants ont conquis des parts de marché importantes. Ainsi, Free est devenu en quelques années, le second fournisseur d'accès haut débit sur le marché résidentiel.

Comme exposé ci-avant, le dynamisme de la concurrence s'est traduit par une baisse significative des tarifs des offres proposées par les fournisseurs d'accès à Internet sur le marché de détail, ainsi que par une montée en débit notable et une diversification de ces offres.

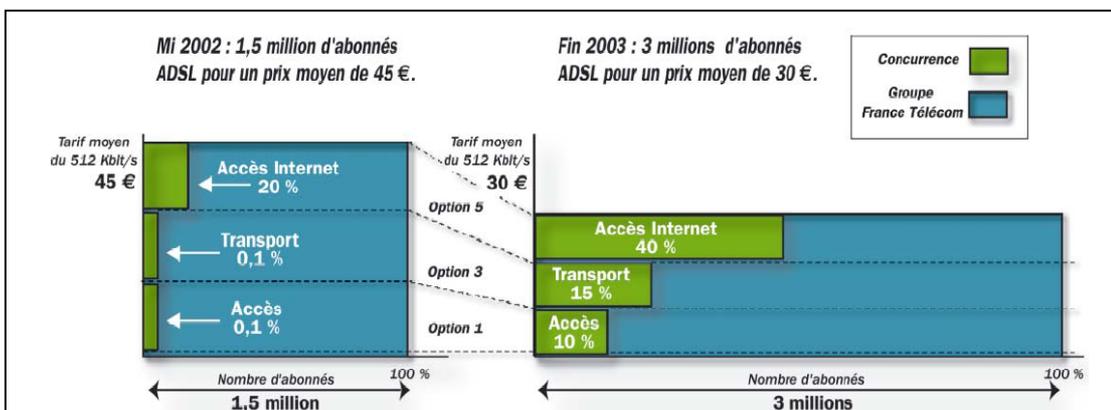
Le développement du marché de l'accès à Internet haut débit par ADSL résulte en particulier de deux éléments.

D.1.1 L'essor de la concurrence sur le marché de gros

La croissance du niveau de concurrence sur le marché de détail s'explique en partie par une situation concurrentielle plus favorable sur un marché de gros déjà régulé.

Si en 2001 la quasi-totalité des accès ADSL était construite sur la base de l'offre de gros IP/ADSL de France Télécom, au 30 juin 2004, cette offre de gros ne représentait plus qu'environ 70% des accès, principalement en raison du développement du dégroupage.

Le graphique qui suit montre qu'en un an et demi, la baisse des tarifs des offres de gros de France Télécom a permis le développement du marché du haut débit en doublant le nombre d'abonnés tout en développant la concurrence à la fois sur les segments de l'accès (dégroupage), du transport et de l'accès à Internet.



D.1.2 Un phénomène de migration naturelle des clients des offres d'accès bas débit vers des offres d'accès haut débit

Le parc des abonnés à une offre d'accès à Internet est passé de 8 465 000 à 9 516 000 en 2003 selon l'AFA. Parallèlement, le parc des abonnés à une offre d'accès à Internet haut débit par ADSL a été multiplié par deux entre fin 2002 et fin 2003.

Ces chiffres s'expliquent par le mouvement de migration des abonnés à des offres d'accès à Internet bas débit vers des offres d'accès à Internet haut débit. En effet, 5,6% des foyers se sont désabonnés à leur offre d'accès à Internet entre fin septembre 2003 et fin mars 2004 et 88% de ces mouvements s'expliquent par un passage au haut débit par ADSL (d'après le Baromètre Euroscope Consumer, Mars 2004, *Les marchés des télécoms et de l'Internet chez les particuliers*).

D.1.3 Sur le marché professionnel

Ce marché est attractif pour les fournisseurs d'accès, même lorsqu'ils ne maîtrisent pas complètement les parties accès et collecte du trafic correspondant. Ils peuvent fournir des accès haut débit à partir des offres de gros du marché, fondés notamment sur l'offre *Turbo DSL* de France Télécom permettant de relier les sites des clients au site régional de l'opérateur et sur les offres des opérateurs dégroupés.

Malgré la forte croissance du marché constatée en 2003, les parts de marché gagnées par les opérateurs alternatifs restent encore limitées, au regard notamment de ce qui est observé sur le marché résidentiel. L'Autorité estime ainsi que Transpac détient entre 70% et 75% des liens DSL professionnels fin 2003 contre 75% à 80% fin 2002.

Actuellement, le marché de détail fondé sur des offres de type Turbo DSL représente environ 100 000 accès. Cependant, le taux de pénétration du DSL dit « professionnel » sur les zones couvertes est en forte croissance. En 2003, le parc correspondant a crû d'environ 100%. Il est probable, au vu du marché potentiel, que cette croissance se poursuive à un rythme soutenu dans les mois à venir.

D.2. Situation concurrentielle sur le câble et la position de France Télécom

D.2.1 La position de France Télécom dans les réseaux câblés

	Composition du capital	Propriété des réseaux
NOOS	Suez Lyonnaise des eaux : 52,1 % France Télécom : 27, % Morgan Stanley Dean Witter : 22,9 %	Propriétaire en propre sous régime de concession de service public
NC Numéricâble	Canal Plus : 100 %	Titulaire de concessions d'exploitation de réseaux locaux 70 % des prises sont louées à France Télécom (partie issue du Plan Câble)
France Télécom Câble	France Télécom : 100 %	Propriétaire en propre du réseau
UPC France	United Pan-Europe Communications N.V. : 92% Intercomm Holdings L.L.C. : 8%	Propriétaire en propre sous régime de concession

Source : ART au 15 janvier 2004

Ce tableau fait ressortir, à la date du 15 janvier 2004, la position prédominante de France Télécom dans le câble en France : outre 100% de France Télécom Câble, l'opérateur historique détenait 70% des prises de NC Numéricâble et en assurait la maintenance. Enfin, France Télécom détenait 27% de Noos.

La position centrale qu'a occupé France Télécom dans le câble français pendant plus de 20 ans peut en partie expliquer pourquoi la boucle locale câble n'est pas devenue une infrastructure concurrentielle alternative au réseau filaire de l'opérateur historique.

D.2.2 Un secteur en consolidation

A l'heure actuelle, le secteur du câble est en pleine restructuration. Ces changements font suite à la loi n° 2003-165 en date du 31 décembre 2003 relative aux obligations de service public des télécommunications et à France Télécom. Cette loi a en effet supprimé le seuil de 8 millions d'habitants qui limitait l'expansion géographique des câblo-opérateurs.

La suppression de ce seuil a donné une nouvelle impulsion au secteur du câble en France et un mouvement de concentration a été amorcé.

Noos – UPC

Le 4 mars 2004, United Global Com (UGC, détenu à 74% par Liberty Media) et Suez annonçaient avoir engagé une négociation exclusive pour la cession de Noos (premier câblo-opérateur en France en nombre d'abonnés) à Médiaréseaux (société holding du groupe UGC en France).

Le 17 mai 2004, considérant que l'opération ne soulevait pas de problème de concurrence, la Commission européenne autorisait le projet de rachat.

Le rachat de Noos par UPC est ainsi devenu effectif début juillet. Ce premier pôle, regroupant UPC France et Noos, représente un parc de 1,70 million d'abonnés et près de 400 millions d'euros de chiffre d'affaires cumulé.

France Télécom Câble – NC Numéricâble

Le 18 mars 2004, France Télécom et Canal Plus ont annoncé la signature d'un protocole d'intention visant à regrouper « leurs activités respectives dans la perspective d'une prise de contrôle de l'ensemble par un nouvel actionnaire ». Les deux groupes ont fixé le 31 décembre 2004 comme date limite de reprise de 60 % de l'ensemble par un même acquéreur et garderaient 20 % chacun.

Le consortium formé par le fonds d'investissement Cinven associé à Altice est entré en négociation exclusive pour racheter les actifs des groupes France Télécom et Canal Plus dans le câble. L'opération devrait être finalisée en octobre 2004.

Ce second pôle représente un peu plus de 1,69 million de clients. Son chiffre d'affaires cumulé devrait approcher 315 millions d'euros.

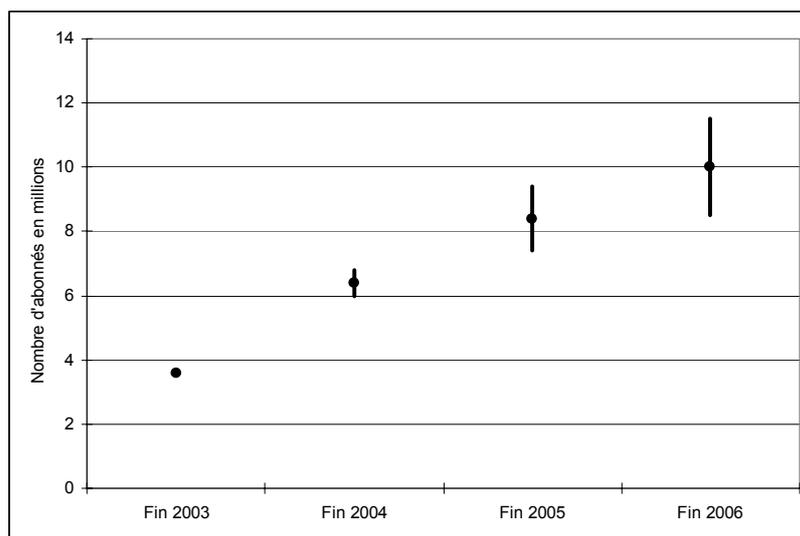
E. Perspectives de développement du marché haut débit

E.1. Développement du marché

La croissance du nombre d'abonnés au haut débit par ADSL a dépassé 100% en 2002 et 2003. Les projections des opérateurs anticipent pour 2004 une croissance comparable.

Des analystes estiment qu'une croissance à deux chiffres sera encore envisageable en 2005 ce qui permettrait d'atteindre un nombre d'accès haut débit compris entre 7 et 9 millions soit un taux de pénétration compris entre 37 et 40% des foyers, c'est-à-dire plus de 50% des foyers munis d'un ordinateur fin 2005.

Graphique 4 : Évolution estimée (source ART) du nombre d'accès haut débit jusqu'en 2006



Sur ce graphique, les barres verticales représentent des intervalles de confiance.

E.2. Différenciation des services

E.2.1 Sur le segment résidentiel

Il est probable que la baisse significative des tarifs de détail observée jusqu'ici trouve sa limite dans les coûts incompressibles de l'accès au réseau. Les opérateurs seront alors conduits à se différencier sur d'autres critères que le tarif aux abonnés, ce qui est susceptible de stimuler une concurrence par les services.

D'ores et déjà, le « *multiple play* » constitue un moyen pour les opérateurs de rentabiliser les investissements consentis pour le déploiement de l'ADSL, pour un coût marginal faible par rapport à l'accès Internet.

Certains fournisseurs d'accès à Internet proposent des offres fondées, non pas sur le dégroupage partiel, mais le dégroupage total assorti du portage du numéro, de sorte que le client a un interlocuteur unique, assurant à la fois les prestations de téléphonie et les prestations d'accès Internet à large bande, tout en conservant le même numéro.

Cependant, dans la mesure où il nécessite une très bonne coordination entre la mise en œuvre du dégroupage lui-même et celle de la portabilité du numéro, le dégroupage total d'une ligne principale reste à ce stade plus délicat à mettre en œuvre que le dégroupage partiel, à présent mieux maîtrisé.

E.2.2 Sur le segment professionnel

On peut estimer la taille future du marché professionnel en considérant le marché actuel des liaisons louées et en supposant qu'une part significative d'entre elles migrera vers des offres de type DSL.

Etant donné la couverture respective des différentes technologies d'accès, le nombre de sites atteignables par le biais des différentes offres peut être estimé comme suit :

Type de liaison	Taille de l'établissement (nombre de salariés)				Ensemble considéré
	de 0 à 9	de 10 à 49	de 50 à 99	plus de 100	
Liaison louée	1 204 000 (100%)	213 000 (100%)	26 500 (100%)	23 000 (100%)	624 000 (100%)
Turbo DSL	1 040 000 (86%)	190 000 (89%)	24 100 (91%)	21 600 (94%)	548 000 (88%)
Dégroupage total (couverture 600 NRA)	482 000 (40%)	88 000 (41%)	11 300 (43%)	10 800 (47%)	255 000 (41%)

Source : ART

En considérant un parc initial de 624 000 établissements, correspondant à la somme de l'ensemble des établissements de plus de 10 salariés et de 30% de l'ensemble des établissements de moins de 10 salariés, l'Autorité constate que le marché atteignable actuellement par des offres de type DSL est d'environ 550 000 lignes.

Un autre indicateur de la taille potentielle du marché DSL professionnel est la taille du marché des liaisons louées actuelles qui pourraient être remplacées, à terme, par des liaisons DSL/ATM.

Le parc des liaisons louées sur le territoire métropolitain s'élevait en 2003 à 360 000. Le marché potentiel du DSL/ATM professionnel peut ainsi être estimé entre 250 000 et 300 000 liaisons, en tenant compte des restrictions auxquelles sont soumises les offres DSL par rapport aux offres de liaisons louées en termes de couverture géographique, de débits atteignables et de services qui peuvent transiter par la liaison.

Cependant, du fait notamment du niveau de coût structurellement plus faible du DSL comparé aux liaisons louées, il est probable que le marché potentiel des offres de détail sur DSL aille au-delà du marché « historique » des liaisons louées.

Ces deux indicateurs mettent en évidence le fort potentiel de croissance des offres DSL professionnelles. La tendance observée en 2003 d'une croissance soutenue devrait se confirmer dans les mois à venir.

Par ailleurs, le développement des solutions de téléphonie sur IP est de nature à accélérer l'équipement des entreprises en haut débit.

E.3. Situation concurrentielle

Sur la base des tendances actuelles, le marché de l'Internet haut débit pourrait à terme se rapprocher de la situation concurrentielle du marché de l'Internet bas débit. Sur le marché du bas débit, après environ six années de concurrence effective, la position des acteurs peut être résumée de la manière suivante :

- le groupe France Télécom contrôle environ 40% du marché de détail ;
- le groupe France Télécom contrôle environ 60% du marché de gros, en prenant en compte l'auto consommation au sein des acteurs intégrés ;
- France Télécom contrôle donc environ les trois quarts de la valeur du marché dans son ensemble, sans prendre en compte l'abonnement téléphonique.

Le haut débit diffère du bas débit sur deux points. En premier lieu, la couverture géographique du territoire n'est que progressive, notamment en dégroupage, et les autres offres de gros ADSL ne permettent pas une différenciation du même ordre pour les acteurs alternatifs. *A contrario*, le transfert de valeur lors de l'opération de dégroupage d'une ligne haut débit est supérieur, en proportion et en valeur, au transfert de valeur lié à la collecte du trafic d'un abonné bas débit. Les investissements des opérateurs alternatifs sont donc nettement plus importants sur le haut débit qu'ils ne l'ont été sur le bas débit.

Par ailleurs, les offres « *multiple play* », si elles se développent, sont susceptibles de modifier profondément le jeu concurrentiel sur les marchés du haut débit.

En effet, l'activité des fournisseurs d'accès à Internet était caractérisée par une relative faiblesse des économies d'échelle et par des « effets de club » peu marqués :

- l'Internet mondial est accessible à tout abonné dans sa quasi totalité de manière indépendante du fournisseur d'accès ;
- les protocoles mis en place sur le réseau Internet favorisent les échanges entre abonnés de prestataires différents, à coût marginal indépendant du prestataire et souvent nul.

Les nouvelles offres de services pourraient avoir des caractéristiques opposées. Les offres liées au contenus, notamment vidéo ou audio, pourraient dépendre fortement de la capacité du fournisseur d'accès à nouer des partenariats stratégiques avec des fournisseurs de contenus ou à en acheter. Les services de communications interpersonnelles, voix ou vidéo, sont susceptibles de favoriser les « effets de club » internes au parc d'un même fournisseur d'accès. Ce type d'offre est d'autant plus attractif que l'opérateur ou le fournisseur d'accès Internet possède un parc de clients important.

F. Régulation

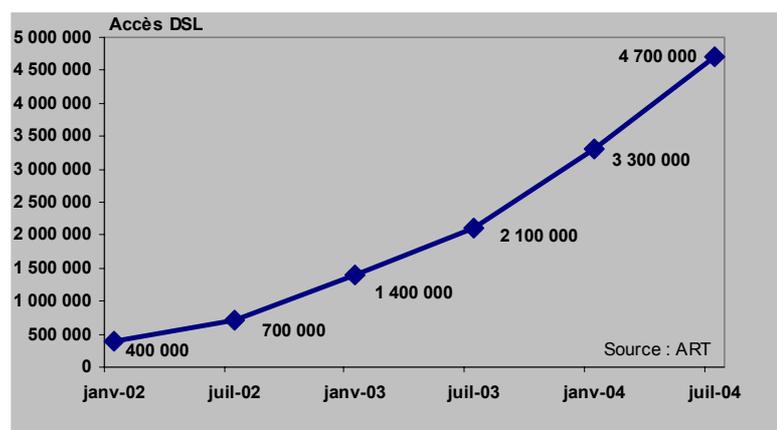
F.1. Bilan de la régulation du marché entre l'année 2000 et l'année 2004

Dans le cadre réglementaire en vigueur jusqu'à l'issue du processus d'analyse des marchés, seuls les services fournis par France Télécom, pour lesquels il n'existe pas de concurrent sur le marché, font l'objet d'une homologation tarifaire. Dans ce cadre, les services d'accès haut débit fournis par Wanadoo ne sont pas soumis à un contrôle tarifaire a priori et ne l'ont jamais été. Seul le produit « L'ADSL de Ma Ligne », commercialisé directement par France Télécom, est soumis à la procédure d'homologation tarifaire. Ce service consiste à fournir un accès ADSL à un client, que celui-ci doit compléter par une prestation de collecte et de connectivité auprès d'un fournisseur d'accès à Internet. Toutefois, ce produit représente aujourd'hui moins de 5 % du parc ADSL et le nombre de lignes concernées décroît. Ainsi, pour l'essentiel, les tarifs de détail de l'accès large bande sont fixés librement par les fournisseurs d'accès à Internet.

En revanche, le marché de gros sous-jacent fait l'objet d'une régulation ex ante, afin notamment d'assurer un fonctionnement satisfaisant du marché de détail. En effet, les tarifs de gros auxquels les opérateurs de télécommunication vendent leurs prestations aux fournisseurs d'accès à Internet sont une composante essentielle des tarifs de détail. Or, la quasi-totalité du réseau d'accès est opérée par France Télécom, ce qui lui donne une place prépondérante sur les marchés de gros. Les offres de gros régulées sont le dégroupage, les offres dites d'option 3, ADSL Connect ATM et Turbo DSL, et les offres dites d'option 5, IP/ADSL régionale et nationale.

Ce dispositif réglementaire a été mis en place au cours des années 2000 et 2001, soit deux ans après les premiers développements significatifs de l'ADSL en France. Il a permis un développement dynamique du haut débit en France :

- Le nombre d'abonnés est en forte progression : le parc total du haut débit (accès ADSL et câble) a presque doublé en 2003 et s'est accru de plus de 30% au premier trimestre 2004. La France occupe ainsi la deuxième place en Europe derrière l'Allemagne (Source COCOM mars 2004) :



- Le nombre des fournisseurs d'accès à Internet alternatifs est relativement élevé : la France comprend une dizaine d'acteurs importants, soit le double de l'Allemagne ou du Royaume Uni ;
- Les offres de service se sont multipliées ; la montée en débit est importante : l'offre de référence du marché est passée de 128 kbit/s en

2002, à 512 kbit/s en 2003, puis à 1Mbit/s aujourd'hui ; les services se sont diversifiés et enrichis : couplage de l'accès à Internet avec les services de voix, télévision, vidéo à la demande ;

- Les baisses de tarifs sont substantielles (le tarif TTC associé au débit 512 kbit/s est passé de 30 à 15 € en deux ans) et de nouveaux modes de tarification ont été introduits, à la durée ou au volume.
- Par ailleurs, le développement de la concurrence sur ce marché se traduit par la progression rapide des parts de marché des fournisseurs d'accès à Internet alternatifs ; de près de 20 % en 2002, les parts de marché cumulées des acteurs alternatifs atteignent aujourd'hui 50%.

F.2. Dispositif de régulation proposé pour la prochaine période

Au regard du développement des marchés, l'Autorité est amenée à considérer que le bilan du dispositif de régulation sur la période 2000 - 2004 est positif. L'analyse des marchés du haut débit soumise à consultation publique conduit donc à maintenir, dans ses grandes lignes, le dispositif existant. A l'issue de son analyse des marchés de gros, l'Autorité propose notamment :

- De maintenir et de compléter les modalités de régulation en vigueur pour le dégroupage dans l'ancien cadre ;
- d'introduire des obligations réglementaires nouvelles sur le marché de la livraison régionale de trafic de données ;
- d'alléger le cadre actuel des obligations sur le marché de la livraison nationale de trafic de données IP.

L'Autorité estime que ce dispositif concilie une plus grande liberté tarifaire laissée à France Télécom et un niveau de régulation suffisant des offres de gros, du même ordre de grandeur que celui existant actuellement, pour sécuriser l'activité des opérateurs et fournisseurs d'accès à Internet.

F.3. Conclusion

Dans la mesure où le dispositif de régulation des offres de gros a donné des résultats satisfaisants au cours des dernières années sans mesures de régulation *ex ante* sur le marché de détail, l'Autorité considère comme proportionné de ne pas soumettre France Télécom à une régulation sectorielle sur le marché de détail dans le nouveau cadre.

A contrario, une telle obligation d'une part pourrait sembler disproportionnée et d'autre part risquerait de réduire le dynamisme actuel des marchés français de détail et de gros. L'Autorité considère que le caractère concurrentiel du marché de détail de l'accès haut débit doit continuer à être assuré par la régulation du marché de gros et non par une régulation *ex ante* des offres de détail du groupe France Télécom.

Dans ce cadre, la levée du contrôle a priori sur les tarifs de détail du produit « Ma ligne ADSL » ne semble pas devoir modifier l'équilibre du marché de détail car elle concerne un nombre restreint de lignes, les fournisseurs d'accès à Internet ayant à leur disposition l'offre « IP/ADSL » pour concurrencer cette offre.