

## **Analyse des marchés de la téléphonie fixe**

### **Contribution de neuf telecom**

Neuf telecom a étudié avec la plus grande attention la consultation publique de l'ART sur l'analyse des marchés de la téléphonie fixe, et félicite l'Autorité pour le travail exhaustif présenté.

La réflexion menée nous paraît bien proportionnée en ce qu'elle tire du cadre réglementaire d'origine communautaire les moyens juridiques d'une action globalement aussi nécessaire qu'adaptée. Au fil de notre réponse, nous nous cantonnerons bien souvent à étayer l'analyse de l'Autorité sur ses conclusions les plus justes : sa délimitation des marchés et son analyse de la puissance de marché notamment. Notre expérience d'opérateur actif sur les marchés de gros comme de détail nous permettra, nous l'espérons, de convaincre l'Autorité d'exercer l'action la plus nécessaire en lui fournissant les éléments les plus pertinents.

Nous nous réjouissons du traitement exhaustif de la problématique de la revente en gros du raccordement téléphonique. En effet, seule cette solution semble garantir une relation exclusive et féconde entre l'opérateur alternatif et son client final de téléphonie, indépendamment de toute problématique d'accès à Internet, cela sans incompatibilité avec les prestations d'accès. Elle s'impose sans nul doute au vu du bilan mitigé tiré des premières années de la libéralisation des télécommunications. En effet, les obligations emblématiques du premier cadre réglementaire que sont la sélection appel par appel et la présélection sont loin d'avoir permis l'ouverture suffisante, pérenne et bénéfique au plus grand nombre, même si elles sont de loin le meilleur vecteur de progression de la concurrence sur le marché de la téléphonie fixe.

Nous regrettons que les appels vers les numéros non géographiques, marché encore non concurrentiel par excellence, ne fassent pas l'objet d'un marché pertinent à part entière et nous faisons une proposition dans ce sens. Nous nous réjouissons en revanche que certaines des mesures propres à son ouverture effective à la concurrence soient étudiées (facturation pour compte de tiers) ; nous reviendrons d'ailleurs largement sur ce point dans le cœur de notre contribution.

Par souci de clarté nous suivrons dans notre réponse les trois étapes de l'analyse de l'Autorité :

- ⇒ A. Délimitation des marchés pertinents
- ⇒ B. Détermination des opérateurs puissants
- ⇒ C. Obligations et moyens d'intervention du régulateur

## **A. Délimitation des marchés pertinents**

### **A.1 Des marchés pertinents à dimension nationale**

Il nous apparaît que les marchés pertinents de la téléphonie fixe s'inscrivent, dans les conditions actuelles du marché, dans une dimension nationale, et doivent donc être analysés comme tels.

En effet, nous constatons une homogénéité des conditions structurelles de concurrence (coexistence de plusieurs réseaux à couverture nationale, absence de réglementation locale spécifique..) et des référentiels tarifaires de la chaîne de valeur des différents services commercialisés. Celle-ci découle d'un parti pris de péréquation géographique repris par l'ensemble des acteurs présents sur ces marchés, et en particulier par l'opérateur historique.

Ce faisant, les tarifs des services de téléphonie fixes offerts à l'utilisateur sont indépendants de sa localisation géographique. Quelle que soit sa localisation, l'utilisateur est en conséquence exposé à des conditions de concurrence similaires, ou suffisamment homogènes, sans qu'il y ait nature à distinguer un territoire géographique d'un autre.

Si ce constat venait à évoluer, et en particulier si l'opérateur qui sera désigné puissant sur le marché considéré venait à vouloir différencier géographiquement ses conditions, notamment tarifaires, sur un ou plusieurs segments de la chaîne de valeur du marché considéré (offres de gros, ou offre de détail), il faudrait alors, et en préalable à la mise en œuvre d'une telle modification, procéder à une nouvelle analyse de marché.

A tout le moins, il appartiendra au régulateur de s'assurer de la cohérence de la chaîne de valeur sur chacune des zones géographiques ainsi définies, et de conditionner éventuellement la commercialisation de cette offre aux aménagements nécessaires sur les autres composantes de la chaîne de valeur afin que la différenciation géographique soit neutre à l'égard du fonctionnement du marché (prévention des subventions croisées par exemple).

### **A.2 Délimitation des marchés pertinents de détail**

Avant d'analyser les marchés pertinents de détail, il nous apparaît essentiel d'avérer que les marchés des liaisons louées et des communications sur réseaux mobiles sont distincts des marchés de la téléphonie fixe.

#### **A.2.1 Liaisons louées, services mobiles : marchés distincts des marchés de la téléphonie fixe**

##### **A.2.1.1 Les services de liaisons louées ne sont pas substituables aux marchés de la téléphonie fixe**

A l'appui de l'exclusion (évidente) par l'Autorité des liaisons louées des marchés de communication en bande étroite, nous nous cantonnerons à mettre en exergue l'utilisation spécifique des liaisons louées :

- permettre à une clientèle entreprise la mise en place, entre plusieurs sites, de liaisons d'échange de trafic (voix et data confondus)
- à défaut d'offres de gros satisfaisantes, permettre aux opérateurs alternatifs d'employer certains « tronçons » du réseau de l'opérateur historique pour compléter un déploiement capillaire ou assurer des circuits de sécurisation.

La construction point à point des liaisons louées, interdisant la possibilité de communications extérieures aux deux sites raccordés, et leur utilisation multi-usage (voix et data) suffisent selon nous à limiter toute substituabilité entre le marché des liaisons louées et n'importe lequel des marchés de la téléphonie fixe.

Il est toutefois possible d'identifier de multiples différences supplémentaires entre ces deux marchés : interfaces clients spécifiques aux liaisons louées (X21, ...), débits de 34 Mbps et 155 Mbps, , tarification selon la distance ou le débit.

#### **A.2.1.2 Les services mobiles ne sont pas substituables à ceux fournis en position déterminée**

Au-delà du critère de non substituabilité résultant de la position non déterminée qui répond à une utilisation personnelle et indépendante de la localisation retenue fort justement par l'Autorité, de nombreux facteurs annexes renforcent la distinction : ergonomie et fonctions auxiliaires des terminaux (agenda, photo, radio, etc.), jusqu'à l'utilisation « ornementale » du terminal !

#### **A.2.2 Neutralité technologique pour les services de communications**

Le client final achète essentiellement un service, et se soucie peu dans sa décision d'achat de la technologie ou du type d'infrastructure utilisée dès lors que ses préoccupations en terme de tarifs ou de qualité de service sont satisfaites.

La perception du client étant déterminante pour apprécier la substituabilité du côté de la demande, on comprendra qu'elle suffit à elle seule à faire respecter le principe cardinal de neutralité technologique qui préside à la mise en œuvre de la régulation sectorielle en général et des marchés des services de communications en particulier.

Ainsi, le principe de neutralité technologique implique pour un marché donné de ne pas différencier d'un point de vue réglementaire les services de voix RTC et de voix sur IP, ou tout autre protocole qui demain permettrait de développer des services substituables.

A cet égard nous constatons que le service de téléphonie au public est défini par les textes et sa fourniture encadrée par des droits et obligations. Ces dernières prévoient notamment l'accessibilité à partir d'autres réseaux, ou l'acheminement des appels d'urgence, ce qui nécessite notamment une maîtrise de l'accès. En contrepartie de ces obligations sont attachés des tarifs d'interconnexion dégressifs en fonction de la capillarité du réseau, un droit à l'interconnexion entrante permettant de recouvrer les coûts d'investissement et d'exploitation, l'attribution et la portabilité de numéros géographiques...

Dès lors que pour un marché donné, les services de téléphonie fixe sur RTC ou sur IP sont substituables il est nécessaire de garantir que les offres s'inscrivent dans le même schéma réglementaire eu égard aux droits et obligations existants afin de prévenir toute rupture dans l'homogénéité des conditions de concurrence.

Sur les services aujourd'hui disponibles en mode IP à destination du grand public, nous identifions plusieurs marchés :

- Des offres de PC à PC, qui permettent à titre principal des transferts de données, et de façon accessoire et non significative à ce jour le transfert concomitant de la voix, essentiellement en groupe fermé d'utilisateurs des communications
- Les mêmes offres de téléphonie sur PC, mais disposant d'une interconnexion avec les réseaux d'opérateurs classiques, telles Skype.
- Des offres de seconde ligne téléphonique...accessoire au service téléphonique fixe principal (dédié à un ou plusieurs enfants, utilisées dans le cadre de locations partagées, pour une utilisation nomade, permettant des tarifs avantageux pour certains appels sortants...)
- ... et de première ligne téléphonique, fonctionnant avec un combiné classique et disposant de garanties de qualité de service très variables selon que le faisceau voix est dédié ou partagé avec une connexion à Internet par exemple. Les offres qui se développent sur le marché français actuellement rentrent dans ces 2 dernières catégories.

Sur ces deux dernières offres, des niveaux de « qualité de service » différents peuvent exister selon que l'accès est sécurisé, dispose d'un circuit dédié, avec ou sans débit garanti. Toutefois, dans la mesure où le taux de disponibilité de la ligne reste sensiblement le même, aux alentours de 99,9%, vu du client l'ensemble de ces offres reste substituable.

Il nous apparaît en conséquence, à taux de disponibilité équivalent, que c'est moins la « qualité de service » qui est le critère de séparation du marché que l'interconnexion avec les réseaux téléphoniques traditionnels.

Ainsi, un service IP permettant une accessibilité de tous par tous est substituable au service RTC équivalent et relève par conséquent du même marché.

### **A.2.3 Les marchés pertinents de l'accès**

A l'instar de l'analyse de l'Autorité et de la Commission, nous distinguons naturellement « l'accès pour la clientèle résidentielle » de « l'accès pour la clientèle non-résidentielle ». Cette distinction fait davantage que « refléter la réalité des offres » des opérateurs, elle structure complètement leur activité : la plupart des opérateurs scindent leur économie et leurs efforts autour des pôles « Grand Public » et « Entreprise », communiquent et investissent différemment vers ces deux clientèles car les besoins de chacune d'elles sont spécifiques et non substituables.

Ainsi, la clientèle entreprise recherche dans les offres d'accès des opérateurs de solides garanties de disponibilité de service (IMS et GTR) ainsi qu'une utilisation « à la carte » de prestations associées nombreuses et variées, tandis que la clientèle résidentielle recherche avant tout la simplicité d'utilisation et un tarif avantageux.

La définition précise de ces deux clientèles par l'Autorité (« *la clientèle résidentielle regroupe les ménages, individus, entreprises individuelles et professions libérales. La clientèle non-résidentielle correspond aux autres entreprises, quelle que soit leur taille à partir de 2 employés* ») nous semble cohérente. Il peut certes y avoir une certaine « porosité » à la frontière de ces deux marchés, (l'offre résidentielle peut suffire à des TPE, tandis que des professions libérales peuvent estimer l'accès résidentiel insuffisant) mais elle est difficile à appréhender tant factuellement que juridiquement et son impact économique au final reste limité.

En revanche il y a lieu d'affiner la segmentation des marchés non-résidentiels lorsqu'ils adressent la clientèle « Grandes Entreprises ».

L'Autorité indique à cet égard avoir préféré procéder « à un essai de segmentation plus fine en matière d'accès en distinguant les accès analogiques, numériques de base et primaire. Une telle segmentation basée sur les produits renvoie de fait à une segmentation sous-jacente de clientèle ».

Cette façon de procéder est effectivement adaptée pour les petites et moyennes entreprises ; en revanche, au-delà d'un certain seuil de taille et de chiffre d'affaires télécom, l'offre des opérateurs peut changer fondamentalement, rendant leurs offres traditionnelles proposées en standard inadaptées.

Les « Grands Comptes » font ainsi l'objet d'une approche commerciale totalement différenciée des autres cibles non-résidentielles précisément pour prendre en compte leurs besoins spécifiques, tenant notamment à leur organisation multisites, concernant l'ensemble des services télécom existants (téléphonie fixe, mobile, data, internet, hébergement), dans des volumes bien supérieurs à ceux d'entreprises traditionnelles. Très personnalisée, hors catalogue, la spécificité du besoin amène souvent l'opérateur à adapter ses grilles tarifaires pour adapter l'économie de ses offres aux très gros volumes accès/trafic à acheminer. Au-delà, l'obtention des marchés de télécoms de ces grands acteurs de l'économie française a par ailleurs des retombées appréciables en termes d'image en particulier en ce qu'elle témoigne du savoir-faire et de la fiabilité du prestataire.

Vu l'intérêt économique de cette clientèle, il convient de mentionner les barrières à l'entrée des marchés la ciblant : il est fréquent que les offres « sur mesure » adressant les Grands Comptes soient subventionnées sur un ou plusieurs services, par celles adressant d'autres clientèles, ou entre services « réglementés » et services en concurrence (subventions croisées). Les offres des opérateurs étant hors catalogue, liant l'accès aux communications fixes et/ou mobiles, elles posent de fréquents problèmes de transparence et de non-discrimination. Si l'on regarde le marché Entreprises dans sa globalité, il apparaîtra que les offres d'un opérateur puissant couvrent en moyenne ses coûts. Mais ce constat ne permet pas de garantir que les offres sur chacun des sous-segments, et en particulier sur le segment des Grands Comptes, satisfont bien à cette obligation.

C'est pourquoi, au vu des expériences passées, il nous semble naïf d'appréhender indistinctement le secteur non-résidentiel, sans tenir compte de la composante Grandes Entreprises.

En conséquence, neuf telecom invite l'Autorité à examiner systématiquement, lors des délimitations de marchés pertinents selon le produit/service, la pertinence d'une segmentation plus fine du marché, et la création d'un sous-marché des grands comptes.

A cet égard, nous souhaitons rappeler que dans sa première communication de griefs à l'adresse des tarifs de terminaison de l'opérateur KPN, la Commission européenne considérait deux marchés distincts, le marché de la terminaison d'appel et le marché des entreprises multisites et constatait un ciseau tarifaire discriminatoire entre les forfaits commercialisés auprès de ces entreprises dans lesquels, de fait, la terminaison d'appel était inférieure au tarif de terminaison proposé aux opérateurs.

La contribution de neuf telecom s'attachera par la suite à consacrer, quand nécessaire, quelques développements aux marchés à destination de la clientèle Grandes Entreprises dans les marchés de détail adressant la clientèle non-résidentielle. Seules les conclusions de non substituabilité seront détaillées.

### **A.2.3.1 L'accès pour la clientèle résidentielle**

L'élément déterminant de la délimitation de ce marché est la substituabilité du côté de l'offre, puisque aucun opérateur nouvel entrant n'est susceptible d'offrir la prestation d'accès analogique à la clientèle résidentielle dans la mesure où il est avéré que la duplication de la boucle locale de France Télécom serait totalement non économique.

Neuf telecom appuie, sans y revenir, les analyses de l'Autorité sur les différences d'utilisation professionnelles et résidentielles de l'accès, et sur les considérations de part de marché de France Télécom.

En outre, la différence de tarifs des accès analogiques résidentiels et professionnels offerts par l'opérateur historique constitue un indice clair de non-substituabilité, puisque cette différence de prix de plus de 2€ est suffisamment « significative et non-transitoire » pour permettre d'estimer rempli le test du monopoleur hypothétique.

Enfin, la création récente par France Télécom de forfaits de communications illimités (« soir et weekend ») permet de conforter s'il en était encore besoin, la différence décisive dans l'utilisation des accès pour les clientèles résidentielle et non-résidentielle.

Le marché de l'accès pour la clientèle résidentielle est donc bien le marché pertinent sur l'ensemble du territoire.

### **A.2.3.2 L'accès analogique pour la clientèle non-résidentielle**

L'accès analogique doit à notre sens être scindé entre clientèle résidentielle et non-résidentielle. En effet, s'il ne fait aucun doute que le produit vendu repose sur la même paire de cuivre, le besoin est lui différent.

Le client professionnel, que ce soit une TPE, une entreprise ou un grand compte, est prêt à valoriser significativement des services clients adaptés (relation commerciale et après-vente distinctes du résidentiel, prestations spécifiques (modes de facturation, ...)), et une qualité de service garantie (sans coupure et avec garantie de rétablissement de service).

En réponse à ce besoin spécifique, les opérateurs télécoms différencient généralement les deux marchés dans leurs offres par l'adjonction de prestations supplémentaires, notamment sur la qualité de service (SAV, GTR) pour les accès professionnels avec des options de pénalités (sur la livraison, les coupures, le temps de rétablissement...) pour couvrir en tout ou partie le manque à gagner de leur client en cas de coupure de service.

L'expression de ces éléments propres aux entreprises nous confirme la coexistence de deux marchés pertinents distincts, résidentiels et professionnels.

Concernant les entreprises, il nous faut également rappeler la nécessité d'introduire une segmentation supplémentaire pour le marché des grands comptes. En effet, comme vu précédemment (§ 1.2), il y a lieu de les distinguer lorsque sur un marché donné, le produit est à la fois utilisé par les entreprises et les Grandes Entreprises. Concernant les accès, ces dernières ont bien entendu besoin d'accès numériques primaires pour relier leurs centres vitaux, mais aussi d'accès numériques de base et/ou analogiques pour les petits sites (agences commerciales, salarié détaché...). La part représentée par ces « petits » accès sur les grands projets des

Grandes Entreprises n'est pas négligeable ; et le volume financier qu'ils représentent est suffisamment important pour en faire un marché à part. Dans ces conditions, les offres intégrées que peut proposer France Télécom, comme par exemple Atout RPV, feront bénéficier les petits sites des conditions avantageuses négociées de façon globale avec un grand compte, sans qu'il soit possible de les différencier du reste des accès.

#### **A.2.3.3 L'accès numérique pour la clientèle non-résidentielle**

Ce marché se distingue de celui des accès analogiques car il répond à un besoin sensiblement différent.

L'accès analogique ne permet de disposer que d'un seul canal de communication, et ne peut pas être partagé entre plusieurs postes. En effet, dès qu'il y a 2 utilisateurs, les lois d'Erlang montrent que la probabilité pour qu'il y ait 2 appels simultanés est trop forte pour qu'une entreprise limite son parc à un accès analogique.

De plus, la présence du canal D permet d'offrir une gamme de services additionnels impossibles en analogique : présentation du nom, gestion des SDA.

En résumé, l'accès numérique peut être vu comme la solution répondant à un besoin d'une offre de téléphonie multi-postes pour une entreprise, l'accès analogique non-résidentiel étant quant à lui adapté à des besoins mono-postes, pour des entreprises d'une personne (artisan, commerçant...).

Là encore, il nous apparaît que le marché des grands comptes doit faire l'objet d'une qualification spécifique.

#### **A.2.3.4 L'accès numérique de base, et l'accès primaire constituent deux sous-marchés distincts**

Les accès numériques primaire et de base forment à notre avis 2 marchés distincts. L'un, comme vu précédemment, s'adresse avant tout au raccordement de petits sites multi-postes, le second à celui des sites centraux.

Avec 2 lignes disponibles, l'accès de base est adéquat pour relier 4 postes environ. Une entreprise peut bien entendu joindre plusieurs accès de ce type pour raccorder un nombre un peu plus important de postes (10, 20...).

Mais au-delà de quelques dizaines de postes, le passage à l'accès primaire est inévitable. Si techniquement la fourniture de 16 accès de base est assez comparable, la différence de coût de production entre les 2 options ne permet pas d'envisager la substituabilité des offres pour le raccordement des sites importants.

En outre, nous rappelons que l'accès numérique primaire, même s'il propose un nombre important de canaux de communications et un canal dédié pour les échanges de données, n'est pas substituable, et réciproquement, à une liaison louée. Ceci principalement pour 2 raisons :

- une liaison louée est une capacité de communication d'un point A à un point B (réseau fermé)



- la liaison louée se paie au forfait : on ne paie pas pour le volume de communications et de données qui y transitent, contrairement à l'accès numérique sur lequel les communications sont décomptées à la minute (et éventuellement incluses dans un forfait).

En conclusion, notre analyse des marchés de l'accès téléphonique nous amène à distinguer 7 marchés distincts dans trois catégories, reprises dans le tableau ci-dessous :

Cible du marché	Marché pertinent de détail
Résidentiel	Accès analogique résidentiel
Entreprises	Accès analogique entreprise
	Accès numérique de base entreprise
	Accès numérique primaire entreprise
Grandes entreprises	Accès analogique Grandes Entreprises
	Accès numérique de base GE
	Accès numérique primaire GE

#### **A.2.4 Les marchés des communications en bande étroite**

##### **A.2.4.1 les marchés de communications locales et nationales**

La différenciation entre communications locales et nationales nous apparaît être purement tarifaire, et n'est fondée à notre sens sur aucune base technique. En effet, chez l'opérateur historique les zones locales tarifaires sont définies selon des critères géographiques sans relation aucune avec les zones locales techniques.

Avec le développement, bon an mal an, du mécanisme de la présélection, la distinction perd progressivement de son intérêt, puisque les deux types de communications en sont l'objet depuis la fin 2001.

Le comportement d'un appelant n'apparaît plus aujourd'hui déterminé par la localisation géographique métropolitaine de l'appelé. Seul l'appel international (ou vers l'Outre-mer) peut faire réfléchir l'appelant sur le choix de l'opérateur d'acheminement (voire le faire se retenir d'appeler, ou recourir à des moyens de communications alternatifs). Il est possible de voir dans le développement des numéros 087B un indice de la moindre importance accordée à la nature locale ou nationale de l'appel.

La distinction par France Télécom des appels locaux et nationaux n'a dès lors plus qu'une explication « historique », d'autant plus que le contexte de généralisation de la téléphonie IP tend à abolir toute distinction de distance. Elle n'a qu'une influence minime sur la substituabilité du côté de la demande.

Concernant la substituabilité de l'offre, celle-ci est déjà « unifiée » : tous les opérateurs de télécoms proposent à la fois les 2 types de communications.

Il est d'ailleurs intéressant de constater que la différenciation entre les 2 types d'appels tend à disparaître, ou tout le moins à s'atténuer, dans les offres des opérateurs alternatifs.



Les communications vers les 087B fixes appartiennent à ce marché.

Celles-ci nous paraissent substituables aux communications locales et nationales qui consistent en la mise en relation de 2 personnes sur le territoire métropolitain. C'est bien le même service qui est rendu, donc la même prestation qui est fournie.

Nous voyons néanmoins à l'intérieur de ce marché générique des communications fixes interpersonnelles, deux différences structurantes qui permettent de différencier des sous-marchés : d'une part l'économie de l'offre des 087B qui permet au travers d'une tarification unifiée de développer des offres de services couplés ou des commercialisations sous forme de forfait, et d'autre part l'acheminement garanti des appels d'urgence et de l'accessibilité des autres réseaux qui distingue les offres de 1<sup>er</sup> ligne des offres de 2<sup>nd</sup> ligne.

Dans un souci de lisibilité pour le consommateur, il nous apparaît que la tranche 087B n'est sans doute pas la tranche la plus appropriée pour identifier les services de communication fixe interpersonnelle en raison de la proximité avec les tranches de type 8AB qui selon nous relèvent d'un tout autre marché. Ce besoin est d'autant plus nécessaire que la confusion risque de s'amplifier puisque la tranche 087B peut aussi être utilisée pour fournir d'autres services qu'un service téléphonique sur un poste fixe. En particulier, son usage est possible pour des offres de visiophonie par exemple, pour ne citer qu'un des produits dont nous pressentons l'arrivée sur le marché.

Bien évidemment, si cette hypothèse venait à se justifier dans le futur, les communications allant vers les 087B de ces offres seraient à exclure du périmètre des communications locales et nationales.

En conséquence nous invitons l'Autorité à définir une nouvelle tranche distincte des 08AB pour ces appels. L'ouverture de tranche à cet effet (07 ou 09) serait plus appropriée.

Par ailleurs, il nous semble nécessaire d'allouer les blocs de numéros de façon à permettre au consommateur d'identifier dans la nébuleuse des différentes offres, ceux qui relèvent du marché de la 1<sup>ere</sup> ligne, et ceux qui relèvent des autres marchés, et notamment du marché de la 2<sup>nd</sup> ligne (application de ligne nomade par exemple, sans acheminement des appels d'urgence ou accessibilité par réseaux tiers).

→ En conclusion, les communications locales, interurbaines et vers les 087B fixes tels qu'ils existent aujourd'hui doivent bien être considérées comme faisant partie d'un seul et même marché pertinent, sur l'ensemble du territoire national.

#### **A.2.4.2 Les communications vers les mobiles**

Les communications vers des services mobiles appartiennent assurément à un marché distinct du précédent. La finalité différente (position non déterminée de l'appelé) et le fait que l'appelant accepte une sur-tarification bien plus élevée sont autant d'éléments confirmant une telle distinction.

L'offre est aujourd'hui uniformisée au regard du fonctionnement très singulier du marché de gros et de l'absence d'offres d'opérateurs mobiles virtuels.

Néanmoins, le marché doit s'entendre non seulement des communications terminant vers des numéros attribués à des opérateurs mobiles (tranche 06), mais doit également inclure, dès leur développement, les communications vers des services de mobilité qui viendraient à être développés par des opérateurs mobiles virtuels sur d'autres tranches de numéro.

Dans ce contexte, nous identifions plusieurs marchés de détail distincts ;

- le marché des communications vers les réseaux mobiles nationaux pour la clientèle résidentielle,
- le marché des communications vers les réseaux mobiles nationaux pour la clientèle non-résidentielle,
- et au sein de ce dernier marché, un sous-segment constitué de la clientèle Grand Compte pour laquelle l'importance des offres « flotte » permet des modulations tarifaires on-net/off net, et des tarifications adaptées sur les communications fixes vers mobiles-on net susceptibles de modifier significativement l'économie d'une offre globale, ou « sur mesure » en particulier lorsque cette offre émane d'un opérateur présent sur les marchés du fixe et du mobile (voir à cet effet développement sous point A.1.2., KPN).

#### **A.2.4.3 Les communications internationales**

La reprise par l'Autorité de la segmentation retenue par la Commission semble tout à fait judicieuse.

Sur le marché résidentiel, les appelants ont dans leur globalité, à l'exception de quelques comportements ethniques, les mêmes soucis et réflexes selon le type d'appel (international) et non selon la destination : il n'y a que les gros appelants vers une destination précise à distinguer les différences de prestations de certains opérateurs selon la destination.

Les marchés des communications internationales pour la clientèle résidentielle et non-résidentielle sont donc considérés respectivement comme des marchés pertinents sur l'ensemble du territoire national.

#### **A.2.4.4 Les communications vers les numéros non géographiques**

Ces communications sont très spécifiques puisqu'à la différence des communications interpersonnelles, celles-ci

(a) associent une pluralité d'intervenants nécessaire à la bonne exécution de la prestation :

- l'utilisateur du service (l'appelant),
- le prestataire de service,
- un ou plusieurs opérateurs de communications pour assurer l'accès, la collecte et l'acheminement de l'appel.

(b) autorisent, en fonction des numéros appelés, une répartition des coûts et revenus des appels entre ces différents acteurs. A ce titre, elles ne sont pas substituables avec les autres types de communications locales, nationales, ...

(c) autorisent, grâce à la mise en oeuvre de routages adaptés au sein du réseau téléphonique, de raccorder de façon transparente pour l'appelant un ou plusieurs numéros géographiques locaux,

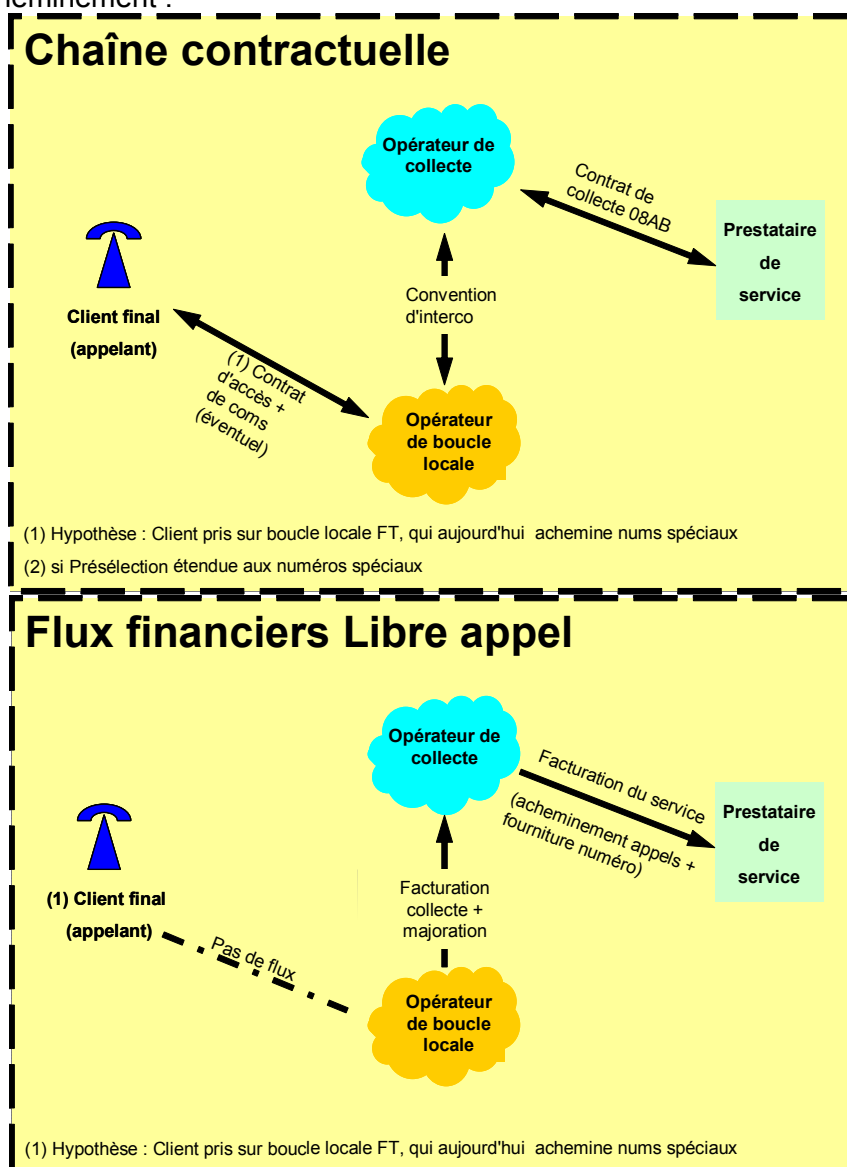
régionaux, ou nationaux, en fonction de l'organisation retenue par le prestataire de service. sur cet aspect là également, elles ne sont pas substituables avec les autres types de communications locales, nationales, ...

Neuf telecom a toujours exprimé sa très grande préoccupation à l'égard du dysfonctionnement manifeste de ces marchés, en particulier pour les services à revenus partagés.

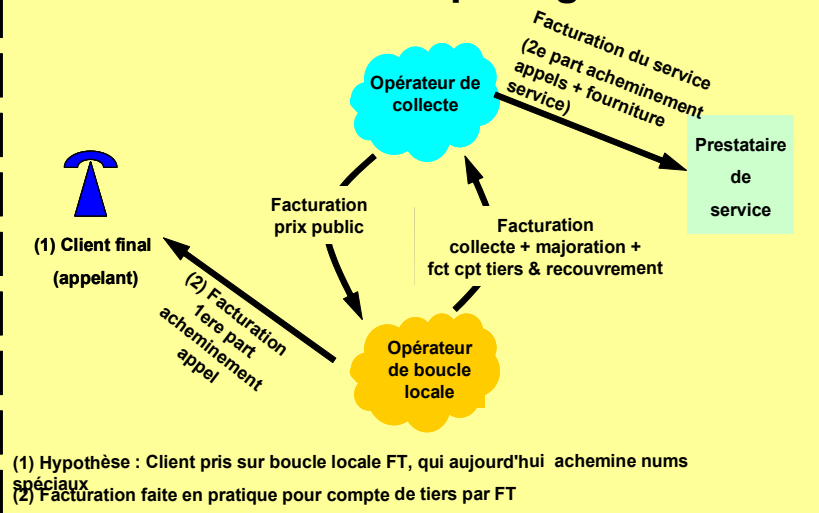
En effet, neuf telecom estime qu'à ce jour l'opérateur historique couvre dans 95% des cas l'ensemble des flux financiers et contractuels de la chaîne (accès, collecte et terminaison), en grande partie du fait de l'inexistence d'une offre de gros adaptée pour les opérateurs alternatifs.

Une redéfinition des marchés de détail et de gros, et de la régulation qui doit être exercée sur chacun d'entre eux est donc nécessaire sans délai pour permettre, plus de cinq ans après la première décision d'attribution d'un 08AB par l'ART, l'exercice d'une concurrence loyale.

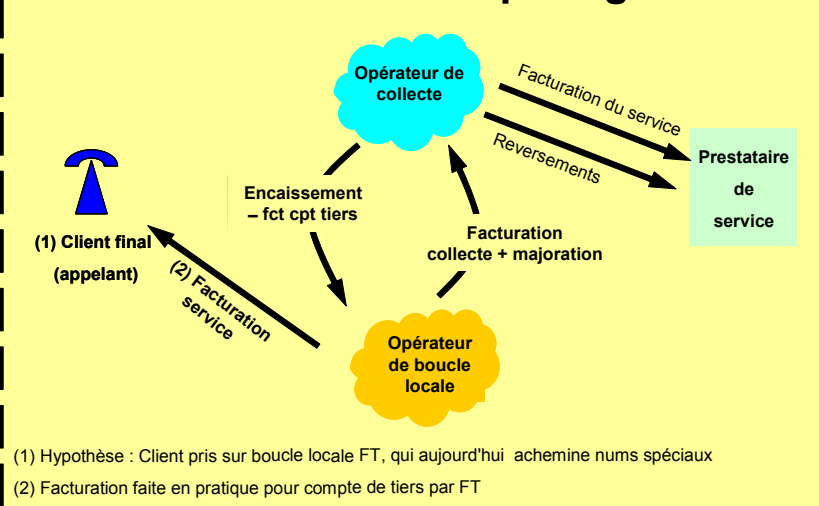
A titre illustratif, les graphiques suivants précisent les liens contractuels et les flux financiers du service, lorsque France Télécom est l'opérateur de boucle locale, et un opérateur alternatif l'opérateur d'acheminement :



## Flux financiers coûts partagés



## Flux financiers revenus partagés



La complexité des communications vers les numéros spéciaux réside dans le fait qu'elles associent étroitement plusieurs prestations. Il suffit que l'une des prestations impliquées dysfonctionne pour neutraliser l'ensemble de la chaîne.

Pour l'ensemble de ces services, la chaîne est la suivante : L'appelant achète un service de contenu (information, SAV...) à un prestataire de service. Pour cela, l'appelant utilise un moyen de communication téléphonique pour accéder à ce service. Le prestataire de service utilise un *package* global fourni par un opérateur télécom ou un intégrateur, comprenant un moyen de communication électronique, et un système de facturation adapté, pour à la fois distribuer le service et se rémunérer.

Le marché de détail pertinent regroupe ainsi l'ensemble des offres nécessaires à la distribution d'un service de contenu par accès commuté : et concerne les entreprises ou les prestataires de services.

Ces derniers achètent à un opérateur de télécommunications un service de communication électronique spécifique permettant la distribution d'un service de contenu par accès commuté. Ce

type d'offre est par exemple utilisé par les FAI lorsqu'il s'agit de collecter des flux Internet bas débit via des numéros de type 08604x. L'une des particularités de ces offres est de pouvoir définir les montants reversés par l'utilisateur final, et/ou par l'opérateur de communication. Il s'agit donc bien d'un marché spécifique, distinct des autres marchés de communication téléphonique.

Cette prestation finale comprend les prestations suivantes :

- la collecte de la communication sortante depuis le poste de l'appelant par le réseau de boucle locale
- le transport de la communication sortante vers un serveur ou un centre d'appel,
- la distribution de l'information par le réseau commuté
- la facturation de l'appelant par l'opérateur d'accès, l'encaissement des sommes et leur recouvrement
- le reversement par l'opérateur offrant la prestation des montants définis

En fonction du niveau tarifaire du reversement et du prix payé par l'appelant, le service proposé par l'opérateur au prestataire de service rentre dans la catégorie libre appel, coût partagé ou revenu partagé.

L'ensemble de ces offres constitue un marché de détail à part entière, dont l'utilisateur final est le prestataire de service, et l'appelant le bénéficiaire.

Ce marché est aujourd'hui adressé dans sa globalité par France Télécom au travers de la ligne de produit Audiotel. Les niveaux de reversements proposés par FT aux prestataires de service ne peuvent être concurrencés compte tenu des offres de gros insatisfaisantes (en particulier sur le sous-marché des revenus partagés).

Cette disparité dans l'offre conduit rend absolument nécessaire la définition des remèdes visant d'une part, à rétablir la chaîne de valeur sur ce marché entre la prestation de détail et la prestation de gros associée, afin de retrouver un fonctionnement normal du marché, et d'autre part, à supprimer la discrimination dans le traitement opérationnel des deux nature d'offres, notamment dans la prestation de recouvrement des sommes facturées à l'appelant, qui constitue une caractéristique essentielle du service au regard de la nécessaire chaîne technique d'intervenants. Ce point sera développé dans la partie remèdes.

Il est par ailleurs nécessaire de s'assurer qu'il n'existe aucune discrimination ni aucune barrière à l'accès par l'appelant au numéro spécial d'un prestataire de service, et ce quel que soit le réseau d'accès sur lequel se trouve l'appelant. Il est en particulier nécessaire d'une part, de garantir que les conditions tarifaires de l'accès sont raisonnables et équitables pour tous, et d'autre part de garantir que les conditions opérationnelles permettent l'accessibilité par l'appelant.

En l'absence d'offre d'accès substituable (de type revente de l'abonnement fixe ou mvno), les conditions d'accès au numéro spécial d'un opérateur concurrent sont sous le contrôle de l'opérateur d'accès.

Il convient ainsi et a minima de contrôler par des remèdes appropriés que les conditions techniques et tarifaires qui sont faites à l'appelant pour appeler un numéro spécial sont raisonnables, non discriminatoire et ne créent pas de barrière à l'entrée.

En résumé, il nous apparaît que du côté de l'utilisateur d'une part, et au regard de la structure concurrentielle de l'offre d'autre part, il existe plusieurs marchés de détail des communications fixes à l'intérieur desquels peuvent être identifiés plusieurs sous-marchés :

- le marché générique des communications interpersonnelles qui visent à mettre en relation deux personnes. Une première segmentation peut être faite entre le marché des communications interpersonnelles résidentielles, entreprises et Grands Comptes qui ne sont pas substituables. Enfin, et à l'intérieur de ces différents segments, on distingue trois sous-marchés spécifiques, fonction de la localisation géographique de la personne appelée :
  - les communications interpersonnelles fixes (locales et nationales)
  - les communications interpersonnelles vers les mobiles
  - les communications interpersonnelles internationales
- les communications « homme-service » qui mettent en relation une personne et un service pour délivrer une information qui peut être diffusée par une machine ou une personne. Ce marché peut également être subdivisé en sous-marchés en fonction de la catégorie de service : services libre appel, services à coûts partagés, services à revenus partagés, accès commuté à Internet bas débit.

Au final, voici résumé l'ensemble des marchés de télécommunications fixes de détail qu'il nous paraît nécessaire de qualifier de pertinents.

Cible du marché	Marché pertinent de détail
Résidentiel	Communications fixes
	Communications mobiles
	Communications internationales
Entreprises	Communications fixes
	Communications mobiles
	Communications internationales
Grandes entreprises	Communications fixes
	Communications mobiles
	Communications internationales
Services spéciaux	Accès à des services de contenu par réseau commuté fixe/mobile (le client est le prestataire de service)
	Accès à des services Internet par le réseau commuté fixe/mobile (le client est le FAI)

### **A.3 Délimitation des marchés pertinents de gros**

Les analyses des marchés de gros sont de fait intrinsèquement corrélées à l'architecture générale du réseau de l'opérateur historique, ce qui conduit à examiner successivement le départ d'appel intra CA, les transits CA-CT et CT-CT, puis la terminaison d'appel.

Nous serons ainsi amenés à analyser d'une part le marché de départ d'appel, puis le marché de transit, enfin le marché de terminaison d'appel.

Par ailleurs, la nature spécifique de certaines prestations de détail, et typiquement les services comportant des numéros non géographiques en impliquant une multiplicité d'intervenants dans la chaîne technique et contractuelle, nous amèneront à définir un marché d'interconnexion spécifique nécessitant des remèdes particuliers nécessaires à la bonne exécution des services de détail correspondant.

#### **A.3.1 Le marché du départ d'appel intra CA**

Le marché du départ d'appel intra CA comprend l'ensemble des prestations permettant d'acheminer sur un canal à 64kbits tout type de communication au départ d'une ligne du réseau téléphonique public fixe en sortie du commutateur du premier niveau hiérarchique traversé par la communication.

Du côté de la demande, ce marché est non substituable avec des prestations d'acheminement d'appel qui seraient collectées à des niveaux supérieurs tels que les commutateurs de transit, au regard d'une part, du coût supérieur de la prestation et d'autre part, de la plus grande dépendance technique à l'égard du réseau de l'opérateur historique.

Du côté de l'offre, quel que soit le réseau de destination, la prestation consistant à acheminer le signal depuis le poste fixe jusqu'au premier commutateur est substituable, quelque soit la nature du trafic, et constitue donc un seul et même marché.

En revanche, pour le trafic à destination de plateforme et en particulier pour les appels vers les services à revenus partagés, la prestation de gros aujourd'hui disponible est totalement insatisfaisante en ce qu'elle se limite à la seule collecte de trafic. Or pour être efficace, elle doit également s'accompagner d'une prestation complète de facturation pour compte de tiers intégrant le recouvrement qui constitue un élément indissociable de la prestation puisque l'acheminement d'appel n'est pas effectué pour le compte de l'appelant (comme c'est le cas des autres types de trafic) mais pour le compte d'un prestataire de service qui intervient en bout de chaîne. Or, seul l'opérateur de boucle locale en l'absence de concurrence sur ce segment dispose à la fois des tickets de facturation et des moyens coercitifs de recouvrement.

Cette spécificité doit être prise en compte dans la qualification du marché et dans les remèdes qui sont susceptibles d'être apportés dès lors qu'ils sont considérés comme nécessaires en raison de la puissance significative d'un acteur. L'offre de gros ainsi définie doit permettre une réplique totale par les opérateurs alternatifs des conditions techniques et économiques des offres de détail du marché des numéros spéciaux, et notamment d'audiotel.



Enfin, le départ d'appel résidentiel et non résidentiel nous paraissent totalement substituables et relever en conséquence du même marché.

Enfin, la délimitation géographique est conditionnée par la couverture en réseaux d'accès. France Télécom possède plus de 99% des réseaux d'accès de boucle locale fixe et est présent sur l'ensemble du territoire national. Le marché de gros est de dimension nationale puisque du fait de la présence de France Télécom sur l'ensemble du territoire national, les conditions concurrentielles sont homogènes sur ce territoire.

Neuf telecom invite l'Autorité à définir le marché pertinent du départ d'appel intra CA sur le territoire national et prendre en compte la spécificité de la prestation de facturation pour compte de tiers qui est indissociable du départ d'appel vers un numéro non géographique.

### **A.3.2 Le marché de l'acheminement CA-CT**

La structure du réseau de France Télécom permet à des opérateurs de prendre livraison du trafic commuté au niveau du Commutateur de transit, qui est le niveau de commutation de hiérarchie supérieure à celui du CA. Ce type d'interconnexion demande des investissements moins lourds en terme de déploiement, mais une moins grande indépendance technique vis-à-vis du réseau de l'opérateur historique.

Du côté de la demande, l'interconnexion se fait de façon privilégiée en première intention au niveau du CT, car l'investissement est moins lourd. La présence au CT permet d'être présent sur le marché régional. Ensuite, et dans un deuxième temps, l'opérateur investira dans une plus grande capillarité, en investissant également dans le raccordement en propre au CA.

Tant que l'opérateur n'a pas raccordé tout ou partie des CA de la zone considéré, il doit à l'intérieur de chaque zone de transit, acheter des prestations d'acheminement CA-CT pour terminer ou collecter au niveau régional les appels vers les abonnés de la boucle locale de France Télécom.

Du point de vue de l'offre, l'ensemble des services de collecte CA-CT fournis par France Télécom ou des opérateurs qui seraient interconnectés aux deux niveaux sont substituables et constituent le marché de gros considéré.

Ces prestations sont totalement substituables quelque soit la nature résidentielle ou non résidentielle de l'appel, et indépendante de la nature de la terminaison de l'appel (vers un autre réseau de boucle locale ou vers une plateforme).

Délimitation géographique : le CA est une réalité technique dans le seul réseau de France Télécom. C'est en particulier France Télécom qui en maîtrise la pérennité dans le temps, et fait évoluer sa zone arrière en fonction de plusieurs paramètres aussi différents que « état de la technologie », « évolution démographique », « rentabilité économique »... Les opérateurs sont donc directement dépendants des décisions d'investissement de France Télécom, et adaptent leurs réseaux en conséquence. Le marché des prestations d'acheminement CA-CT est totalement défini par France Télécom, les autres opérateurs se limitant à reproduire l'architecture qu'il propose.

Par ailleurs, l'architecture du réseau de France Télécom étant identique dans toutes les zones de transit, le marché est nécessairement de dimension nationale.

neuf télécom invite en conséquence l'Autorité à définir un marché pertinent national de l'acheminement CA-CT.

### **A.3.3 Le marché de l'acheminement CT-CT métropolitain**

La prestation d'acheminement CT-CT est une prestation indispensable aux opérateurs ou aux fournisseurs de services à dimension régionale ou locale, qui ne développeraient pas d'infrastructure permettant de raccorder l'ensemble des zones de transit de France Télécom.

Cette prestation découle là encore directement de l'architecture du réseau de France Télécom et de la structure de l'offre d'interconnexion qui n'a jamais permis la collecte en double transit, mais seulement la terminaison.

Cette particularité a contraint les acteurs souhaitant adresser une ou plusieurs zones régionales à être présents en interconnexion dans un CT de chacune des zones de transit correspondantes et à acheter des prestations CT-CT pour acheminer le trafic vers une autre zone de transit.

La prestation CT-CT correspond à des prestations de transport inter-régional du point de collecte régionale depuis le réseau de France Télécom à un point de livraison régionale dans le réseau de France Télécom.

Du point de vue de la demande, ces prestations ne sont pas substituables avec des prestations d'acheminement CA-CT.

Du point de vue de l'offre, l'ensemble des services de transport CT-CT fournis par France Télécom ou des opérateurs qui seraient interconnectés à plusieurs CT sont substituables et constituent le marché de gros considéré.

La nature du trafic collecté est indifférente.

Enfin, parce que la prestation est directement dépendante de l'architecture du réseau de France Télécom, et que la nature même de la prestation est l'acheminement d'une zone de transit à une autre quelque soit le CT de départ considéré ou le CT d'arrivée, le marché est de dimension nationale.

Neuf telecom invite l'Autorité à définir un marché national de l'acheminement de trafic CT-CT.

### **A.3.4 Le marché de la terminaison d'appel**

La terminaison d'appel est la dernière opération technique d'acheminement de l'appel depuis le dernier commutateur traversé par la communication vers le terminal fixe de destination de l'appel. Elle est directement dépendante du réseau d'accès de l'appelé.

Le marché de la terminaison d'appel comprend l'ensemble des prestations permettant la terminaison d'une communication sur réseaux à 64kbts/s.

Du côté de la demande la nature des trafics est indifférente, et la nature de la provenance de l'appel (national ou international) est indifférente.

La terminaison sur un poste en position déterminée d'une communication résidentielle ou non résidentielle, depuis un réseau national ou international, depuis un réseau fixe ou mobile est totalement est substituable.

Du côté de l'offre, la terminaison d'appel vers un réseau d'accès n'est pas substituable à une terminaison vers un autre réseau d'accès.

Neuf télécom invite l'Autorité à identifier un marché de la terminaison d'appel sur divers réseaux téléphoniques publics en position déterminée.

## **B. Identification des opérateurs puissants**

### **B.1 Opérateurs puissants sur les marchés de détail**

#### **B.1.1 Le marché de l'accès**

La Commission européenne indique dans ses lignes directrices, à propos de la puissance d'un acteur sur un marché, que « *la présence de parts de marché très élevées – supérieures à 50% - suffit, sauf circonstances exceptionnelles, à établir l'existence d'une position dominante* ».

Avec 99% de parts de marché en volume et en chiffre d'affaires sur les marchés de l'accès résidentiel, de l'accès analogique non-résidentiel et de l'accès numérique non-résidentiel il est manifeste que France Télécom est un opérateur puissant sur les marchés de détail.

Avec 95% de parts de marché, France Télécom reste également un opérateur puissant du marché de l'accès numérique primaire non-résidentiel.

Au-delà, plusieurs circonstances structurelles et conjoncturelles renforcent ce constat de puissance significative du marché et confortent la nécessité de désigner France Télécom et de lui enjoindre le respect de remèdes adaptés.

- L'infrastructure d'accès est détenue par France Télécom sur l'ensemble du territoire et n'est pas duplicable à court ou long terme, sauf marginalement sur des zones d'affaires de très fortes densités. La pression concurrentielle sur le marché du départ d'appel n'est pas suffisante à permettre un fonctionnement normal du marché de nature à structurer l'offre sur le marché de détail.
- France Télécom est puissant sur le marché aval et contrôle les conditions économiques et opérationnelles du marché amont. Il lui est facile de temporiser sur ce dernier afin de favoriser ou sécuriser sa pénétration sur le premier. Dès lors, le pouvoir de négociation des opérateurs sur le marché amont reste très limité, voire inexistant, ce qui est susceptible d'amoinrir significativement la pression concurrentielle sur le marché de détail.
- L'absence d'offre alternative sur l'accès maintient un lien commercial entre France Télécom et l'appelant y compris pour l'accès à des offres téléphoniques alternatives, ce qui ne permet pas aux opérateurs de se différencier tant sur les tarifs que sur les services (facturation unique, forfait...)
- Les évolutions technologiques de type VoIP ne sont pas de nature à remettre en cause la puissance de France Télécom ; comme neuf télécom l'a d'ailleurs évoqué dans sa réponse sur la consultation haut débit, elles risquent probablement de renforcer cette puissance sur le marché des services de téléphonie fixe, voire sur d'autres services au travers du développement d'offres multiservices dont il sera, en l'absence de séparation comptable claire et contrôlée difficile de vérifier *a posteriori* qu'elles ne sont pas l'opportunité pour France Télécom de procéder à des subventions croisées

- L'intégration verticale de plusieurs lignes de produits est susceptible d'accentuer les effets de gamme ou la mutualisation d'actifs (réseau de distribution)
- L'absence de séparation comptable claire et contrôlée est de nature à favoriser l'allocation des coûts communs, des coûts fixes et variables, sur un ou plusieurs produits de façon arbitraire et à biaiser les signaux économiques
- L'image du prestataire de service universel fait de France Télécom l'opérateur public par défaut, statut qui reste conforté par le nouveau cadre réglementaire qui ne permet pas à un opérateur de fournir le service universel localement.

En conséquence, France Télécom doit être déclaré puissant sur l'ensemble des marchés pertinents de l'accès.

Nous souhaitons ajouter que la situation de ces marchés est d'autant plus préoccupante que France Télécom n'est pas seulement dominant ou puissant ; il est en situation de quasi-monopole puisque l'accès alternatif n'existe que de façon marginale, sur quelques zones géographiques de très forte densité et ne concerne que les seules entreprises.

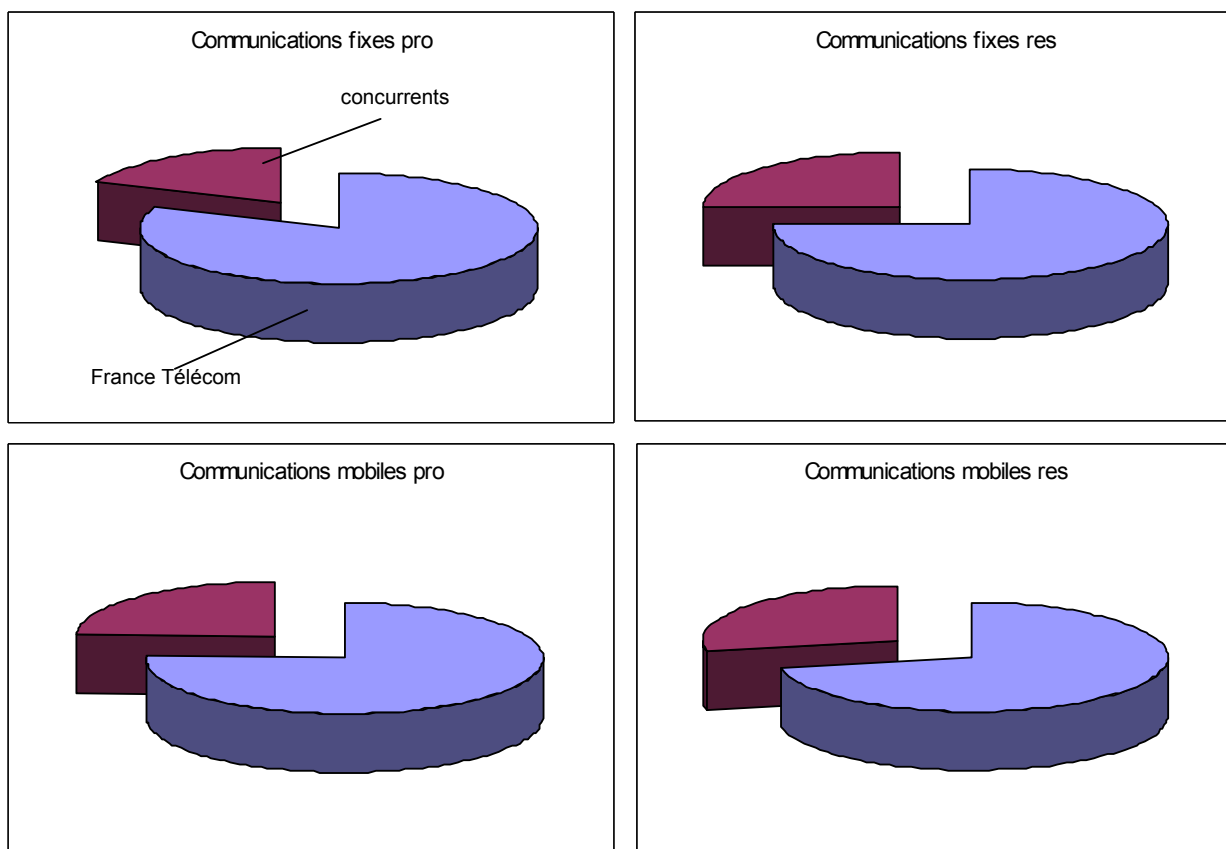
#### **B.1.2 Le marché des télécommunications locales et interurbaines**

L'évaluation de ce marché doit nécessairement intégrer la consommation interne de chaque opérateur.

En effet, de nombreux opérateurs sont intégrés verticalement; le premier d'entre eux étant l'opérateur historique. Or le marché de détail comprend l'ensemble des communications passées par le client final. Sont bien entendu incluses dans cette définition les communications qui transitent *via* plusieurs opérateurs, mais aussi celles qui restent sur le réseau d'un même opérateur sur l'ensemble de la chaîne collecte-transport-terminaison (consommation interne).

Les parts de marché de France Télécom, aussi bien en volume qu'en chiffre d'affaires, restent très au-dessus de 50% (voir tableau ci-dessous, source ART) :

## Parts de marchés en chiffre d'affaires en 2003



Pour l'accès aux services spéciaux, France Télécom détient là aussi au travers de sa ligne Audiotel, une position dominante, voire monopolistique sur le marché des services à revenus partagés sur lequel la concurrence n'a pu se développer en raison de conditions de gros totalement insatisfaisantes.

On peut transposer aux marchés des communications, le constat fait sur l'accès :

- France Télécom est en quasi-monopole sur le marché de l'accès, d'où un levier très puissant pour fidéliser les clients sur les marchés connexes des communications fixes. A l'inverse, les opérateurs alternatifs sont en position de conquête avec des coûts d'acquisition élevés qui viennent s'ajouter à des coûts fixes de déploiement très lourds qui devront être amortis sur des durées plus longues. Les efforts tarifaires sur les offres de détail n'ont donc pas le même impact pour l'opérateur historique et l'ensemble des autres acteurs.
- Les infrastructures de commutation de niveau local et régional d'une part, et les infrastructures de raccordement de ces commutateurs d'autre part, ne sont pas duplicables. La concurrence sur les marchés de détail ne peut se faire qu'au travers de mécanismes d'interconnexion au réseau ou de revente en de services en gros. Or, le périmètre de la présélection et la sélection d'appels qui continuent à exclure les numéros spéciaux, ou l'absence de revente de l'abonnement, ne permettent pas à un opérateur d'être interlocuteur unique du client final et le prive de proposer des services de type facturation unique,

forfaits.... Cette situation génère pour l'opérateur alternatif une source de complexité dans la gestion opérationnelle de ses clients et des restrictions dans sa politique commerciale. Cette complexité vue du client peut justifier de ne pas recourir à une offre concurrente.

A défaut de remède approprié, cette situation risque de s'aggraver avec le développement d'offres multiservices.

- La persistance d'un tel lien est un atout commercial majeur pour France Télécom qui dispose d'informations marketing sur la consommation du client qu'il peut utiliser pour des campagnes de reconquête.
- L'absence de séparation comptable efficace ne permet pas de s'assurer que les offres packagées à destination du grand public, ou les offres sur mesure commercialisées auprès des grands comptes font l'objet d'une affectation des coûts communs, des coûts fixes et des coûts variables selon des clés d'allocation comparables à celles appliquées aux services considérés pris individuellement et ne permettent pas des subventions croisées ou des allocations de coûts arbitraires
- Le poids des reversements liés aux prestations de gros maintient la puissance du groupe France Télécom sur le marché en valeur et lui permet de récupérer sur le marché amont les parts de marché perdues sur le marché aval
- La différenciation du mode de distribution, au travers d'un réseau d'agences locales pour les clients, et au travers d'un interlocuteur centralisé pour les opérateurs alternatifs, introduit des différenciation dans l'accès à des ressources système indispensables à l'avant-vente ou à l'après-vente (délais, création de ligne, activation, SAV, rétablissement de ligne,...) qui désavantage la capacité concurrentielle de l'alternatif sur le marché de détail
- Sur les services spéciaux, France Télécom est le seul à disposer d'un système d'information et de facturation complet pour ce type de numéro qu'il met à disposition de sa ligne de produit Audiotel, mais en refuse l'accès aux opérateurs alternatifs. Le recours obligatoire pour les opérateurs alternatifs à un système de facturation et de recouvrement externalisé est non seulement inefficace mais aussi discriminatoire.

Or l'ensemble du secteur bénéficierait d'une telle mutualisation, à la fois les opérateurs alternatifs qui pourraient adresser les marchés au travers d'une prestation de facturation pour compte de tiers et de recouvrement effective, et la propre ligne de produit de France Télécom qui verrait une partie de ses coûts fixes diminuer significativement.

Enfin, nous remarquons que, aussi bien pour le marché résidentiel que pour le marché professionnel, l'augmentation des parts de marché des opérateurs alternatifs s'est considérablement ralentie au cours des derniers mois. Par ailleurs les conditions opérationnelles du dégroupage partiel, ainsi que les conditions tarifaires et opérationnelles du dégroupage total d'autre part, ne sont pas de nature à infléchir à moyen terme la puissance significative du groupe France Télécom sur ces différents marchés.

En conclusion, France Télécom doit être déclaré puissant sur les marchés résidentiels, entreprises et grandes entreprises des communications locales et nationales, et sur les différents marchés d'accès aux numéros spéciaux que nous avons identifiés dans la partie précédente.

### **B.1.3 Le marché des communications vers les mobiles**

France Télécom détient une part prépondérante –plus de 70% des marchés des communications vers les services mobiles pour la clientèle résidentielle, entreprises et grands comptes aussi bien en volume qu'en valeur.

Au regard de son parc d'utilisateur fixe, il n'est pas contesté que France Télécom est « price leader » sur l'ensemble de ces marchés.

Cette position est renforcée par la coexistence au sein du même groupe de l'opérateur mobile Orange qui est aujourd'hui le 1<sup>er</sup> opérateur mobile en terme de parc, et permet à France Télécom de se conduire dans une large mesure, et notamment sur le marché des grands comptes, de façon indépendante de ces concurrents.

Neuf télécom invite l'Autorité à désigner France Télécom comme opérateur puissant sur l'ensemble de ces marchés.

#### **B.1.4 Le marché des communications internationales**

L'analyse des parts des opérateurs sur le marché des communications vers l'international et leur évolution montre là encore la part prépondérante du groupe France Télécom sur le marché de détail.

Ce marché est sans nul doute, au regard de la ventilation des parts de marché par opérateur, celui où la concurrence est la plus dynamique. Néanmoins, et malgré ce dynamisme, France Télécom continue à détenir en 2003 plus de 60% du marché. Par ailleurs, on constate que les parts de marché de France Télécom sur le résidentiel et le non résidentiel remonte.

Les effets des constats structurels liés à l'intégration verticale, les effets de levier des marchés de l'accès sur les marchés connexes... s'appliquent sur ce marché dans des termes similaires et confirment s'il en était besoin la puissance significative de France Télécom.

De plus, sans même parler de parts de marché, il nous paraît que France Télécom gardera un caractère dominant sur ce marché dans le futur grâce aux avantages initiaux de sa structure : possession de la boucle locale historique couplée avec son intégration verticale et son réseau de distribution hérité des PTT.

En conclusion, nous invitons l'Autorité à désigner France Télécom comme opérateur puissant sur le marché des communications internationales.

### **B.2. Opérateurs puissants sur les marchés de gros**

#### **B.2.1 Marché du départ d'appel**

La part sur ce marché de France Télécom n'est jamais descendue en dessous de 98% depuis l'ouverture du secteur à la concurrence.

Cette part de marché suffit en soi à désigner France Télécom comme opérateur puissant.

Elle est renforcée par des circonstances structurelles déjà évoquées pour retenir la puissance de cet opérateur sur les marchés de détail :

- Infrastructures non duplicables (accès cuivre, commutateur, système d'information liée à la facturation des clients pour compte de tiers)



- Puissance significative de France Télécom sur les marchés aval et amont qui lui permet de contrôler les niveaux de marges de ses concurrents et leur vitesse de pénétration sur le ou les marchés considérés
- Absence de réel pouvoir de négociation des opérateurs alternatifs
- Absence de séparation comptable claire et contrôlée
- Intégration verticale des lignes de produits de détail et de gros

Par ailleurs, les contraintes de déploiement liées au dégroupage et les lourds investissements qu'il nécessite ne permettent pas d'envisager une évolution significative des parts de marché de l'accès à court ni même à moyen terme.

En conséquence nous invitons l'Autorité à désigner France Télécom comme opérateur puissant sur le marché du départ d'appel intra CA en bande étroite sur le territoire national..

### **B.2.2 Le marché de l'acheminement de trafic CA-CT**

Comme nous l'avons signalé précédemment, nous considérons que l'évaluation des parts de marché doit tenir compte des consommations internes de chaque opérateur, pour être représentative du volume global.

La part de marché de France Télécom est donc alors au moins égale à sa part du marché de détail correspondant, puisque l'opérateur historique achemine ses propres communications, en plus de celles d'autres opérateurs non interconnectés au niveau du CA.

Les volumes de communications acheminées pour son compte sur son réseau permettent par ailleurs à France Télécom des effets de mutualisation qui ont un impact fort sur les coûts fixes de production.

La part de France Télécom sur l'ensemble de ce marché est évaluée à 74% du marché global et suffit en tant que telle à caractériser sa puissance significative.

D'autres facteurs structurels et conjoncturels viennent confirmer s'il en était besoin, cette puissance :

- Infrastructures difficiles à dupliquer
- Les volumes acheminés pour le compte des concurrents créent des effets d'économie d'échelle complémentaires et donnent un avantage structurel à France Télécom
- Le poids des reversements à France Télécom dans la chaîne de valeur des services permet à France Télécom de garder une partie de la valeur de ce qu'il perd en parc et minimise en pratique l'impact de la concurrence
- La puissance significative de France Télécom sur les marchés aval et amont lui permet de contrôler les niveaux de marges de ses concurrents et leur vitesse de pénétration sur le ou les marchés considérés
- Les opérateurs alternatifs sont dépendants de l'offre de France Télécom puisque d'une part et sur certaines zones cette offre constitue le seul moyen d'acheminer leur trafic, et d'autre part

ils ne disposent pas individuellement ou collectivement d'un volume de trafic suffisant pour négocier librement avec France télécom.

En conséquence, nous invitons l'Autorité à désigner France Télécom comme opérateur puissant sur le marché de gros des communications CA-CT.

### **B.2.3 Le marché de l'acheminement CT-CT métropolitain**

En terme de volume, France Télécom détient près de 40% de part de marché. Néanmoins, des éléments structurels et conjoncturels montrent la précarité de la concurrence sur ce marché et la capacité de France Télécom à se comporter sur ce marché indépendamment de ses concurrents.

Ainsi,

- la puissance significative de France Télécom sur les marchés de détail lui permet sans impact sur ses lignes de produit de détail, de moduler les tarifs de l'acheminement CT-CT à la hausse et de réduire alors l'espace économique des opérateurs qui ont recours à cette prestation, ou à la baisse et alors de décourager l'investissement dans la capillarité en réduisant les espaces économiques des opérateurs qui s'interconnectent plus bas dans le réseau.
- L'absence de séparation comptable claire et contrôlée ne permet pas de vérifier que France Télécom utilise la même structure de coûts que ces concurrents, en valorisant à leur juste valeur et dans leur juste proportion, les prestations CT-CT dont il est sans doute aujourd'hui le plus gros consommateur pour ses propres produits.
- Enfin, parce que cette prestation est un élément de la chaîne de valeur sur laquelle France Télécom est en puissance significative quelque soit le segment considéré, il est indispensable de maintenir une cohérence de bout en bout, afin de prévenir toute tentative de réallocation de coûts aboutissant à des subventions croisées d'un segment à l'autre qui aurait pour effet de donner des signaux économiques erronés et de faire dysfonctionner le marché de gros.

En conséquence, nous invitons l'Autorité à désigner France Télécom comme opérateur puissant sur le marché de gros de l'acheminement CT-CT métropolitain.

### **B.2.4 Le marché de l'acheminement CT-CT outre mer**

Il est loisible de constater que France Télécom détient plus de 50% des part de marché. Surtout, France Télécom détient directement ou au travers de filiales, la plupart des boucles locales hors zone métropolitaine. Par ailleurs, il est le seul opérateur à détenir des droits sur les câbles sous-marins qui relient la métropole aux territoires d'outre mer. France Télécom est de fait le passage obligé pour acheminer des communications vers l'outremer. En effet, la taille démographique des DOM-TOM reste trop restreinte pour pouvoir justifier le déploiement d'un réseau longue distance alternatif à destination de ces territoires. Par ailleurs, il n'existe pas de capacités de transport substituables.

Dans la mesure où les infrastructures reliant l'outremer au territoire métropolitain ne sont pas substituables, cette situation de puissance de l'opérateur historique ne nous semble donc pas devoir évoluer dans les années à venir.

En conséquence, nous invitons l'Autorité à désigner France Télécom comme opérateur puissant sur le marché de gros de l'acheminement CT-CT outre-mer.

### **B.2.5 Le marché de la terminaison d'appel**

La part de marché de France Télécom sur les prestations de terminaison sur son réseau est de 100%.

Dans la mesure où les abonnés raccordés par France Télécom constituent plus de 99% du parc global national, les opérateurs alternatifs ne peuvent pas ne pas terminer leur trafic sur la boucle locale de France Télécom, voire même prendre le risque d'une interruption de cet acheminement en cas de désaccord sur le prix de terminaison. Ils ne disposent en pratique d'absolument aucun contre pouvoir de négociation.

Par ailleurs, la mise en oeuvre de fonctionnalités structurantes dans le choix des utilisateurs tels que la portabilité du numéro restent aujourd'hui totalement conditionnée par France Télécom à l'acceptation du tarif de terminaison d'appel sans possibilité de le négocier, sauf à priver le client final de la possibilité réglementaire de conserver son numéro.

En conclusion, nous invitons l'Autorité à désigner France Télécom comme opérateur puissant sur la terminaison d'appel intra CA sur son réseau.

## **C. Les obligations des opérateurs puissants**

### **C.1 Les obligations sur les marchés de gros**

#### **C.1.1 Remarques préliminaires**

La régulation des marchés de gros est le moyen immédiat le plus adapté à permettre l'émergence et le maintien de la concurrence sur les marchés intermédiaires et les marchés de détail, et doit être privilégié.

Néanmoins, la régulation des marchés de détail ne doit pas être exclue de principe et doit être envisagée en tant que de besoin, au moins dans deux cas :

- A titre incitatif, lorsque l'opérateur désigné montre de la résistance à mettre en oeuvre les prestations de gros, afin de ne pas encourager un comportement dilatoire visant à temporiser l'entrée des concurrents par l'indisponibilité des prestations de gros et dans le même temps préempter de façon illégitime des parts de marché sur les marchés de détail
- A titre conservatoire, lorsque l'opérateur est désigné puissant sur les marchés aval et sur les marchés amont et qu'il n'existe pas de séparation comptable suffisamment claire, détaillée, et

auditée permettant de s'assurer d'un traitement équivalent et équitable des lignes de produits internes et des prestations comparables commercialisés auprès des acteurs externes.

Qu'elle se suffise à elle-même, ou qu'elle coexiste avec une régulation des marchés de détail, il nous semble qu'une régulation des marchés de gros doit s'attacher à organiser, de façon transparente, non discriminatoire et économiquement efficace :

- L'accès à des ressources spécifiques
- Le contrôle des prix et leur orientation vers les coûts
- La réalité des coûts
- La cohérence de la chaîne de valeur des différentes prestations de gros
- La mise en place d'une séparation comptable

Concernant la non discrimination nous souhaitons souligner que la puissance significative de France Télécom sur les marchés amont et aval, et l'intégration verticale de cette entreprise rendent absolument impérieuse la nécessité de s'assurer que les lignes de produits internes et les prestations comparables commercialisées auprès des acteurs internes s'inscrivent dans des conditions économiques et opérationnelles totalement comparables.

Ce principe doit être décliné dans tous les aspects d'une prestation : modalités d'accès aux informations préalables, aux ressources physiques, engagements de qualité de service, dimensionnement des ressources opérationnelles, allocation des ressources humaines...

A l'inverse, France Télécom ne doit faire bénéficier ses lignes de produits internes des droits accordés aux opérateurs alternatifs (typiquement conditions tarifaires orientées vers les coûts) qu'à la condition que ses lignes de produits portent les mêmes obligations et contraintes (prévisions de commandes, quotas de production, saturation de sites, raccordement en fibre...).

En conséquence, nous invitons l'Autorité à se montrer particulièrement vigilante sur le recours à des structures de coûts d'accès ou d'interconnexion identiques à celles des opérateurs alternatifs dans l'analyse concurrentielle des offres de détail qui permettrait de satisfaire de façon théorique aux tests de prédation ou d'éviction.

Nous invitons l'Autorité à imposer l'obligation de non discrimination de façon générique sur l'ensemble des prestations de gros, principales et connexes, et de l'assortir de moyens de contrôle efficaces.

Concernant la transparence, nous souhaitons rappeler que dans la mesure où les opérateurs alternatifs sont économiquement dépendants des offres de gros de France Télécom il est nécessaire qu'ils disposent de visibilité sur les informations techniques et tarifaires indispensables à l'élaboration de leurs plans d'affaires et de leurs décisions d'investissements.

Ces informations doivent être communiquées avec un préavis suffisant et selon une périodicité compatibles avec l'exercice de leur activité.

Nous invitons l'Autorité à imposer cette obligation en imposant la publication préalable de toute une série d'informations à caractère technique, comptable ou tarifaire ainsi que la publication d'offres de référence décrivant les modalités de fourniture des prestations de gros.

Ce faisant, nous développerons dans les points suivants les prestations minimales dont il nous paraît nécessaire d'encadrer les prestations de gros. Cette liste n'a pas de vocation exhaustive.

### **C.1.2 Obligation de faire droit aux demandes raisonnables d'accès**

#### a) sur le caractère raisonnable

Doit être considérée comme raisonnable toute demande qui ne porte pas atteinte à l'intégrité au réseau et ne se heurte pas à une infaisabilité technique. En cas de refus d'une demande d'accès par l'opérateur désigné puissant, il appartient à ce dernier d'apporter la preuve de l'atteinte au réseau ou de l'infaisabilité technique.

Doit être présumée raisonnable toute prestation déjà mise en œuvre pour une ligne de produit interne, une filiale ou un tiers. A cet effet, et en liaison avec l'obligation de transparence, nous recommandons une obligation de communication des conventions et/ou accords signés par l'opérateur puissant et portant sur la mise en œuvre des prestations de gros. Ces conventions doivent être accessibles dans des délais courts aux tiers intéressés qui en font la demande.

#### b) sur la portée de l'obligation de faire droit aux demandes d'accès:

##### **C.1.2.1 Accès et prestations connexes**

L'accès doit s'entendre de la fourniture des prestations suivantes, indispensables pour permettre aux opérateurs alternatifs de se déployer et d'intervenir sur les marchés de gros et de détail :

- Fourniture de prestations de départ d'appel intra-CA
- Fourniture de prestations de terminaison d'appel intra-CA
- Fourniture de prestations d'acheminement CA-CT
- Fourniture de prestations d'acheminement de transit CT-CT métropolitain
- Fourniture de prestations d'acheminement de transit CT-CT outre mer

Sur l'ensemble de ces prestations nous préconisons le maintien des obligations faites aujourd'hui à France Télécom dans le cadre de l'interconnexion dans leur forme (catalogue) et leur périmètre.

Ces prestations sont indissociables de prestations connexes permettant l'accès aux sites de l'opérateur historique au nombre desquelles doivent figurer a minima les deux prestations suivantes

:

- la fourniture d'une offre de colocalisation physique permettant à un opérateur d'accéder au site de l'opérateur désigné puissant en installant ses équipements de transmission directement dans les locaux de l'opérateur puissant. Ces équipements colocalisés doivent pouvoir être mutualisés librement sur l'ensemble du trafic de l'opérateur transitant par ce site, quelle que soit sa nature. Il doit pouvoir par ailleurs être utilisé pour acheminer le trafic d'autre opérateur (prestations de collecte pour compte de tiers)
- la fourniture d'une offre de raccordement permettant à un opérateur de collecter son trafic depuis le site de l'opérateur jusqu'à son POP.

Sur ces prestations, nous préconisons le maintien des obligations faites aujourd'hui à France Télécom dans le cadre de l'interconnexion, en confirmant explicitement les possibilités de mutualisation des équipements.

Par ailleurs, l'analyse de marché a montré la nécessité d'inscrire ou de compléter des prestations d'accès spécifiques afin de donner aux opérateurs l'ensemble des prestations de gros nécessaires à un fonctionnement plus efficace des marchés de détail.

Ces prestations portent sur :

- la sélection et présélection du transporteur
- la facturation pour compte de tiers
- la vente en gros du service de raccordement
- l'interconnexion forfaitaire pour internet

### **C.1.2.2 Présélection et sélection appel par appel**

En l'absence de concurrence effective sur les marchés de l'accès, les dispositifs de présélection et de sélection appel par appel sur l'ensemble des commutateurs d'abonnés et les commutateurs de hiérarchie supérieure du réseau de France Télécom restent indispensables pour permettre aux opérateurs de proposer des offres concurrentes sur les marchés des communications en bande étroite.

Il est donc impératif de maintenir cette obligation et d'assurer la continuité des prestations existantes : points d'interconnexion proposés, guichet de commande, etc.

En revanche des aménagements s'avèrent nécessaires sur le périmètre et le mode de commercialisation de cette prestation.

Mode de commercialisation : la procédure qui consiste à s'assurer de l'accord du client final par le biais d'un mandat écrit est disproportionné à l'objectif poursuivi (s'assurer du consentement du client à contracter le service) et de nature à constituer une barrière à la prise rapide de nouveaux clients.

Les directives européennes préconisaient certes la solution du mandat dans un premier temps, mais incitaient dans le même temps les opérateurs à « chercher des solutions pouvant faciliter la présélection d'un opérateur par les consommateurs ». Nous pensons à ce titre que l'opérateur doit s'assurer du consentement du client par tout moyen approprié, écrit ou oral comme le prévoit d'ailleurs explicitement le Code civil. La contrainte d'un mandat écrit nous paraît totalement en rupture avec les modes de commercialisation désormais reconnus de l'économie numérique (adhésion en ligne, commandes par téléphone...). Cette contrainte est dénoncée par les opérateurs alternatifs depuis plusieurs mois, qui ont fait valoir à l'Autorité plusieurs points de droit confirmant le caractère disproportionné de l'exigence d'un mandat écrit.

Dans ce contexte nous invitons l'Autorité à enjoindre à France Télécom d'accepter comme consentement de la preuve du consentement de l'utilisateur tous les moyens considérés comme recevables dans les modes de commercialisations de vente à distance dans les autres secteurs d'activité (compagnies aériennes, grande distribution...).

Périmètre : par ailleurs, il nous paraît indispensable d'étendre ce dispositif à l'ensemble des communications électroniques, et en particulier aux communications vers les numéros non géographiques aujourd'hui exclus du dispositif. En effet, une telle exclusion ne permet pas à

l'opérateur d'entrer dans un schéma d'interlocuteur commercial unique pour l'ensemble des communications fixes de l'appelant.

L'inclusion de ces numéros dans la présélection du transporteur deviendra absolument indispensable dès qu'une offre de revente en gros de l'abonnement sera disponible.

Dans l'intervalle, et dès lors que l'on constate sur le marché le développement d'offres de communications interpersonnelles sur des numéros non géographiques de type 087B (bien que nous contestions le format 08AB en raison de la confusion qu'il entretient pour l'appelant avec les tranches de numéros spéciaux), il nous apparaît nécessaire d'étendre de façon immédiate le périmètre de la présélection à ces numéros.

Enfin, nous souhaitons rappeler que la présélection du transporteur doit être compatible avec l'intégralité des services de restrictions d'appel commercialisés par France Télécom. Cela comprend, comme c'est déjà le cas, les restrictions d'appel nationales, mais aussi les restrictions régionales.

### **C.1.2.3 Facturation pour compte de tiers**

Le mécanisme de facturation pour compte de tiers est un mécanisme indissociable de la prestation dès lors que celle-ci est en mode d'interconnexion indirecte parce que l'opérateur qui commercialise le service est totalement dépendant pour la chaîne de facturation et de recouvrement de l'opérateur de boucle locale de départ qui maîtrise l'accès. C'est le cas de l'ensemble des communications vers les services spéciaux, et des communications d'accès vers Internet.

Néanmoins il est difficilement compréhensible, alors même que les opérations techniques sont comparables, que chacune de ces prestations fasse l'objet d'un mécanisme de facturation et de recouvrement différent d'une part entre elles, et d'autre part avec les lignes de produits équivalentes de France Télécom.

L'absence de mutualisation des systèmes d'information notamment est totalement inefficace d'un point de vue économique et a pour effet de renchérir arbitrairement et inutilement les prestations commercialisées auprès des concurrents au profit des lignes de produits commercialisés sur le marché de détail par France Télécom

Au-delà, et en particulier pour l'exécution de la prestation d'accès aux services à revenus partagés, la spécificité de la procédure a constitué depuis son origine une barrière à l'entrée qui n'a pas permis au marché de détail de se développer. Dans sa décision d'approbation du catalogue d'interconnexion 2004, l'Autorité avait enjoint France Télécom d'apporter des modifications à sa prestation de facturation pour compte de tiers portant sur la présentation de la facture à l'utilisateur, la communication de données spécifiques à l'opérateur alternatif, et la prise en charge de la première relance. A ce jour nous constatons que ces modifications n'ont pas été mises en œuvre malgré des relances et une mise en demeure de la part de neuf télécom.

Il nous apparaît nécessaire de procéder sans délai à une modification de la prestation fournie par France Télécom, en l'alignant sur les conditions d'Audiotel et notamment en intégrant dans la prestation de gros le recouvrement complet des sommes par France Télécom, pour permettre enfin aux opérateurs alternatifs de se positionner sur ce marché toujours en monopole



#### **C.1.2.4 Portabilité**

La portabilité des numéros géographiques et des numéros non géographiques est une prestation structurante pour l'activité résidentielle et non résidentielle d'un opérateur alternatif.

Les entreprises et collectivités publiques ont souvent investi lourdement en terme de communication sur certains de leurs numéros associés à des services (typiquement le standard d'une mairie ou un numéro spécial proposant un service pour une entreprise, ou même encore un numéro gratuit pour joindre une agence commerciale en ligne). Lorsqu'il y a passage d'un nouveau contrat et mise en concurrence des opérateurs télécoms, le besoin premier de l'entreprise est la continuité de ce service sur la même ressource.

En l'absence de portabilité des numéros dont il s'agit, il ne peut y avoir de mise en concurrence sur tout ou partie des lots du marché considéré.

Cette difficulté entraîne les mêmes effets pour la commercialisation d'offres alternatives auprès du grand public. L'expérience des premiers clients résidentiels en 087B montre que la quasi-totalité de ces accès sont utilisés en seconde ligne téléphonique, pour passer des appels sortants. En revanche, le client continue à communiquer à son entourage son numéro géographique.

Cette composante doit être prise en compte dans la mise en œuvre des remèdes et une attention particulière doit être portée aux points suivants :

- Mise en place d'indicateurs pertinents sur la portabilité (délai de livraison, couplage avec le dégroupage et délai de rétablissement), si possible assortis de mesures automatiques de rattrapage en cas de dysfonctionnement.
- Rééquilibrage des tarifs selon les coûts. En particulier, les coûts de développement SI de France Télécom sont à notre sens largement amortis aujourd'hui. La réévaluation du coût de la portabilité géographique grand public devrait être revue en conséquence
- Mandat de portabilité : nos remarques sont les mêmes que celles développées pour le mandat de présélection. L'expression du consentement de l'utilisateur à souscrire le service de portabilité ne doit pas se limiter à une forme écrite, mais pouvoir être communiqué par tout moyen approprié écrit ou oral dans le respect du code civil.

#### **C.1.2.5 Interconnexion forfaitaire pour internet (IFI)**

Neuf telecom partage le bilan dressé par l'Autorité quant à l'obligation faite à France Télécom de fournir les prestations d'interconnexion forfaitaire à Internet.

En effet, le maintien en l'état de la prestation existante nous paraît nécessaire car l'usage des accès internet bas débit est encore très largement répandu notamment dans les zones géographiques qui n'ont pas accès aux DSL.

Cette offre reste donc bien partie intégrante du plan d'affaires des FAI et opérateurs prestataires d'accès internet.

Aussi, il nous apparaît nécessaire de maintenir l'obligation de fournir les prestations d'interconnexion forfaitaire à internet sur l'ensemble des commutateurs d'abonnés et de transit ouverts à l'interconnexion dans les conditions actuelles

### **C.1.2.6 La vente en gros du service de raccordement**

#### **Constat**

Les prestations de gros disponibles ne permettent pas aux opérateurs alternatifs sur le marché des télécommunications fixes de proposer une offre globale de télécommunications fixes incluant la prestation de raccordement. Les opérateurs alternatifs sont contraints de coexister commercialement avec France Télécom qui reste le seul à commercialiser une prestation d'accès au réseau (l'abonnement).

Cette coexistence prive les opérateurs alternatifs de la possibilité de se positionner comme interlocuteur commercial unique de l'utilisateur, de proposer des offres globales de type forfait ou des prestations à valeur ajoutée de type facturation unique.

Les solutions éventuellement alternatives disponibles sont insuffisantes aujourd'hui à satisfaire ce besoin :

- Le dégroupage total ne permet pas d'adresser le marché résidentiel en raison de l'inexistence d'un espace économique et de difficultés opérationnelles qui ne permettent pas son industrialisation (voir à cet effet la contribution de neuf télécom sur le marché Haut Débit).
- La présélection du transporteur ne permet pas de proposer l'abonnement.
- Neuf telecom a essayé de négocier des conditions de facturation pour compte de tiers de l'abonnement de France Télécom, mais cette prestation était là encore totalement insatisfaisante puisqu'elle se réduisait en réalité à une prestation de co-branding, France Télécom gardant le lien contractuel avec son client, et continuant d'assurer directement et commercialement le service au client (service client France Télécom, facturation France Télécom intégrée dans la facture neuf telecom au franc le franc, sans aucune marge de manœuvre tarifaire...). Cette prestation ne peut non plus être envisagée comme une mesure transitoire, dans la mesure où elle suppose pour un opérateur alternatif de lourds développements SI qui ne seraient pas ou peu réutilisables dans le cadre d'une offre de revente de l'abonnement.

#### **Définition d'un mécanisme de la revente en gros du service de raccordement**

La création d'un mécanisme de revente en gros du service de raccordement est aujourd'hui indispensable pour permettre aux opérateurs alternatifs de se positionner sur le marché de l'accès.

Cette offre doit décliner a minima les prestations suivantes :

#### **Déclinaison sur tous les marchés pertinents de l'accès**

La revente en gros du service de raccordement doit s'appliquer à toutes les prestations d'accès des marchés sur lesquels France Télécom a été désigné puissant :

- Les accès analogiques résidentiels
- Les accès analogique non résidentiels
- Les accès numériques de base non résidentiels
- Les accès numériques primaires non résidentiels (essentiel pour répondre à des marchés publics)

En outre, dans la procédure de commande de la revente d'accès, devra être proposée la possibilité de coupler cette prestation à la prestation de présélection (étendue à l'acheminement des communications vers les numéros non géographiques) pour permettre d'offrir au client final le traitement de l'ensemble de ses besoins en télécommunications fixes.

### **Facture unique**

La revente doit permettre à l'opérateur alternatif de facturer les services de détail habituellement facturés par France Télécom :

- Frais d'abonnement, de mise en service et de résiliation de l'accès
- Frais d'intervention de France Télécom sur l'accès
- Services associés au téléphone comme le transfert d'appel, le double appel...
- Communications vers toutes les communications incluses dans la présélection (voir le § sur l'extension de la présélection à tous les types d'appels)

### **Périmètre de la prestation de revente**

Néanmoins, l'opérateur alternatif doit avoir le choix du périmètre des prestations annexes au raccordement qu'il souhaite proposer au client afin de proposer des offres éventuellement différenciées en terme de service et en conséquence en terme de tarif.

Il conviendra d'analyser parmi ces prestations celles dont la réplique par les opérateurs alternatifs n'a pas de sens économique (coût élevé, dépendant fortement de la mutualisation des ressources, pour un revenu nul) et celles dont la réplique est envisageable.

Il nous semble qu'une bonne disposition serait :

- D'inclure systématiquement les premières dans la revente de l'abonnement
- De proposer les secondes en option : l'opérateur alternatif choisirait en fonction de sa stratégie et de ses moyens, s'il souhaite reconstruire le service lui-même ou se contenter de l'acheter à France Télécom.

### **Tarification**

La tarification doit s'inscrire dans la chaîne de valeur dégroupage total / abonnement de France Télécom, afin de ne pas désinciter à l'investissement dans le dégroupage total.

Une approche de type « retail minus » nous paraît de nature à préserver les espaces économiques à l'intérieur de cette chaîne.

### **Compatibilité avec la sélection appel par appel**

L'opérateur alternatif qui souscrit à l'offre de revente en gros du service de raccordement devrait pouvoir choisir au départ s'il souhaite que ses clients puissent systématiquement bénéficier de la sélection appel par appel ou non.

Ce point nous paraît nécessaire au vu des stratégies commerciales différentes qui peuvent exister, et du souhait pour bon nombre d'opérateurs de ne proposer une offre qu'avec une facture unique.

### **Portabilité**

La portabilité virtuelle, telle qu'elle existe en présélection, doit être proposée dans les mêmes termes dans le service de revente en gros du raccordement.

De plus, en cas de migration du raccordement client vers un accès dégroupé, la portabilité virtuelle doit pouvoir être transformée en portabilité physique du numéro.

### **Couplage accès et communications**

La revente en gros du raccordement permet aux opérateurs alternatifs de se positionner sur le parc adressable sur le marché de l'accès sur lequel France Télécom est encore largement monopolistique. Dans les zones dégroupables ce service permet aux clients de profiter au plus tôt des offres alternatives puisqu'il permet de constituer plus rapidement une base de clients éligibles au dégroupage total (opérationnellement et économiquement). Or le seuil critique de clients sur un site donné va justifier l'investissement nécessaire au basculement en dégroupage total. Il joue sur les communications bas débit, le même rôle que les offres de revente DSL (option 5 et option 3) sur le haut débit.

Ce mode de commercialisation doit être neutre par rapport aux modalités d'accès, et en particulier de dégroupage partiel. En particulier, la circonstance qu'un utilisateur est souscripteur d'une offre de revente en gros auprès d'un opérateur auprès duquel il souhaite confier tout ou partie de ses besoins de communications bas débit, ne doit pas entraver la commercialisation par un autre opérateur du service haut débit sur un dégroupage partiel (voire, dans les zones non dégroupées, option 3 et/ou option 5) par exemple, les deux marchés étant distincts.

Ce dispositif reste compatible avec le schéma réglementaire puisque seule la demande de dégroupage total entraîne résiliation de l'abonnement téléphonique. En revanche, le dégroupage partiel continue à coexister avec l'abonnement téléphonique qu'il soit commercialisé directement par France Télécom ou indirectement par des opérateurs dans le cas de service en gros. A cet égard, et pour préserver le droit de l'opérateur à l'accès au réseau, il est nécessaire de prévoir explicitement que le fournisseur du service de revente en gros de l'abonnement ne saurait s'opposer à l'accès à la fréquence haute de la ligne de cuivre, quelle que soit la solution technique retenue (option 1, 3 ou 5).

La commercialisation indirecte de l'abonnement ne doit pas interférer avec les processus actuels de dégroupage partiel. Le client souhaitant maintenir accéder à un service haut débit doit continuer à adresser ses demandes aux opérateurs qui les commercialisent. Le traitement opérationnel de cette demande reste traitée sur un mode bilatéral entre l'opérateur DSL et France Télécom.

Cette obligation doit être expressément rappelée dans les conditions générales de vente du service de revente en gros.

En revanche, il est nécessaire de faciliter les procédures de migration « revente vers dégroupage » en prévoyant notamment :

- La commande de dégroupage total emporte résiliation de l'abonnement de France Télécom (qu'il soit directement souscrit auprès de France Télécom ou d'un opérateur au travers du service de revente en gros).
- la synchronisation des opérations désactivation/réactivation pour éviter toute interruption de service pour l'utilisateur
- la portabilité concomitante du numéro

Ces mécanismes d'écrasement qui découlent directement du cadre réglementaire sur le dégroupage ne doivent en revanche pas s'appliquer pour les modes de commercialisation du service d'abonnement de France Télécom. En particulier sur une ligne dégroupée, la souscription à un service de raccordement basé sur la revente en gros n'est possible que si le client a résilié au préalable le dégroupage.

En revanche la question reste posée lorsque le client souhaite souscrire à une offre de revente en gros. Dans ce cas, en effet, la continuité du service de raccordement fourni par France Télécom

reste assurée sans qu'il soit besoin de procéder à des opérations techniques autres que la modification de certaines données dans les systèmes de facturation respectifs des deux opérateurs. En conséquence, la substitution d'un service à l'autre doit être automatique, et ne générer ni interruption de service, ni frais particuliers. Tout autre mécanisme serait une barrière disproportionnée à la commercialisation de la revente.

Enfin, la revente de l'abonnement doit pouvoir être proposée à un client qui n'aurait pas ou plus d'abonnement téléphonique, dans des conditions équivalentes à une souscription en agence France Télécom, notamment en ce qui concerne les délais et les frais de mise en service. En effet, en l'absence d'une telle possibilité, ce marché que nous estimons à 10 à 15% des lignes resterait captif de France Télécom, d'autant que ce dernier impose une période minimale d'un an pour toute nouvelle souscription.

### **C.1.3 Mécanismes d'action à disposition de l'Autorité**

Les modalités d'accès doivent répondre aux principes de transparence, non discrimination et efficacité économique.

A cet effet, il est nécessaire de les encadrer dans les dispositifs suivants :

- Publication des offres de gros (offre de référence, offres sur mesure)
- Contrôle tarifaire et évaluation des coûts
- Séparation comptable

#### **C.1.3.1 La publication d'une offre de référence**

La puissance significative de France Télécom sur l'ensemble des marchés de gros identifiés ne donne en pratique aucun pouvoir de négociation aux opérateurs alternatifs. C'est pour cette raison que l'Autorité doit veiller à ce qu'un ensemble minimal de prestations soit mis à la disposition des opérateurs dans des conditions leur permettant l'entrée et le développement sur les marchés détail.

Dans la mesure où France Télécom est puissant à la fois sur les marchés aval et sur les marchés amont, toute temporisation dans la commercialisation d'une prestation de gros lui est bénéfique sur le marché de détail. C'est précisément pour éviter un comportement d'obstruction systématique que l'offre de référence ne doit pas s'inscrire dans des cycles d'ajustement longs, mais faire l'objet d'une approbation préalable par l'Autorité, et à défaut, de définition d'une prestation par voie réglementaire.

Cette offre doit être élaborée en concertation avec le secteur, et sous le contrôle de l'Autorité. Elle doit être mise à jour de façon régulière et être communiquée au moins 4 mois avant sa mise en vigueur pour donner aux opérateurs utilisateurs un cadre stable et la visibilité nécessaires à la gestion de cette partie structurante de leur activité.

Elle doit être assortie d'indicateurs de qualité de service pour garantir que les conditions opérationnelles sont en pratique similaires entre les offres de gros de France Télécom et les prestations équivalentes que France Télécom met en œuvre pour son propre compte.

- Délai de livraison
- Taux d'échec à la livraison
- Délai de rétablissement ou de traitement d'un incident par le SAV

Ces indicateurs doivent faire l'objet d'une revue mensuelle et être assortis de mécanismes correcteurs efficaces (pénalités, astreintes...)

En conséquence, neuf telecom invite l'Autorité

- A exercer pleinement les pouvoirs que lui confère les directives communautaires pour approuver et modifier les offres de référence en tant que de besoin. A minima, il nous apparaît que l'offre d'interconnexion dans sa structure et son contenu doit être prorogée, et adaptée aux besoins des acteurs.
- A proroger le comité de l'interconnexion et de l'accès afin de permettre des débats contradictoires sur les dysfonctionnements des offres de gros et identifier les opportunités d'amélioration

Ces offres sont généralement traduites contractuellement dans des conventions ou accords. Ceux-ci doivent se limiter à une traduction contractuelle et ne doivent pas être l'occasion pour France Télécom de restreindre ou priver d'effet les dispositions de l'offre de référence, voire d'introduire des obligations qui ne seraient pas nécessaires à la mise en œuvre des prestations de l'offre.

L'autorité doit avoir communication de ces conventions et en exiger la modification si des dispositions étaient excessives, contraires à l'offre ou non nécessaires à sa mise en œuvre.

Enfin, la publication d'une offre de référence doit maintenir la possibilité pour un opérateur de négocier des conditions plus adaptées à ces besoins lorsque les conditions de l'offre ne le permettent pas.

Les accords et conventions qui seraient conclus pour mettre en œuvre l'offre de référence ou des prestations de gros plus bilatérales, doivent être communiqués à l'Autorité qui peut demander à France Télécom de publier tout ou partie d'une convention pour permettre aux opérateurs d'en demander également l'application.

#### **C.1.3.2 Contrôle des tarifs et évaluation des coûts**

Afin de garantir l'efficacité économique des prestations de gros proposées au secteur, et de donner les bons signaux, l'autorité doit s'assurer que le tarif reflète des coûts efficaces, qu'il repose sur les bons inducteurs de coûts, qu'il ne crée par de barrière à l'entrée et n'a pas d'effet d'éviction.

#### **Obligation de refléter les coûts correspondants**

L'ART doit s'attacher à contrôler la pertinence des coûts entrant dans la fixation du tarif dans le double souci d'une part de promouvoir l'efficacité économique et d'autre part, permettre à l'opérateur historique de recouvrer ses coûts pour continuer à entretenir et développer ces réseaux.

Ainsi pour la promotion de l'efficacité économique l'Autorité a jusqu'à présent fait le choix de la création de valeur pour la collectivité, en favorisant l'investissement dans l'infrastructure, dès lors qu'un tel investissement était économiquement possible. Ce choix a permis la création d'emplois, l'innovation, la multiplication et la diversité des offres, la pérennité du choix pour l'utilisateur....

A cet effet, le référentiel des coûts retenu par l'Autorité peut ne pas être identique à celui utilisé par l'opérateur historique. L'Autorité doit néanmoins s'efforcer de réconcilier les deux référentiels

dans la limite suivante : en cas de différence significative entre les deux approches, il appartient à France Télécom de faire la preuve de la réalité et de l'efficacité des coûts qu'il subit. A cet effet, il doit être soumis à une obligation de communication de l'ensemble des informations que l'Autorité considérerait nécessaire.

A défaut, l'Autorité doit être fondée à avérer les coûts au regard des informations qui lui sont disponibles. En particulier, France Télécom ne doit pas pouvoir contester une décision au fond de l'Autorité portant sur l'évaluation d'un coût ou sur l'évaluation d'un tarif, dès lors qu'il a refusé de communiquer les pièces qui auraient permis d'en ajuster la valeur.

Ce dispositif est là encore nécessaire afin d'éviter toute procédure dilatoire qui consisterait pour France Télécom à ne pas collaborer aux groupes de travail, à faire de la rétention d'information à l'égard de l'Autorité, puis à contester en contentieux les décisions qui seraient prises. Un tel comportement d'obstruction est de nature à paralyser toute l'activité d'un régulateur et le développement du marché, et doit être, en conséquence, fermement condamné.

### **Tarifs de départ d'appel et de terminaison d'appel intra CA**

Le tarif de ces prestations doit refléter les coûts correspondants afin de prévenir toute fixation de tarif excessif.

Au-delà, l'Autorité doit veiller au respect des 3 principes suivants :

- Cohérence de la méthode de modélisation avec celle retenue pour le dégroupage pour les éléments du réseau qui sont identiques. En particulier, le coût de la ligne de cuivre doit être modélisé de la même façon et avec la même méthode. Les paramètres communs aux deux offres doivent avoir la même valeur.
- Mutualisation des éléments de réseau. Ceux-ci sont souvent utilisés par plusieurs prestations, de gros et de détail, chez l'opérateur historique. Leur coût doit donc être mutualisé entre ces différents usages à hauteur des volumes de trafic considérés.
- Réactualisation des inducteurs de coûts : la méthodologie retenue pour l'évaluation du coût de la paire de cuivre est vertueuse et doit être conservée. Néanmoins, certaines des hypothèses méritent d'être réactualisées pour prendre en compte la réalité du marché. Le point le plus manifeste de cette nécessité d'actualisation est la durée d'amortissement du réseau cuivre, initialement fixée à 20 ans. Or il n'est pas contesté que le réseau cuivre déployé par l'opérateur historique s'inscrit dans une durée de vie de deux à trois fois plus longue.

Au regard de la part du réseau cuivre dans le coût global de n'importe quelle prestation d'accès, cet inducteur de coût est de nature à modifier radicalement l'économie d'un déploiement alternatif, sans léser l'opérateur historique.

Il est aujourd'hui nécessaire d'ajuster cet inducteur à la réalité de vie de cette infrastructure, et de repositionner les prestations qui en découlent dans leur économie réelle

### **Tarifs de l'acheminement CA-CT**

Il nous paraît absolument fondamental que sur un segment intermédiaire de la chaîne de valeur du marché des communications fixes, le régulateur s'emploie à prévenir les tarifs d'éviction, d'une part en s'assurant de la cohérence tarifaire avec la prestation la plus basse dans le réseau, et d'autre part à l'égard de la première prestation aval.

Vis-à-vis de la première, le régulateur doit s'assurer du maintien de l'incitation à l'investissement dans le raccordement au CAA, en préservant un espace économique suffisant et stable en valeur



absolue entre ce niveau d'interconnexion et le 1<sup>er</sup> niveau d'interconnexion supérieur. Cet espace économique a été divisé par 2 en l'espace de 5 ans. La tendance actuelle montre même qu'il peut être plus rentable pour certains types de trafics de ne se déployer qu'au CT et d'arbitrer entre les différentes offres de revente de transit CA-CT pour arriver au meilleur tarif

Il est devenu urgent d'encadrer ce delta tarifaire entre les deux niveaux d'interconnexion. La méthode du *price floor* nous semble la seule méthode de nature à donner au secteur le bon signal économique puisqu'elle permet de garantir dans un cycle donnée (idéalement trois ans) que d'une année à l'autre l'espace économique est conservé, ce qui est absolument nécessaire pour un opérateur qui doit évaluer la rentabilité d'un investissement à un CA.

### **Tarifs des prestations d'acheminement CT-CT métropolitain et outre-mer**

Pour les mêmes raisons, il nous paraît nécessaire d'encadrer les tarifs des prestations d'acheminement CT-CT également dans un *price floor* à trois ans.

### **Tarif des prestations connexes**

Les prestations connexes sont indispensables à l'exécution des prestations précédentes. France Télécom en est le seul fournisseur. Il est donc nécessaire d'encadrer les tarifs pour garantir qu'ils n'ont pas d'effet d'éviction, ou privent d'effet utile le contrôle tarifaire sur les prestations précédentes.

Pour ces prestations il nous semble nécessaire d'appliquer la méthode des CMILT et réajustant en tant que de besoin certains paramètres.

Par ailleurs il nous semble nécessaire de contrôler les modalités de facturation de ces prestations afin de s'assurer que

- les tarifs rémunèrent les seules ressources utilisées,
- le paiement s'effectue à l'acte
- la granularité est raisonnable, liée aux besoins constatés,
- le respect des délais de livraison n'est pas conditionnée à des exigences de prévisions irréalistes

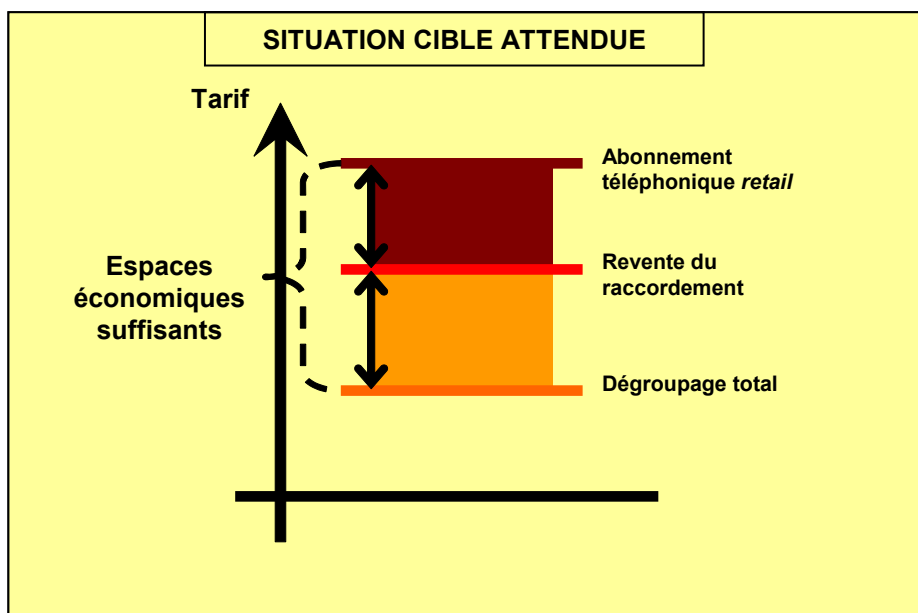
### **Tarifs de la vente en gros du service de raccordement**

En l'absence d'espace économique entre le dégroupage total et l'abonnement de détail, il est difficile de trouver le juste prix du service intermédiaire de revente en gros du service de raccordement.

Aussi, et dans l'attente d'une analyse plus globale sur les coûts de chacune de ces prestations, il est nécessaire de fixer à la revente un tarif qui permette aux opérateurs de lancer leurs offres sans perdre d'argent.

Aussi, à titre conservatoire, il nous semble raisonnable de déterminer le tarif du raccordement en gros selon une méthode « *retail minus* ».

Ce tarif pourra être révisé lorsque la chaîne de valeur aura clairement été évaluée, et certains tarifs repositionnés.



### Modalités du contrôle tarifaire

Neuf telecom souscrit à l'analyse de l'Autorité quant à la nécessité d'avoir une visibilité suffisante sur les prestations de gros de France Télécom et retient les propositions de préavis mois pour les modifications de l'offre (6 mois/1 mois) et la fourniture d'informations comptables et financières (3 mois).

Conclusion des obligations minimales à imposer à France Télécom sur les marchés de gros :

- Obligation de non discrimination
- Obligation de transparence, dont publication d'une offre de référence
- Obligation d'efficacité économique, dont obligation pour France Télécom en cas de désaccord avec ART de faire la preuve que son tarif est orienté vers des coûts efficaces
- Obligation de faire droit aux demandes raisonnables d'accès et d'interconnexion
- Obligation de faire droit aux demandes spécifiques que sont la présélection/sélection du transporteur, la facturation pour compte de tiers, l'interconnexion forfaitaire à Internet, la vente en gros d'un service de raccordement
- Obligation de se soumettre à un contrôle tarifaire
- Obligation de séparation comptable.

#### C.1.3.3 Séparation comptable et comptabilisation des coûts

La séparation comptable est un pré-requis à toute liberté tarifaire dès lors que l'entreprise désignée puissante sur un ou plusieurs marchés est intégrée verticalement.

Tant que cette séparation comptable n'est pas effective et auditée il n'est pas possible de s'assurer de l'absence de discrimination entre les lignes de produits internes et les opérateurs acheteurs de prestation en gros, de l'absence de subventions croisées abusives sur les différents services produits et commercialisés par l'opérateur historique ou encore de l'efficacité des coûts de référence.

Neuf télécom admet que cette obligation doit faire l'objet d'une consultation spécifique en raison de son caractère transversal. Néanmoins, **et tant que la séparation comptable n'est pas effective**, quelque soit la méthode qui sera retenue au final, **il est indispensable que, dans l'intervalle, le contrôle tarifaire soit maintenu sur l'ensemble des marchés de détail sur lesquels France Télécom a été désigné puissant.**

## **C.2 Les obligations sur les marchés de détail**

Nous souscrivons à l'assouplissement des contrôles sur les marchés de détail dès lors que le fonctionnement du marché de gros est normalisé, permettant par le seul jeu de l'offre et de la demande, l'émergence d'une concurrence loyale et dynamique sur les marchés de détail.

Néanmoins, et tant que ce fonctionnement n'est pas avéré, il est impérieux de maintenir des contrôles préalables sur les marchés de détail, et notamment tarifaires afin d'éviter une préemption abusive du marché par l'opérateur puissant.

Or, les circonstances actuelles ;

- France Télécom est puissant sur les marchés amont et aval
- France Télécom est intégré verticalement
- Il n'existe pas à ce jour de séparation comptable suffisante à mesurer l'absence de non discrimination entre les lignes de produits internes et les prestations de gros commercialisées auprès d'opérateurs tiers
- L'absence de concurrence sur les marchés de l'accès
- L'absence de concurrence sur les marchés des services à numéros spéciaux
- Le développement hors toute régulation d'offres de voix fixes sur IP

montrent s'il en était besoin l'instabilité dangereuse du marché de gros. Cette instabilité est insuffisante à permettre un fonctionnement normal du marché de détail et doit être en conséquence compensée par une régulation des marchés de détail.

Par ailleurs, et tant qu'une séparation comptable minimale ne sera pas effective, il est nécessaire de maintenir dans ce cadre un contrôle tarifaire et opérationnel a priori sur les offres des marchés de détail s'employant à garantir la répliquabilité des offres de détail, la non discrimination et l'absence de pratiques anti-concurrentielles dans la politique commerciale et de distribution des offres.

### **C.2.1 La répliquabilité des offres de détail de France Télécom.**

L'Autorité doit conditionner la commercialisation d'une offre de détail à un test de répliquabilité technique et tarifaire, effectué à partir des prestations de gros disponibles.

Si la répliquabilité n'est pas avérée, l'Autorité doit enjoindre à France Télécom la modification ou l'ajout des prestations de gros nécessaires à cet effet.

L'offre de détail ne pourra être commercialisée qu'au jour où ces prestations modifiées ou nouvellement définies sont devenues disponibles.

Si l'offre de détail est commercialisée alors que les prestations de gros restent indisponibles, en droit ou en fait, l'Autorité doit suspendre l'offre de détail le temps nécessaire à l'adaptation des offres de gros.

Ce mécanisme est vertueux pour le secteur car il envoie les bons signaux économiques, pour France Télécom car il l'incite à s'adapter à une véritable économie de marché, et pour le consommateur puisqu'il pourra bénéficier d'une vraie concurrence par les mérites.

### **C.2.2 La non discrimination**

Toute différenciation tarifaire ou financière en fonction d'une clientèle, d'un profil de consommation ou de qualité de service doit être justifiée par des considérations objectives (économie d'échelle, hypothèses réalistes de volume...) afin d'éviter des offres ciblées dont l'objet ou l'effet serait d'évincer abusivement les opérateurs alternatifs

### **C.2.3 Les couplages abusifs**

Les offres multi-services ou les packages tarifaires ne doivent pas donner lieu à des couplages abusifs qui se matérialiseraient notamment par des subventions croisées de nature à créer un avantage concurrentiel abusif à France Télécom sur un ou plusieurs marchés, à produire des effets de leviers horizontaux sur des marchés de détail connexes, ou des effets de levier verticaux gros/détail...

Un tel contrôle doit être préalable à la commercialisation de l'offre et systématique dès qu'une offre de cette nature intègre au moins un service relevant d'un marché sur lequel le groupe France Télécom est désigné puissant : offres couplant accès et communications fixes, offres couplant voix et Internet haut débit, etc.

### **C.2.4 Les prix excessifs**

Tant que France Télécom est désigné puissant sur les chaînes amont et aval d'un même marché, il lui est loisible de maîtriser l'espace économique qu'il entend réserver à ses concurrents d'une part, et la part qu'il entend répercuter au consommateur d'autre part.

Ce faisant, il existe un risque que certains acteurs de la chaîne de valeur subventionnent tout ou partie de la valeur d'un service au bénéfice ou au détriment d'un autre.

Ainsi lorsque France Télécom est amené à acheminer l'appel d'un des clients de sa boucle locale vers un service terminant chez un autre opérateur (boucle locale fixe ou mobile, 087B ou autre services portant des communications interpersonnelles...) l'Autorité doit s'assurer que le prix facturé par France Télécom ne crée pas de barrière à l'accès au service de l'opérateur ou privilégie l'une des lignes de produits de France Télécom par rapport aux acteurs concurrents.

A cet effet, il nous paraît nécessaire de soumettre les services au départ de la boucle fixe de France Télécom à un contrôle tarifaire visant à vérifier la cohérence de la chaîne de valeur, et soumettre certains d'entre eux à un price cap, notamment les services à destination d'un services mobile (boucle locale mobile ou mvno).

### **C.2.5 Les tarifs d'éviction**

### **C.2.5.1 Tarifs prédateurs**

La notion de tarif prédateur doit être appréhendée de façon spécifique dans les industries de réseaux en raison de la structure de coût très particulière des acteurs, dans lesquelles les coûts fixes liés au déploiement et à l'exploitation sont prépondérants.

Cette structure de coûts est très sensible aux volumes sont des inducteurs très forts.

Cette industrie est généralement caractérisée par une entreprise qui a été, voire reste, en situation de quasi monopole sur l'ensemble de ces marchés, ce qui rend pour les concurrents, la montée en charge particulièrement critique

Les télécommunications s'inscrivent exactement dans ce schéma.

Aussi, il nous apparaît qu'en raison de la structure de ces marchés, le prix prédateur retenu pour évaluer la légalité d'un tarif doit être analysé au regard des coûts moyens complets, c'est-à-dire incluant la partie de coûts fixes afférents à l'activité considérée.

Procéder autrement reviendrait à considérer que tous les opérateurs sont en situation comparable ce qui, dans un marché où l'opérateur historique est dominant à plus de 95% en volume, est une erreur de raisonnement dont les effets seraient irrémédiables pour le marché.

Par ailleurs, et tant que l'Autorité ne disposera pas d'une visibilité suffisante sur la structure de coût de l'opérateur historique et de ses allocations internes notamment des coûts communs et des coûts de structure, la référence pertinente doit être modélisée en tant que de besoin par la reconstitution d'une structure de coût moyens complets type d'un opérateur sans que France Télécom, dès lors qu'il est défaillant à apporter la preuve de la sincérité de ses propres coûts, puisse s'y opposer.

Il appartient à l'Autorité, dans son pouvoir de régulation sectorielle pour lequel elle s'est vue dotée des pouvoirs nécessaire à l'obtention des informations pertinentes notamment sur la structure de coûts de France Télécom, de veiller à l'absence de prix prédateurs et au maintien des espaces économiques nécessaires au fonctionnement du marché.

### **C.2.5.2 Ciseau tarifaire**

Pour l'ensemble des raisons déjà évoquées (puissance sur marchés aval/amont, intégration verticale, ..), le critère du ciseau tarifaire est évidemment un critère majeur du contrôle tarifaire. Il nous apparaît évidemment nécessaire de continuer à imposer cette obligation à France Télécom sur l'ensemble des marchés de détail de services de communication en bande étroite.

Même si en pratique ce critère ne doit pas être le seul critère d'évaluation.

Or, on constate avec l'Autorité, que les cas de ciseau tarifaire ont représenté la grande majorité des avis défavorables rendus par l'Autorité sur les évolutions tarifaires de France Télécom.

Tous tenons à rappeler dans cette contribution que les textes communautaires ont veillé à ce que les autorités sectorielles de régulation des télécommunications puissent utiliser l'ensemble des critères pertinents sans nécessairement réduire leur activité au seul contrôle des ciseaux tarifaires.

La circonstance que le conseil de la concurrence dispose également de la compétence à apprécier outre l'existence de ciseau tarifaire, l'existence des autres critères ne doit pas limiter

l'Autorité dans le champ de sa propre compétence : l'une et l'autre sont comparables mais s'inscrivent dans des horizons de temps qui sont radicalement différents.

L'Autorité sectorielle existe spécifiquement pour permettre aux différents marchés anciennement en monopole de rentrer progressivement dans une logique de plus grande ouverture à la concurrence. Elle doit accompagner ce passage en utilisant dès que cela s'avère nécessaire les moyens de régulation ex ante qui lui ont été accordés à cet effet.

Le nouveau package ne remet pas en cause cette logique et c'est précisément pour cela qu'il s'inscrit dans une logique d'analyse de marché.

Avec plus de 95% du marché en volume et en valeur, le fonctionnement des marchés de détail ne peut être laissé au seul fonctionnement des règles générales de la concurrence car elles sont inadaptées, dans leurs délais de traitement, et donc inefficaces.

### **C.2.5.3 Eviction par l'imposition de conditions contractuelles abusives**

Nous accueillons avec satisfaction la proposition de l'autorité sur le contrôle de conditions contractuelles abusives, qui est une réponse non seulement proportionnée et adaptée mais aussi urgente à un dysfonctionnement insistant dénoncé par la communauté des opérateurs depuis plusieurs années.

En effet, la traduction contractuelle des prestations soumises à contrôle tarifaire a donné lieu à la contractualisation de clause d'exonération de responsabilité au seul bénéfice de France Télécom, de clauses d'engagement minimum de durée abusivement longue, de clauses de préavis de résiliation contractuelle abusivement longue, de clauses restreignant la vente et la prestation à certains usages ou certains clients...

Un des exemples les plus illustratifs est sans doute la clause d'engagement minimum figurant au contrat d'abonnement au service téléphonique de France Télécom. Cette clause contraint un client qui souhaiterait résilier son abonnement pour souscrire à un service de dégroupage total de supporter les mensualités de son abonnement restant à courir jusqu'à la date du 1<sup>er</sup> anniversaire de sa souscription. Une telle clause est manifestement abusive et agit comme une barrière à la sortie absolument inacceptable d'un opérateur en quasi monopole sur ce marché.

En conclusion, neuf télécom propose d'imposer sur les marchés de détail sur lesquels France Télécom est désigné puissant les obligations suivantes :

- Conditionner la commercialisation de tout offre de détail d'un marché sur lequel France Télécom est désigné puissant à :
  - d'une part la répliquabilité tarifaire et opérationnelle de ce service à partir des prestations de gros
  - d'autre part le respect des interdictions suivantes :
    - Interdiction de pratiquer des couplages abusifs
    - Interdiction de pratiquer des tarifs excessifs
    - interdiction de pratiquer des tarifs d'éviction, et notamment des tarifs prédateurs, des ciseaux tarifaires ou l'imposition de conditions contractuelles abusives