

# fête de l'INTERNET

DOSSIER SPÉCIAL DE L'AUTORITÉ DE RÉGULATION DES TÉLÉCOMMUNICATIONS

## INTERVIEW

- 16 **CLAUDIE HAIGNERÉ**  
Ministre déléguée à  
la Recherche et aux  
Nouvelles Technologies



## PAROLE AUX ACTEURS

- 6 **DANIÈLE BLANGILLE**  
AFORM

- 8 **RAFI KOUYOUMDJIAN**  
Tiscali France

- MICHAEL BOUKOBZA**  
Free

- 9 **MARIE-CHRISTINE LEVET**  
T-OnLine/Club-Internet

- RICCARDO DE ANGELIS**  
Telecom Italia France

- OLIVIER HUART**  
Cegetel

- 10 **JACQUES VEYRAT**  
Neuf Telecom

- JEAN-CLAUDE DELMAS**  
Wanadoo

- 11 **STEPHANE TREPPOZ**  
AOL France

- JEAN-LOUIS CONSTANZA**  
Télé 2

- DENIS PLANAT**  
Easynet

- 12 **CATHERINE GABAY**  
Medef

- BERNARD DUPRÉ**  
AFUTT

- 13 **FRANCIS ALDEBERT**  
CCI du Valenciennois

- STÉPHANE MARCOVITCH**  
AFA

- 15 **ISABELLE FALQUE-PIERROTIN**  
Conseil Consultatif  
de l'Internet

## L'action de l'ART pour que l'Internet soit à la fête

La France entre de plain-pied dans la société de l'information. Pour preuve, le développement des offres et services d'accès à Internet haut débit. Toutefois, l'ART se montrera vigilante sur les enjeux de la desserte du territoire et de la qualité de service.

Les derniers mois ont été particulièrement riches en ce qui concerne Internet et en particulier le haut débit avec, notamment, l'apparition d'offres innovantes à des tarifs très attractifs pour le grand public : diffusion audiovisuelle sur la paire de cuivre téléphonique (TV sur ADSL), téléphonie sur IP, multiplication des offres à très haut débit jusqu'à plusieurs mégabits par seconde. Les offres d'accès à Internet se diversifient elles aussi avec le développement des RLAN (WiFi), de l'accès Internet par satellite et par le réseau de distribution électrique (CPL ou courants porteurs en ligne)... En amont de ces offres commerciales, le secteur a connu plusieurs avancées réglementaires importantes : nouvelle offre de référence relative au dégroupage, homologation d'une baisse des tarifs de gros de France Télécom, débat parlementaire visant à autoriser les collectivités locales à devenir opérateurs de télécommunication.

Cette succession d'événements marquants se situe dans un contexte de croissance forte du marché et d'investissement des opérateurs. Le nombre d'abonnés au haut débit a connu une croissance de 100 % pour la deuxième année consécutive, atteignant près de 3,5 millions d'abonnés au 31 décembre 2003, cependant que les tarifs ADSL de détail ont très fortement baissé l'année dernière, pour des débits supérieurs à ceux proposés un an auparavant.

### Haut débit : une notion évolutive

Le terme haut débit n'a pas de définition stabilisée, ni du point de vue réglementaire, ni du point de vue commercial.

## Le haut débit pour tous et partout



Des taux de croissance qui rappellent « la belle époque » du mobile, un marché concurrentiel qui pousse les prix à la baisse, des services innovants comme le « triple play » (voix, données et images animées), des accès possibles bientôt sur presque tout le territoire, des technologies adaptées à tous les besoins, ces quelques faits montrent que l'Internet haut débit se porte bien. La France est à présent dans le peloton de tête européen, tant pour le nombre d'abonnés que pour le niveau de ses tarifs.

Et ce n'est pas fini. Aujourd'hui, si les solutions techniques sont l'ADSL, le câble, le satellite ou le Wi-Fi, demain c'est-à-dire dans les mois qui viennent avec les mobiles de troisième génération, l'Internet va trouver de nouveaux supports pour de nouveaux usages.

Toutes les conditions sont donc aujourd'hui réunies pour que cette dynamique permette très prochainement à l'Internet haut débit d'être présent partout et disponible pour tous, comme l'est déjà l'Internet bas débit.

**Dominique Roux, membre du collège de l'ART**

En pratique, toutes les offres de connexion à Internet dépassant 128 kbit/s sont aujourd'hui considérées comme des offres haut débit. A moyen terme, si définition il doit y avoir, celle-ci sera très probablement dictée par les usages.

Par exemple, quelques mégabits par secondes (Mbit/s) sont nécessaires pour regarder un flux vidéo de qualité satisfaisante en temps réel ; quelques dizaines de kbit/s suffisent pour écouter de la musique en ligne (les radios sur Internet notamment).

suite p. 2

Pour la consultation de pages web ou le courrier électronique, le haut débit améliore le confort, mais, dans ce cas, son principal attrait est sans doute tarifaire. En effet, les prix du haut débit dépendent rarement de la durée de connexion, contrairement à ceux du bas débit utilisant le réseau téléphonique commuté classique. Les offres haut débit commercialisées sont généralement forfaitaires, indépendantes de la durée de connexion. Néanmoins des offres haut débit limitées en durée ou au volume de données échangées, ainsi que des offres « au compteur », sont récemment apparues afin de satisfaire une clientèle plus large, moins consommatrice mais appréciant le confort apporté par le haut débit. On trouve ainsi des forfaits limités à 20 heures de connexion ou bien d'autres à 5 Go de téléchargement et des offres facturées à la minute. Ces offres disponibles à des tarifs comparables à ceux du bas débit contribuent à accélérer la migration des abonnés bas débit vers le haut débit, lorsque ce dernier est disponible bien entendu.

Le bas débit, quant à lui, connaît une stagnation voire une régression depuis mars 2003. Selon les chiffres publiés par l'AFA, le nombre d'abonnés payants (ou actifs à 40 jours) bas débit a atteint un pic à 7,49 millions en mars 2003 avant de décroître depuis. Ce chiffre atteignait 7,215 millions en septembre 2003. Le bas débit reste toutefois le principal moyen d'accéder à Internet sur tout le territoire, pour les utilisateurs non éligibles à l'ADSL en raison de leur éloignement du répartiteur ou de leur situation dans des zones non couvertes par l'ADSL.

### En France, le DSL domine le haut débit

Deux marchés du haut débit coexistent :

le marché professionnel et le marché résidentiel. Pour chacun d'eux, les attentes des clients, notamment en termes de qualité de service, ainsi que leur disposition à payer pour celle-ci, sont très différentes.

Le marché professionnel est très segmenté. En excluant les très hauts débits fournis sur fibres optiques, il génère un chiffre d'affaires estimé à 4 milliards d'euros. Le marché du haut débit résidentiel réalise quant à lui un chiffre d'affaires de l'ordre de 1,5 milliard d'euros, dont plus de 85 % pour la technologie ADSL et environ 10 % pour le câble.

Les technologies ADSL dominent le marché du haut débit résidentiel en France, même si le câble a été le premier média à offrir le haut débit. Dans certains pays, à l'inverse, comme les Etats-Unis, le Royaume-Uni, la Belgique, et plus généralement la plupart des pays du nord de l'Europe, les câblo-opérateurs ont conservé jusqu'à aujourd'hui une part de marché importante, supérieure ou au moins comparable à celle de l'ADSL.

La situation du câble en France est comparativement décevante, et résulte de la conjonction de plusieurs facteurs défavorables, notamment d'ordre réglementaire. Cette faiblesse relative du câble est dommageable pour le développement de la société de l'information. Il est frappant de constater que les pays où les taux de pénétration d'Internet et du haut débit sont les plus élevés, comme le Danemark, la Belgique ou les Etats-Unis, sont ceux où la concurrence entre câble et ADSL est la plus forte. Il faut toutefois rappeler que le haut débit par câble couvre en France 6,5 millions de foyers sur 650 communes ce qui représente un total, estimé par l'AFORM (Association française des opérateurs de réseaux multiservices), de 15,5 millions d'utilisateurs potentiels. Parmi ces 6,5 millions de foyers con-

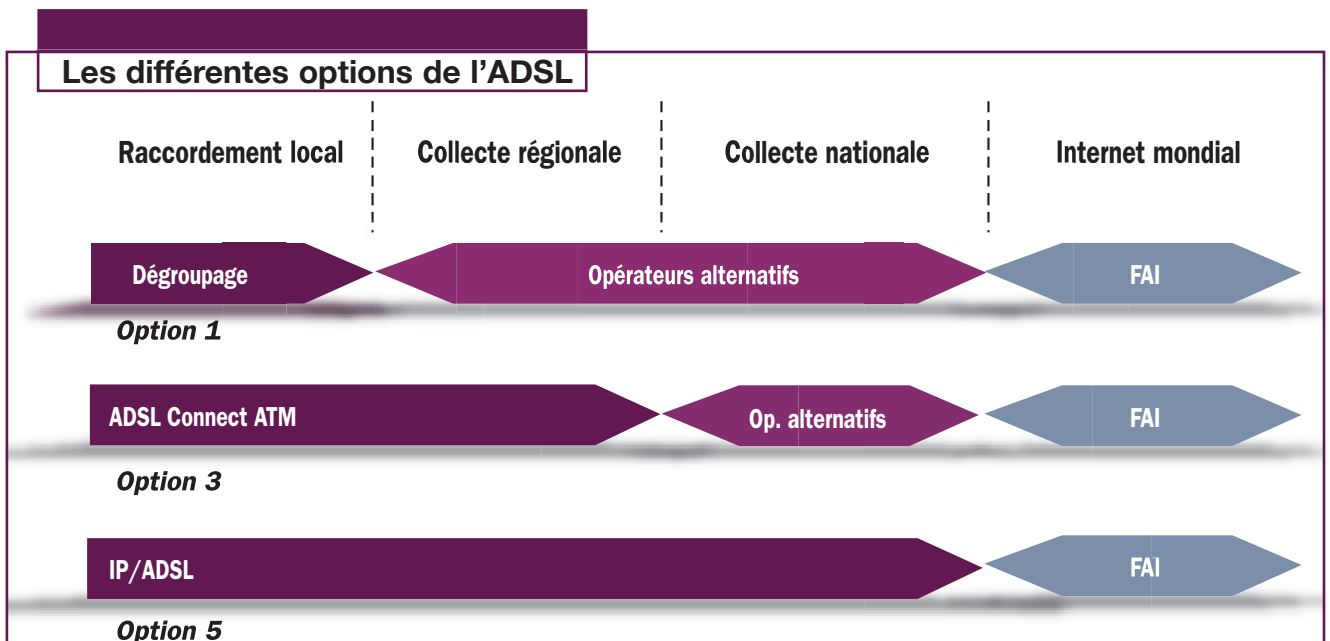
nectés, 393 000 environ avaient souscrit fin décembre 2003 à une offre d'accès à Internet haut débit par câble, soit 11% des abonnés haut débit.

### Les technologies sans fil

Le vecteur du haut débit aujourd'hui ne repose pas uniquement sur le réseau fixe, paire de cuivre avec l'xDSL ou fil électrique avec le CPL (courant porteur en ligne). En effet, le haut débit mobile, avec la 3G (troisième génération de mobiles) s'apprête à être lancé en France alors que les offres intermédiaires (2,5G) connaissent un succès grandissant auprès du grand public : WAP, MMS, iMode... Le WiFi se développe également avec la création de nombreux hot spots (points d'accès à Internet sans fil). Des standards en cours de développement, notamment le WiMax, vont permettre d'étendre la couverture et d'augmenter les débits. La BLR (boucle locale radio) est également une technologie d'accès à Internet haut débit, plus spécialement réservée aux gros utilisateurs en zone rurale. Les satellites multimédia de nouvelle génération bi-directionnels intégrant une voie de retour permettent également d'offrir des services d'accès avec des débits importants en voie descendante et présentent l'avantage d'offrir une couverture totale du territoire. Enfin, il est tout à fait possible d'associer plusieurs technologies sans fil entre elles par exemple le WiFi et le satellite.

### Usages : la convergence devient réalité

Les usages résidentiels du haut débit sont multiples et ont très largement évolué avec les multiplications des connexions illimitées et



haut débit. L'étude réalisée au premier semestre 2003 par le CREDOC à la demande du CGTI et de l'ART avait mis en lumière un certain nombre de nouveaux usages, en particulier chez les plus jeunes. Ainsi, le téléchargement de musique sur Internet, de petits clips vidéo ou encore la participation à des jeux en réseau apparaissent comme des motivations importantes des internautes. Corrélativement, de nombreux fournisseurs d'accès haut débit proposent à leurs clients un « portail haut débit » qui permet de les orienter vers les contenus attrayants et licites. Des sites proposent des téléchargements de bandes annonce de films ou de morceaux de musique, parfois contre rémunération.

La fin de l'année 2003 aura surtout vu la naissance en France d'offres d'une autre nature et aux possibilités très riches : les offres « triple play ». Combinant à la fois l'accès à Internet haut débit, la téléphonie illimitée ou très peu coûteuse (voix sur IP) et l'accès à des contenus audiovisuels (télévision et vidéo à la demande), ces offres suscitent beaucoup d'intérêt chez les opérateurs. La convergence des télécommunications et de l'audiovisuel, tant annoncée durant la période qu'il est convenu d'appeler « la bulle Internet », voit enfin le jour. Cette convergence apporte une véritable interactivité à la télévision, notamment grâce à la voie de retour que l'ADSL permet et de nouveaux services apparaissent avec la vidéo à la demande.

Si ces offres d'un nouveau genre ont vu le jour, c'est essentiellement dû à l'effet stimulateur de la concurrence sur les acteurs du secteur. L'apparition des offres de téléphonie sur IP et de diffusion de programmes audiovisuels sur ADSL appellera ainsi toute la vigilance de l'ART et plus généralement des autorités de concurrence. En effet, seule la mise en place de conditions de concurrence équitables entre les acteurs permet un développement durable du marché, une diversification technique et tarifaire des offres, et une baisse significative des prix de détail.

## L'action de l'ART

Afin que la concurrence sur le haut débit se développe en France, les fournisseurs d'accès à Internet (FAI) et opérateurs alternatifs doivent nécessairement utiliser le réseau de l'opérateur historique, infrastructure d'accès, non duplicable à un coût raisonnable par un opérateur nouvel entrant. Dès lors, le travail de l'ART a consisté, depuis maintenant quatre ans, à définir les offres d'accès ou d'interconnexion à son réseau que France Télécom devait fournir à ses concurrents.

En décembre 1999, l'ART a demandé que France Télécom soumette à homologation les tarifs de ses offres de détail et de gros, dites d'option 5, à destination des fournisseurs d'accès à Internet.



En juin 2000, le Conseil de la Concurrence a enjoint à France Télécom de fournir aux opérateurs alternatifs une offre de revente en gros, dite d'option 3, leur permettant de construire leurs propres offres de type option 5 ou de détail.

En décembre de la même année, le Parlement européen a imposé à tous les opérateurs historiques la publication d'une offre de référence relative au dégroupage, dite d'option 1. Celle-ci permet l'accès des opérateurs alternatifs à la paire de cuivre nue, qu'ils équipent avec leurs propres matériels ADSL, afin de concurrencer sur le marché de gros les options 3 et 5 de l'opérateur historique et permettre aux FAI de commercialiser des offres de détail concurrentielles de celles de Wanadoo, filiale de France Télécom.

Fin 2000, le dispositif réglementaire était donc quasiment complet, et comportait les trois modes de régulation du haut débit, toujours en vigueur aujourd'hui. (voir encadré)

Depuis, l'action de l'ART a essentiellement consisté à inciter France Télécom à améliorer l'offre de dégroupage pour les opérateurs alternatifs. L'ART a veillé à ce que France Télécom propose également une offre de collecte en gros des accès ADSL à un niveau intermédiaire du réseau (option 3), suffisamment attractive pour les opérateurs alternatifs, mais qui ne les décourage pas de dégroupier la boucle locale. Enfin, l'ART s'est attachée à permettre à France Télécom de baisser progressivement les tarifs de son offre aux fournisseurs d'accès à Internet, et notamment à Wanadoo, en restituant les baisses de coûts au marché.

A mi-2002 France Télécom publie l'offre de référence relative au dégroupage qui déclenche fin 2002 le démarrage effectif du dégroupage. Depuis mi-2003 un nombre significatif d'accès ADSL sont fournis via l'option 3. Aujourd'hui, Wanadoo a lui-même effectué plusieurs annonces indiquant qu'il s'approvisionne auprès de sa maison mère en partie en option 3.

L'année 2003 a donc été marquée par le

La fin de l'année 2003 aura vu la naissance d'offres d'une autre **nature** et aux **possibilités très riches** : les offres "triple play"

développement de la concurrence entre les opérateurs alternatifs utilisant le dégroupage ou l'option 3 et France Télécom. Les bénéfices pour le consommateur ont été immédiats, autant par le développement de nouvelles offres que par l'effet d'aiguillon que les nouveaux entrants ont pu avoir sur l'opérateur historique. Résultat, le nombre de nouveaux accès ADSL en France en 2003 est le plus important d'Europe, supérieur au nombre d'accès cumulé des trois années précédentes. Le nombre de lignes dégroupées par les opérateurs alternatifs est le deuxième plus important d'Europe. Les prix de détail ont été divisés par presque deux. Enfin, tant les opérateurs alternatifs que France Télécom ont quasiment doublé leur couverture géographique.

## Les évolutions réglementaires

C'est dans ce contexte que l'ART a pris, fin 2003, une nouvelle décision en faveur du développement du haut débit en donnant à la ministre chargée des télécommunications un avis favorable à une baisse différenciée des tarifs de l'option 5 de France Télécom.

Parallèlement, France Télécom a publié le 12 décembre 2003 une nouvelle version de son offre de référence relative au dégroupage de la boucle locale, qui n'avait pas évolué depuis l'été 2002. Les principales avancées concernent la qualité de service. Un système de pénalités est désormais prévu lorsque France Télécom livre des ressources en retard, de même que sont précisées les conditions d'installation des équipements DSL des opérateurs alternatifs pour leur permettre d'équiper des sites plus petits ou précédemment saturés.

### L'intervention des collectivités

Plusieurs défis restent à relever en 2004 pour que le marché puisse continuer à se développer.

Le premier concerne le développement de la concurrence sur le marché professionnel, notamment TPE et PME. La France est en effet l'un des pays d'Europe où le nombre de lignes totalement dégroupées est le moins élevé. Le dégroupage total vise principalement les entreprises. Il consiste à dégroupier l'accès, à la fois pour le trafic téléphonique et pour le trafic de données haut débit et peut être utilisé pour interconnecter différents sites. Il est peu développé, notamment en raison d'une qualité de service insuffisante pour ce type de clientèle.

Le deuxième défi concerne l'accessibilité à l'ADSL. Des raisons techniques imposent une limitation à l'utilisation de cette techno-

logie. Au-delà d'une distance d'environ 5 km entre l'abonné et le répartiteur de France Télécom, l'ADSL n'est plus disponible en raison de l'affaiblissement du signal. Des améliorations sont attendues avec les évolutions techniques, notamment le ReADSL (Reach Extended ADSL).

Outre ces contraintes techniques, l'ADSL est encore loin de couvrir de manière homogène l'ensemble du pays. Il existe des limitations économiques à l'extension de la couverture ADSL. En effet, il n'est pas toujours économiquement viable d'équiper les plus petits répartiteurs en raison des coûts fixes importants à supporter. Compte-tenu des enjeux économiques et sociaux du haut débit, certaines collectivités territoriales se mobilisent afin d'accroître la couverture numérique. Aujourd'hui, on dénombre au moins 140 projets pour élargir l'accès au haut débit, représentant un investissement de plus de 740 millions d'euros, dont une trentaine déjà bien engagés de la part de communautés d'agglomérations, de conseils généraux ou de conseils régionaux. Certaines diagnostiquent une absence pure et simple d'offre de détail haut débit sur leur territoire, d'autres une concurrence ou une offre d'infrastructures de télécommunication insuffisante. L'ART s'est prononcée à plusieurs reprises en faveur de l'intervention des collectivités telle qu'elle se pratique déjà dans plusieurs pays d'Europe.

Le législateur devrait fixer, dans les semaines qui viennent, un nouveau cadre juridique sécurisant pour leur intervention.

### Les facteurs de succès

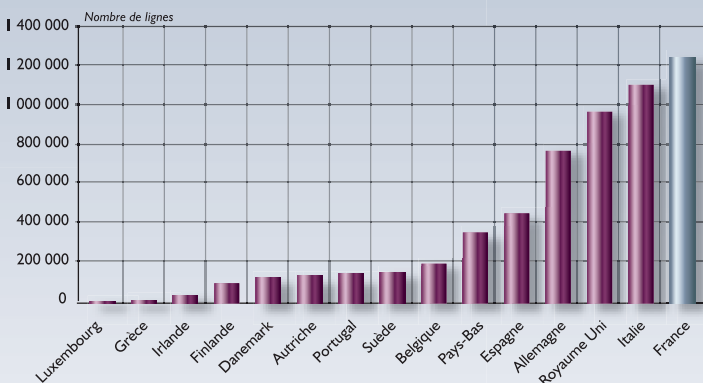
Les facteurs de succès pour le marché et la régulation du haut débit en 2004 font écho aux difficultés actuelles. Il s'agira notamment :

- d'améliorer la qualité de service du dégroupage, et notamment du dégroupage total, afin de la mettre au niveau des offres de gros ou de détail que France Télécom propose aux clientèles résidentielle et surtout professionnelle ;
- d'accompagner les collectivités qui le souhaitent, afin de les aider, d'une part à articuler leur intervention avec celle du secteur privé, dans une logique de maximisation des effets de levier et, d'autre part, à diminuer le risque juridique de l'intervention publique dans un secteur ouvert à la concurrence ;
- de réussir la mise en œuvre du nouveau cadre réglementaire qui devra permettre de disposer d'offres de gros de France Télécom et des mécanismes de leur régulation proportionnés aux enjeux et aux attentes du secteur et des consommateurs finaux.

Si ces conditions sont réunies, l'année 2004 devrait voir se développer la concurrence sur le haut débit DSL, y compris sur le marché professionnel. Du point de vue géographique, l'objectif d'une couverture potentielle de plus de la moitié des ménages et entreprises semble raisonnable. Du point de vue des services, les offres doubles ou triples avec accès Internet, voix sur IP et diffusion audiovisuelle pourraient se développer rapidement. ■

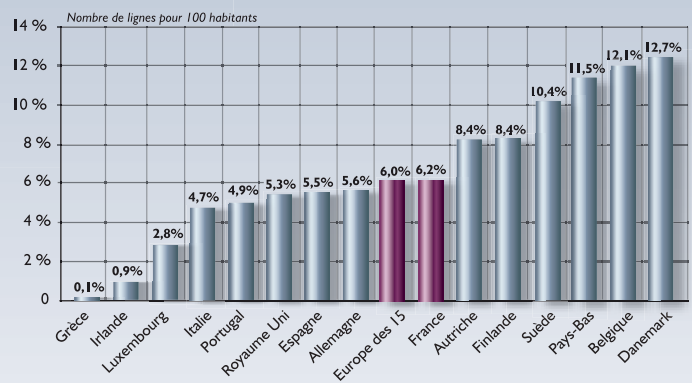
## LE HAUT-DÉBIT, COMPARAISONS EUROPÉENNES

Source : Commission européenne



### CROISSANCE DU PARC HAUT DÉBIT ENTRE LE 1<sup>ER</sup> JUILLET 2003 ET LE 1<sup>ER</sup> JANVIER 2004

Le haut débit a continué au second semestre 2003 à se développer rapidement dans la plupart des pays européens. Parmi ceux-ci, le marché français apparaît particulièrement dynamique, avec la croissance du parc la plus importante sur les 6 derniers mois.



### TAUX DE PÉNÉTRATION DU HAUT DÉBIT AU 1<sup>ER</sup> JANVIER 2004

En terme de taux de pénétration (nombre d'accès haut débit rapporté à la population), la France se situe dans la moyenne européenne, qu'elle dépasse pour la première fois.

# La télévision arrive sur l'ADSL

La fin 2003 a été marquée par le lancement des premières offres de télévision sur ADSL par Free et France Télécom. D'autres offres devraient arriver sur le marché dans les prochains mois.



Depuis le 1<sup>er</sup> décembre 2003, Free propose à tous ses clients dégroupés et disposant d'une Freebox une offre "triple play". Celle-ci inclut un accès illimité à Internet haut débit (2048 bit/s en réception), le téléphone gratuit vers la France métropolitaine (hors mobiles) et l'accès à une variété de chaînes de télévision (une centaine) agrégées dans un bouquet ou vendues à l'unité sans durée d'engagement. La fourniture de l'équipement de connexion (le modem/décodeur Freebox) est incluse dans le prix du forfait. Pour le FAI, cet accès à la TV sur ADSL constitue un complément de son offre d'accès à Internet haut débit.



Ci dessus la Tout 9 de Neuf Telecom (LDCOM) et, avec le téléviseur, le nouveau modèle de la Freebox de Free.

ture par les opérateurs alternatifs d'offres "triple play" sur le marché résidentiel, rendue possible par le dégroupage partiel de la boucle locale, leur permet en effet de rentabiliser au mieux les investissements qu'ils ont consentis en matière d'accès. France Télécom prévoit à ce stade de proposer son offre "Ma Ligne TV" dans des zones où les opérateurs sont présents ou susceptibles d'être présents à travers le dégroupage.

page. Cependant, la position particulière de France Télécom sur la boucle locale justifie que l'Autorité veille à ce que les opérateurs alternatifs soient en mesure de construire des offres équivalentes à "Ma Ligne TV" par le dégroupage, de sorte qu'une véritable concurrence puisse se développer sur ce service naissant. En effet, l'ART relève que, dans l'hypothèse d'un fort développement des offres d'accès télévisuel, une concurrence insuffisante pourrait avoir des incidences sur l'ensemble des services à haut débit. ■

De son côté, France Télécom a lancé le 18 décembre dernier à Lyon son offre d'accès à des services audiovisuels via l'ADSL, dénommée "Ma Ligne TV". Les clients qui souhaitent, en plus de la vidéo à la demande, accéder à un bouquet de chaînes de télévision, doivent souscrire auprès d'un distributeur de programmes TV un abonnement à un bouquet. France Télécom a signé un premier partenariat avec TPS, opérateur d'un bouquet satellite. Ce dernier propose l'offre "TPS L" aux clients de "Ma Ligne TV". Un partenariat avec le groupe Canal Plus a également été signé. La souscription à "Ma Ligne TV" est indépendante et pas toujours compatible avec un abonnement à une offre d'accès à Internet à haut débit par ADSL. Les offres d'accès à Internet par ADSL fondées sur le dégroupage de la boucle locale sont ainsi incompatibles avec "Ma Ligne TV".

## L'ART veille à la répliquabilité technique

Par ailleurs, les opérateurs Neuf Telecom (LDCOM) et Cegetel ont passé un accord avec le groupe Canal Plus pour fournir à leurs clients ADSL dégroupés une offre d'accès au bouquet Canal Satellite. Le premier semestre 2004 devrait donc progressivement voir fleurir de nouvelles offres de TV sur ADSL de la part d'opérateurs dégroupés. La fourni-

## La voix sur IP trouve sa voie



La voix sur IP semble avoir trouvé, avec l'ADSL ou le câble, le média lui permettant de se développer.

« Le développement d'offres de transfert de la voix fondées sur des technologies IP constitue un élément important de l'évolution du marché des télécommunications. Il pourrait contribuer à terme à modifier l'économie des réseaux et permettra des évolutions des offres de services ». En 1999 déjà, à l'issue d'un appel

à commentaires sur le sujet, l'ART estimait en ces termes l'avenir de la voix sur IP. Aujourd'hui, le développement du haut débit et la maturité des équipements de nouvelle génération dans les réseaux permettent à la voix sur IP de s'insérer dans l'offre des opérateurs et d'offrir un service attrayant pour les clients. Bridée par la faiblesse des débits sur l'accès Internet commuté, la voix sur IP s'impose sur l'ADSL et sur le câble. Les anciens modèles économiques reposant sur la durée des communications et la distance font place à de nouveaux modes de facturation variés et innovants : forfaits illimités, communications gratuites illimitées

entre les clients du réseau "on-net", etc. Au Japon, Yahoo BB revendique à fin 2003 près de 3,5 millions d'abonnés pour son service de voix sur IP intégré dans son offre d'accès DSL. Aux Etats Unis, Vonage propose des communications voix illimitées sur l'ensemble des Etats pour un simple forfait. Un adaptateur permet de raccorder son téléphone classique à l'accès haut débit ADSL ou câble afin de bénéficier de ce service de voix sur IP qui rencontre toutefois un succès encore très modéré si on le compare au nombre d'abonnés au réseau commuté. En France, les fournisseurs d'accès à Internet Free, avec sa "Freebox" ou 9 Online avec son modem "Tout 9", proposent des offres "double ou triple play", associant accès à Internet haut débit, téléphonie sur IP (avec un téléphone traditionnel) et, pour le premier, diffusion de chaînes de télévision. Après des années de promesses, une dynamique s'enclenche autour de la voix sur IP, qui va s'installer durablement dans le paysage des télécommunications. ■



Téléphonie sur Internet, dossier disponible en téléchargement sur le site Internet de l'ART.

## DANIÈLE BLANGILLE

**Estimez-vous que les câblo-opérateurs ont pris toutes les mesures pour développer le haut débit sur le câble ?**

N'oubliez pas que ce sont les câblo-opérateurs qui ont lancé les premiers, fin 1997, Internet haut débit en France. Cela a demandé des investissements considérables : au total 2 Mds d'€ sur les six dernières années. Aujourd'hui, le haut débit est disponible sur 71 % des réseaux câblés. Les câblo-opérateurs continuent la mise à niveau leurs réseaux et à proposer des services toujours plus innovants (comme par exemple la télévision sur IP).

**Le multiplay est-il nécessaire pour redynamiser le câble ?**

Il s'agit plutôt d'une évolution naturelle des réseaux quels qu'ils soient. Grâce aux évolutions technologiques (numérisation, progrès de la compression), tous les opérateurs cherchent à élargir leur offre



## DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE DE L'AFORM

Association Française des Opérateurs de Réseaux Multiservices

avec de l'Internet sur le réseau commuté, le satellite et les réseaux électriques, de la TV sur l'ADSL, etc...

**Quid de la télévision interactive ?**

Là encore, au risque de me répéter, le câble a été un pionnier dans ce domaine puisque le préalable à la télévision interactive est la numérisation des réseaux. Or, c'est le cas pour 87 % des prises câblées. Cette numérisation a permis de proposer plus de chaînes et des nouveaux services comme les films à la demande, et les services à la demande (météo, trafic, infos). L'arrivée de la télévision sur IP, d'ores et déjà disponible chez certains câblo-opérateurs, laisse prévoir encore bien d'autres évolutions.

**Craignez vous la concurrence de l'ADSL dans la diffusion de programmes audiovisuels ?**

L'ADSL est un concurrent comme un autre dans la diffusion des programmes audiovisuels... sous réserve que les mêmes règles lui soient appliquées, notamment en matière de législation sur les droits d'auteurs.

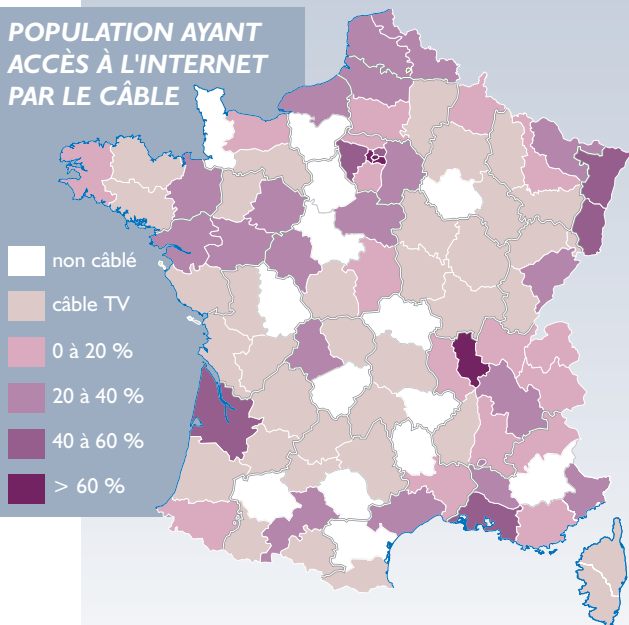
**Que pensez vous de l'évolution prévue de la réglementation pour le câble ?**

Il nous faut attendre que la loi sur les communications électroniques soit votée... D'ores et déjà, même si des problèmes subsistent, nous avons des motifs de satisfaction, puisqu'un certain nombre de mesures envisagées reconnaissent au câble son statut de réseau technologiquement neutre, soumis aux mêmes règles que les autres réseaux de communications électroniques.

www.aform.fr

## LE CÂBLE EN CHIFFRES

### POPULATION AYANT ACCÈS À L'INTERNET PAR LE CÂBLE



### LES ABONNÉS AU CÂBLE ET LA VENTILATION DES ABONNEMENTS

	1998	1999	2000	2001	2002	2003
abonnés tous services	2 588 618	2 834 639	3 055 409	3 375 209	3 588 753	3 707 508
abonnés TV	2 580 830	2 819 840	3 020 418	3 239 411	3 430 194	3 523 275
abonnés Internet	13 464	50 217	126 601	188 522	282 992	393 854
abonnés téléphone	1 856	11 820	40 308	62 012	56 185	nc

### Au 31 décembre 2003

**3 707 508** abonnés au câble  
dont **393 861** abonnés à un service Internet haut-débit

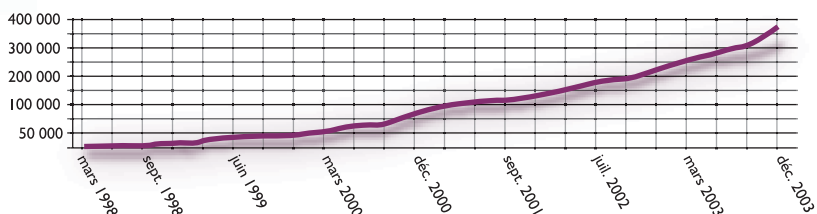
**11,5 M** de prises potentielles,  
**8,8 M** de prises commercialisables

**71%** des prises permettent de recevoir une offre Internet

**22,3 M** d'habitants résident dans une ville câblée,  
soit **1/3** des Français répartis sur 1637 communes

### NOMBRE DE FOYERS ABONNÉS AU CÂBLE ET RECEVANT INTERNET HAUT-DÉBIT

Le nombre d'abonnés recevant Internet illimité est de 393 854 (+ 39 % en un an). A ce jour, l'offre Internet par le câble est disponible pour 6,3 millions de prises dans près de 650 communes représentant près de 15,5 millions d'habitants.



Source : AFORM

# Le haut-débit, ce n'est pas que l'ADSL

Câble, CPL, WiFi, boucle locale radio, satellites et fibres optiques peuvent être des alternatives ou se combiner pour permettre l'accès à Internet haut débit.



Copyright : Pierre-François Grosjean

**L**e haut débit en France, c'est aujourd'hui majoritairement l'utilisation de la technologie DSL sur la paire de cuivre. Mais il existe d'autres technologies, filaires ou sans fil, permettant d'accéder au haut-débit !

Le câble tout d'abord, qui est largement déployé dans certains pays d'Europe de l'Ouest - Pays Bas, Belgique, Allemagne - mais ne dispose que d'une couverture limitée dans notre pays.

Les courants porteurs en ligne (CPL) bénéficient d'un regain d'intérêt mais des limites subsistent encore en terme de normalisation. Les investissements en R&D se focalisent actuellement vers des débits de l'ordre de la dizaine de Mbit/s afin d'améliorer les performances intrinsèques sur le réseau d'accès mais également d'étendre le potentiel des CPL sur le réseau de collecte.

D'ores et déjà, dans le cadre des réseaux locaux, les CPL affrontent la concurrence des standards IEEE 802.11 b bénéficiant du label WiFi, qui garantit l'interopérabilité de produits de divers

fournisseurs. Les débits théoriques de l'ordre d'une dizaine de Mbit/s sont attractifs mais doivent être partagés entre les utilisateurs du point d'accès. La portée relative de l'ordre de 200 à 300 m, permettant seulement des réseaux de type " hotspot ".

D'autres standards sont en cours de développement, par exemple l'IEEE 802.11a dans la bande des 5GHz pour atteindre des débits de plusieurs dizaines de Mbit/s. Un rapprochement avec la norme européenne Hiperlan 2 est également en cours.

La boucle locale radio (BLR), qui consiste à remplacer les liaisons filaires par des liaisons radio point à multi point, permet la fourniture de services voix et données à haut débit. De nouveaux standards développés par l'IEEE et l'ETSI (Hiperlan3, Hiperlink, Hiperaccess) relancent actuellement une dynamique autour de ces solutions haut débit de plusieurs dizaines de Mbit/s.

Les satellites multimédia de nouvelle génération bi-directionnels intégrant une voie de retour permettent des offres de débits qui ont deux atouts majeurs : le débit descendant et la couverture territoriale.

Enfin, la fibre jusqu'à l'abonné (Fiber to the Home ou Fiber To the Building) voire jusqu'au sous-répartiteur (Fiber to the cab) permet de proposer des débits supérieurs à 10 Mbit/s ainsi qu'une large

*Wifi dans les lieux publics, BLR ou satellite lorsque l'ADSL n'est pas encore disponible, chaque usager peut bénéficier de l'Internet haut-débit avec la technologie de son choix.*

gamme de services. Les deux exemples les plus significatifs en Europe sont, à ce jour, les opérateurs Fast Web en Italie et Bredbandsbolaget en Suède.

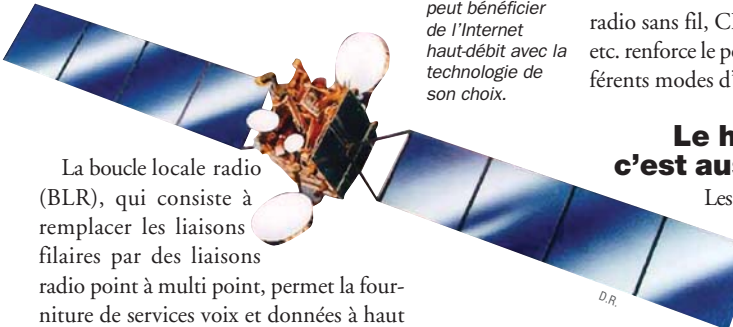
Bien entendu, la combinaison des différentes technologies d'accès satellite, accès radio sans fil, CPL et fibre, DSL et Wifi, etc. renforce le potentiel théorique des différents modes d'accès haut débit.

## Le haut débit c'est aussi du mobile

Les réseaux mobiles effectuent une lente mutation vers les réseaux de données. Le GPRS (20/40 kbit/s), évolution du GSM, marque une première étape et laisse, d'ores et déjà percevoir de nouveaux usages en fonction de l'évolution des performances. La vidéo, sous toutes ses formes, (téléchargement, streaming voire diffusion) constitue l'un des enjeux des réseaux mobiles dans le cadre de la migration vers le haut débit. Les premiers réseaux commerciaux UMTS (144/384 kbit/s) laissent entrevoir des perspectives malgré des débits très en retrait par rapport aux accès sur le réseau fixe en raison des limites du support. En effet, le débit se révèle toujours inversement proportionnel aux conditions de mobilité. ■



D.R.



D.R.



D.R.

**RAFI KOUYOUMDJIAN** PRÉSIDENT DE TISCALI FRANCE



**Vous faites partie d'un groupe d'origine italienne implanté dans plusieurs pays. Quel regard portez-vous sur le marché français et que vous apporte votre dimension européenne ?**

Le groupe Tiscali est un groupe européen implanté dans 14 pays. Nous comptons près de 8 millions d'abonnés, dont plus d'un million d'abonnés ADSL. Nous avons constaté sur l'ensemble des pays où nous sommes présent un très fort développement de l'ADSL en 2003, avec une forte accélération au dernier trimestre. Ce phénomène est encore plus flagrant en France où le marché est extrêmement concurrentiel et dynamique. Notre dimension européenne nous permet de profiter de vraies synergies liées à la marque et au réseau et de bénéficier systématiquement des expériences de chacun sur de nombreux dossiers, notamment réglementaires.

**Vous avez investi en 2003 sur l'option 3. Quels sont les motifs économiques qui justifient ce choix ?**

En 2003, le rachat des activités françaises de Cable and Wireless France nous a permis d'accélérer le développement de notre réseau national et de nous interconnecter au réseau de l'opérateur historique sur 25 points de présence régionaux. Cette stratégie présentait deux avantages majeurs: pouvoir faire des prix avantageux et atteindre une couverture nationale très rapidement. Nous avons toujours indiqué que l'interconnexion régionale option 3 était pour nous une des phases de la construction de notre réseau et qu'elle nous conduirait à une autre étape, celle du dégroupage option 1. Aujourd'hui, nous entamons cette dernière étape. Nous allons en effet investir 20 millions d'euros pour notre dégroupage en propre afin de couvrir



un tiers des lignes ADSL disponibles en France et nous faisons appel à un partenaire pour un autre tiers des lignes.

**Votre forte politique de croissance externe n'a-t-elle pas nui aux investissements nécessaires pour développer des offres haut débit ?**

Tiscali a été et reste un acteur actif dans la consolidation du secteur Internet. Parallèlement à cette politique de croissance, nous avons toujours investi dans notre réseau, car nous sommes fournisseur d'accès à Internet mais aussi opérateur télécom.

Ces investissements nous permettent d'offrir dans les meilleures conditions de prix et de qualité des offres d'accès aussi bien en bas débit qu'en haut débit. Nous avons aujourd'hui une des offres les plus compétitives du marché français en haut débit, aussi bien pour le grand public que pour les entreprises.

[www.tiscali.fr](http://www.tiscali.fr)



**MICHAËL BOUKOBZA**  
DIRECTEUR GÉNÉRAL DE FREE

**Comment un FAI peut-il être rentable ?**

En 1999, lors du lancement de notre offre d'accès sans abonnement, certains estimaient qu'il n'était pas possible de gagner de l'argent avec l'accès gratuit. En avril 2001, nous avons lancé un forfait bas débit (50 h /14,94 €/mois), et nous entendions encore le même discours. Or, Free est rentable depuis 2001 ! A la différence de beaucoup de nos concurrents, notre stratégie a consisté à considérer notre activité comme un métier d'accès et non comme un média. Nous avons donc développé notre propre réseau national (7 000 km de fibres optiques) interconnecté à celui de l'opérateur historique depuis avril 2001. Notre rentabilité repose sur cette capacité à générer des revenus récurrents et à cumuler les différentes marges (FAI et opérateur télécom).



offre différenciée en termes de qualité, de services et de prix. La seule solution était d'investir dans le dégroupage. Afin d'avoir une offre nationale, nous nous sommes basés sur l'option 5 dans les zones où nous n'avions pas encore installé nos propres équipements ADSL (DLSAMs). Dans le cadre de l'offre dégroupée (option1), notre rentabilité est plus importante qu'avec l'option 5. En 2003, nous avons investi plus de 80 M€ dans le dégroupage. Au 31 décembre 2003, Free comptait 485 000 abonnés ADSL, dont plus de 160 000 dégroupés. C'est grâce au dégroupage qu'aujourd'hui Free peut proposer une offre multiplay à un prix aussi compétitif.

une menace pour ce dernier. Nous avons saisi les instances juridiques compétentes pour résoudre ce litige.

**Quelles sont vos ambitions en termes de couverture du territoire et comptez-vous cibler le marché professionnel ?**

Les deux prochaines années sont des années clefs pour le marché de l'ADSL en France. L'ambition du groupe Iliad est de poursuivre et d'accélérer le dégroupage de la boucle locale en France. Nous espérons avoir 50 % de nos abonnés ADSL dégroupés à la fin de l'année et 60 % fin 2005. Nous n'avons pas d'offre ciblée pour les professionnels. Free est un FAI grand public résidentiel, ce qui ne l'empêche de compter parmi ses clients des TPE-PME, ainsi que des professions libérales à qui l'offre apporte le rapport/qualité prix recherché.

[www.free.fr](http://www.free.fr)



**Sur le haut débit, la problématique est-elle identique ?**

Oui, elle est semblable. Lors du lancement de l'ADSL en septembre 2002, nous avons souhaité avoir une



**La TV sur ADSL est-elle viable sans la diffusion de grandes chaînes nationales ?**

L'absence des grandes chaînes nationales est un réel problème pour Free. Il devient urgent de trouver une solution car nous sommes sur un marché émergent et cela représente donc



## MARIE-CHRISTINE LEVET PRÉSIDENTE DE T-ONLINE/CLUB-INTERNET

### Pourquoi n'avoir pas promu plus tôt en France le haut débit auprès de vos abonnés bas débit ?

Dès 2000, Club Internet a été l'un des premiers à prendre le virage de l'Internet haut débit, sous l'impulsion de notre maison mère T-Online, quand d'autres misaient sur le bas débit illimité. Nous avons largement contribué à la démocratisation du haut débit en France en étant les premiers à lancer un pack modem haut débit fin 2000, et en décidant de l'offrir dès février 2002. Mais tant que le modèle économique de l'ADSL n'était

pas viable en France, nous avons été assez prudents. Nous avons fortement accéléré à la rentrée 2002 en étant les premiers à orienter toutes nos campagnes de communication sur le thème du haut débit "Attention, tout va plus vite".

### Comment la consommation de services haut débit a-t-elle évolué ?

Club Internet, avec l'offre de services la plus large, est aux premières loges pour constater cette évolution. Nous assistons actuellement à une véritable explosion des usages haut débit, tournés vers



le divertissement, que nous mesurons au succès grandissant de notre portail haut débit. LivePass, bouquet de chaînes de télévision, compte 40 000 abonnés qui en font un usage intensif. Nos 16 radios musicales sont utilisées par 60% de nos abonnés haut débit, avec des durées d'écoute proches de 2 heures. Nous vendons plus de 1000 films par mois. Je suis optimiste pour le développement des services payants de musique et cinéma, dont la qualité et la diversité vont exploser avec l'arrivée de débits de plus en plus rapides. ■

[www.club-internet.fr](http://www.club-internet.fr)



## RICCARDO DE ANGELIS PRÉSIDENT DE TELECOM ITALIA FRANCE

### Le modèle économique d'une offre au compteur (à la durée ou au volume) est-il plus pertinent qu'une offre forfaitaire ? Et quelle clientèle visez-vous ?

Alice Libre, notre offre ADSL à la minute, est une offre d'entrée dans notre gamme. Nous souhaitons offrir le confort de l'ADSL à tous, y compris à ceux qui ne sont pas de gros utilisateurs d'internet. Ce service est intéressant financièrement jusqu'à environ 10 heures de connexion par mois. Au-delà, nous avons des forfaits qui incluent, ou non, l'accès téléphonique. Mais notre cœur de cible



est bien le client qui souhaite changer d'opérateur pour son téléphone et son internet.

### En tant que nouvel arrivant, quelles sont vos perspectives dans les années à venir en France ?

Outre notre volonté de démocratiser l'accès à l'ADSL, grâce notamment à l'ADSL à la minute, notre ambition est d'offrir aux clients le choix de son fournisseur unique pour sa téléphonie et son internet.

Grâce au dégroupage total sur lequel repose notre stratégie, Telecom Italia

France, constitue, aujourd'hui, la véritable alternative à l'opérateur historique (avec une facture unique et un service clients unique et gratuit). Cette concurrence est créatrice de valeur pour le consommateur. Telecom Italia France proposera des offres différenciantes, aux meilleurs tarifs et riches en valeur ajoutée. Nous sommes actuellement présents sur huit villes : Paris, Lyon, Marseille/Aix en Provence, Nice, Lille, Strasbourg, Nantes et Bordeaux et allons encore étendre notre zone de couverture à quatre villes supplémentaires en 2004. ■

[www.aliceadsl.fr](http://www.aliceadsl.fr)



## OLIVIER HUART

DIRECTEUR GÉNÉRAL DE CEGETEL



cegetel

### Cegetel a été le premier à réclamer le dégroupage en 1999 mais l'a mis en oeuvre en 2003, pourquoi ?

Cegetel a compris très tôt l'importance stratégique du dégroupage qui lui permet d'accroître son indépendance à l'égard de l'opérateur historique et de maîtriser ses services, ses coûts et sa relation avec les clients. Cegetel a d'ailleurs été parmi les premiers à l'expérimenter. Cependant, après une étude des conditions opérationnelles et économiques du dégroupage, Cegetel a décidé en 2001, de geler ses investissements, en attendant que l'ART obtienne de l'opérateur historique des

conditions plus favorables. Pendant ce temps, Cegetel a été le premier à proposer des services ADSL en "option 3" aux entreprises. En 2003, renforcé par sa fusion avec Télécom Développement, Cegetel a fait du dégroupage sa priorité n°1 avec un plan d'investissement massif de 150 M€ et une ambition intacte : devenir le premier acteur du dégroupage en France.

### Comment comptez vous rattraper votre retard dans le haut débit et le dégroupage ?

Cegetel n'est pas en retard. Plus des deux tiers du marché grand public est



encore devant nous, nous avons déjà 200 000 lignes xDSL tous marchés et toutes technologies confondues. Mieux, les baisses de prix des équipements DSL nous ont permis d'investir dans un réseau ADSL de très haute qualité et équipé en natif de fonctionnalités vidéo évoluées. Nous déployons notre réseau en un temps record : déjà 75 agglomérations couvertes en 6 mois. Autre atout : notre expérience forte de l'xDSL sur les marchés entreprises et opérateurs. Mais surtout, une structure de coûts d'opérateur global qui nous permet de proposer avec le dégroupage, des tarifs très compétitifs. ■

[www.cegetel.fr](http://www.cegetel.fr)



**JACQUES VEYRAT** VICE-PRÉSIDENT, DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GROUPE NEUF TELECOM



**LDCOM a été l'un des premiers à investir dans le dégroupage. Quel bilan en faites-vous aujourd'hui ?**

Un bilan globalement positif. Nous avons lancé nos offres commerciales de gros et de détail basées sur le dégroupage en octobre 2002 ; fin 2002, notre réseau DSL couvrait cinq grandes villes et comptait 2 000 lignes. Début 2004, nous étions présents dans une quarantaine d'agglomérations et 140 000 lignes étaient dégroupées. Notre déploiement nous permettra, dès juin, de couvrir une centaine d'agglomérations, soit 75% des internautes et 2/3 des entreprises. Notre programme d'investissement va évidemment se poursuivre après juin. Le dégroupage est pour nous un succès commercial, puisque que les principaux FAI nous ont fait confiance en

choisissant notre réseau : je pense plus particulièrement à Club Internet et Télé 2 qui ont été les premiers à se lancer dans la bataille du dégroupage avec nous, puis à La Poste et plus récemment à Tiscali qui nous fait également confiance pour élargir sa propre couverture. Malgré des améliorations sensibles, des difficultés opérationnelles de mise en oeuvre et de qualité de service rencontrées sur le terrain avec l'opérateur historique subsistent. Nous attendons beaucoup de l'ART pour qu'elle fasse respecter les règles qui assurent une réelle et saine concurrence dans notre pays.

**L'appui des collectivités territoriales vous permettrait-il d'accélérer votre couverture des zones peu denses ?**

Nous travaillons depuis longtemps avec les collectivités locales et n'avons cessé de les soutenir dans le combat en cours pour leur permettre de devenir opérateur d'opérateur. C'est une solution pour



envisager la réduction de la fracture numérique dans notre pays : donner aux collectivités les moyens d'exercer pleinement leur rôle d'aménageur du territoire tout en collaborant avec des acteurs spécialisés dans le déploiement d'infrastructure. Nous avons ainsi démontré au travers de partenariats que des opérateurs alternatifs pouvaient mettre en place des solutions complètes de desserte des territoires jusqu'alors peu favorisés.

**Quelle est votre stratégie dans les services haut-débit et notamment le multiplay ?**

Avec le dégroupage et la technologie DSL, nous avons redonné une seconde vie à la paire de fil de cuivre de la ligne téléphonique, dont beaucoup prédisaient la disparition. Notre ambition est d'exploiter au maximum ces ressources : Très Haut Débit, voix en accès DSL et sur IP, images sur ce même canal. ■

[www.neuf.com/fr](http://www.neuf.com/fr)



**JEAN-CLAUDE DELMAS**

PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL DE WANADOO FRANCE

**Votre position de leader entraîne-t-elle une obligation d'excellence ?**

Oui, tout à fait. Et nous le prouvons à chaque instant à nos clients. Nous avons mis en place un certain nombre d'indicateurs concernant notamment le taux de disponibilité du réseau, le suivi de l'ensemble des composantes du service rendu à nos clients (accès, messagerie, sites web, etc.). Par ailleurs, nous effectuons tous les mois des sondages de satisfaction auprès de notre clientèle. Cela nous permet de mieux comprendre ses attentes et de continuer à améliorer les services qui leurs sont proposés. C'est grâce à sa qualité de service que Wanadoo consolidera sa position de leader en se différenciant ainsi de ses concurrents.

**Comment voyez-vous l'évolution des services haut débit et comment augmenter l'ARPU ?**

Le déploiement rapide des réseaux haut débit vise à augmenter considérablement

les services qui seront proposés aux utilisateurs.

Pour une part, ces services se matérialisent par la mise à disposition au sein des foyers d'une offre sans cesse élargie de loisirs numériques à la demande: musiques, films, programmes TV, jeux vidéo, programmes jeunesse. Des modalités variées (téléchargement permanent, temporaire, streaming) associées à une facturation directe des comptes abonnés, relayées par des partenariats avec les industriels (baladeurs numériques, PC multimédia, consoles de jeux) permettront d'obtenir une forte pénétration et une augmentation de l'ARPU en conséquence.

D'autre part, à cet accroissement des volumes d'œuvres légalement acquises via les réseaux haut-débit, s'ajouteront la publication et le partage de données auto-produites par les utilisateurs, sous la forme de services spécialisés (album photo en ligne, page personnelle vidéo) ou généralistes (espace de stockage).



**Quelle est votre politique en matière d'innovation ?**

Wanadoo place l'innovation au coeur des services proposés aux internautes. Il s'appuie ainsi sur la forte capacité d'innovation et les synergies développées par France Télécom R&D . Wanadoo est le premier fournisseur d'accès à avoir lancé un pack WiFi en France, en mai 2003, qui a déjà conquis plus de 50.000 internautes. Il propose également toute une gamme de services communicants simples d'utilisation, utiles au quotidien, comme le Messenger, l'Album Photo ou Wanadoo Visio, qui permet de se voir et de se parler sur Internet. Ce dernier, dès son lancement, a rencontré un grand succès. Enfin, avec sa nouvelle gamme Haut Débit, lancée en février, Wanadoo répond vraiment aux attentes et usages de chacun des ses abonnés. Répondre aux évolutions de ses internautes et anticiper les services de demain, c'est aussi cela qui fait la force de Wanadoo. ■

[www.wanadoo.fr](http://www.wanadoo.fr)

## STÉPHANE TREPPOZ PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL D'AOL FRANCE

### Pourquoi avoir tant tardé à parier sur le haut débit et comment rattraper votre retard ?

AOL est effectivement parti en retard, mais ce retard est aujourd'hui comblé : AOL figure dans le top 3 des acteurs du haut débit français et a multiplié par cinq sa base d'abonnés en un an. AOL participe à la révolution du haut débit en France avec des forfaits illimités qui incluent les dernières avancées technologiques en matière d'accès et de services. AOL s'engage activement et publiquement pour favoriser la mise en place d'une véritable concurrence entre



opérateurs sur le marché de gros de l'ADSL, condition sine qua non d'une poursuite équilibrée du développement du haut débit. AOL propose ainsi à ses abonnés des offres dégroupées basées sur des réseaux alternatifs à ceux de France Télécom. Un choix qui sert les intérêts des consommateurs, puisque les offres basées sur le dégroupage sont extrêmement attractives en termes de prix et de débit.

**Quels sont les avantages d'un portail haut débit par rapport à une offre multiplay ?**

Nous ne voyons pas de raison objective d'opposer ces deux développements. Chez AOL, nous travaillons sur les deux sujets afin de répondre aux besoins de nos clients. Nous avons d'ores et déjà lancé un portail haut débit qui rencontre un grand succès. En effet, nos études internes soulignent que 24 % des nouveaux clients AOL qui ont souscrit à un forfait AOL ADSL l'ont fait notamment pour la qualité des contenus haut débit offerts. Nous travaillons également à la définition et au développement d'une offre multiplay.

[www.aol.fr](http://www.aol.fr)

## TELE2

## JEAN-LOUIS CONSTANZA DIRECTEUR GÉNÉRAL DE TELE2

### Pourquoi Tele2 a-t-il inauguré en France sa stratégie européenne de déploiement de l'ADSL et quels enseignements en tirer pour les autres pays ?

TELE2 a lancé en mai 2003 son offre ADSL en France et a conquis rapidement de nombreux clients. Nous offrons aussi l'ADSL en Autriche, Italie, Suisse, Danemark et Norvège. Toutefois, la France offre des perspectives particulièrement intéressantes, dans la mesure où le dégroupage y est plus avancé sur le terrain que dans les autres pays, grâce à une régulation favorable. C'est cette exception française qui a motivé notre arrivée volontariste sur le marché. Cependant, les prix et frais d'accès au service du dégroupage (total ou partiel) sont bien supérieurs aux coûts ainsi qu'aux

prix du dégroupage dans d'autres pays. Si le dégroupage apparaît à l'évidence comme une condition nécessaire au développement du marché, le niveau actuel des tarifs du dégroupage doit être revu pour mieux refléter les coûts réels.

### Comment arbitrez-vous entre les différentes options de France Télécom ?

Les tarifs des options 5 et 3 de France Télécom sont encore très éloignés des coûts réels encourus par l'opérateur historique. Si cette différence a laissé un espace propice au développement du dégroupage, elle pénalise maintenant la concurrence et pérennise l'avantage obtenu par France Télécom qui a pu, seul, déployer son réseau ADSL trois ans avant les autres acteurs. Ces tarifs élevés, maintenant différenciés géographiquement,



maintiennent une « fracture » entre les zones dégroupées qui profitent de la concurrence et les zones non dégroupées où les coûts, donc les tarifs, restent élevés. L'opération de rachat des minoritaires de Wanadoo par France Télécom fait planer une menace sur l'ensemble du secteur, dans la mesure où une plus grande opacité des échanges entre la FAI et l'opérateur est à craindre. Faute d'une séparation comptable stricte et d'un contrôle des prix de transferts, des distorsions de concurrence (subventions croisées, pratique de prix d'éviction) risquent d'apparaître : le rôle du régulateur n'en est que plus essentiel, d'autant plus que les nouvelles directives lui donnent très clairement le pouvoir d'intervenir sur ces marchés.

[www.tele2.fr](http://www.tele2.fr)

## DENIS PLANAT DIRECTEUR GÉNÉRAL D'EASYNET FRANCE



### Easynet est peu connu, comment résumeriez-vous votre positionnement ?

Easynet Groupe Plc se positionne comme un spécialiste de l'Internet pour les entreprises depuis 1994. Présent dans 8 pays en Europe (UK, France, Allemagne, Hollande, Belgique, Suisse, Italie et Espagne), nous fournissons aux entreprises des solutions à valeur ajoutée en matière de réseaux privés virtuels (VPN PMLS), de connexion haut et bas débit, d'hébergement de sites et d'applications, de sécurisation. Des solutions sur-mesure intégrant tous types de boucles locales,



utilisant plusieurs technologies haut débit, caractérisent les offres d'Easynet. Cette souplesse dans le recours aux infrastructures les mieux adaptées amène de plus en plus de grands comptes à confier à Easynet la création et la gestion de leurs réseaux ou de leurs plate-formes d'hébergement.

### Quels sont vos atouts ?

Nous n'avons pas pour objectif de fournir à nos clients de simples tuyaux mais bien un service sur mesure et clé en mains de réseaux gérés notamment au niveau pan-

européen, ce qui permet de suivre nos clients internationaux. En France Easynet s'appuie notamment sur les infrastructures de Télécom Développement/Cegetel en s'attachant à faire jouer au mieux la concurrence pour obtenir des prix compétitifs pour le plus grand bénéfice de nos clients. En Angleterre, où les conditions du dégroupage et de marché sont très différentes, Easynet a fait le choix d'un dégroupage massif et sera présent et opérationnel sur 230 répartiteurs d'ici fin 2004.

[www.easynet.fr](http://www.easynet.fr)

**CATHERINE GABAY** DIRECTEUR INNOVATION, RECHERCHE, NOUVELLES TECHNOLOGIES - MEDEF  
Mouvement des Entreprises de France



**Les entreprises françaises se sont-elles approprié les TIC et en particulier l'Internet ?**

L'appropriation des TIC par les entreprises et en particulier les PME est un des principaux objectifs des travaux de la Direction Innovation – Recherche – Nouvelles Technologies du MEDEF. En effet, les PME affichent un retard qui reflète celui de la France elle-même dans l'appropriation de l'Internet. On peut ainsi regretter que le nombre de sites en .fr soit un des plus faibles parmi les codes pays de la communauté européenne. Il faut donc développer l'usage de l'Internet en promouvant une culture de la sécurité des systèmes d'information et de l'intelligence économique, vecteurs de performance de l'entreprise.



**Quelles sont les applications haut débit les plus utilisées par les entreprises ?**

On parle beaucoup de haut débit mais pas assez des services auxquels les PME ont besoin d'accéder. Or, le moteur principal de l'utilisation des TIC, et ce faisant du haut débit, ce sont les



D.R.

services : téléprocédures, services de communication (mail, envoi de fichiers, etc), intelligence économique, etc. C'est par des services utiles, bien compris, développés en fonction du besoin des entreprises et PME, promus et explicités, que pourra se faire le développement de l'usage du haut débit pour accroître la productivité de l'entreprise.



déjà dans beaucoup d'entreprises françaises. Enfin, les TIC constituent un puissant facteur de diffusion de l'innovation et recèlent un potentiel encore sous-exploité de gains de productivité, de compétitivité, de croissance et de création d'emplois.

**Que représente pour les entreprises le haut débit en matière de productivité ?**

Il est désormais admis que les TIC favorisent la productivité des entreprises. Même si les outils de mesure des performances apportées par l'usage des TIC sont imparfaits, on peut voir que leur impact sur l'économie est positif non seulement dans le secteur producteur mais dans l'ensemble du secteur utilisateur. L'utilisation des TIC favorise le travail en réseau et l'ouverture vers les marchés internationaux, deux conditions essentielles au développement et surtout à la survie des PME françaises. Les TIC devraient également aider au développement d'une culture de l'intelligence économique fortement plébiscitée en ce moment et qui fait encore

**Quels sont les souhaits du MEDEF pour le développement du haut débit en France ?**

Le MEDEF a recommandé au gouvernement une déclinaison exemplaire du programme eEurope 2005, pour que la France se dote d'un plan d'actions à échéance 2005 la mettant en bonne place dans l'espace européen et mondial de la société de l'information. Dans le livre blanc remis le 15 janvier 2004 au secrétaire d'Etat Henri Plagnol, en charge de la réforme de l'Etat, le MEDEF a présenté ses « propositions et recommandations en matière d'administration électronique ». Nous considérons que l'Etat se doit d'être exemplaire dans sa e-transformation, pour que celle-ci soit un levier à l'appropriation des TIC par les entreprises, et notamment les PME.

[www.medef.fr](http://www.medef.fr)



**BERNARD DUPRÉ**  
DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL DE L'AFUTT

Association Française des Utilisateurs de Télécommunications

**En 2002, l'Observatoire des « plaintes et insatisfactions » de l'Afutt relevait une augmentation de 2 % des plaintes de consommateurs concernant Internet. Qu'en est-il en 2003 ?**

Par rapport à l'ensemble des plaintes tous secteurs confondus (fixe, mobile, Internet), la part de l'Internet passe de 6 à plus de 11 %. La croissance propre au secteur Internet est plus significative avec près de 75 % de progression des plaintes reçues d'une année sur l'autre. On note aussi que le ratio plaintes/parc se dégrade sensiblement mais reste, pour le moment, inférieur à celui des autres secteurs. Tous ces chiffres traduisent la formidable dynamique de croissance de l'Internet, non seulement en termes de parc, mais aussi d'offres et de concurrence. C'est le reflet d'un marché de conquête dont on connaît les avantages pour les consommateurs (prix et promotions de toutes sortes) mais

aussi les inconvénients (immaturité de la relation client/fournisseur, qualité du service insatisfaisante).

**Le pôle Afutt entreprise est à l'écoute des attentes des professionnels. Comment voyez-vous l'évolution des usages de l'Internet en entreprise ?**

Sur le poste de travail des salariés, on trouve aujourd'hui presque toujours un ordinateur et un téléphone. Il en va différemment de l'accès à Internet car les entreprises veulent s'assurer du bon usage de cet outil. Certaines grandes entreprises mettent en place des chartes visant à promouvoir les bonnes pratiques, d'autres cherchent à réguler les flux, à sécuriser les accès. Dans le même temps, beaucoup d'entreprises veulent développer les moyens de connexions distantes pour leurs employés en situation d'itinérance. Pour les TPE, l'Internet est une formidable fenêtre vers



l'extérieur et une opportunité de développement de la visibilité et du commerce à faible coût.



**Comment l'Afutt s'implique-t-elle dans la qualité de service des TIC et sa normalisation ?**

La qualité de service est une dimension essentielle dans la relation client/fournisseur et pour l'appréciation de la valeur réelle des offres. Pour développer la confiance et la satisfaction des utilisateurs dans le domaine de l'accès à Internet, il est impératif d'établir des règles, des référentiels, des comparatifs et d'identifier les meilleures pratiques. L'Afutt a mis en place, depuis plus d'un an, un club QoS (Quality of Service) afin de réunir toutes les parties prenantes autour de ces questions. Nous avons ainsi pu faire des contributions concrètes pour les travaux normatifs de l'Etsi.



[www.afutt.org](http://www.afutt.org)

**FRANCIS ALDEBERT**

PRÉSIDENT DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DU VALENCIENNOIS

**En 2003, le réseau consulaire de la région Nord-Pas de Calais a lancé une grande enquête sur l'offre et les usages des TIC en entreprises. Quels en sont les enseignements et résultats ?**

Les entreprises de la Région Nord-Pas-de-Calais sont bien équipées en informatique. 95 % d'entre elles possèdent maintenant des micro-ordinateurs, y compris les très petites entreprises de commerce de détail. Trois PME sur quatre disposent d'un site Internet et 40 % des entreprises souhaiteraient une connexion plus performante. Si les applications fortement consommatrices de débit vont se généraliser (ASP, contenus vidéos, maintenance en ligne, vidéo-surveillance, etc), l'ADSL n'est certainement pas la réponse définitive aux attentes de nos entreprises dans le domaine du haut-débit.

**Les CCI ont une mission d'assistance aux entreprises, notamment dans le domaine des TIC. Que faites vous**



**concrètement pour valoriser et mettre en réseau les territoires ?**

Dans le domaine des TIC, les CCI travaillent en réseau dans la région Nord-Pas-de-Calais. Elles organisent des conférences et ateliers pour sensibiliser et informer les entreprises et des rencontres comme Applica à Lille, les e.Magiciens à Valenciennes, les e-Days à Boulogne-sur-mer. Elles accompagnent également individuellement les PME et les TPE pour les aider à concrétiser leurs projets par des conseils ou la mise en relation avec des entreprises spécialisées. Nos centres de formation sont également très impliqués dans le numérique par leurs actions de formation continue et la formation d'étudiants en informatique. C'est le cas, notamment à Valenciennes, avec les écoles consulaires Supinocom et l'Institut Informatique et Entreprise.

**Comment articulez vous votre action avec celle des collectivités territoriales ?**

Plusieurs CCI sont impliquées dans des projets de boucles locales.

A Valenciennes, nous avons un pôle numérique en partenariat avec les communautés d'agglomération, la Ville, l'Hôpital et l'Université. L'un des projets de ce pôle est de développer une infrastructure en fibre optique ouverte aux entreprises, notamment sur les parcs d'activités.

**Votre situation privilégiée au cœur de l'Europe vous conduit-elle à des initiatives avec d'autres collectivités locales européennes sur la question des TIC ?**

Nous avons une liaison en fibre optique entre Valenciennes et Mons, en Belgique et souhaitons renforcer la coopération transfrontalière sur les TIC. Nous travaillons également avec une communauté d'agglomération du Kent. ■

[www.valenciennes.cci.fr](http://www.valenciennes.cci.fr)



**Chambre de Commerce et d'Industrie du Valenciennois**

**STÉPHANE MARCOVITCH** DÉLÉGUÉ GÉNÉRAL AFA

Association des Fournisseurs d'Accès et de Services Internet

**Y a-t-il un profil type de l'abonné bas débit ?**

L'abonné bas débit semble être un nouvel abonné, novice, qui souhaite découvrir l'Internet à son rythme et, donc, ne pas s'engager auprès de son FAI. Or aujourd'hui, compte tenu de frais d'accès au service qui sont élevés mais qui sont généralement pris en charge par les fournisseurs d'accès, la plupart des offres haut débit prévoient un engagement dans la durée.

Ceci dit, de plus en plus de nouveaux utilisateurs de l'Internet font le choix du haut débit même si l'Internet constitue pour eux une découverte.

**Quelles sont les principales raisons des consommateurs pour ne pas migrer vers le haut débit lorsque techniquement c'est possible ?**

Objectivement, la faible différence de prix entre offres haut débit et offres bas débit ne justifie plus le fait de ne pas migrer.

L'accès à haut débit permet un confort de navigation, une connexion permanente, des débits importants. Les services de communication comme la messagerie instantanée prennent un intérêt tout particulier grâce au haut débit, tout comme les services de consommation de biens culturels qui commencent à se développer, comme le téléchargement (légal est-il besoin de le préciser...) de musiques ou de films.

**Quelles sont les conditions pour le développement de l'Internet haut débit ?**

Il me semble que la condition première pour le développement de l'Internet haut débit dans notre pays est une baisse des coûts de réseau pour les fournisseurs d'accès. Cela pourra être rendu possible par le développement de la concurrence et notamment le dégroupage qui se réalise désormais à un rythme soutenu.

Il est par ailleurs essentiel de permettre la coexistence des différentes options d'offres

haut débit en conservant des écarts de coûts significatifs entre elles.

En outre, il est évident qu'une couverture géographique de plus en plus large de l'ADSL dans notre pays est indispensable.

**La qualité de service sera-t-elle au rendez-vous ?**

Il me semble que la condition première pour le développement de l'Internet haut débit dans notre pays est une baisse des coûts de réseau pour les fournisseurs d'accès. Cela pourra être rendu possible par le développement de la concurrence et notamment le dégroupage qui doit se réaliser à un rythme plus soutenu. Il est par ailleurs essentiel de permettre la coexistence des différentes options d'offres haut débit en conservant des écarts de coûts significatifs entre elles.

En outre, il est évident qu'une couverture géographique de plus en plus large de l'ADSL dans notre pays est indispensable. ■

[www.afa-france.com](http://www.afa-france.com)



D.R.

# Les questions les plus fréquentes

## sur l'ADSL et

## le dégroupage



### > Qu'est ce que l'ADSL ?

L'ADSL est une technologie de transport sur la boucle locale qui utilise les fréquences hautes de la paire de cuivre raccordant l'abonné au réseau téléphonique commuté. Les fréquences basses sont utilisées par la voix, ce qui permet d'accéder à Internet et de téléphoner en même temps. Grâce à l'utilisation de deux modems, l'un placé chez l'abonné, l'autre au niveau du central téléphonique, l'ADSL permet d'obtenir des débits plusieurs dizaines de fois plus rapides qu'avec un modem classique.

### > Techniquement, l'ADSL peut-il fonctionner partout ?

Il faut d'abord que le central téléphonique dont dépend la ligne ait été équipé en ADSL, ce qui dépend de la stratégie des opérateurs. Il faut ensuite que la ligne permette techniquement de fournir un accès ADSL performant, ce qui n'est pas le cas sur toutes les lignes, le signal s'affaiblissant en effet en proportion de la distance entre l'abonné et le central. Les performances de l'ADSL peuvent donc varier d'une ligne à l'autre, même si des progrès techniques sont en cours.

### > Qu'est ce que le dégroupage ?

Pour fournir l'ADSL à leurs clients, les opérateurs alternatifs peuvent, entre autres solutions, avoir recours au dégroupage, partiel ou total. Le dégroupage, c'est la location à France Télécom, par un autre opérateur, de la partie finale de la ligne téléphonique - la boucle locale - arrivant chez l'abonné. En dégroupage partiel, l'opérateur dégroupé ne loue à France Télécom que les fréquences hautes de la ligne. En dégroupage total, il gère l'ensemble des fréquences de la ligne.

### > A quoi sert le dégroupage ?

En permettant aux opérateurs alternatifs de bénéficier d'un accès direct au client final et de fournir un service ADSL différencié de celui de l'opérateur historique, le dégroupage rend possible une concurrence réelle par les infrastructures, et donc une baisse des tarifs de détail. Ainsi, entre 2002 et 2003, les prix de détail ont été pratiquement divisés par deux. Les offres actuelles en 512 kbit/s sont proposées à partir de 16,90 € par mois et celles en 1024 kbit/s à partir de 24,50 € par mois.

### > Comment savoir si une ligne peut bénéficier du dégroupage ?

Pour qu'une ligne puisse être dégroupée, il faut que le répartiteur dont elle dépend ait été préalablement équipé en DSLAM par un opérateur alternatif. Seuls les opérateurs sont donc véritablement en mesure de dire quelles zones ils comptent dégroupier et suivant quel calendrier. Cela étant, il est possible de suivre le déploiement sur le site de l'ART en consultant la carte géographique du dégroupage mise à jour tous les deux mois, ou en consultant le site de certains FAI.

### > France Télécom est-il obligé de fournir l'ADSL et pourquoi doit-on conserver son abonnement pour en bénéficier ?

Seul l'accès Internet en bas débit fait partie du service universel; l'accès Internet haut débit en est exclu. L'ADSL passe sur les lignes de cuivre du réseau local de France Télécom. Il faut donc une ligne téléphonique pour en bénéficier, ce qui suppose de payer l'abonnement mensuel à France Télécom pour l'accès au réseau, abonnement qui rémunère l'opérateur.

### > Pourquoi l'ADSL n'est-il pas disponible en tout point du territoire ?

La couverture totale du territoire ne peut être immédiate car elle nécessite d'importants investissements et travaux et dépend de la stratégie de chaque opérateur. Par ailleurs, au delà d'un certain taux de couverture, il n'est plus économiquement viable d'équiper un répartiteur. Cela dit, en 2003, les opérateurs alternatifs et France Télécom ont presque doublé leur couverture. Enfin, Le WiFi, la BLR, les courants porteurs en ligne et le satellite sont d'autres technologies possibles.

### > Quel rôle les collectivités territoriales peuvent-elles jouer ?

Pour répondre aux besoins, des communautés d'agglomérations, des conseils généraux et des conseils régionaux se mobilisent. Pour l'instant, ces collectivités peuvent uniquement construire des infrastructures passives sans être opérateurs. Mais un projet de loi prévoit de les autoriser à être opérateurs dans certaines conditions, lorsque l'initiative privée est insuffisante.



### > Est-ce l'ART qui fixe les tarifs de l'ADSL ?

Les tarifs de détail de l'ADSL, c'est-à-dire les prix consentis au client final, sont fixés librement par les fournisseurs d'accès. Toutefois, l'ART veille à l'établissement d'une concurrence durable, au travers de la régulation des offres de gros entre opérateurs et peut notamment imposer, pour le dégroupage, des modifications des conditions de location par France Télécom de la boucle locale à ses concurrents. En outre, certains fournisseurs d'accès collectent leur trafic en utilisant des prestations de gros de France Télécom qui, indirectement, influent sur le prix au client final. Ces prestations sont soumises à homologation tarifaire, procédure par laquelle l'ART émet un avis avant que le Ministre n'homologue - ou non - le tarif.

### > Pourquoi Wanadoo ne s'aligne-t-il pas sur les tarifs de ses concurrents ?

Les fournisseurs d'accès sont entièrement libres de fixer leurs tarifs. Wanadoo a choisi de s'approvisionner exclusivement auprès de sa maison mère France Télécom. Rien ne l'empêcherait, en tant que fournisseur d'accès, d'acheter des offres de gros (collecte) moins chères chez un autre opérateur et de pratiquer d'autres tarifs.

### > Pourquoi les tarifs de l'ADSL sont-ils différents en métropole et dans les DOM ?

Même si les fournisseurs d'accès sont libres de fixer leurs tarifs de détail et si le haut débit ne fait pas partie du service universel - ce qui signifie qu'il n'y a pas de péréquation géographique des tarifs - l'ART estime néanmoins regrettable que France Télécom ait d'abord aligné ses tarifs sur la métropole puis les ai réajustés à la hausse à l'automne 2002. Ces tarifs résultent principalement de l'utilisation, par France Télécom, de câbles sous-marins ayant nécessité d'importants investissements pour ramener le trafic ADSL de ses abonnés DOM en métropole, ce qui renchérit les tarifs de détail. L'ART étudie actuellement les conditions qui permettront un accès facilité, pour les opérateurs et FAI alternatifs, aux câbles sous-marins arrivant dans les DOM. ■

**ISABELLE FALQUE-PIERROTIN**

PRÉSIDENTE DU FORUM DES DROITS SUR L'INTERNET



**Vous assurez le secrétariat du Conseil consultatif de l'Internet installé le 11 février dernier par la ministre déléguée à la Recherche et aux Nouvelles Technologies. Quelles sont ses missions ?**

Le Conseil consultatif de l'Internet (CCI), placé auprès de la ministre Claudie Haigneré, a pour principale mission de conseiller le gouvernement en matière d'Internet. Le Forum des droits sur l'Internet est chargé d'instruire les questions dont le CCI se saisit à travers le processus de concertation propre au Forum.

**Il existe déjà un certain nombre de structures au sein de l'Etat, comme celle que vous présidez, le Forum des droits sur l'Internet, ou le Conseil général des technologies de l'Information (CGTI) pour éclairer le choix de la puissance publique sur Internet. En quoi le CCI se différencie-t-il ?**

Il apporte une dimension politique qui vient compléter les missions remplies



par le Forum des droits sur l'Internet. Il consacre le principe de corégulation pratiqué par le Forum des droits sur l'Internet depuis trois ans.

**L'ART, Le CSA et la CNIL sont membres de droit de ce Comité. Dans quel but ?**

En associant à ses travaux de réflexion l'ensemble des instances de régulation, le Conseil Consultatif de l'Internet permet d'articuler les compétences respectives de celles-ci sur des sujets souvent transversaux.

**Quels sont les thèmes traités par le Conseil Consultatif de l'Internet ?**

Le conseil consultatif de l'Internet a choisi comme premier thème de travail la protection de l'enfance sur internet. Nous lui avons d'ailleurs remis notre recommandation « Les enfants du net - les mineurs et les contenus préjudiciables sur internet » le 11 février 2004. Lors de sa prochaine réunion, le CCI abordera la question du spam

**Estimez vous que la France est bien placée par rapport à ses voisins dans l'utilisation d'Internet et du haut débit ? Que faut-il faire pour persuader les Français de l'intérêt d'utiliser Internet ?**

Avec plus de 40% de foyers équipés en 2003, la France a beaucoup progressé dans l'utilisation d'Internet et le haut débit est un accélérateur non négligeable en la matière.

La campagne « Internet déclaré d'utilité tout public » lancée à l'initiative du gouvernement va dans le bon sens. Elle pourrait être complétée utilement par une campagne de communication centrée sur les usages.

**Quels sont les grands enjeux de l'Internet de demain ?**

Internet est entré dans sa phase de maturité. Il est devenu un outil incontournable de communication entre les individus. A ce titre, l'enjeu majeur est de préserver ses caractéristiques essentielles, à savoir son ouverture et son accessibilité dans le cadre d'une régulation souple et adaptée

« *Le Conseil consultatif de l'Internet permet d'articuler les compétences respectives des régulateurs* »

**Le Conseil consultatif de l'Internet**

Le Conseil consultatif de l'Internet a pour mission de conseiller le gouvernement sur toutes les questions qui concernent les communications électroniques et les cor-

respondances privées en ligne. Il peut être saisi par le ministre chargé des Nouvelles Technologies et être consulté sur tout projet de loi relatif aux communications

électroniques.

Présidé par Mme Claudie Haigneré, ministre chargée des Nouvelles Technologies, le CCI est composé de 15 membres.

Membres de droit :

Un représentant de l'ART : *Dominique Roux*

Un représentant du CSA : *Francis Beck*

Un représentant de la CNIL : *Alex Türk*

Un sénateur : *Pierre Hérisson*

Un député : *Patrice Martin-Lalande*

Dix personnalités qualifiées :

*Guy Aubert*, président de l'Association française pour le nommage internet en coopération.

*Hubert Brin*, président de l'Union nationale des associations familiales.

*Jean-Pierre Corniou*, président du club informatique des grandes entreprises françaises.

*Isabelle Falque-Pierrotin*, présidente du forum des droits sur internet.

*Marie-Anne Frison-Roche*, professeur d'université.

*Patrick Gaubert*, président de la Ligue internationale contre le racisme et l'antisémitisme.

*Jean-Dominique Giuliani*, consultant.

*Philippe Jannet*, président du groupement des éditeurs de services en ligne.

*Philippe Lemoine*, coprésident du groupe Galeries Lafayette.

*Marie-Christine Levet*, présidente de l'Association française des fournisseurs d'accès.

**CLAUDIE HAIGNERÉ** MINISTRE DÉLÉGUÉE À LA RECHERCHE ET AUX NOUVELLES TECHNOLOGIES

**Vous présidez le Conseil consultatif de l'Internet installé le 11 février dernier. Quel sera le rôle de cette structure par rapport à des structures au sein de l'Etat comme le Forum des Droits sur l'Internet ou le Conseil Général des Technologies de l'Information ?**

L'enjeu aujourd'hui est la confiance des utilisateurs dans le réseau internet et les principes de l'action des autorités publiques pour garantir cette confiance. L'action de l'Etat repose sur plusieurs axes : la co-régulation avec le Forum des Droits sur Internet, qui assure le secrétariat général du conseil consultatif de l'internet ; la Commission Nationale Informatique et Libertés, et certaines actions qu'elle mène comme la « boîte à spam » ou l'information des jeunes. Je veux citer aussi une avancée législative importante lors de la discussion de la loi sur la confiance dans l'économie numérique, à savoir la reconnaissance juridique de l'internet comme moyen de communication à part entière.

Le Conseil Consultatif de l'internet est un élément important de ce dispositif, et à la différence de structures administratives ou associatives, il permet de porter à un niveau politique les enjeux sociétaux et éthiques de l'Internet et de la société de l'information. Au cours de l'année 2004, il aura à se pencher sur des sujets comme la protection des mineurs (sujet sur lequel il a travaillé le 11 février lors de sa séance d'installation), la lutte contre le spam, la lutte contre les autres contenus manifestement illicites, (incitation à la haine raciale notamment), la gouvernance d'internet.

**En tant que ministre des Nouvelles technologies, que retenez vous comme événements marquants pour l'année 2003 en matière d'accès à Internet et que pensez vous de l'état de la concurrence dans l'Internet en France ?**

Depuis dix huit mois, la baisse des tarifs grand public de l'ADSL, la libéralisation du WiFi, la suppression de la taxe sur les antennes satellitaires, le dégrèvement fiscal

de l'équipement en antennes pour les entreprises, le fonds de soutien aux technologies alternatives constituent des avancées importantes pour la réduction de la fracture numérique. Par ailleurs, l'adoption prochaine de la loi sur la confiance dans l'économie numérique permettra aux collectivités locales de devenir opérateurs de télécommunications, et le fonds de soutien au déploiement du haut débit créé par le CIADT de décembre 2003 viendra en appui de ces projets.

L'ouverture à la concurrence des secteurs Internet haut débit connaît elle aussi, par voie de conséquence, des avancées importantes.

En ce qui concerne l'Internet haut débit grand public, ce sont à présent une demi-douzaine de fournisseurs d'accès qui se partagent le marché français, second marché européen et le plus dynamique en croissance (à fin 2003 on compte trois millions d'abonnés haut débit en France). En ce qui concerne les réseaux de transport Internet haut débit et les services aux entreprises et aux collectivités locales, la concurrence existe et elle doit être développée en dépit d'une certaine concentration du secteur qui a eu lieu ces deux dernières années. A cet égard le concept d'opérateurs Internet haut débit locaux (Normandie, Sud-Est) est à encourager, compte tenu de leur proximité avec les besoins tels qu'ils s'expriment en région.

**Qu'attendez-vous de la 7<sup>e</sup> édition de la Fête de l'Internet du 29 mars au 4 avril prochain ?**

En ce qui concerne la Fête de l'Internet, c'est un élément de la promotion de l'utilisation d'Internet parmi nos concitoyens, que nous mettons cette année sous le signe de la campagne « Internet déclaré d'utilité tout public », lancée par le Premier Ministre, Mme Nicole Fontaine et moi-même en octobre 2003. Nous allons décliner cette campagne à plusieurs reprises au cours de l'année 2004.



D.R.

*« L'utilisation d'Internet est certes festive mais aussi éducative, culturelle et pratique tout au long de l'année »*

Car l'utilisation d'Internet est certes festive, mais aussi éducative, culturelle, pratique tout au long de l'année ! A titre d'exemple, en ce qui concerne notre Ministère, nous lançons pendant la semaine de l'Internet la première fête de l'internet scientifique, avec le lancement du portail de l'internet scientifique [www.science.gouv.fr](http://www.science.gouv.fr). Internet est un outil privilégié de diffusion vers tous de la connaissance, et notamment de la culture scientifique et technique ! ■

**AUTORITÉ DE RÉGULATION DES TÉLÉCOMMUNICATIONS**

7, square Max Hymans - 75730 Paris Cedex 15

Web : [www.art-telecom.fr](http://www.art-telecom.fr) - Mèl : [courrier@art-telecom.fr](mailto:courrier@art-telecom.fr) - Tél. : 01 40 47 70 00 - Fax : 01 40 47 71 98

Responsable de la publication : Paul Champsaur - Directeur de la rédaction : Philippe Distler.

Dossier réalisé par : Ingrid Violet-Appenzeller, Alain Finot, Jean-François Hernandez.

avec la participation de : Cécile Gaubert, Michèle Landes, Elisabeth Marescaux, Bernard Celli, Didier Chauveau, Laurent Laganier,

Photos : ART, droit réservé - Maquette : Emmanuel Chastel - Impression : Corlet Imprimeur, Condé-sur-Noireau.