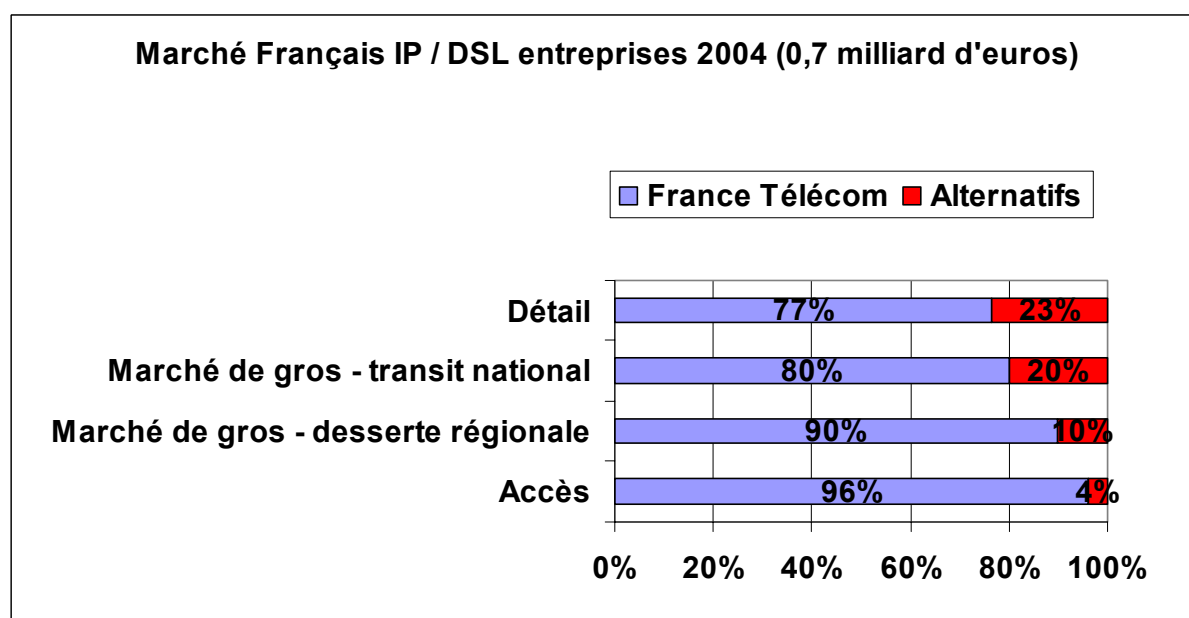


**Réponse de COLT Télécommunications France à la consultation complémentaire
de l'Autorité de Régulation des Télécommunications
relative au marché de gros de l'accès large bande livré au niveau national**

COLT Télécommunications France (COLT) remercie l'Autorité de Régulation des Télécommunications de procéder à un complément de consultation sur le marché de gros de l'accès large bande livré au niveau national. Cependant, COLT exprime son étonnement et inquiétude par rapport au changement de cap pressenti, surtout en ce qui concerne la caractérisation selon laquelle l'offre de gros d'accès large bande de qualité entreprises livrée au niveau national "[...] s'apparente à une pure offre de revente, dans la mesure où aucun réseau n'est nécessaire [...]". Un tel qualificatif, s'il est pertinent quant aux offres de gros de qualité « grand public », n'est pas pertinent pour les offres de qualité entreprises.

Evaluation de la taille du marché des offres DSL à débit garanti aux entreprises

Comme le montre le graphique ci-dessous, la domination du groupe France Télécom est écrasante sur le marché français des offres haut débit pour entreprises en technologie DSL.



Au plan des quantités, si l'on ajoute au parc Turbo-DSL les liens dégroupés utilisés pour connecter les entreprises en débit garanti, le marché doit, selon les estimations de COLT, atteindre à ce jour les 104 000 lignes. Sur ce marché de détail, COLT estime que ses prix moyens facturés par mois à sa base installée (482€ par lien) sont représentatifs de l'ensemble de la base installée du marché. Une simple multiplication ($482 * 12 * 100\,000$) donnant un total annuel de 601 millions d'euros, ce marché, compte tenu des prestations complémentaires, doit avoisiner les 700 millions d'euros.

La valeur globale de ce marché va faire face à une érosion rapide, qui devrait ramener dans les 18 à 24 mois à venir le chiffre d'affaire moyen par lien et mois de 482 € au tarif des affaires signées aujourd'hui (255 €), soit une baisse de 47%.

Signification de l'auto-consommation sur un tel marché

S'il n'est pas imaginable que France Télécom se fournisse massivement auprès d'opérateurs tiers pour des liens en France, des exceptions sont possibles, des cas sont rencontrés, de la part

de filiales de l'opérateur historique disposant d'une certaine autonomie opérationnelle. Dans le sens inverse, l'alternative « *make or buy* » est une réalité pour tous les concurrents de France Télécom, concurrents qui pratiquent l'une ou l'autre des quatre solutions du diagramme ci-dessus selon leur taille sur chaque zone (plaque pour Turbo-DSL, zone arrière pour les répartiteurs) considérée.

Au-delà du critère de la substitution pour apprécier la pertinence de la prise en compte de l'autoconsommation sur les marchés du haut débit, rappelons que France Télécom autoconsomme une proportion énorme du marché national haut débit. En exclure l'autoconsommation serait aberrant et annihilerait tous les progrès réalisés, au bénéfice des utilisateurs finaux et spécifiquement les entreprises, depuis l'ouverture à la concurrence des services de communications électroniques fournis en position déterminée.

En conséquence, comme le montre également l'étude juridique sur l'autoconsommation réalisée par l'AFORST en réponse à la présente consultation, il est indispensable d'inclure l'autoconsommation du groupe France Télécom pour évaluer la puissance de ce groupe sur le marché de gros de l'accès large bande livré au niveau national.

Parts de marché sur le marché de gros du transit national haut débit large bande

Au plan du marché de détail, les opérateurs alternatifs ont pu conquérir une certaine part de marché (un peu moins de 25%) avant que le déploiement de l'architecture de Turbo-DSL ne soit achevé par France Télécom. Si certains opérateurs alternatifs ont pu prolonger et revendre (dans environ 10% des cas) à des opérateurs alternatifs moins capillaires une offre Turbo-DSL achetée à France Télécom, il n'en reste pas moins que France Télécom propose lui-même la prolongation nationale du Turbo-DSL régional à ces mêmes opérateurs (pour un total estimé à 3% des cas) et que les opérateurs alternatifs ont acheté Turbo-DSL pour les besoins de leurs clients entreprises dans environ 10% des cas. Quant au dégroupage total, sur lequel sont construites les offres Turbo-DSL à débit garanti, il n'a été mis en oeuvre par les opérateurs alternatifs que sur quelques milliers de lignes (environ 4% des cas), alors que France Télécom a dû dépasser la centaine de milliers de lignes Turbo-DSL.

Impact sur COLT de la situation actuelle

Depuis le 9 août 2004, date de clôture de la consultation initiale de l'Autorité sur les marchés du haut débit, les choses se sont aggravées pour COLT, comme en témoignent les résultats du troisième trimestre 2004 (voir annexe 1), parus le 20 octobre (EBITDA groupe en baisse de 23% par rapport au 2^{ème} trimestre 2004), en raison des mauvais résultats en France et en Grande-Bretagne.

En France la baisse des prix de détail des accès internet et des réseaux privés virtuels IP s'est accélérée, le prix moyen auquel se concluent les affaires (255€ par lien par mois) se situant désormais 47% en dessous du prix moyen facturé à la base installée (482 € par lien et par mois). Cette baisse laisse COLT capable de :

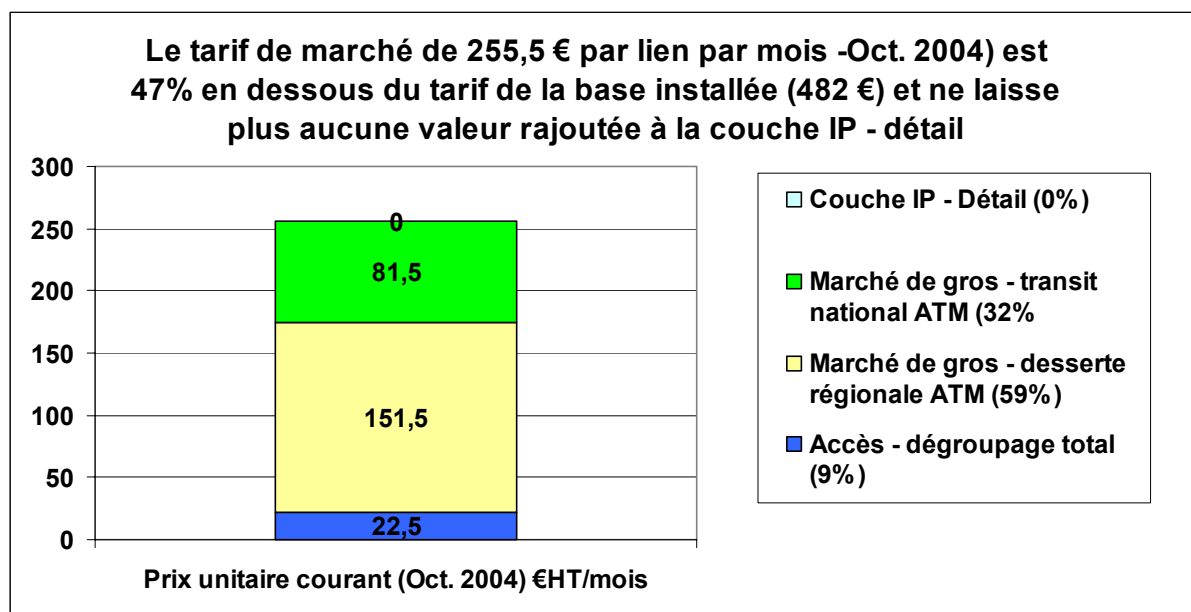
- s'aligner en zone couverte par le réseau de fibres optiques (agglomérations de Paris, de Lyon et centre de Marseille), ainsi qu'en zone dégroupée (Paris et 80% des Hauts de Seine),
- résister en zone où COLT a ouvert une porte Turbo-DSL (voir cartes en annexe 2).

En revanche cette baisse exclut totalement COLT du marché dans le reste de la France.

Rappelons que COLT estime à 72 le nombre de liens Turbo-DSL à signer en un an pour rentabiliser une porte Turbo-DSL dans un délai raisonnable.¹ Sur 115 portes, cela représente une part du marché DSL débit garanti entreprises de 8% minimum (si la répartition des liens était homogène sur toutes les portes), et probablement de 15 à 20% (sachant que les répartitions n'ont aucune raison d'être homogènes).

Si l'on regarde comment se répartissent aujourd'hui les coûts d'un accès IP VPN moyen, on peut distinguer, du bas en haut, quatre couches :

- l'accès DSL, via le dégroupage total, dont le coût a été estimé par l'Autorité à 22,5 € par mois,
- la collecte régionale ATM, définie par le complément (en moyenne 151,50 € par mois) à l'accès disponible grâce au produit Turbo-DSL (en moyenne 174 € par mois) tel qu'il a été homologué sur avis de l'Autorité,
- la collecte nationale ATM, définie par le complément (en moyenne 81,50 € par mois) à Turbo-DSL apporté par les offres de collecte nationale (en moyenne 255,50 € par mois) pratiquées par Cegetel ou France Télécom,
- et enfin la couche du service IP, et de la commercialisation de détail, dont la valeur moyenne sur le parc est de $(482 - 255,5) = 226,5$ €, mais dont la valeur marginale, sur les affaires conclues en septembre-octobre 2004, est nulle.



Ce *squeeze* total ne laisse, hors zone de dégroupage ou de porte Turbo-DSL, aucune place à la fourniture par COLT d'une couche IP au-dessus de la couche ATM, ni à la couverture de frais commerciaux ou administratifs.

Rappelons que les tarifs de Turbo-DSL ne sont pas orientés vers les coûts comme l'a montré COLT grâce au modèle CMILT réalisé pour l'AFORST par la société Analysys, et communiqué à l'Autorité.

¹ Réponse de COLT Télécommunications France au questionnaire qualitatif dégroupage et marché de gros de l'accès haut débit (Octobre 2003)

Services	Type	Element costing en €			Service costing en €	Prix annualisés (fiche tarifaire FT) en €	Mark-up
		1999	2003	2005			
TDSL_acces_T	Service_de_bout_en_bout	36 515	702	470	808	1 470	213%
TDSL_acces_T0	Service_de_bout_en_bout	38 485	766	508	858	1 557	206%
TDSL_acces_T1	Service_de_bout_en_bout	39 020	824	560	915	2 001	257%
TDSL_acces_T2	Service_de_bout_en_bout	39 566	893	623	984	2 553	310%
TDSL_acces_T3	Service_de_bout_en_bout	40 650	1 024	741	1 114	3 588	384%

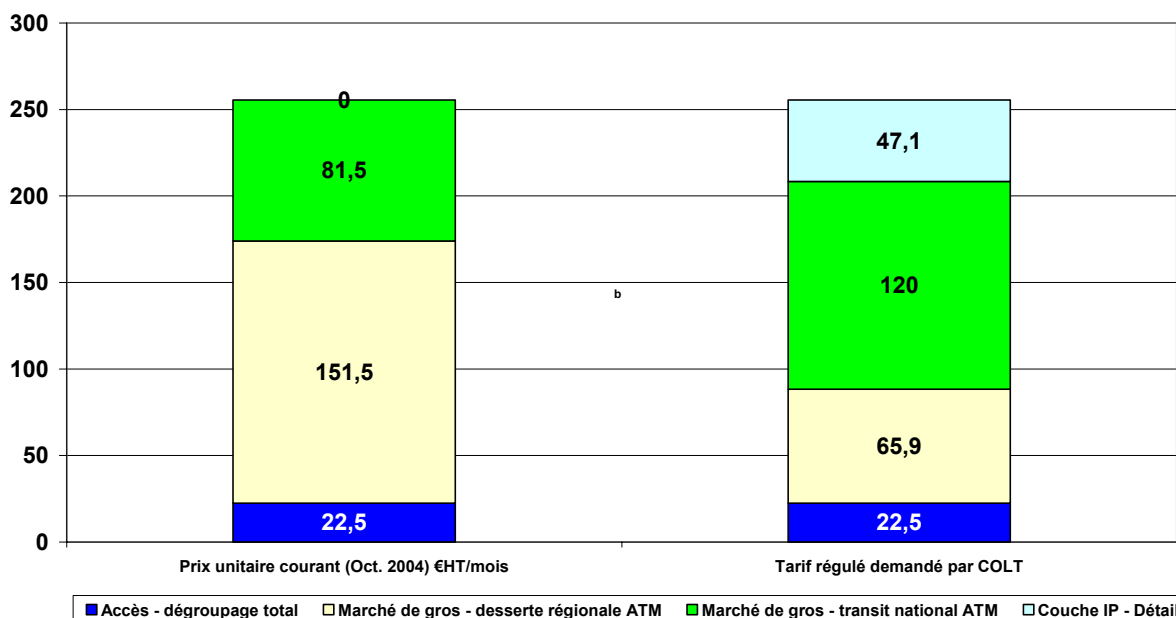
Source : modèle CMILT bottom-up Analysys 2003 mis à jour par COLT en 2004

Le mark-up² des offres T3 (sites éloignés de la porte) est de 384% contre 206% pour les offres T0 (sites proches de la porte).

La demande de COLT en ce qui concerne le marché de l'accès de gros large bande de qualité entreprises est double :

1. orienter vers les coûts le segment «desserte régionale »
2. laisser les offres de l'opérateur puissant sur le marché du transit national (c'est-à-dire de France Télécom) à un niveau suffisamment élevé pour que le retour sur investissement de ceux qui ont investi dans un réseau ATM de collecte régionale, complet ou partiel, soit assuré.

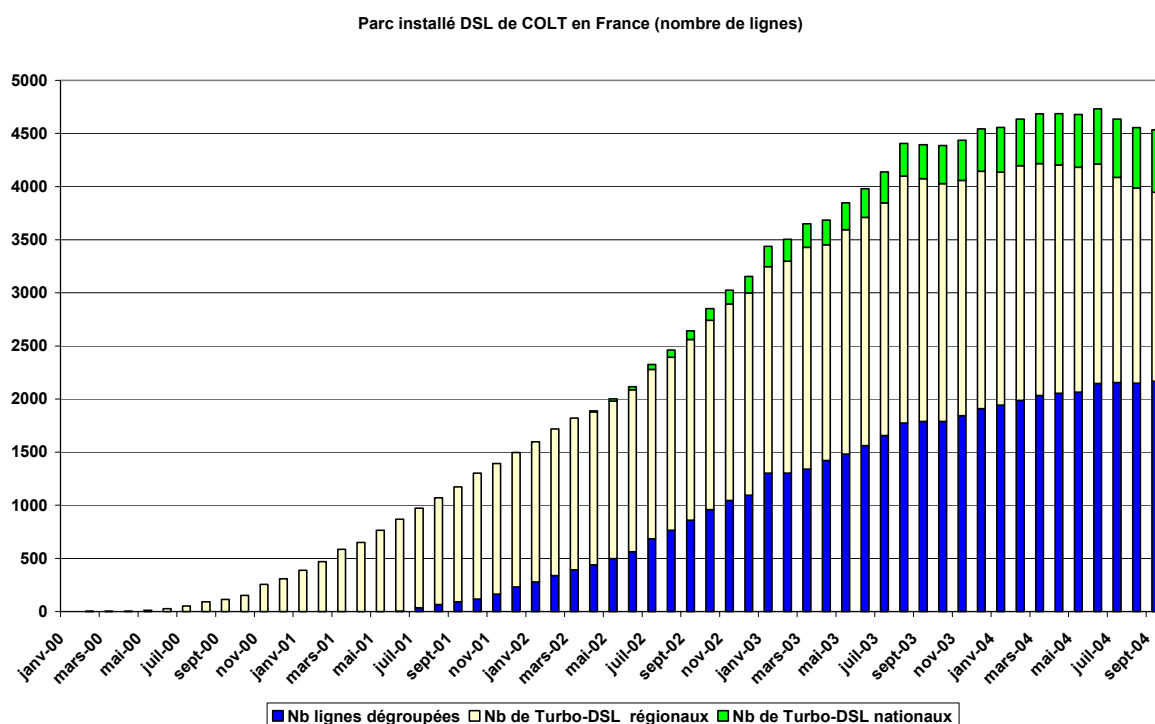
Evolution souhaitée par COLT de la répartition de la valeur ajoutée d'un lien IP VPN national (€ par mois)



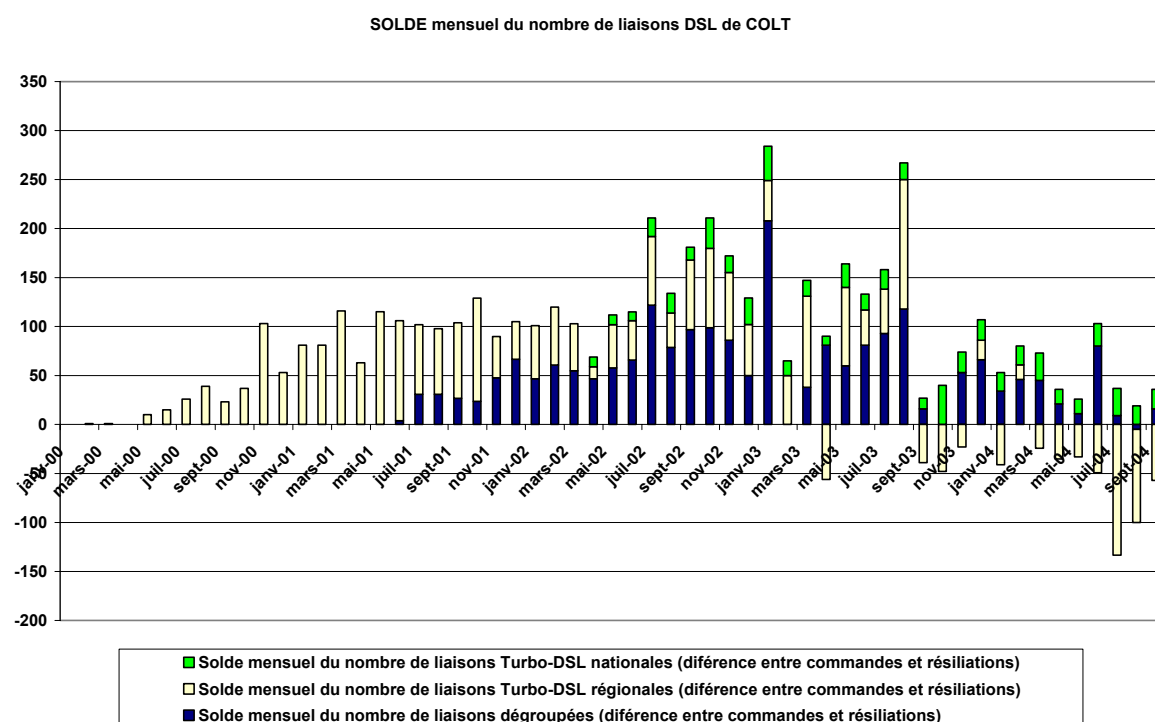
² COLT parle de mark-up et non de marge, car les pourcentages de mark-up sont calculés « en dehors » : ils sont définis par le quotient de la différence (entre le prix de vente et un tarif qui serait orienté vers les coûts) par le tarif qui serait orienté vers les coûts. Au contraire une marge serait calculée « en dedans » comme le quotient de la différence (entre le prix de vente et un tarif qui serait orienté vers les coûts) par le prix de vente.

Parcs, constatés et prévisionnels, d'accès large bande achetés ou vendus au point de livraison national par COLT, fin septembre 2004, fin décembre 2004, fin juin 2005 et fin décembre 2005

L'impact que les quantités de lignes DSL mises en œuvre par COLT en France (déduction faite des résiliations) est le suivant.

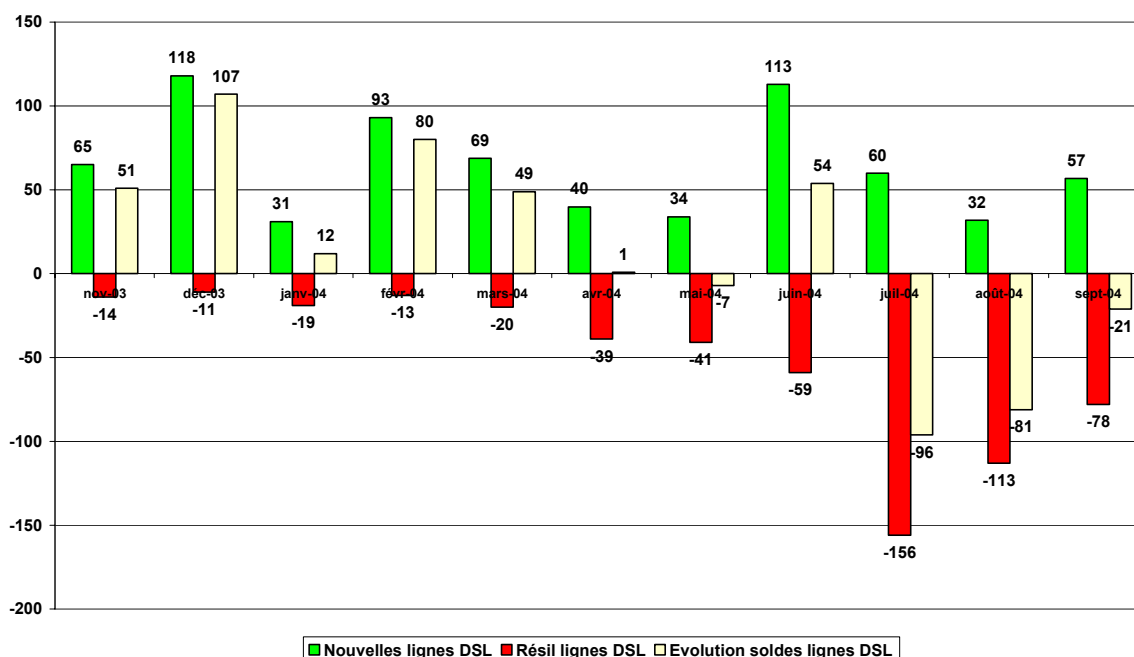


Les variations mensuelles du solde du nombre de liens DSL ont été les suivantes :



Sur les 11 derniers mois, l'impact respectif des nouvelles commandes et des résiliations explique ce solde ainsi.

Variations mensuelles du solde du nombre de lignes DSL de COLT

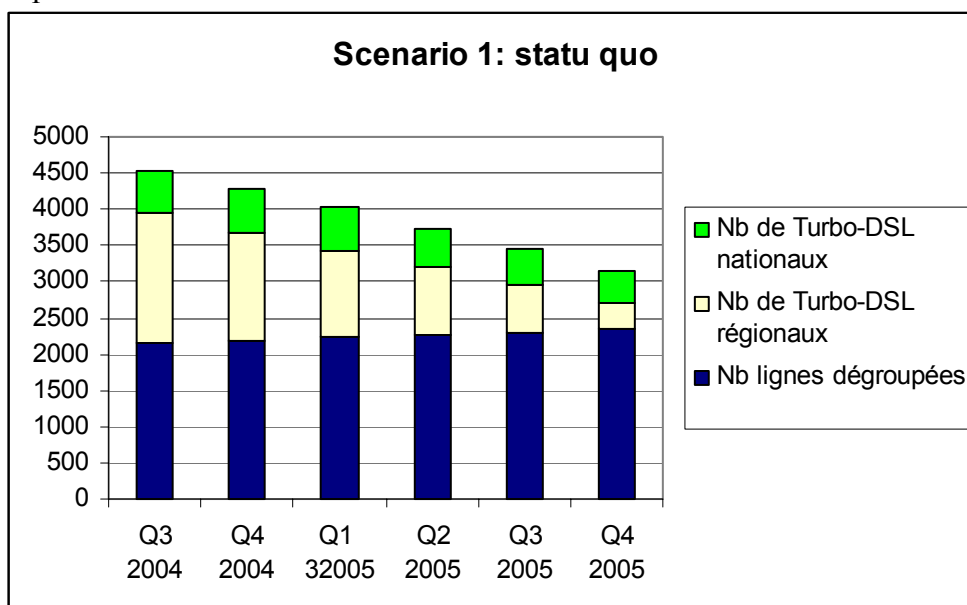


l'Autorité comprendra que, face à une situation aussi difficile, COLT ne saurait faire de prévisions pour 2005 sans anticiper l'impact des décisions réglementaires.

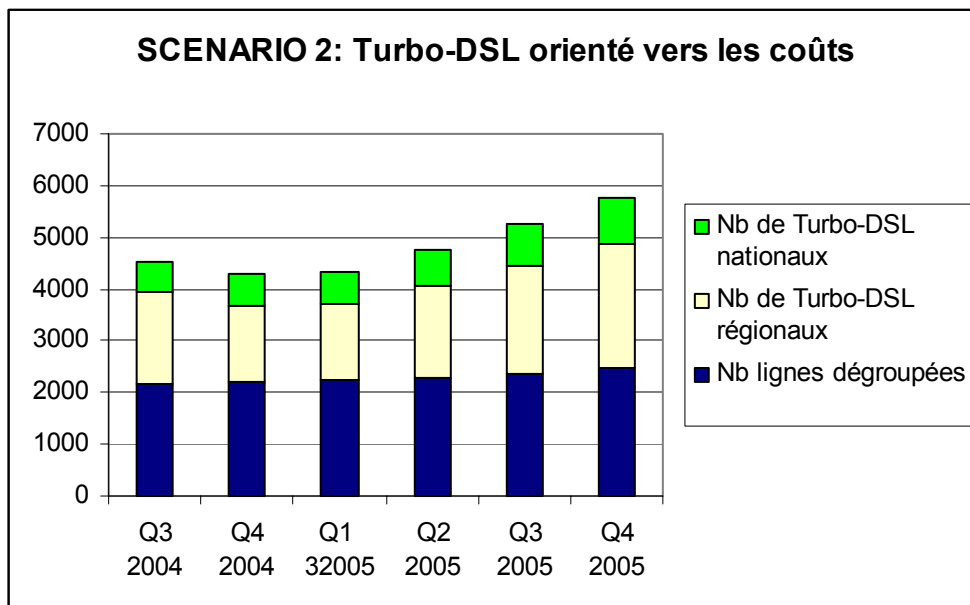
COLT a élaboré les prévisions demandées par l'Autorité selon trois scénarios :

1. Scénario 1 : l'Autorité ne prend aucune des deux mesures préconisées par COLT
2. Scénario 2 : l'Autorité oriente vers les coûts le segment de la collecte régionale de qualité entreprises, mais laisse France Télécom libre d'intervenir sur le marché du transit national haut débit de qualité entreprises.
3. Scénario 3 : l'Autorité oriente vers les coûts le segment de la collecte régionale de qualité entreprises, mais régule le marché du transit national haut débit de qualité entreprises à un niveau proche du niveau actuel.

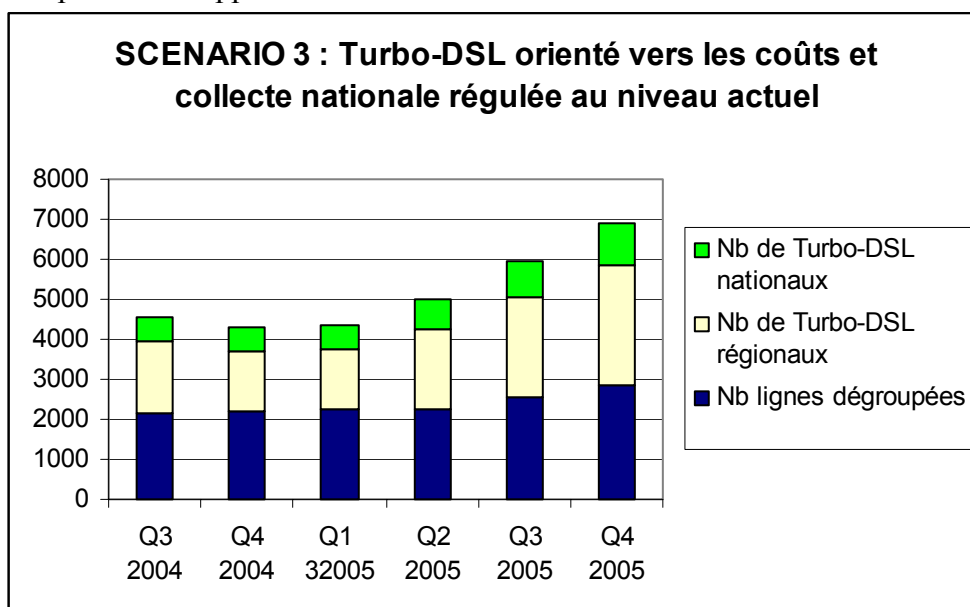
Scénario 1: statu quo



Ce premier scénario perpétuerait le niveau de perte de liens Turbo-DSL livrés au niveau régional au rythme constaté au 3^{ème} trimestre 2004. Ce scénario verrait la base installée Turbo-DSL de COLT livrée au niveau régional laminée par une guerre des prix à laquelle COLT n'aurait même pas le temps de répondre par une relance de son dégroupage. La base installée au niveau national, en moyenne plus récente, serait temporairement protégée par la durée des contrats en cours.



Ce second scénario verrait l'orientation vers les coûts de Turbo-DSL effective au 1^{er} mars 2005. Il permettrait à COLT de repositionner ses prix à des niveaux suffisamment compétitifs pour que la croissance des volumes des lignes DSL justifie une relance du dégroupage, limitée à 40 ou 50 répartiteurs supplémentaires.



Ce troisième scénario permettrait quant à lui une croissance plus importante du nombre de liens DSL, justifiant par là même une relance plus importante du dégroupage (probablement sur 100 à 150 répartiteurs supplémentaires).

Stratégie de COLT face à cette situation

La stratégie de COLT, annoncée le 20 octobre par son nouveau *Chief Executive Officer*, Jean-Yves Charlier, continue à être centrée sur les services aux entreprises via la fibre optique (sur laquelle la SDH fera de plus en plus la place à l'Ethernet) et sur le DSL, là où la fibre n'est pas disponible ou non rentable pour connecter le client. Ce complément DSL doit s'entendre en dégroupage chaque fois que la densité et le coût de la desserte le justifient, et en accès de gros large bande dans les autres cas.

COLT, qui n'a ni bénéficié d'aide d'état, ni fait défaut sur ses dettes, ni dilué massivement la valeur de ses actions par une émission de sauvetage, étudie actuellement les moyens de relancer en France son programme de dégroupage. Les premiers résultats de cette analyse montrent que, par rapport au programme de dégroupage de 2001, ceci nécessitera :

- une nouvelle ingénierie de l'accès et de la desserte (probablement avec des DSLAM IP sur Ethernet et des liaisons de desserte Ethernet),
- de nouveaux services, en particulier la voix sur IP (COLT vient de se doter de Softswitch Siemens à cet effet) et la gestion de LAN pour les entreprises (Secure IT),
- de coûts de desserte nettement plus bas que ceux des offres POP-NRA et Multi-NRA disponibles aujourd'hui.

Position de COLT sur la régulation du marché de gros du haut débit pour offres entreprises

COLT ne conteste pas la structure tarifaire (en portes et en liens) de Turbo-DSL telle que l'Autorité l'a approuvée. En revanche, COLT s'élève contre le fait que les tarifs de Turbo-DSL ne soit pas orientés vers les coûts, à l'instar de ceux d'ADSL Connect, et contre un *pricing* de plus en plus handicapant pour l'acheteur en fonction de la distance.

COLT conteste également le fait que France Télécom pratique pour un service complet au client final entreprises un prix équivalent à celui d'un Turbo-DSL remonté nationalement, aussi bien par ses soins que par un opérateur tel que Cegetel.

C'est pourquoi COLT demande que soit fixé officiellement un tarif de gros Turbo-DSL remonté nationalement par France Télécom, dans le cadre de tests d'effet de ciseaux avec le prix de détail fait par France Télécom (et/ou ses filiales et partenaires) aux utilisateurs finaux (marché entreprises).

Ce tarif régulé devrait être proche du niveau actuel, et, grâce à un jeu de pénalités substantielles liées au respect d'un engagement de volume, effectivement réservé à des entreprises complétant une couverture multi-régionale effective au niveau plaque ou en dégroupage.

Remarques complémentaires sur le marché de l'accès de gros large bande entreprise livré tant au plan régional que national

Compte tenu de l'acuité de l'effet de ciseaux dont est victime COLT de la part de France Télécom, COLT demande à l'Autorité de procéder à une requalification de Turbo-DSL en offre de gros et non à une migration vers une nouvelle offre de référence. COLT demande également que l'Autorité procède à une baisse unilatérale des tarifs Turbo-DSL dès que la mise en oeuvre du nouveau cadre réglementaire lui en donnera le pouvoir, et fasse connaître son projet de baisse dès la communication du projet de décision à la Commission européenne, comme cela est envisagé pour la terminaison mobile.

Conclusion

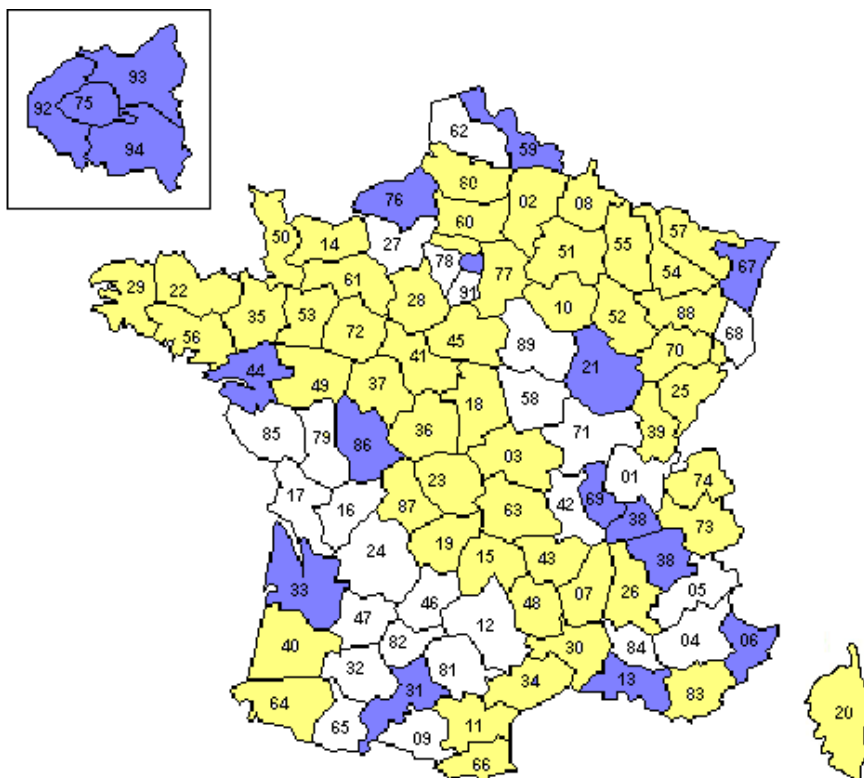
COLT a besoin de Turbo-DSL avec transit national, fixé à un tarif ne bouleversant pas l'équilibre du marché, en complément de :

- (a) son réseau de fibres en propre,
- (b) ses boucles dégroupées,
- (c) Turbo-DSL là où un accès régional est économiquement viable pour COLT.

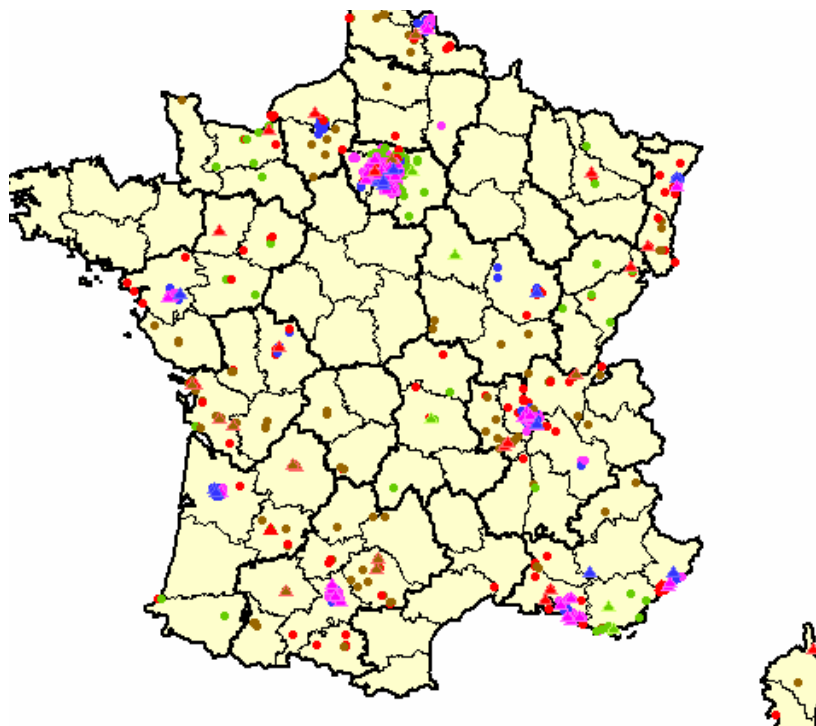
COLT exprime une demande solvable concrète pour une prestation de gros. Vu que COLT est un opérateur de réseau qui est prêt à passer au dégroupage dès que cela devient économiquement viable (=échelle suffisante au niveau local), l'Autorité doit pouvoir conclure qu'il existe bel et bien un marché pertinent qui intègre Turbo-DSL avec transit national ou qui consiste séparément de Turbo-DSL avec hand-over national. Pour COLT, ce marché fait partie du Marché 12 tel que défini par la Recommandation sur les marchés pertinents, et l'Autorité devrait s'attacher d'urgence à définir des remèdes non seulement pour développer le marché résidentiel, mais également des remèdes spécifiques pour préserver et développer le marché entreprises.

Annexe 1 : résultats trimestriels de COLT Telecom Group plc publiés le 20 octobre 2004

Annexe 2 : zones de compétitivité Turbo-DSL de COLT et parc Turbo-DSL



Situation compétitive de COLT depuis début 2003. Avec 115 plaques ouvertes par France Télécom, contre 23 pour COLT, COLT n'achète à l'un des deux tarifs les plus bas (premier brasseur T ou urbainT0) que dans une nombre de plus en plus réduit de départements (indiqué en bleu). COLT n'est plus compétitif du tout dans les départements indiqués en blanc (ou pire en beige).



Géolocalisation des Turbo-DSL de COLT à fin 2003 : la correspondance avec la carte précédente est facile à établir.