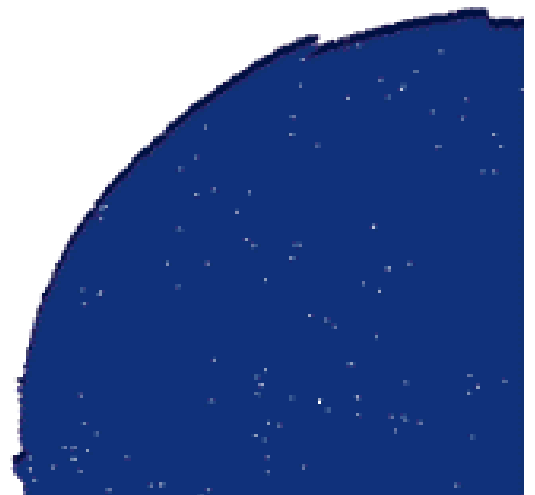


Marchés de la téléphonie fixe

***Document transmis au Conseil de la concurrence
sur l'analyse des marchés de la téléphonie fixe :
délimitation des marchés pertinents
et identification des opérateurs puissants***



Analyse des marchés pertinents de la téléphonie fixe

Version amendée

L'Autorité de régulation des télécommunications (ART) a mis en consultation publique la première version du présent document de consultation, entre le 9 juillet et le 9 septembre 2004. Cette analyse préliminaire couvrait l'intégralité du processus d'analyse des marchés pertinents des services de communications fixes en « bande étroite », y compris la définition des marchés, la désignation des opérateurs puissants et les propositions de remèdes à imposer. Ce document reste téléchargeable sur le site de l'Autorité.

Suite à cette consultation publique et dans un souci de transparence, l'Autorité publie l'intégralité des commentaires qui lui ont été transmis, à l'exclusion des parties couvertes par le secret des affaires.

Le présent document porte sur la définition des marchés et la désignation des opérateurs puissants. Il est publié conjointement à un document de synthèse des contributions reçues sur ces deux éléments. L'analyse présentée a été modifiée au vu des commentaires adressés à l'Autorité, afin d'être transmis pour avis au Conseil de la Concurrence.

Après avoir reçu et pris en compte l'avis du Conseil de la concurrence sur le présent document, l'Autorité finalisera ses propositions de remèdes et notifiera les projets de décisions correspondants à la Commission européenne et aux autres autorités réglementaires européennes.

TABLE DES MATIERES

CHAPITRE 1 - INTRODUCTION.....	7
A Introduction sur les règles de délimitation des marchés	7
A - 1 Périmètre en termes de produits des marchés visés par le présent document.....	7
A - 2 Délimitation des marchés en termes géographiques	8
B Introduction sur l'analyse et sur l'identification des opérateurs puissants.....	8
B - 1 Entreprise disposant d'une puissance significative sur le marché	8
B - 2 Période temporelle d'analyse	9
CHAPITRE 2 - DELIMITATION DES MARCHES PERTINENTS DE DETAIL	10
A Eléments communs à la définition des marchés pertinents de détail	10
A - 1 Dimension géographique des marchés.....	10
A - 2 La séparation entre accès en bande étroite et accès en bande large.....	10
A - 3 La séparation entre accès en bande étroite et liaisons louées.....	11
A - 4 Neutralité technologique pour les services de communications sur accès en bande étroite	11
A - 5 La séparation entre les services de voix sur accès large bande et sur accès en bande étroite.....	12
A - 6 La séparation entre services fixes et services mobiles.....	13
A - 7 La séparation entre la clientèle résidentielle et la clientèle non-résidentielle	13
B Les marchés de l'accès fixe en bande étroite.....	15
B - 1 Les produits des marchés de l'accès.....	15
B - 2 Les marchés pertinents de l'accès recensés par l'Autorité	15
B - 3 L'accès pour la clientèle résidentielle	15
B - 4 L'accès analogique pour la clientèle non-résidentielle.....	16
B - 5 L'accès numérique pour la clientèle non-résidentielle	17
B - 6 Le lien avec la recommandation pour les marchés de l'accès.....	18
C Les marchés des communications en bande étroite.....	19
C - 1 Les marchés des communications locales et/ou nationales	19
C - 2 Les communications vers les mobiles	21
C - 3 Les marchés des communications internationales.....	23
C - 4 Le lien avec la recommandation pour les marchés des communications...	23
D Conclusion : liste des marchés pertinents de détail des services fixes en bande étroite.....	24
CHAPITRE 3 - ANALYSE ET IDENTIFICATION DES OPERATEURS PUISSANTS SUR LES MARCHES DE DETAIL	25
A Les marchés de l'accès en bande étroite	25
A - 1 La taille des marchés de l'accès en bande étroite	25
A - 2 Le fonctionnement des marchés de l'accès en bande étroite	26
A - 3 L'analyse des parts de marchés.....	28
A - 4 Le contrôle d'une infrastructure difficile à dupliquer.....	29

A - 5	La présence d'importantes économies d'échelle et de gamme	29
A - 6	Conclusion sur la situation de puissance sur les marchés de l'accès	30
B	Les marchés des communications	30
B - 1	La taille des marchés des communications	30
B - 2	Le fonctionnement des marchés des communications	33
B - 3	L'analyse des parts de marchés	34
B - 4	Le contrôle d'infrastructures difficiles à dupliquer	37
B - 5	La présence d'importantes économies d'échelle et de gamme	37
B - 6	L'intégration verticale	37
B - 7	L'existence d'un réseau de distribution et de vente très développé	37
B - 8	Les barrières au changement d'opérateur sur les marchés des communications 38	
B - 9	L'effet de levier horizontal des marchés de l'accès sur les marchés des communications	39
B - 10	Conclusion sur la situation de puissance sur les marchés des communications 39	
C	Conclusion	39
CHAPITRE 4 -	DELIMITATION DES MARCHES PERTINENTS DE GROS	40
A	Préalable à la définition des marchés pertinents	40
A - 1	Délimitation des prestations incluses dans les marchés de gros	40
A - 2	Délimitation géographique	40
A - 3	Délimitation respective des marchés de gros du départ d'appel et du transit et segmentations géographiques	41
B	Le marché du départ d'appel	42
B - 1	Marché de produits	43
B - 2	Délimitation géographique	45
B - 3	Relation avec la Recommandation de la Commission	45
C	Le marché du transit <i>intra</i> territorial	46
C - 1	Marché de produits	46
C - 2	Délimitation géographique	49
C - 3	Relation avec la Recommandation de la Commission	49
D	Marchés du transit outre-mer	50
D - 1	Marchés de produits	51
D - 2	Délimitation géographique des marchés du transit outre-mer	52
D - 3	Relation avec la Recommandation de la Commission	52
D - 4	Conclusion	53
E	Le marché de la terminaison d'appel sur le réseau de France Télécom	53
E - 1	Marché de produits	54
E - 2	Marchés géographiques	55
F	Lien avec la Recommandation de la Commission	55
G	Conclusion	55
H	Le cas du transit international	56

CHAPITRE 5 -	ANALYSE ET IDENTIFICATION DES OPERATEURS	
	PUISSANTS SUR LES MARCHES DE GROS	57
A	Introduction : principes généraux	57
B	Marché du départ d'appel en position déterminée	57
B - 1	L'analyse des parts de marché	57
B - 2	Contrôle d'infrastructures difficiles à dupliquer.....	58
B - 3	Economies d'échelle et de gamme	58
B - 4	Absence de contre-pouvoir d'acheteurs	58
B - 5	Evolution prospective du marché	59
B - 6	Conclusion	59
C	Le marché du transit <i>intra</i> territorial	59
C - 1	L'analyse des parts de marché	59
C - 2	Economies d'échelle et de gamme importantes.....	61
C - 3	Concurrence potentielle limitée et barrières à l'entrée.....	62
C - 4	Faible présence de contre-pouvoir des acheteurs	63
C - 5	Intégration verticale de l'entreprise.....	63
C - 6	evolution prospective du marche	64
C - 7	Conclusion	64
D	Les marchés du transit outre-mer	65
D - 1	Préambule : regroupement des marchés en 3 groupes et analyses essentiellement qualitatives de chacun d'entre eux	65
D - 2	Analyse des marchés du groupe 1	66
D - 3	Analyse des marchés du groupe 2	68
D - 4	Analyse des marchés du groupe 3	69
E	Le marché de la terminaison d'appel sur le réseau de France Télécom.....	70
E - 1	Parts de marché.....	70
E - 2	Absence de contre-pouvoir des acheteurs	70
E - 3	Evolution prospective du marché	71
E - 4	Conclusion	71

PREAMBULE : PORTEE GEOGRAPHIQUE DE L'ANALYSE

Le code des postes et des communications électroniques s'applique sur l'ensemble du territoire métropolitain, des départements d'outre mer et des collectivités territoriales de Mayotte et de Saint-Pierre-et-Miquelon. L'analyse des marchés présentée ici concerne l'ensemble du territoire national couvert par le code à l'exception du territoire de Saint-Pierre-et-Miquelon (cf. Annexe A).

En effet, les conditions particulières des marchés de communications électroniques sur ce territoire justifient d'en faire une analyse séparée :

- France Télécom, opérateur historique sur le reste du territoire national, n'est pas présent *intuitu personae* à Saint-Pierre-et-Miquelon,
- Ce territoire, de taille réduite, est particulièrement isolé du reste du territoire national,
- Le développement des marchés des communications électroniques sur ce territoire est moins avancé que sur le reste du territoire national, en conséquence des deux spécificités précitées.

En conclusion, le présent document couvrira sur le plan géographique le territoire national, à l'exception de Saint-Pierre-et-Miquelon.

CHAPITRE 1 - INTRODUCTION

Le processus d'analyse des marchés se décompose en trois phases :

- (i) une délimitation des marchés pertinents pour la régulation *ex-ante* en termes de produits et de dimension géographique,
- (ii) une analyse de la concurrence et une désignation des opérateurs puissants sur chaque marché pertinent,
- (iii) une proposition d'obligations à imposer à un opérateur puissant pour permettre le développement d'une concurrence loyale sur les marchés pertinents.

A INTRODUCTION SUR LES REGLES DE DELIMITATION DES MARCHES

L'exercice de délimitation des marchés a pour but de définir le contour, en termes de services et en termes géographiques, des marchés susceptibles d'être régulés *ex ante*. Cet exercice est, conformément aux dispositions de la directive « cadre », effectué en accord avec les principes issus du droit de la concurrence.

A - 1 PERIMETRE EN TERMES DE PRODUITS DES MARCHES VISES PAR LE PRESENT DOCUMENT

Le périmètre des marchés du point de vue des services repose principalement sur l'analyse de :

- *les caractéristiques objectives, le prix et l'usage des services* : ces éléments, cités par les *lignes directrices de la Commission*, permettent de définir l'ensemble des services qui peuvent appartenir à un même marché ;¹
- *la substituabilité du côté de la demande* : deux produits ou services appartiennent à un même marché s'ils sont suffisamment interchangeable pour leurs utilisateurs, du point de vue de l'usage qui en est fait, de leurs caractéristiques, de leur tarification, de leurs conditions de distribution, des coûts de "migration" d'un produit vers l'autre, etc ;
- *la substituabilité du côté de l'offre* : un produit B peut appartenir au même marché que le produit A en cas de substituabilité du côté de l'offre, c'est à dire lorsque les fournisseurs du produit B peuvent se mettre à produire le produit A en cas de hausse du prix de marché de ce produit sans qu'ils aient à subir des coûts importants de modification de leur appareil de production.

Pour établir l'existence d'une substituabilité éventuelle entre services du point de vue de la demande ou de l'offre, l'analyse peut également impliquer la mise en œuvre de la méthode dite du "monopoleur hypothétique", ainsi que le suggèrent les *lignes directrices* de la Commission. Du point de vue de la demande, ce test consiste à étudier qualitativement les effets sur la demande d'une augmentation légère mais réelle et durable du prix pratiqué par un hypothétique monopoleur sur un service donné (5 à 10 % par exemple), de manière à déterminer s'il existe des services considérés comme substituables par les demandeurs et vers lesquels ceux-ci seraient susceptibles de s'orienter. Du point de vue de l'offre, il s'agit de savoir si, face à une telle hausse de prix, des entreprises commercialisant d'autres services seraient en mesure de

¹ *Lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques*, §44 de la section 2.2 « Principaux critères de définition du marché pertinent ».

fournir, rapidement et facilement, un service équivalent à celui du monopoleur hypothétique. Ainsi que le mentionnent les *lignes directrices*, l'utilité essentielle de cet outil réside dans son caractère conceptuel ; ainsi, sa mise en œuvre n'implique pas une étude économétrique.

A - 2 DELIMITATION DES MARCHES EN TERMES GEOGRAPHIQUES

Selon la jurisprudence, un marché pertinent du point de vue géographique est un "*territoire sur lequel les entreprises concernées engagées dans la fourniture ou la demande des produits ou services sont exposées à des conditions de concurrence similaires ou suffisamment homogènes et qui se distingue des territoires voisins sur lesquels les conditions de concurrence sont sensiblement différentes*".²

Concrètement, deux principaux critères permettront, selon les *lignes directrices* de la Commission, de procéder à la délimitation géographique des marchés de télécommunications : d'une part le territoire effectivement couvert par les réseaux, d'autre part l'existence d'instruments de nature juridique conduisant en pratique à distinguer une zone géographique ou une autre ou, au contraire, à considérer que le marché est de dimension nationale³. On peut ajouter à ces deux critères la notion de politique commerciale, dont l'étendue tend à être homogène sur un même périmètre géographique.⁴

L'Autorité est consciente du caractère structurant des segmentations géographiques, ainsi que des considérations pratiques (lisibilité, pérennité, coût de régulation) associées ; c'est pourquoi elle cherchera le plus souvent à développer une analyse à caractère prospectif et non contingent.

B INTRODUCTION SUR L'ANALYSE ET SUR L'IDENTIFICATION DES OPERATEURS PUISSANTS

L'analyse d'un marché pertinent vise à évaluer le niveau de développement de la concurrence et le cas échéant à identifier les opérateurs disposant sur ces marchés d'une puissance significative, *i.e.* se trouvant dans une situation équivalente à une position dominante au sens du droit de la concurrence.

B - 1 ENTREPRISE DISPOSANT D'UNE PUISSANCE SIGNIFICATIVE SUR LE MARCHE

Le code des postes et des communications électroniques prévoit, par son article L. 37-1 : « *Après avoir analysé l'état et l'évolution prévisible de la concurrence sur ces marchés, l'autorité établit, après avis du Conseil de la concurrence, la liste des opérateurs réputés exercer une influence significative sur chacun de ces marchés, au sens des dispositions de l'alinéa suivant.*

Est réputé exercer une influence significative sur un marché du secteur des communications électroniques tout opérateur qui, pris individuellement ou conjointement avec d'autres, se trouve dans une position équivalente à une position dominante lui permettant de se comporter de manière indépendante vis-à-vis de ses concurrents, de ses clients et des consommateurs. »

L'analyse des marchés pertinents permet d'identifier les situations de puissance significative. Pour cela, la seule analyse des parts de marché est insuffisante. Cependant, la Commission propose trois chiffres-clés dans le déroulement de l'exercice : ⁵

² Communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence [Journal officiel C 372 du 9 décembre 1997].

³ *Lignes directrices*, §56 de la section 2.2.2 "Marché géographique".

⁴ Dans son avis n°03-A-13 du 18 juillet 2003 relatif à la demande d'avis présentée par l'ART, le Conseil de la concurrence "considère que les activités de téléphonie fixe (...) sur la collectivité territoriale de Saint-Pierre-et-Miquelon devraient faire l'objet d'un traitement spécifique dans la mesure où elles sont exercées en monopole."

⁵ *Lignes directrices*, §75 de la section 3 "Evaluation de la puissance sur le marché".

- au-delà de 40% de part de marché, il est peu probable qu'une entreprise ne soit pas en situation de puissance significative ;
- une présence supérieure à 50% du marché "*suffit, sauf circonstances exceptionnelles, à établir l'existence d'une position dominante.*" ;
- une entreprise ayant au contraire moins de 25% de part de marché est peu susceptible de se révéler puissante, même si cela n'est pas totalement exclu.

Pour une analyse complète du développement de la concurrence sur les marchés pertinents, les *lignes directrices* recommandent de "*procéder à une analyse approfondie et exhaustive des caractéristiques économiques du marché pertinent avant de conclure à l'existence d'une puissance sur le marché*". A cet égard, la Commission recommande d'utiliser notamment les critères suivants :⁶

- le contrôle d'une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer ;
- les avancées ou la supériorité technologiques ;
- l'absence ou la faible présence de contre-pouvoir des acheteurs ;
- l'accès facile ou privilégié aux marchés des capitaux et aux ressources financières ;
- la diversification des produits et/ou des services ;
- la présence d'économies d'échelle ;
- la présence d'économies de gamme ;
- l'intégration verticale ;
- l'existence d'un réseau de distribution et de vente très développé ;
- l'absence de concurrence potentielle ;
- des entraves à l'expansion.

On peut prévoir, le cas échéant, d'observer par ailleurs l'évolution des tarifs de détail ainsi que l'existence d'un effet de levier horizontal.

B - 2 PERIODE TEMPORELLE D'ANALYSE

L'article D. 301 du code précité prévoit que « *L'inscription d'un marché sur [la] liste [des marchés pertinents] est prononcée pour une durée maximale de trois ans.* » L'Autorité fait porter son analyse des marchés des services fixes en bande étroite sur la période du 1^{er} janvier 2005 au 31 décembre 2007.

L'Autorité considère être en mesure d'effectuer une analyse prospective de ces marchés sur cette période. Néanmoins, en tant que de besoin, par exemple en cas d'évolution significative de la structure du marché ou des technologies disponibles, elle pourra être amenée à effectuer une nouvelle analyse de ces marchés avant la fin de la période envisagée. L'article D. 301 du code précité prévoit également cette possibilité : *l'inscription d'un marché sur la liste des marchés pertinents « est réexaminée à l'initiative de l'Autorité, lorsque l'évolution de ce marché le justifie. »*

⁶ *Lignes directrices*, §78 de la section 3 "Evaluation de la puissance sur le marché".

CHAPITRE 2 - DELIMITATION DES MARCHES PERTINENTS DE DETAIL

La présente consultation porte sur les services de communications en « bande étroite » en position déterminée. Les services en « bande étroite » désignent les services permettant l'accès à des canaux analogiques ou numériques de bande passante égale au plus à 64 kbit/s et ayant une bande passante suffisante pour un service téléphonique, et l'utilisation de services de communications fournis sur de tels canaux. Les services d'accès incluent la fourniture de raccordements au réseau téléphonique ouvert au public et l'utilisation de ce raccordement en position déterminée. Les services de communications incluent des communications vocales ou de données, telles que les communications d'accès à internet en bande étroite avec une connexion non-permanente (accès à Internet dit « *dial-up* ») depuis une position déterminée ; l'ensemble de ces services est fourni exclusivement lorsqu'un accès en bande étroite est préalablement disponible.

La fourniture de services fixes qui est prévue par la Commission (« en position déterminée ») est définie par opposition à la fourniture d'un service sur un terminal mobile.

A ELEMENTS COMMUNS A LA DEFINITION DES MARCHES PERTINENTS DE DETAIL

A - 1 DIMENSION GEOGRAPHIQUE DES MARCHES

Comme il a été rappelé en préambule au présent document, l'analyse porte sur le marché national comprenant le territoire métropolitain ainsi que les départements et collectivités territoriales d'outre-mer à l'exception de la collectivité territoriale de Saint-Pierre-et-Miquelon. Cette dernière fera l'objet d'une analyse ultérieure.

L'Autorité ne propose pas de subdiviser ce territoire plus finement pour les raisons suivantes :

- Les politiques tarifaires ont majoritairement tendance à être fixées au niveau national. En particulier, l'opérateur chargé du service universel, est soumis à une obligation de péréquation tarifaire sur l'ensemble du territoire national ;
- Les politiques de commercialisation des services de communications électroniques tendent, elles aussi, à être nationales ;
- Le réseau de France Télécom couvre la totalité du périmètre précité, et sa présence structure l'ensemble du jeu concurrentiel ;
- Les conditions de concurrence sont relativement homogènes sur l'ensemble du territoire. Ce point sera discuté plus en détail pour les marchés de l'accès et des communications en bande étroite.

A - 2 LA SEPARATION ENTRE ACCES EN BANDE ETROITE ET ACCES EN BANDE LARGE

L'Autorité a pris en compte les caractéristiques qui distinguent les modes d'accès dits « large bande⁷ » des accès en bande étroite : bande passante utilisée, délais de connexion, permanence de la connexion, prix et modèles de tarification, types de services offerts ou encore contraintes en termes de capacité disponible pour l'utilisateur. Ces accès à large bande peuvent permettre d'accéder éventuellement au réseau téléphonique public avec l'adjonction de prestations

⁷ Accès ADSL, câble, liaisons louées de débit strictement supérieur à 64 kbit/s, boucle locale radio, satellite.

complémentaires, mais ils ne constituent pas en eux-mêmes des services de raccordement au réseau téléphonique public. Réciproquement, ils se distinguent des accès en bande étroite par le niveau plus élevé de leur bande passante, qui permet d'accéder à des prestations inaccessibles via un accès en bande étroite : accès à haut débit au réseau Internet, accès à haut débit à des réseaux de données, diffusion audiovisuelle (télévision, films, etc....).

Du côté de l'offre, les opérateurs dont la stratégie repose sur la fourniture d'accès large bande sont probablement en mesure de fournir techniquement des accès en bande étroite. Cependant, pour des raisons économiques, leur développement actuel ne repose pas sur la commercialisation d'offres d'accès en bande étroite.

Les services d'accès « large bande » ne sont donc pas substituables aux services d'accès en « bande étroite » ni du côté de la demande ni de celui de l'offre. Ils font donc partie de marchés pertinents distincts.

La définition retenue par l'Autorité pour les services d'accès en bande étroite inclut les accès RNIS⁸, même s'ils sont fournis sur un support de transmission d'un débit global supérieur à 64 kbit/s, car chaque communication est réalisée sur un canal en bande étroite, indépendamment du débit disponible globalement sur le support. Il s'agit donc d'un groupement d'accès en bande étroite et non d'un accès large bande.

A - 3 LA SEPARATION ENTRE ACCES EN BANDE ETROITE ET LIAISONS LOUEES

Une liaison louée analogique ou numérique de débit inférieur ou égal à 64 kbit/s n'est pas substituable à un accès en bande étroite en position déterminée. Les liaisons louées ne permettent que le transport de voix ou de données entre deux points fixes, et ne fournissent pas l'accès au réseau téléphonique ouvert au public. Les utilisateurs finaux sur le marché de détail n'ayant pas accès directement à des points de raccordements vers les réseaux de l'Internet, l'utilisation des liaisons louées ne peut pas non plus être un substitut à l'accès au réseau Internet en bande étroite. Réciproquement, une liaison louée assure la fourniture d'une capacité de transmission à la fois garantie et dédiée à l'utilisateur, ce qui n'est pas le cas des accès en bande étroite en position déterminée (parmi lesquels seul l'accès numérique offre un débit garanti mais pas dédié). Une liaison louée peut être utilisée comme élément constitutif d'un accès en bande étroite, mais elle n'en est pas un substitut.

Les liaisons louées ne sont donc pas substituables à l'accès en bande étroite au réseau téléphonique ouvert au public. Elles ne font donc pas partie du périmètre des marchés de l'accès en bande étroite.

A - 4 NEUTRALITE TECHNOLOGIQUE POUR LES SERVICES DE COMMUNICATIONS SUR ACCES EN BANDE ETROITE

La neutralité technologique est l'un des principes que l'article L. 32-1 du code enjoint le ministre chargé des télécommunications et l'ART sont enjoins de respecter dans toute démarche, au-delà du seul cadre de l'analyse des marchés.⁹

Toutes les communications en bande étroite en position déterminée depuis et vers le réseau téléphonique ouvert au public appartiennent au même marché, dès lors qu'elles ont été établies à partir d'un accès en bande étroite, car les modalités d'utilisation du service téléphonique sont alors les mêmes du point de vue du consommateur qui achète une communication de bout en bout entre deux points donnés d'accès au réseau téléphonique ouvert au public.

⁸ Réseau Numérique à Intégration de Services.

⁹ 13° du II de l'article L. 32-1 du code : « Dans le cadre de leurs attributions respectives, le ministre chargé des communications électroniques et l'Autorité de régulation des télécommunications prennent, dans des conditions objectives et transparentes, des mesures raisonnables et proportionnées aux objectifs poursuivis et veillent : (...) Au respect de la plus grande neutralité possible, d'un point de vue technologique, des mesures qu'ils prennent ».

De même, l'utilisation éventuelle de la technologie VoIP par les opérateurs de télécommunications pour acheminer le trafic voix sur les fréquences basses de la paire de cuivre relève d'une évolution technologique qui s'inscrit pleinement dans le périmètre des produits recensés sur les marchés des services fixes en bande étroite. Un consommateur achète une communication de bout en bout indépendamment des technologies (ATM, VoIP, ...) ou des infrastructures (cuivre, câble, fibre optique, liaison satellitaire) sous-jacentes dont les bandes basses seraient utilisées pour produire cette prestation ; il n'en a pas connaissance en règle générale. Cette acceptation est admise dans la limite d'un écart de qualité de service acceptable ; ainsi, un service de voix utilisant le réseau Internet, et privant le prestataire de services de la capacité de contrôler son acheminement et donc sa qualité, pourrait constituer un service distinct, exclu des marchés pertinents traités ici.

Les services de communications fixes en bande étroite depuis et vers le réseau téléphonique ouvert au public sont donc considérés comme un marché unique dès lors qu'ils sont conditionnés par la disponibilité d'un accès en bande étroite, indépendamment des technologies sous-jacentes qui peuvent fournir un accès ou un acheminement de communications en bande étroite.

Compte tenu de l'attention portée à l'émergence récente de services de communications en bande étroite produits en utilisant des technologies VoIP, l'Autorité a invité les parties intéressées à s'exprimer sur l'opportunité de segmenter les marchés des communications en bande étroite sur la base des technologies sous-jacentes utilisées, dans leur réponse à la consultation publique de juillet 2004 sur la première version du présent document. Les nombreuses réponses sur ce point ont traduit une inquiétude liée à l'émergence de nouveaux services en large bande et à la fusion entre Wanadoo et sa maison-mère. Elles ont amené l'Autorité à proposer une précision sur le lien existant entre type d'accès et communications en bande étroite, et à introduire le point ci-après relatif à la voix sur accès large bande (VoB).

A - 5 LA SEPARATION ENTRE LES SERVICES DE VOIX SUR ACCES LARGE BANDE ET SUR ACCES EN BANDE ETROITE

Si l'analyse doit respecter le principe de neutralité technologique, la question de l'inclusion des services de voix fournis sur des accès large bande dans les marchés pertinents objets du présent document nécessite néanmoins un traitement particulier.

Il a été conclu précédemment que les accès en bande étroite ne sont pas substituables aux accès en bande large.¹⁰ De ce fait, en l'état actuel du marché, les communications qui peuvent être fournies sur l'un ou l'autre type d'accès sont à leur tour jugées non-substituables entre elles ; chaque catégorie de communications étant commercialisée conditionnellement soit à l'usage d'un ou plusieurs accès en bande étroite, soit à l'usage d'un accès en bande large respectivement.

Les marchés 1 à 6 de la *recommandation* correspondent à ce que la directive « cadre » désigne initialement comme « la fourniture de raccordements au réseau téléphonique public et l'utilisation de ce réseau en positions déterminées ».¹¹ Dès lors, on peut estimer que les services de communications sont conditionnés par la disponibilité du type d'accès qui permet de les fournir. Les services fournis sur des accès en bande étroite se distinguent notamment des services fournis sur des accès en bande large par leur mode de commercialisation. Contrairement à ceux qui sont fournis sur des accès en bande étroite, les services fournis sur des accès en bande large font partie d'offres incluant en premier lieu l'accès à internet à des débits élevés, et éventuellement des services de communications téléphoniques, voire d'autres services multimédias (offres *triple*

¹⁰ Voir A - 2 La séparation entre accès en bande étroite et accès en bande large.

¹¹ Voir l'Annexe de la *Recommandation de la Commission du 11 février 2003 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante conformément à la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques*.

¹² 40,8% des clients de France Télécom avaient choisi un forfait ou un plan tarifaire en septembre 2004. voir le communiqué de France Télécom du 28 octobre 2004.

play). Du côté de la demande, les services fournis sur des accès large bande sont donc non-substituables aux services fournis sur des accès en bande étroite.

Les marchés pertinents des communications en bande étroite sont donc actuellement conditionnels à l'usage d'un (ou plusieurs pour les entreprises) accès en bande étroite ; ils excluent de fait les communications sur accès large bande (VoB) qui se rattachent au marché de détail de l'accès à haut débit.

A - 6 LA SEPARATION ENTRE SERVICES FIXES ET SERVICES MOBILES

Un accès mobile comporte une spécificité intrinsèque liée au fait même que l'utilisateur peut avoir recours à cet accès indépendamment de sa localisation ; cette fonctionnalité de mobilité conduit par nature à ce que l'utilisateur perçoive ses services comme différents des services en position déterminée. En conséquence de cette fonctionnalité, les réseaux mobiles reposent sur des technologies radio qui ne permettent pas de garantir une qualité de service uniforme sur le territoire couvert et permanente dans le temps. Par l'usage qui en est fait, cet accès et les communications à partir de cet accès ne sont donc pas substituables à leurs équivalents en position déterminée.

On observe néanmoins des effets de substituabilité limités, ou porosités, entre les deux types de services. L'avis du le Conseil de la concurrence relatif à la première analyse de marché de l'ART rejoint sa conclusion.¹³ L'ART observe qu'un usager final pourra utiliser un accès mobile sur le lieu où il dispose de son accès fixe (la réciproque étant fautive par nature). Ces comportements, s'ils sont couramment observés, ne sont pas généralisables et découlent principalement des politiques de forfaits quasi-généralisées sur les réseaux mobiles, et du niveau relativement élevé du prix des communications depuis un poste fixe vers un mobile en comparaison de celui des communications d'un mobile vers un autre. L'analyse des marchés de gros de la terminaison d'appel mobile menée par l'ART a soulevé ce point et conclu à la non-substituabilité entre les appels entre postes fixes et les appels depuis un mobile.

Cette séparation entre les marchés des services de téléphonie mobile et des services de téléphonie fixe correspond à celle que propose la Commission dans sa *recommandation*.

Les services mobiles ne sont donc pas substituables à ceux qui sont fournis en position déterminée. Ces services, accès et communications ne seront donc pas inclus dans le périmètre des marchés des services fixes en bande étroite.

A - 7 LA SEPARATION ENTRE LA CLIENTELE RESIDENTIELLE ET LA CLIENTELE NON-RESIDENTIELLE

Les *lignes directrices* de la Commission indiquent que chacun des marchés de détail se décline suivant deux catégories de consommateurs.¹⁴ La première concerne les "abonnés résidentiels", la deuxième correspond aux "abonnés d'affaires" et regroupe les professions libérales, les PME et les grandes entreprises. Néanmoins, la séparation entre ces deux catégories de clientèle ne saurait être stricte. Certains abonnés résidentiels pourront souscrire à des offres destinées aux abonnés d'affaires. Certaines entreprises souscrivent à des offres destinées aux résidentiels pour des implantations isolées de petites tailles. Il existe un chevauchement naturel entre les franges de ces deux marchés.

L'Autorité considère que dans le cas français, la segmentation des marchés de détail en fonction des clientèles résidentielle et non-résidentielle est pertinente d'un point de vue concurrentiel. S'il existe un certain degré de substituabilité en matière de demande, celle-ci n'est pas totale. Les clients non-résidentiels ont une demande nettement supérieure en termes de qualité de service

¹³ Voir l'avis 04-A-17 du 14 octobre 2004 relatif à une demande d'avis présentée par l'Autorité de régulation des télécommunications en application de l'article L. 37-1 du code des postes et communications électroniques, notamment les §38 et 39 du B. a) *La faible substituabilité des services de détail de la téléphonie vocale*.

¹⁴ Voir le §65 du 2.3 *Pratique de la Commission*.

(disponibilité, temps de rétablissement, service après-vente etc.). Ils tendent à demander davantage de services associés ou avancés (présentation du nom, double appel, transfert d'appel, statistiques d'usage, etc.). Les profils d'usages diffèrent sensiblement. Les clients non-résidentiels utilisent les services de communications électroniques principalement durant les heures et jours ouvrables, à l'opposé des résidentiels. Les opérateurs tendent donc à développer des offres tarifaires différentes pour chaque clientèle. Enfin, les canaux de distribution et de commercialisation, et plus généralement les politiques de marketing, sont distincts entre les deux clientèles. Il convient donc de segmenter les marchés pertinents de produits par type de clientèle.

Du côté de l'offre, la substituabilité entre l'offre destinée à la clientèle résidentielle et celle qui cible la clientèle non-résidentielle est faible, dans la mesure où l'effort, notamment commercial, permettant d'élargir la cible première d'un opérateur est substantiel. Une grande partie des opérateurs alternatifs continue de ne cibler qu'un type de clientèle.

Dans les réponses à la consultation publique de 2003 sur les critères proposés par l'Autorité pour définir le périmètre respectif des marchés résidentiels et non-résidentiels¹⁵, les acteurs du marché ont évoqué notamment :

- le montant de la facture des clients ;
- la capacité du lien raccordant le client au réseau ;
- le marketing des offres des opérateurs ;
- la nomenclature INSEE (numéro de SIREN).

Au vu de ces éléments, l'Autorité propose de segmenter les types de clientèle sur lesquels porte la délimitation des marchés et d'analyser la clientèle résidentielle d'une part, et la clientèle non-résidentielle d'autre part. Ce choix est comparable à celui de l'observatoire des marchés qu'elle publie. Dans la segmentation ainsi retenue, la clientèle résidentielle regroupe les ménages, individus, entreprises individuelles et professions libérales. La clientèle non-résidentielle correspond aux autres entreprises, quelle que soit leur taille à partir de 2 employés.

En effet, tout comme celle qu'a retenue l'observatoire des marchés, la segmentation de clientèle prévue a été choisie pour refléter la réalité des offres d'une grande partie des opérateurs interrogés. De plus, cette cohérence permet de traiter des données statistiques qui peuvent être comparées aux informations publiées par l'observatoire des marchés.

Le présent document prévoit donc une segmentation de tout marché pertinent de produits en fonction de deux segments de clientèle :

- la clientèle résidentielle ;
- la clientèle non-résidentielle.

Une segmentation plus fine de la clientèle non-résidentielle, isolant soit les très petites entreprises, soit les très grandes entreprises, a été envisagée. L'Autorité n'a pas fait ce choix. Néanmoins, elle a procédé à un essai de segmentation plus fine en matière d'accès en distinguant les accès analogiques, numériques de base et primaire¹⁶. Une telle segmentation basée sur les produits renvoie de fait à une segmentation sous-jacente de clientèle. Ce point sera discuté plus en détail lors de la délimitation des marchés de l'accès pour les usagers non-résidentiels.

L'Autorité a invité les parties intéressées à s'exprimer sur l'opportunité et la faisabilité d'une segmentation plus fine des marchés non-résidentiels dans leur réponse à la consultation publique du 9 juillet sur le présent document. Comme le montre la synthèse de ces contributions, certains opérateurs ont suggéré que la clientèle non-résidentielle soit elle-même divisée en deux groupes

¹⁵ Appel à commentaires de l'Autorité sur la définition des marchés, mars 2003. La synthèse est disponible sur www.art-telecom.fr.

¹⁶ Cette segmentation ne se fonde pas sur l'usage de technologies différentes, mais sur le fait que les produits ainsi désignés ont des caractéristiques d'usage distinctes pour l'utilisateur.

afin d'isoler les grands comptes. La synthèse de l'Autorité indique comment elle a analysé leurs arguments et décidé de maintenir la segmentation de clientèle proposée initialement.

B LES MARCHES DE L'ACCES FIXE EN BANDE ETROITE

B - 1 LES PRODUITS DES MARCHES DE L'ACCES

L'accès fixe en bande étroite correspond à la fourniture d'un raccordement ou d'un accès en position déterminée au réseau téléphonique public pour émettre ou recevoir des communications téléphoniques, accéder à l'Internet commuté et utiliser des services associés. Parmi les services associés à l'accès, on peut citer en particulier les prestations de gestion des appels reçus ou émis, tels que le transfert d'appel, la présentation du numéro et/ou du nom, le signal d'appel.

Les différents produits des marchés de l'accès peuvent être regroupés entre lignes analogiques d'une part et lignes numériques de l'autre.

Les accès analogiques proposent une bande passante d'au plus 64 kbit/s. Ils sont principalement destinés au service téléphonique. Ils peuvent permettre également l'échange de données, ce qui inclut l'accès à Internet ou à des réseaux privés en bande étroite avec un débit crête fortement variable suivant la qualité des supports d'accès et des services d'acheminement. Ils permettent l'échange de télécopies et l'accès aux services télématiques. Une seule voie de communication est disponible sur un accès analogique ; les services auxquels il donne accès ne sont pas utilisables simultanément. Le débit des accès analogiques n'est pas garanti, contrairement à celui des accès numériques.

Les accès numériques offrent des débits multiples de 64 kbit/s, pouvant totaliser jusqu'à 2 Mb/s. On distingue les accès numériques de base qui incluent deux canaux à 64 kbit/s, des accès numériques primaires, qui incluent jusqu'à trente canaux 64 kbit/s ; chacun comporte également un canal de signalisation.

Pour fournir des accès fixes en bande étroite, les opérateurs peuvent disposer d'une infrastructure telle que le réseau de boucle locale en cuivre (c'est le cas de France Télécom), déployer en propre des boucles locales alternatives (fibre optique, câble, boucle locale radio, satellite) ou s'appuyer sur le dégroupage de la boucle locale cuivre de France Télécom. Pour la clientèle non-résidentielle, les opérateurs alternatifs peuvent également avoir recours à une offre de liaison louée sur le marché de gros, reliant le site client et l'un de leurs points de présence pour produire une prestation d'accès.

B - 2 LES MARCHES PERTINENTS DE L'ACCES RECENSES PAR L'AUTORITE

Afin de délimiter les marchés pertinents de l'accès en bande étroite, l'ART propose de retenir une segmentation des produits qui s'ajoute à la seule distinction entre accès résidentiel et non-résidentiel, comme suit :

- l'accès pour la clientèle résidentielle ;
- l'accès analogique pour la clientèle non-résidentielle ;
- l'accès numérique de base pour la clientèle non-résidentielle ;
- l'accès numérique primaire pour la clientèle non-résidentielle.

B - 3 L'ACCES POUR LA CLIENTELE RESIDENTIELLE

L'Autorité inclut dans ce marché l'ensemble des accès offerts à la clientèle résidentielle : les services d'accès analogique fournis de façon isolée ou associée à une seconde ligne ;

les services d'accès numérique de base permettant l'utilisation simultanée de deux lignes d'accès en bande étroite.¹⁷

En effet, les accès pour la clientèle non-résidentielle et les accès pour la clientèle résidentielle ne sont pas substituables entre eux du côté de la demande, même si l'accès analogique destiné aux clients non-résidentiels repose sur la même technologie que celui qui est proposé à la clientèle résidentielle. Les entreprises, contrairement aux clients résidentiels, attendent une plus grande qualité de service ainsi qu'un service après-vente efficace. La tarification est adaptée à leurs comportements. Les objectifs des opérateurs dans la gestion de l'accès conditionnent les modalités dans lesquelles le service est fourni (répartition du trafic selon les heures et les jours, groupements d'offres adaptés aux clients non-résidentiels notamment). Cette différence s'illustre aussi par le tarif de l'abonnement analogique de France Télécom pour les clients professionnels et résidentiels :

Abonnement de base	€ HT par mois
Résidentiel	10,87
Professionnel	13,10

C'est donc principalement en observant le fonctionnement de la demande qu'on peut conclure que les accès pour la clientèle résidentielle ne sont pas substituables aux accès pour la clientèle non-résidentielle.

Le marché de l'accès pour la clientèle résidentielle est donc considéré comme un marché pertinent sur l'ensemble du territoire national, à l'exception de la collectivité territoriale de Saint-Pierre-et-Miquelon.

B - 4 L'ACCES ANALOGIQUE POUR LA CLIENTELE NON-RESIDENTIELLE

L'Autorité a jugé nécessaire de segmenter le marché de l'accès pour la clientèle non-résidentielle recensé par la Commission, en distinguant dans un premier temps l'accès analogique de l'accès numérique, qu'elle estime non-substituables entre eux.

Du côté de la demande, le contrat professionnel de l'opérateur historique offrant l'accès analogique aux professionnels n'inclut pas autant de services complémentaires que le contrat d'abonnement à des accès numériques. L'offre de base Numéris comprend, elle, des compléments de services : présentation du numéro, signal d'appel / présentation d'appel / double appel, sous-adresse, secret appel par appel, garantie du temps de rétablissement ; s'y ajoutent des offres supplémentaires, sur demande et sans supplément de prix. Même si on la compare aux « dispositions spécifiques » du contrat "Pro Services", l'offre numérique reste plus complète (« services contact » notamment).

La non-substituabilité est observable également du côté de l'offre : les opérateurs fournissant des accès analogiques s'exposeraient à d'importants coûts irrécupérables s'ils souhaitaient leur substituer des accès numériques. Un opérateur a indiqué, en réponse au questionnaire de l'Autorité, que le coût incrémental de transformation d'une ligne analogique en ligne numérique peut être estimé à environ 300 euros (il était évalué à £200 par l'Of tel en 1997).

Le marché de l'accès analogique pour la clientèle non-résidentielle est donc considéré comme un marché pertinent sur l'ensemble du territoire national, à l'exception de la collectivité territoriale de Saint-Pierre-et-Miquelon.

¹⁷ Il semble que l'offre d'accès numérique de base sur le marché résidentiel soit des plus limitées en France (contrairement à certains marchés européens comme l'Allemagne). A la connaissance de l'Autorité, seul l'opérateur historique dispose d'une telle offre, qui reste marginale par rapport à son offre d'accès analogique sur ce marché. Pour cette raison et par pragmatisme, l'Autorité n'a pas segmenté plus avant le marché de l'accès pour la clientèle résidentielle, suivant en cela la délimitation de marché prévue par la Commission.

B - 5 L'ACCES NUMERIQUE POUR LA CLIENTELE NON-RESIDENTIELLE

Après la première segmentation isolant l'accès analogique de l'accès numérique, ce dernier fait l'objet d'une seconde segmentation : l'accès numérique de base et l'accès numérique primaire sont jugés non-substituables entre eux, même s'ils utilisent la même norme RNIS.

B - 5.1 Description de l'accès numérique de base

Un accès numérique de base isolé fournit deux accès en bande étroite utilisables simultanément. Il comporte deux canaux à 64 kbit/s pour les services de voix et de données, et un canal de signalisation à 16 kbit/s. Une telle offre présente l'avantage de la simultanéité de plusieurs communications téléphoniques (pour l'accès à Internet simultanément à des communications interpersonnelles par exemple).

B - 5.2 Description de l'accès numérique primaire

L'accès numérique primaire comporte jusqu'à 30 canaux à 64 kbit/s pour les services de voix et de données, et un canal de signalisation à 64 kbit/s, ce qui permet l'acheminement simultané d'autant de communications en bande étroite. Ce service est inclus dans les marchés de l'accès bande étroite, même si le support doit permettre au moins un débit total de 2Mbit/s : c'est bien le service offert qui fait l'objet d'une analyse, et non le support physique ou les capacités globales de ce dernier.

B - 5.3 Non-substituabilité entre l'accès numérique primaire et l'accès numérique de base

L'accès numérique de base n'est pas substituable à l'accès numérique primaire, qui offre des caractéristiques plus étendues. En effet, les accès numériques primaires sont particulièrement adaptés aux besoins des entreprises de grande taille. Leurs usages et dépenses pour ce type d'accès sont distincts de ceux que concernent les autres offres d'accès. Par ailleurs, un tel accès est commercialisé avec des services à valeur ajoutée tels que la ligne directe (sélection directe à l'arrivée), la présentation du numéro, la garantie de temps de rétablissement.

Du point de vue de l'offre, les accès primaires connaissent une concurrence plus forte que les autres accès, par l'usage de liaisons louées, le développement du dégroupage de la boucle locale ou par le déploiement localisé de boucles optiques métropolitaines. De plus, la fourniture d'accès primaires comporte des enjeux financiers particuliers : le chiffre d'affaires généré par les communications, en plus de celui qu'occasionne l'accès, est 15 à 30 fois plus important que pour un accès de base.

Comme pour l'ensemble des marchés des services fixes en bande étroite, aucune segmentation géographique des marchés n'a été retenue. Cependant, cette perspective a été envisagée pour ce qui est des marchés de l'accès pour la clientèle non-résidentielle, notamment pour les offres les plus évoluées. France Télécom s'est prononcée en faveur d'une segmentation géographique des marchés considérés, en estimant que la demande et l'offre sont inégalement réparties sur le territoire, et que les conditions de fonctionnement des marchés sont hétérogènes. L'opérateur suggère de distinguer "les zones denses" et "le reste du territoire". Les réponses reçues par l'Autorité d'autres opérateurs ne reprennent pas cette analyse.

Pour sa part, l'Autorité observe que le développement de la concurrence sur l'ensemble du marché de l'accès numérique primaire, toutes zones géographiques confondues, est inférieur à 5% (Cf. annexe C). A ce niveau, l'identification de zones géographiques spécifiques ne permet pas d'identifier une pénétration notable de la concurrence, sauf à observer des zones particulièrement petites et ciblées. De telles zones ne rempliraient pas les critères de pérennité nécessaires à la

définition de tout marché pertinent. De plus, le jeu concurrentiel n'est pas circonscrit à des zones géographiques locales. Beaucoup de clients ayant une demande d'accès numérique primaire sont des entreprises multi-sites qui ont donc une demande multi-zones avec un site primaire et des sites secondaires. Par ailleurs, aucun élément ne vient étayer le fait que les comportements de consommation des clients (entreprises en matière d'accès primaire) soient différents d'une zone géographique à l'autre sur le territoire français.

Du point de vue de l'offre, France Télécom a bien une offre technique et une présence commerciale d'envergure nationale. Pour répondre à la demande et à la pression concurrentielle de France Télécom, les opérateurs concurrents sont tenus d'avoir une offre qui ne soit pas limitée au seul territoire couvert par leur réseau. Pour cela, ils ont recours aux offres de gros de France Télécom ou d'autres opérateurs tiers. C'est bien sur la diversité des offres de gros que repose le jeu concurrentiel sur les marchés de détail. Le jeu concurrentiel est donc relativement homogène sur un territoire défini par la seule présence technique et commerciale de France Télécom, c'est-à-dire à un niveau national.

Le marché de l'accès numérique primaire pour la clientèle non-résidentielle est donc considéré comme un marché pertinent sur l'ensemble du territoire national, à l'exception de la collectivité territoriale de Saint-Pierre-et-Miquelon.

Le marché de l'accès numérique de base pour la clientèle non-résidentielle est considéré comme un autre marché pertinent sur l'ensemble du territoire national, à l'exception de la collectivité territoriale de Saint-Pierre-et-Miquelon.

B - 6 LE LIEN AVEC LA RECOMMANDATION POUR LES MARCHES DE L'ACCES

Les marchés de l'accès fixe en bande étroite recensés par la Commission sont les deux suivants :

- 1. Accès au réseau téléphonique public en position déterminée pour la clientèle résidentielle.
- 2. Accès au réseau téléphonique public en position déterminée pour la clientèle non-résidentielle.

L'Autorité estime qu'il y a lieu de procéder à une segmentation supplémentaire en distinguant trois marchés au lieu d'un seul pour l'accès en bande étroite pour la clientèle non-résidentielle : l'accès analogique, l'accès numérique de base et l'accès numérique primaire. Elle recense donc quatre marchés là où la Commission en recense deux.

L'Autorité estime que l'identification de chacun de ces marchés vérifie les trois critères que la Commission rappelle dans ses lignes directrices pour l'identification des marchés pertinents, en application de l'article 7 de la directive « cadre » :

- la présence de barrières à l'entrée élevées et non provisoires ;
- l'absence d'évolution vers une situation de concurrence effective ;
- l'efficacité insuffisante du droit de la concurrence.

Les marchés proposés par l'Autorité ayant été définis sur la base d'une segmentation plus fine des marchés pertinents recensés par la Commission, les conclusions atteintes par cette dernière pour l'étude de ces trois critères restent fondées.

C LES MARCHES DES COMMUNICATIONS EN BANDE ETROITE

Les communications en bande étroite, qui s'inscrivent parmi les services en bande étroite en position déterminée, sont fournies sur des canaux analogiques ou numériques dont la bande passante atteint un débit maximal de 64 kbit/s, et sont conditionnées à l'usage d'un (ou plusieurs) accès en bande étroite. Les produits de ces marchés excluent toute offre de détail nécessitant le recours à un accès large bande. De tels produits relèvent du marché de détail de l'accès haut débit.

Il a été vu précédemment que les communications en position déterminée ne sont pas substituables à celles qui peuvent être émises depuis un terminal mobile. Par ailleurs, les communications en bande étroite en position déterminée émises sur un accès à haut débit ne sont pas intégrées dans le marché considéré, car si la technologie est neutre, le type d'accès sur lequel sont fournies ces communications est différenciant.

Enfin, il convient de rappeler que, conformément à la recommandation de la Commission, les communications locales et/ou nationales (communications vers des abonnés situés sur le territoire national) et les communications internationales (communications vers des postes situés à l'extérieur de ce territoire) appartiennent à des marchés distincts.

C - 1 LES MARCHES DES COMMUNICATIONS LOCALES ET/OU NATIONALES

Les communications locales et/ou nationales telles que définies par la *recommandation* de la Commission désignent l'ensemble des communications vers des postes fixes ou mobiles situés sur le territoire national.

La Commission a défini deux marchés des communications locales et/ou nationales, segmentés selon la clientèle ciblée. L'Autorité opère pour sa part une segmentation supplémentaire parmi les appels vers des correspondants situés sur le territoire national ; elle distingue les appels locaux et interurbains vers des postes fixes d'une part, et les appels vers des mobiles d'autre part :

- les communications locales et interurbaines pour la clientèle résidentielle ;
- les communications locales et interurbaines pour la clientèle non-résidentielle ;
- les communications vers les mobiles pour la clientèle résidentielle ;
- les communications vers les mobiles pour la clientèle non-résidentielle.

C - 1.1 Les communications locales et interurbaines

On a vu que les communications locales et interurbaines désignent l'ensemble des communications interpersonnelles vers des postes fixes situés sur le territoire national. Par communications interpersonnelles, on entend des communications à destination de lignes téléphoniques d'abonnés, distinguées des communications à destination des numéros spéciaux ; elles incluent donc les communications vers des numéros commençant par 087B, qui sont des numéros non-géographiques dédiés à des communications interpersonnelles attribués jusqu'alors à des opérateurs fournissant des accès à large bande sur lesquels sont offerts des accès au réseau téléphonique ouvert au public.

Il y a une substituabilité importante entre les communications locales et les communications interurbaines du point de vue de l'offre. Si un opérateur dispose d'une infrastructure de transport, il peut l'utiliser aussi bien pour les communications locales que pour les communications interurbaines. Les mécanismes de sélection et de présélection du transporteur permettent d'ailleurs l'acheminement des communications interurbaines depuis le 1^{er} janvier 1998¹⁸ et des

¹⁸ Décision de l'Autorité n°97-345 du 17 octobre 1997 relative à la définition des zones locales de tri.

communications locales depuis la fin de l'année 2001.¹⁹ De fait, presque tous les opérateurs ont choisi de bénéficier de ces possibilités dès les premiers mois de 2002.

Par ailleurs, ces deux types de communications sont soumises de façon croissante à des contraintes concurrentielles équivalentes dans la mesure où les communications locales tendent vers une tarification semblable à celle des communications interurbaines. De plus, l'offre de communications locales tend à être groupée avec celle de communications interurbaines par la généralisation d'offres tarifaires ne les distinguant pas.

Du point de vue de la demande, le comportement des utilisateurs a évolué avec l'introduction des forfaits et la tarification de plus en plus décorelée de la distance entre l'appelant et l'appelé. On note que ces phénomènes ont été amplifiés par l'essor de la téléphonie mobile. Ainsi, les clients tendent à perdre de vue la notion de distance lorsqu'ils effectuent leurs appels sur le territoire national. Les communications locales et interurbaines sont donc considérées comme substituables du côté de la demande.

L'Autorité a reçu, en réponse à la mise en consultation de la première version du présent document, un commentaire sur l'opportunité de distinguer deux marchés pour les communications locales d'un côté et les communications interurbaines de l'autre. Il repose sur une analyse de la non-substituabilité entre ces deux types de communications du côté de la demande et sur des références à des décisions du Conseil de la concurrence²⁰ et du régulateur britannique Ofcom.²¹ Comme indiqué dans le document de synthèse sur les réponses à sa consultation de juillet 2004 sur les marchés de la téléphonie fixe, l'Autorité a maintenu son analyse première.

Comme indiqué précédemment, on distinguera le marché pour la clientèle résidentielle du marché pour la clientèle non-résidentielle.

C - 1.2 Exclusion des communications vers des prestataires de services

Contrairement aux communications interpersonnelles, les communications vers des prestataires de services ne mettent pas l'appelant en relation avec un abonné, mais avec des prestataires de services à valeur ajoutée ou avec des fournisseurs d'accès à Internet.

Les communications vers des prestataires de services désignent les appels vers les services à coûts et à revenus partagés, notamment vers les numéros spéciaux de type 08XY²². Le niveau de tarification de l'appel est choisi par le prestataire de service et non par l'opérateur de boucle locale ou par l'appelant. Le prestataire de service, via un opérateur de communications électroniques le cas échéant, prend livraison du trafic des abonnés de l'opérateur de boucle locale vers ses services spéciaux et les achemine vers une plate-forme de traitement (centre d'appel ou passerelle d'accès vers le réseau Internet ou vers un réseau privé par exemple). Des paliers tarifaires associés à certaines séries de numéros définissent le prix maximum payé par l'appelant pour chaque minute de communication pour assurer une certaine lisibilité des tarifs. Les modalités techniques et tarifaires relatives à l'acheminement du trafic vers les numéros spéciaux sont précisées dans les conventions d'interconnexion conclues entre les opérateurs.

Le marché des communications vers les services spéciaux est donc structuré différemment de celui des communications interpersonnelles. Le niveau de prix étant choisi par le destinataire de l'appel, il n'y a pas de concurrence en prix sur ces communications sur le marché de détail des communications en bande étroite. Par ailleurs, celles-ci ne sont pas actuellement incluses dans le périmètre de la sélection du transporteur, et relèvent d'un régime d'interconnexion indirecte.

¹⁹ Décision de l'Autorité n°01-691 du 18 juillet 2001 précisant les conditions et les délais de mise en œuvre de la sélection du transporteur pour les appels locaux internes aux zones locales de tri.

²⁰ Décision n°04-D-22 du 21 juin 2004 relative à la saisine de l'Association française des opérateurs privés en télécommunications (AFOPT) et de l'Association des opérateurs de services de télécommunications (AOST) portant sur la commercialisation par France Télécom du tarif promotionnel "Primaliste longue distance".

²¹ Courrier de la Commission du 24 septembre 2003.

²² A l'exception des appels vers la tranche 087B.

L'Autorité estime par conséquent que la régulation éventuelle de ce marché doit se faire *via* le marché sous-jacent, qui permet à un prestataire de services d'acheter une prestation de collecte d'appels et le cas échéant de facturation pour compte de tiers. En conséquence, la procédure actuelle d'homologation des tarifs de France Télécom pour les appels vers les services à valeur ajoutée devrait être levée avec la mise en œuvre du nouveau cadre.

Comme il a été mentionné précédemment, les appels vers les numéros de type 087B se distinguent du reste des appels vers les numéros spéciaux de type 08XY. Ces numéros non-géographiques sont dédiés à des communications interpersonnelles et sont soumis à un régime d'interconnexion directe. Compte-tenu de l'apparition récente de cette nouvelle catégorie de communications interpersonnelles, elle n'est pas actuellement incluse dans le périmètre de la sélection du transporteur mais a vocation à l'être comme l'ensemble des communications interpersonnelles. C'est pourquoi les communications vers les numéros 087B, contrairement aux appels vers les prestataires de services, sont incluses dans les marchés des communications locales et interurbaines.

L'Autorité propose de ne pas inclure les communications vers les prestataires de service dans les marchés pertinents des communications locales et interurbaines pour la clientèle résidentielle et non-résidentielle. Elle estime qu'elles ne sont pas susceptibles de faire l'objet d'une régulation *ex ante* sur les marchés de détail.

C - 1.3 Exclusion des communications au départ des publiphones

Les appels émis depuis des publiphones peuvent être catégorisés comme des services de communications en bande étroite depuis un poste fixe. Cependant, ils sont caractérisés par l'absence de tout abonnement, et par l'existence concomitante d'une surtaxe sur le marché de gros.

L'Autorité propose que les appels au départ des publiphones fassent l'objet d'un traitement séparé dans le cadre d'une consultation qu'elle pourrait mener en 2005.

C - 1.4 Conclusion

Les marchés des communications locales et interurbaines pour la clientèle résidentielle et non-résidentielle respectivement sont donc considérés comme des marchés pertinents sur l'ensemble du territoire national, à l'exception de la collectivité territoriale de Saint-Pierre-et-Miquelon.

C - 2 LES COMMUNICATIONS VERS LES MOBILES

Les appels vers les mobiles constituent un marché distinct de celui des communications locales et interurbaines, qui sont des communications interpersonnelles entre postes fixes.

Du point de vue de la demande en effet, on constate que les tarifs des communications vers les postes fixes se distinguent clairement de ceux des communications vers les mobiles : un appel vers un poste en position déterminée est environ trois fois moins cher qu'un appel vers un mobile, pour la clientèle résidentielle.²³ De plus, l'appelant est en position déterminée mais l'appelé ne l'est pas : un appel vers un mobile n'a donc pas la même finalité qu'un appel vers un poste fixe ; il permet d'appeler un abonné sans connaître sa localisation.

Du côté de l'offre, on constate des différences entre la fourniture d'un appel vers un poste en position déterminée de celle d'un appel vers un mobile par les réseaux de terminaison utilisés et la structure tarifaire qui en découle. Le modèle de fixation des prix est notamment conditionné par la

²³ Voir en annexe les tarifs des appels locaux et nationaux et des appels vers les mobiles de FT, Cegetel, 9 Telecom et Tele2, pour la clientèle résidentielle et non-résidentielle.

perception d'une terminaison d'appel déterminée par l'opérateur mobile de l'appelé, qui impacte le coût et donc le tarif de détail de l'opérateur fixe de l'appelant. Le niveau élevé de ces terminaisons d'appels relativement à celui de la terminaison d'appel sur les réseaux fixes interdit de fait les opérateurs de boucle locale de commercialiser des offres mêlant indistinctement appels vers les réseaux fixes et mobiles. Le prix d'un appel d'une minute vers un mobile reste élevé, ce qui n'a pas empêché le trafic des appels vers les mobiles d'augmenter de 35% en volume entre 2000 et 2002.²⁴ L'augmentation du trafic alors même que les tarifs restent élevés contribue à montrer que ce segment de marché est soumis à des pressions concurrentielles propres.

Il convient également d'étudier si les appels vers les différents réseaux mobiles doivent être regroupés dans un marché unique ou dans des marchés séparés. En effet, du point de vue de la demande, ces communications paraissent *a priori* constituer des marchés séparés, car une offre de communication vers un réseau mobile donné ne peut fournir un substitut à une offre de communication vers un autre réseau de ce type. Cependant cette logique pourrait conduire à une définition extrêmement étroite des marchés, puisqu'une communication vers un utilisateur final quelconque est peu susceptible de constituer un substitut à un appel vers une autre personne, quand bien même elle serait abonnée au même réseau.

L'analyse de la substituabilité du point de vue de l'offre suggère la définition d'un marché de détail englobant les appels vers l'ensemble des réseaux mobiles. Les conditions de fourniture de la terminaison d'appel sur les réseaux mobiles montrent en effet que si un opérateur fixe fournit à ses clients des offres de communications vers un réseau mobile donné, alors il est également capable de leur fournir des communications vers les autres réseaux mobiles sous réserve de la mise en place d'une interconnexion ou de l'achat d'une prestation de transit vers ces réseaux. Un monopoleur hypothétique sur la fourniture de communications vers un réseau mobile donné ne pourrait élever ses prix de façon significative sans provoquer l'entrée sur cette activité d'autres opérateurs fournissant jusqu'alors uniquement des communications vers les autres réseaux mobiles.

La relative homogénéité des conditions de concurrence s'exerçant sur les communications vers les différents réseaux mobiles renforce également la pertinence d'une agrégation de l'ensemble de ces prestations dans un marché unique. Bien que les opérateurs fixes appliquent parfois des tarifs de détail différents vers certains réseaux mobiles, ceux-ci reflètent généralement les différences de coûts de terminaison d'appels sous-jacents (qui d'ailleurs tendent à converger) et non l'existence de conditions de concurrence différentes sur les prix de détail des communications vers ces différents réseaux.

Il peut être précisé qu'en réponse à la mise en consultation de la première version du présent document, l'Autorité a reçu deux suggestions en vue de délimiter un marché défini par la finalité des appels : un marché pertinent des appels vers les mobiles émis indifféremment depuis des postes fixes et mobiles. La synthèse ci-jointe expose les raisons pour lesquelles cette proposition n'a pas été retenue.

L'avis du Conseil de la concurrence sur l'analyse des marchés de gros de la terminaison d'appel mobile conforte la position de l'Autorité.²⁵

Les marchés des communications vers les réseaux mobiles nationaux pour la clientèle résidentielle et non-résidentielle respectivement sont donc considérés comme des marchés pertinents sur l'ensemble du territoire national, à l'exception de la collectivité territoriale de Saint-Pierre-et-Miquelon.

Comme indiqué précédemment, on distinguera le marché de la clientèle résidentielle de celui de la clientèle non-résidentielle.

²⁴ *How mobile termination charges shape the dynamics of the telecom sector*, Cerna, juillet 2003.

²⁵ Voir l'avis n° 04-A-17 du 14 octobre 2004 relatif à une demande d'avis présentée par l'Autorité de régulation des télécommunications en application de l'article L. 37-1 du code des postes et télécommunications, et notamment le a) du B. *Analyse concurrentielle*.

C - 3 LES MARCHES DES COMMUNICATIONS INTERNATIONALES

Les communications internationales désignent les communications vers des abonnés ou des prestataires de services situés dans un pays étranger, et joignables sur un réseau fixe ou mobile.

Les marchés des communications internationales recensés par la Commission sont les suivants :

- 4. Services téléphoniques internationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle ;
- 6. Services téléphoniques internationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non-résidentielle.

Pour les communications internationales, l'analyse de l'Autorité conduit à reprendre la seule segmentation prévue par la Commission, qui porte sur la clientèle résidentielle et non-résidentielle. En effet, même si les conditions de concurrence ne sont pas strictement équivalentes selon les destinations, et en l'absence d'éléments pertinents justifiant une observation plus fine, il a été choisi de ne pas segmenter le marché des communications internationales en fonction de destinations ou de groupes de destinations spécifiques. Ce choix est conforté par l'existence d'une substituabilité du point de vue de l'offre. Un opérateur, qui commercialiserait une offre de communications vers une destination internationale, serait en mesure d'étendre sa gamme à l'ensemble des autres destinations en achetant des prestations de transit à un opérateur tiers. De fait, compte tenu du cadre réglementaire en vigueur, et notamment des modalités de la sélection du transporteur et des obligations portant sur les opérateurs de boucle locale, l'ensemble des acteurs du marché commercialisent une offre couvrant l'ensemble des destinations internationales.

La *recommandation* de la Commission inclut les appels à l'étranger vers des fixes et vers des mobiles dans le même marché des communications internationales. En effet, on estime que l'appelant ne connaît pas systématiquement le plan de numérotation du pays dans lequel se trouve son correspondant, et n'a donc pas nécessairement conscience du fait que le poste appelé est fixe ou mobile. De plus, la tarification d'un appel vers un mobile étranger consiste le plus souvent en une tarification semblable à celle d'un appel vers un poste fixe, à laquelle s'ajoute, le cas échéant, une surtaxe spécifique, selon les pays.

Les marchés des communications internationales pour la clientèle résidentielle et non-résidentielle respectivement sont donc considérés comme des marchés pertinents sur l'ensemble du territoire national, à l'exception de la collectivité territoriale de Saint-Pierre-et-Miquelon.

C - 4 LE LIEN AVEC LA RECOMMANDATION POUR LES MARCHES DES COMMUNICATIONS

Les marchés des communications recensés par la Commission sont les quatre suivants :

- 3. Services téléphoniques locaux et/ou nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle ;
- 4. Services téléphoniques locaux et/ou nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non-résidentielle ;
- 5. Services téléphoniques internationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non-résidentielle.
- 6. Services téléphoniques internationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle.

Comme pour les marchés de l'accès, la commission a vérifié que les trois critères prévus en application de l'article 7 de la directive « cadre » précitée sont remplis et justifient une régulation sectorielle *ex-ante*.

L'Autorité a distingué pour sa part six marchés des communications fixes de détail en bande étroite. Elle a estimé nécessaire de distinguer les communications locales et interurbaines des communications vers les mobiles. Les marchés proposés par l'Autorité ayant été définis sur la base d'une segmentation plus fine des marchés pertinents recensés par la Commission, les conclusions atteintes par cette dernière pour l'étude de ces trois critères restent fondées.

D CONCLUSION : LISTE DES MARCHES PERTINENTS DE DETAIL DES SERVICES FIXES EN BANDE ETROITE

La liste complète des marchés pertinents de détail des services fixes en bande étroite, proposée par l'ART en lien avec celle de la *recommandation* de la Commission, se présente comme suit, sur le territoire national hors Saint-Pierre-et-Miquelon :

Liste des marchés pertinents recensés par la recommandation	Liste proposée des marchés pertinents de détail des services fixes en bande étroite
Accès pour la clientèle résidentielle (marché n°1)	Accès pour la clientèle résidentielle
Accès pour la clientèle non- résidentielle (marché n°2)	Accès analogique pour la clientèle non-résidentielle
	Accès numérique de base pour la clientèle non-résidentielle
	Accès numérique primaire pour la clientèle non-résidentielle
Communications locales et/ou nationales pour la clientèle résidentielle (marché n°3)	Communications locales et interurbaines pour la clientèle résidentielle
	Communications vers les mobiles pour la clientèle résidentielle
Communications locales et/ou nationales pour la clientèle non-résidentielle (marché n°5)	Communications locales et interurbaines pour la clientèle non-résidentielle
	Communications vers les mobiles pour la clientèle non-résidentielle
Communications internationales pour la clientèle résidentielle (marché n°4)	Communications internationales pour la clientèle résidentielle
Communications internationales pour la clientèle non-résidentielle (marché n°6)	Communications internationales pour la clientèle non-résidentielle

Cette liste a été soumise à consultation publique et elle est maintenant transmise pour avis au Conseil de la concurrence, conformément aux dispositions du 2^{ème} alinéa de l'article D. 301 du code.²⁶

²⁶ « Les projets de mesures pris en application du premier alinéa de l'article L. 37-1 font l'objet d'une consultation publique dans les conditions prévues aux articles L. 32-1 et D. 304. Ils sont soumis pour avis au Conseil de la concurrence (...). »

CHAPITRE 3 - ANALYSE ET IDENTIFICATION DES OPERATEURS PUISSANTS SUR LES MARCHES DE DETAIL

Une fois le périmètre des marchés déterminé, il convient de mettre en évidence l'existence ou non d'une entreprise disposant d'une influence significative (« puissante ») sur chacun de ces marchés.

Plusieurs critères, déjà rappelés en introduction de ce document, permettent d'apprécier le degré concurrentiel d'un marché donné.

L'Autorité s'est efforcée de considérer, parmi ces critères, ceux apparaissant comme les plus appropriés à l'identification des opérateurs puissants dans le cadre des marchés concernés par la présente consultation.

A LES MARCHES DE L'ACCES EN BANDE ETROITE

Comme exposé au chapitre 2, la liste des marchés pertinents que l'Autorité propose de recenser pour l'accès en bande étroite comprend :

- l'accès pour la clientèle résidentielle ;
- l'accès analogique pour la clientèle non-résidentielle ;
- l'accès numérique de base pour la clientèle non-résidentielle ;
- l'accès numérique primaire pour la clientèle non-résidentielle.

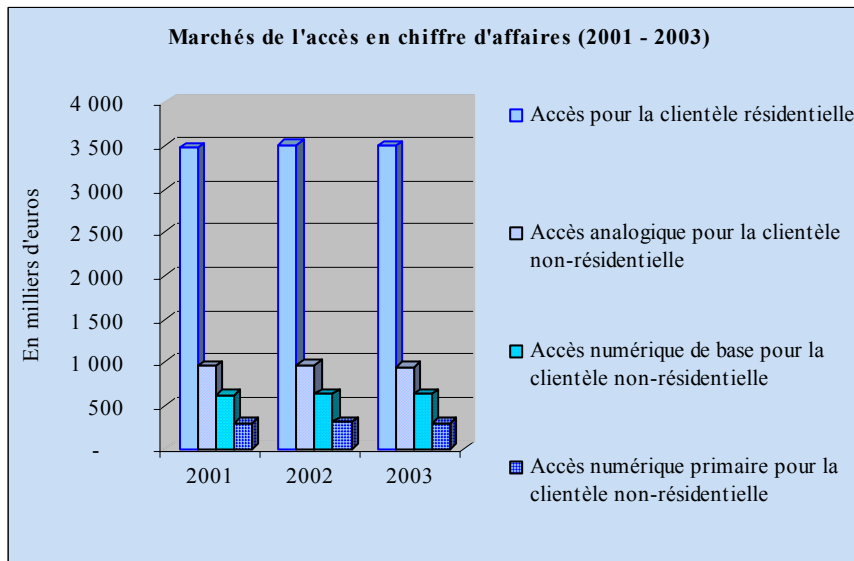
Dans les chapitres suivants, l'Autorité examine globalement les caractéristiques de ces marchés et de leur fonctionnement, et propose de conclure, en se fondant sur les critères les plus significatifs, sur la présence d'opérateurs puissants.

A - 1 LA TAILLE DES MARCHES DE L'ACCES EN BANDE ETROITE

Le tableau ci-après décrit la taille des marchés pertinents de l'accès par leurs chiffres d'affaires et le nombre de lignes correspondant. Le nombre de ligne correspond au nombre de canaux à 64 kbits/s fournis et non au nombre d'accès fournis.

	Chiffre d'affaires (en K€ HT, au 31 déc. 2003)	Nombre de lignes (au 31 déc. 2003)
Accès analogique et numérique pour la clientèle résidentielle	3 499 179	23 076 792
Accès analogique pour la clientèle non-résidentielle	946 579	5 630 590
Accès numérique de base pour la clientèle non-résidentielle	642 884	3 240 373
Accès numérique primaire pour la clientèle non-résidentielle	299 623	non disponible ²⁷

²⁷ Du fait de l'hétérogénéité des données transmises par les différents opérateurs, les données en volume pour les accès primaires ne peuvent faire l'objet que d'une estimation ; celle-ci est de 1,4 million.



On observe qu'en valeur, les marchés de l'accès ont stagné depuis 2001, et régressent légèrement entre 2002 et 2003, à l'exception du marché de l'accès numérique de base qui progresse de 2,9% sur l'ensemble de la période.

En volume, on retrouve globalement ces caractéristiques ; cependant on note que le nombre de lignes analogiques pour la clientèle résidentielle a régressé dès 2002 (alors qu'en valeur ce recul n'est apparu qu'en 2003).²⁸

A - 2 LE FONCTIONNEMENT DES MARCHES DE L'ACCES EN BANDE ETROITE

France Télécom est historiquement présente sur l'ensemble des marchés de l'accès en bande étroite où elle détenait, avant l'ouverture des marchés à la concurrence en 1998, une position de monopole sur l'ensemble du territoire national.

Le nombre de concurrents reste très limité (2 ou 3) sur les marchés de l'accès pour la clientèle résidentielle et de l'accès analogique et numérique de base pour la clientèle non-résidentielle, tandis qu'on compte 9 opérateurs en concurrence sur le marché de l'accès numérique primaire (voir tableau ci-après).

La concurrence offerte actuellement se concentre en effet principalement sur le marché de l'accès primaire, grâce à différentes technologies :

- le déploiement d'infrastructures en fibre optique desservant les entreprises clientes dans les principaux centres urbains. Ce déploiement se concentre essentiellement sur les 10 plus grandes agglomérations de la métropole ;
- L'utilisation de technologie d'accès radio point à multipoint (boucle locale radio) ou point à point (faisceaux hertziens) ;
- L'utilisation de capacités louées à France Télécom. Il s'agit principalement d'offres de liaisons louées de débit allant jusqu'à 2 Mbits/s ;
- L'utilisation du dégroupage complet de la boucle locale de France Télécom. La mise en œuvre des nouvelles technologies DSL autorisant des débits descendant et ascendants symétriques dites « SDSL » permet en effet de fournir des accès en bande étroite. Les déploiements récents concernent essentiellement la fourniture d'accès primaires.

²⁸ Voir les tableaux détaillant les volumes et valeurs des marchés en annexe.

Les opérateurs ont commencé à avoir recours de façon significative au dégroupage partiel à la fin de l'année 2002. Cependant, le dégroupage partiel, contrairement au dégroupage total, ne permet de concurrencer France Télécom sur le marché de l'accès en bande étroite au réseau téléphonique ouvert au public que de façon limitée. Le dégroupage total est encore utilisé de manière marginale, même si son développement semble devoir s'accélérer (51 421 lignes en dégroupage total ouverts commercialement par les opérateurs au 1^{er} octobre 2004). A cette date, le dégroupage concernait environ 800 répartiteurs (le territoire en compte environ 12 000).²⁹ Au vu des programmes d'investissement des opérateurs, seule la moitié de la population est concernée par le dégroupage à cette date.

Les premières offres permettant aux clients résidentiels de s'affranchir de l'abonnement au réseau public sont en cours de lancement en 2004 ; elles ne ciblent que les clients souhaitant bénéficier du haut débit pour leur accès à internet. Elles impacteront éventuellement le volume global des marchés de bande étroite, mais pas la répartition des parts de marché.

Pour la clientèle non-résidentielle, les offres de gros de France Télécom –dégroupage total et offre Turbo DSL— devraient permettre à la concurrence de se développer sur le marché de l'accès numérique primaire.

En conséquence, on peut prévoir que la poursuite du développement du dégroupage de la boucle locale ne devrait pas conduire à réduire significativement l'influence de France Télécom sur les marchés de l'accès en bande étroite au cours de la période couverte par la présente analyse.

Par ailleurs, il n'existe actuellement aucune perspective de déploiement de boucle optique métropolitaine d'une ampleur susceptible de remettre en cause la part de marché prépondérante de France Télécom sur le marché de l'accès numérique primaire sur l'horizon d'analyse de marché.

Sur les autres marchés de l'accès, la concurrence demeure encore aujourd'hui très limitée, autant en ce qui concerne le nombre de clients raccordé que du point de vue de l'étendue géographique des zones où des offres d'accès alternatives sont effectivement disponibles.

Malgré des débuts prometteurs, le développement de la téléphonie sur les réseaux câblés de télédistribution audiovisuelle opérateurs câblés connaît un développement très limité. Ces offres ne sont disponibles que sur des zones restreintes et ne concernent qu'environ 60 000 abonnés, soit moins de 2% des prises commercialisables par les câblo-opérateurs (juin 2004).³⁰ De plus, on peut prévoir que l'évolution de cette offre dans les 3 prochaines années conservera un rythme faible.

Toutefois, ces offres répondent à des besoins conjoints d'accès à haut débit et d'accès en bande étroite, ce qui a pour effet de limiter *de facto* le potentiel concurrentiel de ces offres sur le marché de l'accès en bande étroite au service téléphonique.

²⁹ Voir le *Tableau de bord du dégroupage au 1er octobre 2004*, www.art-telecom.com

³⁰ Voir les chiffres communiqués par l'Aform (Association française des opérateurs de réseaux multiservices), www.aform.org/pages/chiffres_du_cable.php.

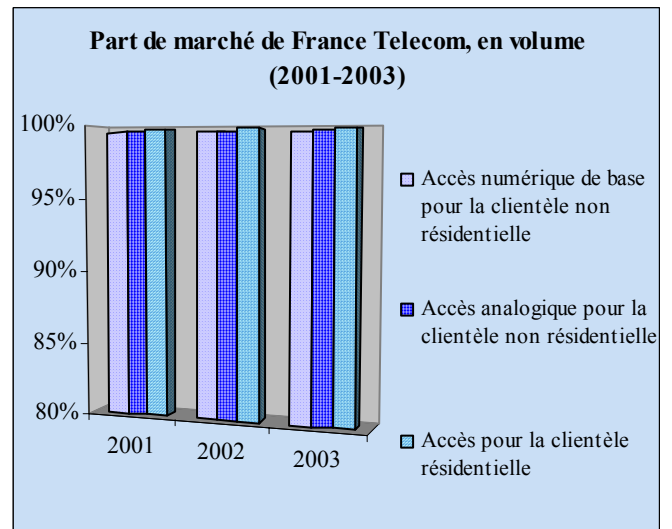
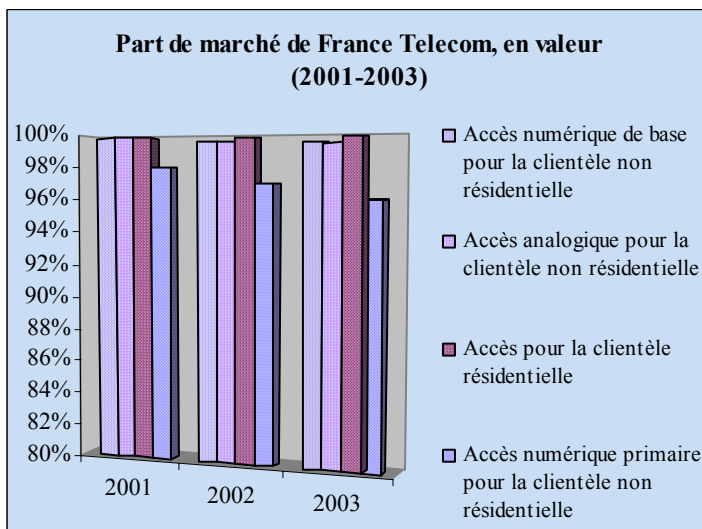
Pour récapituler, les principaux acteurs des marchés de l'accès en bande étroite sont les suivants :

Accès pour la clientèle résidentielle	Accès pour la clientèle non-résidentielle		
	Accès analogique	Accès numérique de base	Accès numérique primaire
France Télécom	ADP Télécom	ADP Télécom	ADP Télécom
Suez Lyonnaise Telecom	France Télécom	Altitude Telecom	Altitude Telecom
UPC France		France Télécom	Belgacom Présence
			Cegetel
			Colt Télécommunications France
			Completel
			France Télécom
			9 Telecom
			MCI

A - 3 L'ANALYSE DES PARTS DE MARCHES

L'Autorité a estimé les parts de marché des différents acteurs sur la base des informations dont elle dispose. Il s'agit en particulier des réponses aux questionnaires quantitatifs adressés au secteur le 25 juillet 2003, complétées par les données fournies au 1^{er} trimestre 2004.

Les parts de marchés des principaux opérateurs présents sur les marchés de l'accès sont présentées ci-après :



France Télécom conserve des parts de marchés très importantes sur l'accès en bande étroite. On constate par ailleurs que ces parts de marché ont peu ou pas évolué entre 2001 et 2003 : elles restent supérieures à 99% en valeur et en volume pour les accès résidentiels, les accès analogiques non-résidentiels et les accès numériques de base non résidentiels. Seul le marché de l'accès primaire a enregistré une évolution notable mais France Télécom y détient encore plus de 96% de parts de marché en valeur³¹.

Dans sa réponse à la consultation publique de juillet, ce dernier a souligné que le chiffre d'affaires réalisé par ses concurrents concerne une offre globale regroupant accès et communications, alors

³¹Du fait de l'hétérogénéité des données transmises par les différents opérateurs, les données en volume ne sont pas disponibles pour les accès primaires.

que France Télécom est obligé de fournir l'accès et les communications séparément ; cela tend à vouloir comparer deux chiffres d'affaires (celui de France Télécom et celui de ses concurrents) réalisés sur des offres de produits différentes. L'Autorité se montre sensible à cette remarque. Elle souligne cependant que sa prise en compte ne modifierait pas foncièrement les niveaux de part de marché auxquels elle parvient sur la base des indications des opérateurs.

L'Autorité estime, au vu des ses estimations prospectives, que sur les marchés de l'accès, il est probable que la part de marché de France Télécom évoluera dans une mesure ne remettant pas en question le diagnostic posé en 2004 - *a priori* pas plus de 4 points, en restant à des niveaux toujours supérieurs à 90% en valeur et à 85% en volume, une partie restant supérieure à 95%. On peut souligner que l'évolution connue par les marchés de l'accès se distingue par un rythme beaucoup plus lent que celui qu'on constate pour les marchés des communications. Surtout, la très faible pénétration des opérateurs alternatifs sur le marché de l'accès primaire limite *de facto* l'impact que pourrait avoir une évolution plus rapide du marché sur leurs parts de marché.

Ainsi, sur chacun des marchés pertinents de l'accès recensés par l'Autorité, France Télécom demeure en situation de quasi-monopole.

A - 4 LE CONTROLE D'UNE INFRASTRUCTURE DIFFICILE A DUPLIQUER

On a vu lors de la définition du périmètre et des produits des marchés de l'accès qu'il est très difficile, techniquement et économiquement, de dupliquer la boucle locale mais aussi le réseau de commutation de niveau local (les commutateurs d'abonnés) du réseau de France Télécom. De plus la présence d'importants coûts irrécupérables, notamment de génie civil et de transmission, a pour effet de limiter l'entrée d'opérateurs concurrents sur ces marchés. C'est pourquoi elle n'est généralement envisagée que dans les principales zones d'activité économique où, sur d'autres zones, via l'utilisation d'offres de gros de l'opérateur historique, lorsque les conditions de ces offres permettent leur utilisation dans des conditions économiques raisonnables.

A - 5 LA PRESENCE D'IMPORTANTES ECONOMIES D'ECHELLE ET DE GAMME

Les fortes économies d'échelle consistent en une réduction du coût moyen de production par l'augmentation du volume de cette dernière. Elles sont identifiables dans l'activité de France Télécom par le nombre très important de clients pour chaque réseau local, qui permet à l'opérateur historique un amortissement particulièrement rapide de ses investissements. A l'inverse, un opérateur souhaitant être compétitif par rapport à l'opérateur historique sur les marchés de l'accès devra limiter ses tarifs de détail, ce qui rendra d'autant plus difficile l'amortissement de ses coûts et la couverture à terme des coûts irrécupérables. Cela augmentera son profil de risques financiers en allongeant la période de rentabilisation de ses investissements.

On qualifie les économies de gamme par la réduction des coûts de production obtenue par l'élargissement de la gamme de produits et services de l'opérateur (production conjointe). De fortes économies de gamme sont permises à France Télécom par le partage des coûts fixes (notamment des coûts de génie civil) du réseau commuté entre la clientèle résidentielle et la clientèle non-résidentielle mais aussi entre les différentes offres (accès téléphonique analogique et accès numérique, accès voix et internet, liaisons louées, accès internet à haut débit).

A - 6 CONCLUSION SUR LA SITUATION DE PUISSANCE SUR LES MARCHES DE L'ACCES

Après son analyse, l'Autorité propose de conclure que France Télécom exerce une influence significative sur les marchés suivants de l'accès sur le territoire national:

- l'accès analogique et numérique pour la clientèle résidentielle ;
- l'accès analogique pour la clientèle non-résidentielle ;
- l'accès numérique de base pour la clientèle non-résidentielle;
- l'accès numérique primaire pour la clientèle non-résidentielle.

Comme indiqué au chapitre 2, les marchés d'accès incluent les prestations d'accès et les prestations connexes correspondantes.

Cette proposition repose sur l'étude des critères présentés précédemment, et sur leur conjonction. Les parts de marché observées constituent le premier élément sur lequel est fondée l'analyse de la puissance de France Télécom sur les marchés de l'accès. Cet élément est complété par l'observation des conditions de fourniture et de commercialisation des offres. L'Autorité estime que ces conclusions ne sont pas susceptibles d'évoluer significativement au cours de la période couverte par l'analyse.

Si les parts de marchés de France Télécom diminuaient rapidement et de manière significative, l'Autorité serait amenée à anticiper sa prochaine analyse des marchés de l'accès en bande étroite.

B LES MARCHES DES COMMUNICATIONS

Comme exposé au chapitre 2, les marchés des communications qui apparaissent pertinents dans l'analyse de l'Autorité sont les suivants sur le territoire national :

- les communications locales et interurbaines pour la clientèle résidentielle ;
- les communications locales et interurbaines pour la clientèle non-résidentielle ;
- les communications vers les mobiles pour la clientèle résidentielle ;
- les communications vers les mobiles pour la clientèle non-résidentielle ;
- les communications internationales pour la clientèle résidentielle ;
- les communications internationales pour la clientèle non-résidentielle.

Dans les chapitres suivants, l'Autorité examine globalement les caractéristiques de ces marchés et de leur fonctionnement et propose de conclure, en se fondant sur les critères les plus significatifs, sur la présence d'opérateurs puissants.

B - 1 LA TAILLE DES MARCHES DES COMMUNICATIONS

La taille des marchés est évaluée en fonction de la segmentation retenue pour leur délimitation.³² Leur taille globale est la suivante, en valeur (chiffre d'affaires) et en volume (minutes de communications), pour l'année 2003 :

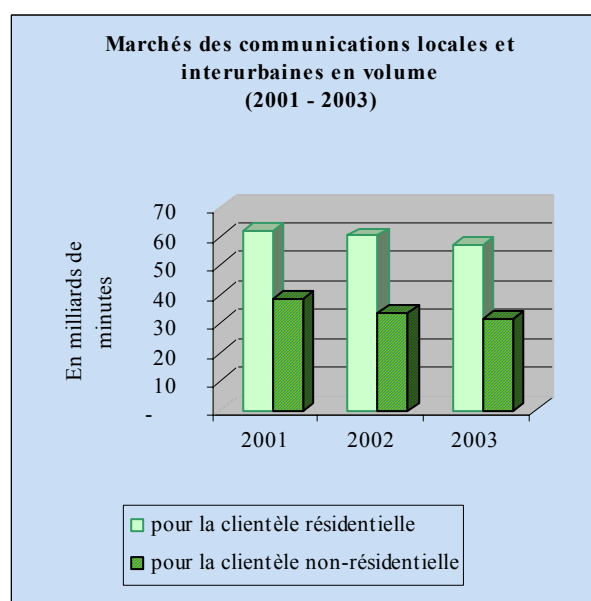
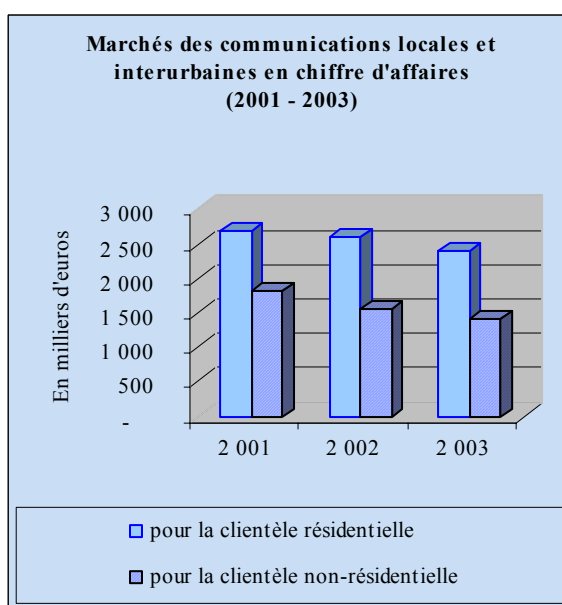
³² Voir les tableaux détaillant les volumes et valeurs des marchés en annexe C.

	Clientèle	Chiffre d'affaires (en K€ HT)	Volume (en milliers de minutes)
Communications locales et interurbaines vers les abonnés en position déterminée	résidentielle	2 406 516	57 402 256
	non-résidentielle	1 403 815	31 750 108
Communications vers les mobiles	résidentielle	1 357 657	5 856 621
	non-résidentielle	1 330 266	5 312 047
Communications internationales	résidentielle	493 571	2 340 235
	non-résidentielle	290 176	2 127 866

Il convient de rappeler que les communications locales et/ou nationales définies par la *recommandation* désignent l'ensemble des communications vers des postes fixes ou mobiles situés sur le territoire national. Comme on l'a établi dans le chapitre consacré à la délimitation des marchés pertinents, les communications locales et/ou nationales comprennent les communications locales et interurbaines vers les postes fixes, et les communications vers les mobiles.

B - 1.1 Les communications locales et interurbaines

Il est rappelé que les communications locales et interurbaines désignent les appels vers des postes fixes situés sur le territoire national. L'évolution de la taille de ces marchés est décrite dans les graphes qui suivent. Les éléments en valeur se rapportent au chiffre d'affaires ; les données en volume portent sur le nombre de minutes acheminées.

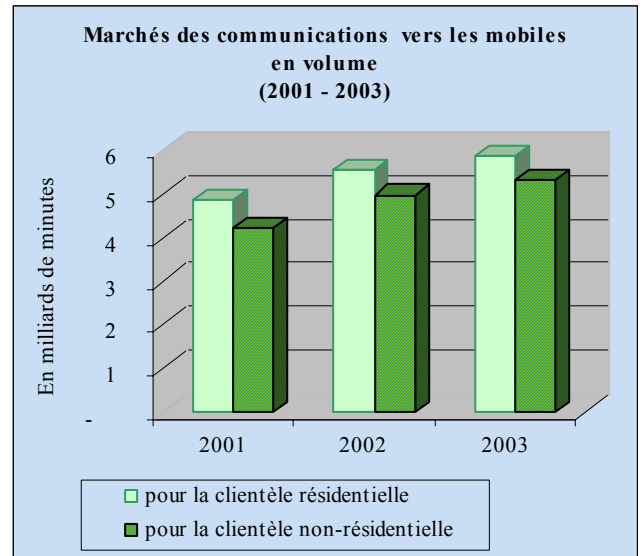
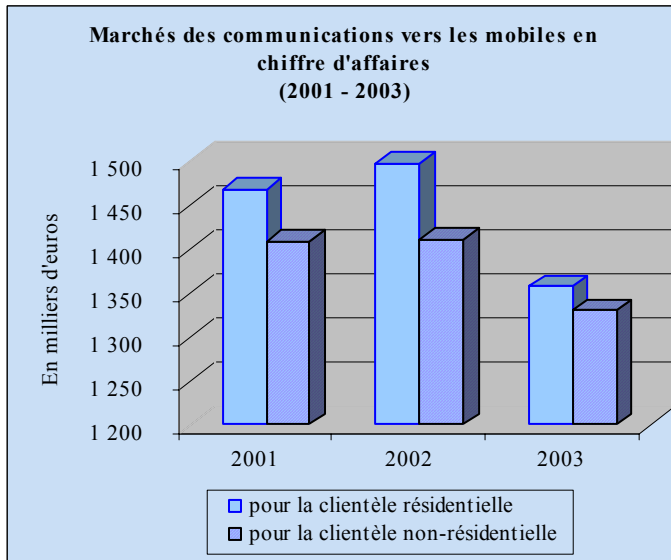


La totalité des marchés des communications locales et interurbaines est en recul de quelques points chaque année pour la période considérée. Même si cette régression semble se ralentir pour le marché de la clientèle non-résidentielle, son ampleur est supérieure à ce qui est constaté pour le marché résidentiel. Ainsi, ce dernier recule de 10,4% en valeur et 7,7% en volume, tandis que la baisse est de 23,1% en valeur et 17,3% en volume sur le marché non-résidentiel.

Cependant, on ne peut négliger la part prépondérante que gardent les communications locales et interurbaines dans le marché des communications nationales vers des postes fixes ou mobiles en 2003 : 57% en valeur et 88% en volume de celui de la clientèle résidentielle ; 46% en valeur et 81% en volume de celui de la clientèle non-résidentielle.

B - 1.2 Les communications vers les mobiles

La taille des marchés des communications provenant d'abonnés en position déterminée vers des mobiles a évolué comme suit au cours des 3 dernières années :³³



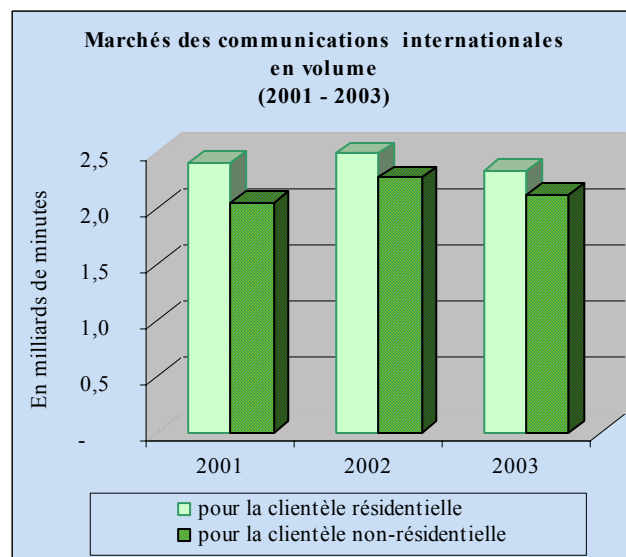
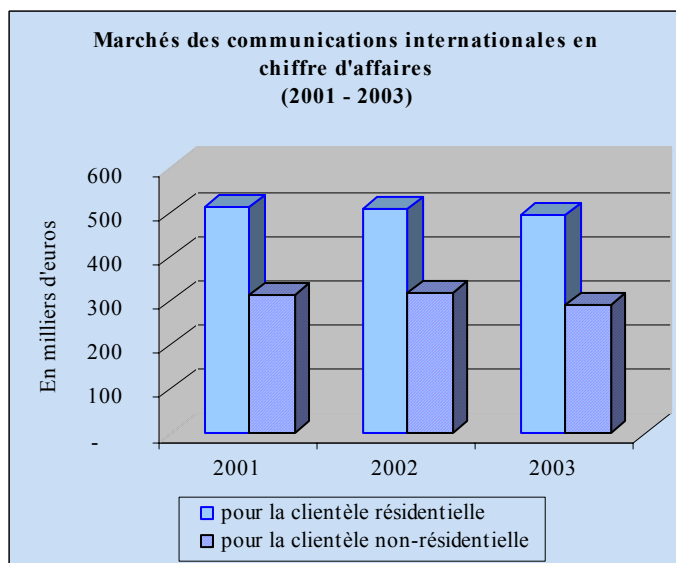
Le décalage entre les évolutions en valeur et en volume de trafic, s'explique principalement par les baisses de terminaison d'appel des opérateurs mobiles, qui se répercutent sur les tarifs de détail. De fait, la croissance du nombre de minutes d'appel de postes en position déterminée vers les mobiles a atteint 20,6% pour les résidentiels et 26,1% pour les non-résidentiels entre 2001 et 2003 ; cette augmentation a surtout été observée entre les deux premières années de cette période (en 2003 l'augmentation ne représente que le tiers de celle qui a été constatée l'année précédente). Le chiffre d'affaires correspondant a, pour sa part, quasiment stagné en 2002 puis régressé à partir de 2003, de 7,6% pour les résidentiels et 5,6% pour les non-résidentiels.

En 2003, les communications vers les mobiles représentaient 9% du volume du total des communications locales et/ou nationales pour la clientèle résidentielle et 32% de sa valeur ; pour la clientèle non-résidentielle, ces parts sont respectivement de 14% et 44%.

B - 1.3 Les communications internationales

Les marchés des communications internationales sont entrés dans une phase de recul en 2003. Après le déclin dès 2002 du seul marché résidentiel en valeur, c'est un recul systématique qui a été observé, tant en volume qu'en valeur, pour la clientèle résidentielle et pour la clientèle non-résidentielle. Sur l'ensemble de la période considérée, le chiffre d'affaires a reculé de 3,7% pour les résidentiels et de 7,9% pour les non-résidentiels. En volume, la progression de 2002 permet au marché non-résidentiel de rester en croissance de 3,7% entre 2001 et 2003.

³³ Voir les tableaux détaillant les volumes et valeurs des marchés en annexe.



B - 2 LE FONCTIONNEMENT DES MARCHES DES COMMUNICATIONS

Les trois principaux opérateurs concurrents sur les marchés des communications sont Cegetel, Tele2 et 9 Telecom. ADP Telecom, Colt, Completel, Free Telecom, Telecom Italia France, Tiscali France, UPC France se positionnent également sur ces marchés.

La concurrence entre ces acteurs repose essentiellement sur la sélection du transporteur et la présélection. En l'absence de boucle locale propre, un opérateur alternatif doit avoir recours à la collecte de son trafic par le réseau téléphonique commuté de France Télécom. Pour la sélection appel par appel, l'utilisateur final compose en effet le préfixe E à un chiffre ou le préfixe 16XY à 4 chiffres de l'opérateur alternatif. La présélection permet à l'utilisateur d'accéder aux services de communications des opérateurs concurrents automatiquement, sans composer de préfixe.

Le mécanisme de sélection du transporteur³⁴ concerne les communications nationales et internationales depuis le 1^{er} janvier 1998³⁵, les communications fixe vers mobile depuis novembre 2000, et les communications locales depuis le 1^{er} janvier 2002.³⁶ Avant cette date en effet, les opérateurs tiers avaient estimé que les conditions pour développer des réseaux concurrents de ceux de France Télécom ne leur permettraient pas d'offrir les appels locaux dans des conditions économiquement viables.

En juin 2004, on note les chiffres suivants :³⁷

- plus de 5 millions de lignes résidentielles sont présélectionnées, ce qui représente un taux de pénétration sur le total du nombre de lignes d'abonnés résidentiels de France Télécom de l'ordre de 20% ;
- 2,8 millions de clients résidentiels utilisent activement la sélection appel par appel.

Entre le 30 juin 2003 et le 30 juin 2004, le nombre de clients a progressé de 20% en présélection, et de 12% en sélection appel par appel.

³⁴ Voir en annexe le schéma des mécanismes de sélection du transporteur.

³⁵ Décision de l'Autorité n°97-345 du 17 octobre 1997 relative à la définition des zones locales de tri.

³⁶ Voir la décision de l'Autorité n°01-691 du 18 juillet 2001 précisant les conditions et les délais de mise en œuvre de la sélection du transporteur pour les appels locaux internes aux zones locales de tri et l'arrêté d'homologation du 26 septembre 2001.

³⁷ Observatoire des marchés : le marché des services de télécommunications en France au 2^{ème} trimestre 2004 (opérateurs déclarés) / novembre 2004, www.art-telecom.fr.

B - 3 L'ANALYSE DES PARTS DE MARCHES

L'Autorité a estimé les parts de marchés des différents opérateurs sur la base des informations dont elle dispose. En particulier, les réponses au questionnaire quantitatif qu'elle a adressé aux acteurs le 25 juillet 2003 ont été complétées au cours du premier trimestre 2004. L'Autorité a évalué la répartition des parts de marché tant en termes de volume de ventes que de chiffre d'affaires.

B - 3.1 Les communications locales et interurbaines

Les parts de marché des opérateurs sur les marchés des communications locales et interurbaines vers les abonnés en position déterminée pour la clientèle résidentielle sont présentées ci-après. Leurs équivalents pour la clientèle non-résidentielle sont introduits dans un second temps.

Que ce soit pour la clientèle résidentielle ou non-résidentielle, le rythme d'ouverture des marchés des communications locales a été différent de celui des marchés des communications interurbaines, car l'obligation de sélection du transporteur n'y a pas été imposée au même moment. L'ouverture des marchés des communications locales consécutive à l'introduction de la sélection du transporteur s'est ralentie.

B - 3.1.1 Pour la clientèle résidentielle

Part de marché	Communications locales et interurbaines pour la clientèle résidentielle					
	en valeur			en volume		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003
France Télécom	87,2%	78,0%	74,9%	87,7%	76,7%	72,5%
3 principaux concurrents	12,2%	21,3%	24,1%	11,7%	22,4%	26,1%
Autres opérateurs	0,6%	0,8%	1,0%	0,6%	0,9%	1,5%

De fait, sur le marché des communications locales et interurbaines pour la clientèle résidentielle, la progression des parts de marché des opérateurs alternatifs a ralenti entre 2002 et 2003 en atteignant seulement 3,1 points (après avoir été de 9,2 points entre 2001 et 2002 du fait de l'introduction en janvier 2002 de la sélection du transporteur et de la présélection des appels locaux). Les parts de marché des opérateurs alternatifs ont ainsi atteint 25,1% en valeur. La concurrence paraît relativement concentrée puisque trois opérateurs totalisent à eux seuls 96% du marché alternatif alors qu'environ 10 autres n'en constituent que 1%.

L'Autorité s'est attachée à observer les parts que France Télécom pourrait conserver sur le marché des communications locales et interurbaines pour la clientèle résidentielle. Il ressort des différentes hypothèses émises que cette part de marché en valeur resterait en tout état de cause supérieure à 60%. En volume, on peut anticiper un recul graduel de la part de marché de France Télécom, qui ne descendra vraisemblablement pas sous le seuil des 55%.

Surtout, une modification du volume global du marché des communications locales et interurbaines en bande étroite par l'essor de la voix sur accès large bande (VoB) ne semble pas devoir impacter fortement le niveau de part de marché que France Télécom y conservera à l'horizon de l'analyse (2005-2007).

B - 3.1.2 Pour la clientèle non-résidentielle

Part de marché	Communications locales et interurbaines pour la clientèle non-résidentielle					
	en valeur			en volume		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003
France Télécom	87,8%	82,4%	81,0%	87,0%	78,0%	74,5%
3 principaux concurrents	9,2%	14,2%	15%	10,3%	17,4%	19,7%
Autres opérateurs	3,0%	1,2%	4,1%	2,8%	4,5%	5,8%

La pénétration des opérateurs alternatifs sur le marché des communications locales et interurbaines pour la clientèle non-résidentielle est de 19% en valeur et 25,5% en volume pour 2003. Les parts de marché détenues par les opérateurs alternatifs sont plus dispersées que sur les marchés de la clientèle résidentielle.

L'expression des parts de marché de France Télécom en volume (74,5%) est aujourd'hui nettement inférieure à son expression en valeur (81%) ; l'analyse montre que c'est particulièrement vrai pour les communications interurbaines.³⁸ Ce décalage traduit la possibilité dont dispose France Télécom de dégager des recettes plus importantes que ses concurrents, qui doivent avoir une offre particulièrement compétitive pour entrer sur le marché non-résidentiel.

Les estimations de l'Autorité pour appréhender les parts de France Télécom sur le marché des communications locales et interurbaines pour la clientèle non-résidentielle indiquent qu'elles ne pourraient vraisemblablement pas descendre en-dessous de 55% en volume, et de 70% en valeur avant 2007.

B - 3.2 Les communications vers les mobiles

Les tableaux qui suivent détaillent la répartition des parts de ces marchés entre les divers acteurs, pour la clientèle résidentielle, puis pour la clientèle non-résidentielle.

Part de marché	Communications vers les mobiles pour la clientèle résidentielle					
	en valeur			En volume		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003
France Télécom	75,6%	71,6%	72,0%	75,4%	72,4%	71,8%

Part de marché	Communications vers les mobiles pour la clientèle non-résidentielle					
	en valeur			En volume		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003
France Télécom	81,5%	77,2%	75,6%	83,8%	74,6%	74,0%

En valeur, la prise de parts de marché par les opérateurs alternatifs sur les marchés des communications vers les mobiles a significativement ralenti depuis 2002 pour la clientèle non-résidentielle.

Ces données ont fait l'objet d'hypothèses pour la période couverte par la présente analyse ; il en ressort qu'un éventuel recul des parts de France Télécom sur les marchés des communications vers les mobiles ne devrait vraisemblablement pas les porter au-delà d'un niveau estimé à environ 65%, tant pour la clientèle résidentielle que pour la clientèle non-résidentielle.

³⁸ Voir les parts de marché des communications locales et des communications interurbaines en annexe.

B - 3.3 Les communications internationales

Les tableaux ci-après indiquent la répartition du marché des communications internationales entre les acteurs, pour la clientèle résidentielle puis pour la clientèle non-résidentielle.

Part de marché	Communications internationales pour la clientèle résidentielle					
	en valeur			en volume		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003
France Télécom	76,4%	75,7%	75,1%	71,0%	69,7%	70,2%
3 principaux concurrents	19,3%	21,5%	20,9%	23,5%	26,4%	26,7%
Autres opérateurs	4,3%	2,8%	3,9%	5,5%	3,9%	3,1%

Part de marché	Communications internationales pour la clientèle non-résidentielle					
	en valeur			en volume		
	2001	2002	2003	2001	2002	2003
France Télécom	61,5%	59,4%	66,8%	58,2%	54,7%	59,1%
3 principaux concurrents	28,1%	32,4%	24,8%	25,5%	36,7%	31,2%
Autres opérateurs	10,4%	8,1%	8,4%	16,3%	8,6%	9,8%

C'est sur le marché pour la clientèle non-résidentielle que les opérateurs alternatifs ont acquis la plus grande part du marché (40,9%), en comparaison de celle qu'ils totalisent sur le marché destiné à la clientèle résidentielle (29,8% en 2003).

On constate néanmoins que sur les marchés des communications internationales tant pour la clientèle résidentielle que pour la clientèle non-résidentielle, la part de marché de France Télécom a progressé de nouveau entre 2002 et 2003 (+4,4 points en volume pour la clientèle non-résidentielle par exemple), après avoir connu une phase de régression (-3,5 points en volume sur ce marché).

Les estimations de l'Autorité pour la période couverte par l'analyse tendent à montrer que les parts de France Télécom sur les marchés des communications internationales devraient se situer autour de 70% pour la clientèle non-résidentielle (la part en valeur excédant la part en volume) à la suite d'une poursuite très lente du recul de France Télécom par rapport à ses concurrents. Pour la clientèle non-résidentielle, on a constaté que France Télécom regagnait des parts de marché quasiment chaque année depuis au moins 2001 ; elles ne devraient donc pas reculer en-dessous du seuil calculé pour 2003.

B - 3.4 Conclusion

France Télécom conserve une part de marché nettement supérieure à 50% sur chacun des six marchés pertinents des communications fixes identifiés par l'Autorité.

L'Autorité a par ailleurs procédé à des projections pour respecter la dimension prospective de la démarche. Les évolutions constatées montrent certes que la part de marché de France Télécom devrait régresser ; cependant la mesure dans laquelle cette évolution peut être attendue lui laisse des parts de marché très élevées (jamais inférieures à 50%), notamment sur les marchés des communications vers les mobiles et des communications internationales.

On notera que les parts de marché de France Télécom exprimés en volume sont systématiquement inférieures à celles en valeur. Ce décalage traduit la possibilité dont dispose France Télécom de

dégager des recettes plus importantes que ses concurrents à volume de trafic équivalent. Les opérateurs alternatifs doivent en effet se livrer à une concurrence par les tarifs.

B - 4 LE CONTROLE D'INFRASTRUCTURES DIFFICILES A DUPLIQUER

Sur les marchés des communications, c'est principalement le réseau de commutation de niveau local (les commutateurs d'abonnés de France Télécom) voire de niveau régional (commutateurs de transit) qui est difficile à dupliquer. Les coûts fixes de génie civil et de transmission sont élevés. Cette dimension est d'autant plus forte que l'impact de la sélection du transporteur reste limité, comme on l'a vu précédemment.

B - 5 LA PRESENCE D'IMPORTANTES ECONOMIES D'ECHELLE ET DE GAMME

On sait que l'identification d'importantes économies d'échelle ou de gamme permet de déterminer l'existence de barrières à l'entrée sur le marché.

En ce qui concerne l'identification d'économies d'échelle dans l'activité de l'opérateur historique, on peut se référer à l'importance du nombre de clients pour chaque réseau local, qui permet l'amortissement des coûts fixes. France Télécom se trouve dans une situation où la fourniture d'un appel de bout en bout lui est toujours permise à un coût global plus faible que celui de tout opérateur alternatif, en raison de la couverture dense de son réseau, de ses coûts de commutation et de transmission plus faible et de la possibilité d'opérer un moins grand nombre de phases d'interconnexion. France Télécom communique sur sa capacité à stabiliser ses investissements pour 2 à 3 ans, grâce aux économies d'échelle qui peuvent être réalisées.³⁹

Pour ce qui touche aux économies de gamme, on voit que les coûts fixes du réseau commuté sont partagés entre la clientèle résidentielle et la clientèle non-résidentielle et sur les différents types de communications. France Télécom se trouve dans une situation où l'étendue de son offre de communications lui permet d'imputer des coûts de manière plus ventilée et donc plus efficace que d'autres opérateurs.

B - 6 L'INTEGRATION VERTICALE

L'entrée et le maintien de nouveaux concurrents sur les marchés des communications sont rendus difficiles par l'intégration verticale de France Télécom : elle lui permet d'être présent sur les marchés de détail tout en bénéficiant de son poids sur les marchés de gros correspondants et notamment sur le marché du départ et de la terminaison d'appel compte tenu de sa puissance extrême sur le marché de l'accès.

B - 7 L'EXISTENCE D'UN RESEAU DE DISTRIBUTION ET DE VENTE TRES DEVELOPPE

Le groupe France Télécom dispose d'un important réseau de distribution directe comptant 750 points de vente sur le territoire métropolitain, dans lesquels sont fournis divers produits de téléphonie fixe mais aussi de téléphonie mobile (Orange) et internet (Wanadoo).

A titre de comparaison, 9 Telecom indique disposer de 30 agences en métropole, à destination exclusive de la clientèle non-résidentielle. Cegetel dispose pour sa commercialisation directe de 6 agences commerciales en régions et de boutiques de partenaires (dont les Espaces SFR).

L'enjeu de la présence commerciale est révélé par les modalités de recrutement de nouveaux clients : environ la moitié des nouveaux clients des principaux opérateurs alternatifs ont été recrutés après avoir contacté eux-même les opérateurs, et les démarches de ces derniers passent

³⁹ Michel Combes, Directeur exécutif chargé de la fonction Groupe Finance de France Télécom, 16 juin 2004, IIIème Forum Européen des Télécommunications, Economie Télécom 2004, Conférence les Echos.

souvent majoritairement (jusqu'à 49%) par l'abord dans un point de vente.⁴⁰ Plus la présence physique des alternatifs est faible et noyée dans le maillage des boutiques du groupe France Télécom, plus le recrutement de nouveaux clients est difficile et coûteux.

B - 8 LES BARRIERES AU CHANGEMENT D'OPERATEUR SUR LES MARCHES DES COMMUNICATIONS

Le mécanisme de présélection a été mis en oeuvre en 2000 afin de renforcer l'égalité des conditions d'accès par les utilisateurs aux services de sélection du transporteur des opérateurs concurrents de l'opérateur historique.

En effet, plusieurs études réalisées pour la Commission européenne avaient montré que la nécessité inhérente à la sélection appel par appel de composer un préfixe pour chaque utilisation des services des opérateurs tiers conduisait une partie importante des utilisateurs potentiels à n'utiliser ces services que pour une partie de leurs appels ou à renoncer à l'utilisation de ces services.

La présélection visait ainsi à permettre un accès simplifié pour les utilisateurs, en permettant à ces derniers de composer les mêmes formats de numérotation que ceux qu'ils avaient l'habitude de composer en utilisant les services de l'opérateur historique.

Malgré cette simplification, il apparaît qu'une partie significative des utilisateurs potentiels de ces services sont dissuadés d'utiliser ces services de par la complexité liée à la nécessité d'une double relation commerciale, l'une auprès de France Télécom pour l'abonnement et certaines communications, et l'autre auprès des opérateurs de transport.

En effet, alors que les clients de France Télécom n'établissent qu'un seul contrat pour l'accès et les communications, le recours aux services de sélection appel par appel ou de présélection suppose d'établir simultanément un contrat d'abonnement avec France Télécom incluant notamment le raccordement, les services complémentaires rattachés à l'accès et l'acheminement des services spéciaux, et un second contrat spécifique avec un ou plusieurs opérateurs de transport. Une fois ces deux contrats établis, les utilisateurs reçoivent deux (ou plus) factures séparées de France Télécom et de leur(s) opérateur(s) de transport, ce qui nécessite d'organiser deux paiements séparés.

Cette situation introduit davantage de complexité pour l'utilisateur dans la gestion de ses factures ainsi que dans la maîtrise de ses dépenses.

Cette complexité peut avoir pour effet d'annuler l'incitation des utilisateurs de recourir à un opérateur alternatif, y compris lorsque ce changement aurait pour effet de bénéficier d'une baisse sur le montant de leur facture, soit parce que cette baisse est difficile à mesurer de fait de la réception de factures séparées, soit parce que le surcoût, notamment organisationnel, généré par l'obligation de gérer deux processus de facturation et de paiement excède, au moins sur un plan subjectif, les bénéfices des baisses de facture attendues.

Certaines études conduites auprès de panels représentatifs d'utilisateurs résidentiels confirment la réalité de ces effets. Une d'entre elle montre à cet égard que parmi les clients qui ont recours au service téléphonique d'un opérateur alternatif et qui envisagent de revenir auprès de France Télécom, la double facture est vue dans plus de la moitié des cas comme un inconvénient⁴¹.

⁴⁰ Datanova, mars 2004.

⁴¹ Baromètre EUROSCOPE Consumer – (Mars 2004) – Datanova

B - 9 L'EFFET DE LEVIER HORIZONTAL DES MARCHES DE L'ACCÈS SUR LES MARCHES DES COMMUNICATIONS

La puissance de France Télécom sur les marchés de l'accès lui permet, dans une certaine mesure, de renforcer celle qu'il détient sur les marchés des communications. En effet, grâce à sa position sur les marchés de l'accès qui lui fournit une relation commerciale avec les clients passés à la concurrence pour les communications, il est plus aisé pour lui que pour d'autres opérateurs de fidéliser ou reconquérir ses clients sur les communications. Le maintien de cette relation lui permet également de mettre en œuvre des stratégies de reconquêtes à moindre coût sur les communications.

B - 10 CONCLUSION SUR LA SITUATION DE PUISSANCE SUR LES MARCHES DES COMMUNICATIONS

Après son analyse, l'Autorité propose de conclure que France Télécom exerce une influence significative sur les marchés suivants des communications sur le territoire national :

- les communications locales et interurbaines pour la clientèle résidentielle ;
- les communications locales et interurbaines pour la clientèle non-résidentielle ;
- les communications vers les mobiles pour la clientèle résidentielle ;
- les communications vers les mobiles pour la clientèle non-résidentielle ;
- les communications internationales pour la clientèle résidentielle ;
- les communications internationales pour la clientèle non-résidentielle.

Cette proposition repose sur l'étude des critères présentés précédemment, et sur leur conjonction. Les parts de marché observées constituent le premier élément sur lequel est fondée l'analyse de la puissance de France Télécom sur les marchés des communications. Cet élément est complété par l'observation des conditions de fourniture et de commercialisation de ces offres. L'Autorité estime que ces conclusions ne sont pas susceptibles d'évoluer significativement au cours de la période couverte par l'analyse.

Si les parts de marchés de France Télécom diminuaient rapidement, l'Autorité serait amenée à anticiper sa prochaine analyse des marchés des communications.

C CONCLUSION

Après l'analyse des critères proposés par la Commission pour identifier les opérateurs puissants sur les marchés pertinents, l'Autorité propose de conclure que France Télécom exerce une influence significative sur les marchés de détails des services de communications fixes en bande étroite suivants :

- l'accès pour la clientèle résidentielle ;
- l'accès analogique pour la clientèle non-résidentielle ;
- l'accès numérique de base pour la clientèle non-résidentielle ;
- l'accès numérique primaire pour la clientèle non-résidentielle ;
- les communications locales et interurbaines pour la clientèle résidentielle ;
- les communications locales et interurbaines pour la clientèle non-résidentielle ;
- les communications vers les mobiles pour la clientèle résidentielle ;
- les communications vers les mobiles pour la clientèle non-résidentielle ;
- les communications internationales pour la clientèle résidentielle ;
- les communications internationales pour la clientèle non-résidentielle.

CHAPITRE 4 - DELIMITATION DES MARCHES PERTINENTS DE GROS

A PREALABLE A LA DEFINITION DES MARCHES PERTINENTS

A - 1 DELIMITATION DES PRESTATIONS INCLUSES DANS LES MARCHES DE GROS

Les marchés considérés dans ce document sont les marchés des prestations de gros achetées et vendues par les opérateurs de communications électroniques entre deux points fixes et leur permettant d'acheminer les communications bande étroite des utilisateurs finals.

La recommandation de la Commission européenne du 11 février 2003 relative aux marchés pertinents identifie 4 marchés de détail des communications : les services téléphoniques locaux et nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle, les services téléphoniques locaux et nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle, les services téléphoniques internationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle, les services téléphoniques internationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle.

Une même prestation de gros permet à l'opérateur qui en bénéficie d'acheminer tout type de trafic, qu'il s'agisse de trafic vocal interpersonnel (résidentiel, non résidentiel, local, national, international, etc.), ou encore de trafic à destination de plate-formes de services spéciaux ou à destination de passerelles Internet. Par conséquent, l'Autorité considère qu'il n'y a pas lieu de définir des marchés de gros distincts selon le type de trafic véhiculé.

Les prestations techniques incluses dans les marchés de gros sont donc celles qui, fournies à un opérateur, lui permettent d'acheminer entre deux points fixes toute communication véhiculée sur un canal en bande étroite.

L'Autorité procédera, dans la partie consacrée au marché du départ d'appel, à une analyse détaillée des degrés de substituabilité qui étaye cette définition.

Cette analyse ne sera pas reprise sur chaque marché, pour éviter les répétitions inutiles.

A - 2 DELIMITATION GEOGRAPHIQUE

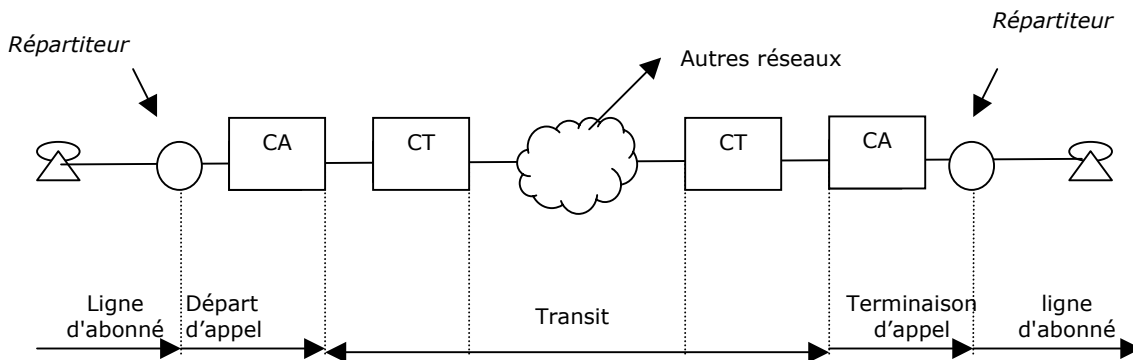
Comme le détaille l'annexe A, le code des postes et des communications électroniques s'applique en métropole, dans les départements d'outre-mer, à Saint-Pierre-et-Miquelon et à Mayotte.

Par ailleurs, comme il a été rappelé en préambule, l'analyse faite dans ce document ne porte pas sur les marchés de communications électroniques internes au territoire de Saint-Pierre-et-Miquelon.

Concernant plus particulièrement les marchés de gros, l'analyse portera donc sur l'ensemble des prestations d'acheminement de trafic au sein du territoire métropolitain, de chacun des DOM et de Mayotte, ainsi que sur l'ensemble des prestations permettant d'acheminer du trafic entre la métropole, les DOM, Saint-Pierre-et-Miquelon et Mayotte.

A - 3 DELIMITATION RESPECTIVE DES MARCHES DE GROS DU DEPART D'APPEL ET DU TRANSIT ET SEGMENTATIONS GEOGRAPHIQUES

A - 3.1 Architecture générale du réseau téléphonique fixe commuté



Ce schéma présente l'architecture type du réseau téléphonique de l'opérateur historique français, qui sert de référence, sur lequel existent deux niveaux de commutation : le niveau commutateur d'abonnés (CA), et le niveau commutateurs de transit (CT).

Le commutateur d'abonnés est le premier niveau de commutation en partant des abonnés. La prestation minimale de départ d'appel comprend donc l'acheminement de l'appel depuis l'abonné jusqu'à ce commutateur.

Un commutateur de transit récupère le trafic provenant de, ou destiné à, plusieurs commutateurs d'abonnés.

Sur le réseau de téléphonie fixe de France Télécom, la métropole est divisée en 18 zones de transit (ZT), comprenant chacune un ou plusieurs commutateurs de transit auxquels sont connectés plusieurs commutateurs d'abonnés.

Un appel type d'un abonné raccordé par France Télécom sur une ZT à destination d'un abonné raccordé sur une autre ZT emprunte donc successivement le commutateur d'abonnés de rattachement de l'appelant, le commutateur de transit de la ZT de l'appelant, transite, via le réseau national de France Télécom ou d'un tiers, jusqu'à la ZT de l'appelé, et traverse de même un commutateur de transit de cette zone, puis le commutateur d'abonnés de l'appelé.

Les réseaux des autres opérateurs de boucle locale sont souvent plus réduits que celui de France Télécom, et ne possèdent généralement qu'un seul niveau de commutation, pouvant assurer simultanément des fonctions de transit et de commutation.

Les réseaux métropolitains ou nationaux des opérateurs assurant l'acheminement de trafic sur de grandes distances ont en général été construits en tenant le plus grand compte des commutateurs de France Télécom, auprès de laquelle ils sollicitent l'interconnexion. Ils sont alors en mesure d'acheminer tout type de trafic transitant d'un commutateur de France Télécom (CA ou CT) sur lequel ils sont interconnectés à un autre.

A - 3.2 Les prestations de départ d'appel, de terminaison d'appel et de transit

D'une manière générale, et avant que l'Autorité ne catégorise plus finement les prestations d'acheminement de trafic, on distingue trois types de prestations.

La prestation de départ d'appel, qui correspond à un service d'acheminement de trafic entre un abonné et un point d'interconnexion.

La prestation de terminaison d'appel, qui correspond à un service d'acheminement entre un point d'interconnexion et un abonné.

Enfin, les prestations de transit correspondent à des prestations d'acheminement entre deux points d'interconnexion.

A - 3.3 Liste des marchés pertinents définis par l'Autorité

Suite à la consultation publique du 9 juillet dernier, l'Autorité a maintenu la plupart de ses conclusions quant à la délimitation des marchés pertinents, sauf en ce qui concerne les marchés du transit qui, en dehors des marchés du transit outre-mer, sont désormais regroupés en un marché unique du transit *intra* territorial. Les raisons de cette évolution sont détaillées dans la synthèse de cette consultation publique.

L'Autorité propose de définir les marchés pertinents suivants :

- le marché national du départ d'appel au départ du réseau téléphonique public fixe ;
- le marché national du transit intra territorial ;
- le marché des prestations de transit métropole – Martinique ;
- le marché des prestations de transit métropole – Guadeloupe ;
- le marché des prestations de transit métropole – Guyane ;
- le marché des prestations de transit métropole – Réunion ;
- le marché des prestations de transit métropole – Mayotte ;
- le marché des prestations de transit métropole – Saint-Pierre-et-Miquelon ;
- le marché des prestations de transit Guadeloupe – Martinique ;
- le marché des prestations de transit Guadeloupe – Guyane ;
- le marché des prestations de transit Guyane – Martinique ;
- le marché des prestations de transit Réunion – Mayotte ;
- le marché de la terminaison d'appel sur le réseau de France Télécom⁴².

L'Autorité estime que cette proposition d'identification des marchés pertinents, telle qu'elle est présentée et motivée ci-après, est cohérente avec celle de la Recommandation de la Commission dont elle a tenu le plus grand compte.

Elle a également tenu le plus grand compte des lignes directrices publiées par la Commission européenne en analysant la substituabilité des produits et la segmentation géographique.

B LE MARCHÉ DU DÉPART D'APPEL

Un service de départ d'appel est fourni par un opérateur A :

- pour du trafic vocal interpersonnel, pour permettre l'acheminement de l'appel passé depuis une ligne fixe de l'opérateur A ;
- pour du trafic Internet, lorsqu'un utilisateur final bénéficiant d'une ligne fixe d'un opérateur A se connecte à Internet bas débit (offres Internet bas-débit) ;
- pour du trafic services spéciaux, lorsqu'un utilisateur final bénéficiant d'une ligne fixe d'un opérateur A compose le numéro d'une plate-forme de services (en général, un 08 AB, ou un numéro court à 4 chiffres du type 3BPQ).

⁴² Les prestations de terminaison d'appel sur les réseaux des opérateurs alternatifs feront l'objet d'un document d'analyse ultérieur.

L'Autorité a identifié le marché pertinent du départ d'appel comme étant le marché de gros national (hors SPM) des prestations fournies par les opérateurs fixes de boucle locale consistant à acheminer, en bande étroite, tout type de communications au départ d'une ligne du réseau téléphonique public fixe (ligne d'abonné, publiphone, etc.), en sortie du commutateur ou du routeur de premier niveau hiérarchique traversé par la communication.

On dit de l'opérateur qui achète une telle prestation qu'il « collecte » l'appel au commutateur d'abonnés. Cela signifie qu'il « récupère » le trafic à ce niveau du réseau pour en assurer l'acheminement ultérieur sur son propre réseau (ou éventuellement sur celui d'autres opérateurs auprès desquels il sollicite d'autres prestations de gros).

Remarque :

Le commutateur d'abonnés désigne un commutateur auquel sont directement rattachés des abonnés.

La terminologie « commutateur d'abonnés » peut toutefois paraître spécifique au réseau de France Télécom. France Télécom possédant près de 99% des infrastructures de boucle locale (et donc l'essentiel de ce type de commutateurs), on gardera par commodité cette même terminologie pour l'ensemble des commutateurs des opérateurs de boucle locale rattachant des abonnés.

On pourra également utiliser l'abréviation « CA » par même souci de simplification.

B - 1 MARCHÉ DE PRODUITS

B - 1.1 Analyse de la substituabilité sur les marchés de gros et sur les marchés de détail

Sur un marché de gros, il peut exister deux niveaux de substituabilité du service considéré :

- **substituabilité du côté de la demande sur le marché de gros :** il s'agit d'examiner l'ensemble des services de gros qui s'offrent à un opérateur pour fournir un même service de détail et d'étudier la substituabilité des services entre eux ;
- **substituabilité du côté de l'offre sur le marché de gros :** il s'agit d'examiner la possibilité qu'a une entreprise fournissant en gros un autre produit d'entrer sur le marché de la fourniture du produit considéré à la suite par exemple d'une augmentation de son prix par ses fournisseurs actuels, sans avoir à consentir des coûts importants.

Le service de départ considéré ici est associé à plusieurs services de détail, les communications voix au départ des postes téléphoniques en position déterminée, qu'elles soient locales, nationales, internationales ou à destination des mobiles, les communications vers Internet (accès bas débit) et les communications vers les plate-formes de services spéciaux.

L'étude commence par l'analyse de la substituabilité du côté de la demande sur le marché de gros.

B - 1.2 Substituabilité du côté de la demande sur le marché de gros

Un opérateur devant collecter un appel au départ d'un abonné d'un opérateur fixe A pourrait théoriquement utiliser différents produits de gros :

- l'offre d'interconnexion de l'opérateur A, au niveau du commutateur d'abonnés ;
- l'offre d'interconnexion de l'opérateur A ou d'un opérateur tiers, au niveau d'un commutateur situé plus haut dans le réseau (commutateur de transit chez France Télécom) ;

La délimitation du marché de gros doit passer par l'analyse de la substituabilité de ces différents produits, en supposant que le marché contient au minimum l'offre d'interconnexion de l'opérateur A au niveau du commutateur d'abonnés, point de départ de notre analyse.

B - 1.2.1 Non substituabilité de l'offre d'interconnexion à un niveau de commutation supérieur

La solution naturelle pour un opérateur, fixe ou mobile, devant collecter du trafic au départ d'un réseau fixe, consiste à s'interconnecter à ce réseau. Dans ce cas, il s'interconnecte dans des conditions techniques et tarifaires négociées avec l'opérateur de boucle locale.

Il s'agit d'étudier la substituabilité des services de départ tels que proposés aujourd'hui par les opérateurs fixes.

Lorsque le réseau de l'opérateur possède différents niveaux hiérarchiques, comme c'est le cas de celui de France Télécom, l'interconnexion peut se réaliser à ces différents niveaux hiérarchiques.

Il est ainsi possible de récupérer le trafic au plus proche de l'abonné, soit au niveau du commutateur d'abonnés (prestation intra CA), ou de le récupérer « plus haut » dans le réseau, au niveau d'un commutateur de transit, sollicitant ainsi une prestation supplémentaire de transport (entre le commutateur de transit et le commutateur d'abonnés) et de commutation (prestation actuelle de simple transit de France Télécom).

Le choix entre l'un ou l'autre des niveaux d'interconnexion dépend du nombre de points auxquels l'opérateur souhaite se raccorder. Ce choix dépend de l'arbitrage économique entre les coûts de déploiement de son propre réseau nécessaire à ce raccordement et le gain réalisé en multipliant les points d'interconnexion.

Dans un schéma où l'opérateur connaît la position du commutateur le plus proche de l'abonné auprès duquel il souhaite récupérer du trafic, le marché considéré comprend les prestations de collecte intra CA uniquement.

En effet, lorsque l'opérateur sollicitant la prestation peut techniquement récupérer le trafic au commutateur d'abonnés, la solution du simple transit n'est pas pour lui un produit de substitution, au regard du coût forcément supérieur de cette dernière.

Lorsqu'il n'est pas en mesure de récupérer le trafic au commutateur d'abonnés, il sollicitera alors une prestation de simple transit de l'opérateur de boucle locale ou s'adressera à un opérateur tiers qui collectera en son nom le trafic au CA de l'opérateur de boucle locale et le lui livrera ensuite en un point d'interconnexion à un niveau supérieur du réseau.

Tout se passe donc, dans les deux cas, comme s'il achetait toujours une prestation de départ d'appel intra CA à l'opérateur de boucle locale, à laquelle s'ajoute une prestation de « remontée » du trafic jusqu'à un point où il est physiquement présent.

L'Autorité propose donc de restreindre le marché du départ d'appel aux prestations intra CA.

B - 1.3 Substituabilité du côté de l'offre sur le marché de gros du départ d'appel

B - 1.3.1 Les prestations de départ des appels locaux, nationaux, internationaux et celles à destination des mobiles sont substituables

Même si des prestations de départ d'appel pour les différents types de communications vocales (locales, nationales, internationales ou vers les mobiles) ne peuvent être considérées comme substituables du point de vue de la demande, le degré de substituabilité qui existe du point de vue de l'offre sur les marchés de gros permet d'inclure le départ d'appel vers ces différentes communications dans un même marché.

Ceci provient essentiellement du fait que les services de présélection et de sélection appel par appel conduisent à la fourniture de départ d'appel pour l'ensemble de ces différents types de communications. Il s'agit ainsi d'une même prestation technique qui répond à plusieurs besoins et qui est soumise à des contraintes concurrentielles équivalentes.

En tout état de cause, un opérateur fournissant du départ d'appel pour l'un de ces types de communications peut aisément, sans coûts supplémentaires significatifs, fournir la même prestation pour les autres types de communications.

B - 1.3.2 Le départ d'appel des appels vocaux, celui des appels à destination d'Internet bas débit et celui des appels « services spéciaux » sont substituables

De même, un opérateur fournissant une prestation de départ d'appel pour les appels vocaux interpersonnels est en mesure de fournir la même prestation pour les appels passés par ses abonnés en vue de se connecter, en bas-débit, au réseau Internet, ou en vue de joindre une plateforme de services spéciaux.

B - 1.3.3 Le départ d'appel « résidentiel » et le départ d'appel « non résidentiel » sont substituables

De même, même si la structure de la demande des clients finals sur le marché de détail est différente pour les communications résidentielles et les communications non résidentielles (qui constituent d'ailleurs des marchés de détails pertinents distincts), la substituabilité du côté de l'offre sur le marché de gros permet également de regrouper les prestations de collecte des appels issus des clients appartenant à ces deux types de clientèle en un seul marché.

B - 1.4 Conclusion de l'analyse sur les degrés de substituabilité

Le marché de gros du départ d'appel analysé dans cette partie englobe l'ensemble des prestations fournies par les opérateurs fixes de boucle locale consistant à acheminer en bande étroite tout type de communications au départ du réseau téléphonique public, en sortie du commutateur de premier niveau hiérarchique rattachant l'abonné.

B - 2 DELIMITATION GEOGRAPHIQUE

Pour procéder à la délimitation géographique du marché, il faut tenir compte du fait que France Télécom possède entre 95% et 99% en volume des accès au service téléphonique et que son réseau couvre l'ensemble du territoire national, à l'exception de Saint-Pierre-et-Miquelon, où SPM Télécom possède 100% du réseau de boucle locale.

L'Autorité estime par ailleurs que les conditions concurrentielles de la fourniture du départ d'appel sont homogènes sur l'ensemble du territoire (hors Saint-Pierre-et-Miquelon).

L'Autorité considère donc que le marché géographique pertinent du départ d'appel correspond à l'ensemble du territoire national (hors Saint-Pierre-et-Miquelon).

B - 3 RELATION AVEC LA RECOMMANDATION DE LA COMMISSION

La Recommandation 2003/313/CE de la Commission concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation *ex ante* a identifié le marché 8 du « départ d'appel sur le réseau téléphonique public en position déterminée ».

La Commission précise que ce marché « est réputé comprendre l'acheminement local des appels ».

Elle précise par ailleurs dans l'exposé des motifs de la même recommandation (paragraphe 4.2.1) que « *selon la topologie du réseau, la délimitation entre services de départ d'appel et services de transit peut varier, et il appartient aux ARN de définir les composantes de chaque volet* ».

L'Autorité considère pertinent, au regard de la situation française, de limiter le marché du départ d'appel aux prestations de livraison du trafic au commutateur d'abonnés.

C LE MARCHÉ DU TRANSIT *INTRA* TERRITORIAL

Le transit *intra* territorial, correspond aux prestations de transit fournies au sein d'un même territoire géographique, et exclut par conséquent les prestations de transit offertes entre les départements d'outre-mer, Mayotte et Saint-Pierre-et-Miquelon ainsi qu'entre ces territoires et la métropole, analysées au chapitre suivant⁴³.

C - 1 MARCHÉ DE PRODUITS

Conformément à la Recommandation de la Commission, les prestations d'acheminement incluses dans ce marché sont définies par exclusion des prestations de départ et de terminaison d'appel⁴⁴.

Elles correspondent ainsi à toute prestation d'acheminement fournie au départ ou à destination d'un commutateur ou routeur local d'un ou de plusieurs opérateurs de boucle locale fixes et fournissant eux-mêmes des prestations de départ et de terminaison d'appel en position déterminée.

Ce marché inclut donc :

- Les prestations de transit permettant l'acheminement d'appels entre deux réseaux distincts ;
- Les prestations de transit fournies de façon groupée avec des prestations de terminaison d'appel et de départ d'appel, et qui permettent de fournir des prestations de « collecte » ou de « terminaison » de bout en bout telles que les prestations actuelles de France Télécom dites de simple transit et de double transit.

C - 1.1 Substituabilité entre les différents types de trafic

A l'instar du cas du départ d'appel, l'Autorité estime que les prestations de transit fournies pour différents types de trafic, tels que les trafics voix, Internet, ou services spéciaux, ou les trafics issus des résidentiels ou des entreprises, peuvent être incluses dans un même marché.

En effet, la plupart des opérateurs offrant du transit pour l'un de ces types de trafic fournissent également du transit pour les autres trafic, et cela en utilisant les mêmes élément de réseau.

Par conséquent, et même si du point de vue de la demande les prestations d'acheminement des différents types de trafic ne sont pas substituables, elles présentent toutefois un degré de substituabilité du côté de l'offre qui justifie leur inclusion dans un même marché pertinent de gros.

C - 1.2 Substituabilité entre les différentes prestations de transit

C - 1.2.1 Regroupement des prestations fournies sur les différents segments techniques de réseau

L'Autorité estime que les prestations de transit fournies sur les différents segments techniques de réseau, et notamment les prestations de transit fournies entre des commutateurs d'abonnés (CA)

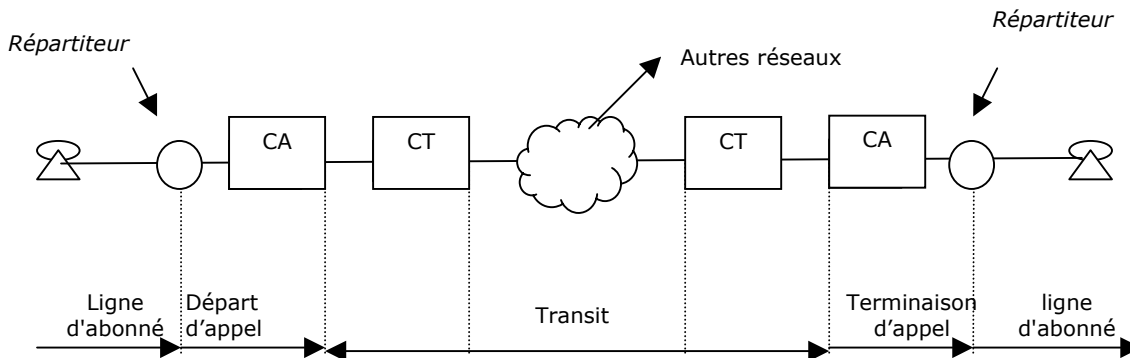
⁴³ La justification d'une analyse séparée de ces prestations dans des marchés pertinents distincts sera également donnée au chapitre suivant.

⁴⁴ Cf. p. 21 de l'exposé des motifs de la recommandation de la Commission.

et des commutateurs de transit (CT) ainsi que celles fournies entre des commutateurs de transit différents, doivent être considérées comme appartenant à un même marché de produit pertinent.

Cette conclusion est différente de celle proposée initialement par l'Autorité dans le cadre de sa consultation publique du 9 juillet 2004, dans laquelle l'Autorité proposait de segmenter le marché du transit selon deux types de segments de réseau définis sur la base de l'architecture du réseau de France Télécom : le segment CA-CT et le segment CT-CT.

Cette architecture est rappelée ci-dessous :



En effet, l'Autorité estime que, même si ces deux prestations font l'objet notamment de conditions d'entrée différentes, les caractéristiques des offres proposées sur le marché du transit justifient leur inclusion dans un même marché, et cela pour les raisons suivantes.

En premier lieu, l'organisation des réseaux des opérateurs alternatifs ne correspond généralement pas à celle de France Télécom décrite ci-dessus, car ces opérateurs ont tendance à limiter au maximum la décentralisation des fonctions de commutation sur le territoire du fait de l'insuffisance des volumes de trafic qu'ils acheminent.

De ce fait, les prestations de transit CA-CT qu'ils fournissent incluent la plupart du temps des prestations de transit longue distance CT-CT.

Ainsi les prestations de transit des opérateurs alternatifs ne peuvent généralement être considérées comme comparables avec l'une ou l'autre des prestations de CA-CT ou de CT-CT prises séparément.

En second lieu, l'évolution actuelle des techniques utilisées pour l'acheminement des appels en « bande étroite » tend à remettre en cause la pertinence de la fixation d'une frontière entre CA-CT et CT-CT.

En effet, les phénomènes liés au déploiement progressif des réseaux de nouvelle génération ne seront pas sans effet sur l'architecture future des réseaux.

Or, l'exercice de délimitation des marchés pertinents conduira, dans le cas du transit en position déterminée, à imposer à l'entreprise le cas échéant désignée puissante, des obligations particulières sur la fourniture de ses prestations pour la période couvrant les trois prochaines années.

Il convient donc d'assurer que la délimitation de marché retenue soit suffisamment stable sur une période raisonnablement longue afin qu'elle puisse être interprétée sans ambiguïté par les acteurs du marché lorsque les prestations ainsi régulées évoluent.

A cet égard, il apparaît que les prestations de transit actuelles, notamment celles relevant de l'acheminement entre commutateurs de transit fournies par France Télécom, sont susceptibles

d'évoluer à moyen terme vers une simplification qui pourrait modifier de façon appréciable la frontière entre CA-CT et CT-CT telle qu'elle pourrait être définie aujourd'hui.

Ces éléments d'analyse amènent donc l'Autorité à définir le marché du transit comme comprenant l'ensemble des prestations d'acheminement d'appels permettant d'accéder à des prestations de départ d'appel et/ou de terminaison d'appel fournies sur des réseaux en position déterminée.

Au vu de l'ensemble de ces éléments, l'Autorité considère qu'il n'y a pas lieu, contrairement à ce qu'elle proposait dans sa proposition initiale du 9 juillet dernier, de distinguer les prestations de CA-CT et de CT-CT comme appartenant à deux marchés pertinents distincts.

C - 1.2.2 Transit en provenance et à destination de réseaux alternatifs Vs transit en provenance et/ou en direction du réseau de France Télécom

L'autre question soulevée porte sur le maintien de l'inclusion dans un même marché de produits des prestations de transit depuis et vers le réseau de France Télécom et des prestations de transit depuis et vers les réseaux des autres opérateurs de boucle locale.

A priori, ces prestations peuvent être regroupées dans un même marché car elles sont généralement fournies ensemble, dans des offres englobant transit à destination ou au départ du réseau de France Télécom et transit à destination ou au départ du réseau des opérateurs tiers.

Certains opérateurs ont cependant fait valoir que les prestations de transit vers les réseaux tiers font l'objet de conditions de fourniture spécifiques, liées notamment à la difficulté d'établir des interconnexions directes pour l'achat de terminaison d'appel sur ces réseaux compte tenu de la faiblesse des volumes de trafic qu'ils acheminent. Ces opérateurs suggèrent que ces prestations devraient faire l'objet d'un marché spécifique ou à tout le moins d'obligations spécifiques visant à remédier à ces difficultés.

Toutefois, comme le précise la Commission⁴⁵, la délimitation des marchés, d'une part, et la définition et l'application de mesures correctrices, d'autre part, sont deux questions qui doivent s'envisager séparément.

Ainsi, la nécessité de remédier à des difficultés spécifiques liées à la fourniture de certaines prestations d'un marché plus vaste ne justifie pas en elle-même la définition d'un marché de produit spécifique pour ces prestations.

Dans le cas du transit vers les réseaux des opérateurs de boucle locale tiers, il peut s'avérer suffisant, comme cela était d'ailleurs proposé dans la consultation du 9 juillet dernier, d'imposer les obligations prévues généralement sur le transit afin de remédier aux difficultés actuelles rencontrées pour la fourniture ou l'achat de ces prestations.

Ainsi, compte tenu des commentaires reçus, l'Autorité estime que les conditions de la fourniture de ces prestations justifient l'inclusion de l'ensemble des prestations de transit dans un seul et même marché pertinent.

Cette analyse rejoint d'ailleurs celle conduite par la Commission sur le marché du transit dans sa Recommandation⁴⁶ : « [même s'il] est probable que certains éléments de ce marché de services de transit deviendront concurrentiels plus rapidement que d'autres, (...) on ne peut pas partir du principe que certaines formes d'acheminement d'appels commutés (d'un opérateur historique vers le réseau d'un nouvel arrivant) sont automatiquement différentes des autres formes d'acheminement d'appels commutés (entre les réseaux de deux nouveaux arrivants) ».

⁴⁵ Cf. exposé des motifs de la Recommandation p. 13

⁴⁶ Cf. exposé des motifs de la Recommandation p. 20

C - 1.3 Conclusion de l'analyse des degrés de substituabilité

L'Autorité considèrera donc dans cette partie le marché de gros de l'acheminement de tout trafic bande étroite acheminé en transit entre deux commutateurs ou routeurs, quels que soient leurs réseaux d'appartenance et leurs niveaux hiérarchiques.

C - 2 DELIMITATION GEOGRAPHIQUE

France Télécom, dans sa réponse aux questionnaires de l'Autorité, estime que la partition naturelle du territoire que constituent ses zones de transit doit servir de base à une segmentation géographique des marchés de gros, au vu des conditions concurrentielles différentes qui existent entre les zones de transit correspondant aux régions denses, et celles correspondant aux régions peu denses.

France Télécom estime qu'il est nécessaire de segmenter le marché du transit en métropole pour tenir compte des différences de densité concurrentielle selon ses zones de transit, en avançant notamment le niveau de raccordement de ses CA dans 14 de ses 18 zones de transit.

Les lignes directrices de la Commission Européenne sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques, paragraphe 57, soulignent que « *la délimitation géographique des marchés s'effectue suivant les mêmes principes que ceux indiqués [dans la partie relative à la délimitation des marchés de produits] pour l'appréciation des possibilités de substitution du côté de l'offre et de la demande en cas d'augmentation des prix relatifs* ». La Commission préconise ainsi l'utilisation du « test du monopoleur hypothétique » qui consiste à étudier les effets qu'aurait sur la demande une augmentation légère mais durable des prix d'un service (5 à 10 % par exemple), de manière à déterminer s'il existe des services considérés comme substituables par les demandeurs vers lesquels ils sont susceptibles de s'orienter.

L'Autorité reconnaît que le raccordement des commutateurs d'abonnés de France Télécom est effectivement plus développé dans certaines zones que dans d'autres. Cela étant, une analyse des possibilités de substitution du côté de l'offre suffit à montrer qu'en cas d'augmentation des prix relatifs des prestations de transit de France Télécom sur certaines zones, des opérateurs feront le choix de raccorder quelques commutateurs d'abonnés supplémentaires, pour proposer des offres compétitives d'acheminement en transit. Par conséquent, sur la base de la conduite systématique d'un tel test du monopoleur hypothétique, aucune frontière ne peut être clairement identifiée entre « zones de forte densité de raccordement » et « zones de faible densité de raccordement ».

Les différences de niveau de raccordement s'expliquent par ailleurs par l'importance des volumes de trafic acheminés sur ces zones par des opérateurs alternatifs, ou, autrement dit, par la prise de parts de marché au niveau des marchés de détail par les opérateurs alternatifs (le trafic au départ des abonnés de France Télécom reste captif). En aucun cas ces différences ne peuvent s'expliquer par des facteurs structurels justifiant une segmentation géographique des marchés de gros. En conséquence, les niveaux de raccordement des opérateurs alternatifs pourront évoluer en fonction du développement de la concurrence sur les marchés de détail, lesquels ont été définis sur un périmètre géographique national.

L'Autorité estime qu'il est donc nécessaire de définir le marché du transit sur le territoire national (hors Saint-Pierre-et-Miquelon), en dehors du transit entre territoires géographiquement distants (cf. marchés du transit outre-mer).

C - 3 RELATION AVEC LA RECOMMANDATION DE LA COMMISSION

La Recommandation 2003/313/CE de la Commission concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation *ex ante* a identifié le marché 10 des « services de transit sur le réseau téléphonique public fixe ».

L'Autorité a délimité le marché 8 du départ d'appel de la Commission comme étant celui des prestations d'acheminement de trafic entre un abonné et son commutateur d'abonnés de rattachement.

L'Autorité estime par ailleurs, et de manière symétrique, que le marché 9 identifié par la Commission, « terminaison d'appel sur divers réseaux téléphoniques publics individuels en position déterminée », est restreint aux prestations consistant à acheminer du trafic d'un commutateur d'abonnés jusqu'à l'abonné qu'il raccorde. Cette précision sera notamment justifiée dans une partie ultérieure du document, relative au marché de la terminaison d'appel sur le réseau de France Télécom.

La Commission recommande aux ARN de définir des marchés du départ d'appel, de la terminaison et du transit qui « *se cumulent, la somme des trois constituant l'ensemble* »⁴⁷, si bien que « *si le départ d'appel et la terminaison d'appel sont déjà définis, le transit l'est également par défaut* ».

Le marché 10 des « *services de transit sur le réseau téléphonique public fixe* » identifié par la Commission comprend dès lors tous les services d'acheminement qui ne sont pas proposés entre un abonné et un commutateur d'abonnés.

L'Autorité a adapté ce marché aux circonstances nationales, pour tenir compte de la spécificité du territoire français sur lequel elle effectue ses analyses de marché, qui est constitué de 7 territoires géographiquement distincts (la métropole, les 4 départements d'outre-mer, Mayotte et Saint-Pierre-et-Miquelon). Elle a ainsi segmenté ce marché en un marché du transit intra territorial d'une part et en marchés du transit outre-mer d'autre part pour tenir compte de la spécificité structurelle des prestations de transit entre territoires géographiquement distincts, qui reposent en grande partie sur l'utilisation d'infrastructures sous-marines (cf. partie suivante).

Elle précise qu'elle a effectué une segmentation à périmètre constant, la somme des prestations analysées dans ces différents marchés recouvrant bien le périmètre du marché 10 de la Commission.

Le marché du transit *intra* territoire s'inscrit donc pleinement dans ce marché n°10 de la Recommandation.

D MARCHES DU TRANSIT OUTRE-MER

L'Autorité a pour le moment défini le marché national du départ d'appel et le marché national du transit intra territorial. Elle définira par la suite les marchés nationaux de la terminaison d'appel.

Le territoire couvert par la présente analyse compte 7 territoires géographiquement distincts : la métropole, les 4 départements d'outre-mer, Mayotte et Saint-Pierre-et-Miquelon.

Les prestations d'acheminement entre deux quelconques de ces territoires ne font partie d'aucun marché jusque-là recensé. Elles présentent des spécificités du fait de l'utilisation d'infrastructures de transmission spécifiques tels que des câbles sous-marins ou des liaisons satellitaires. Ces prestations sont par la suite qualifiées de « prestations de transit outre-mer ».

⁴⁷ p. 21 de l'exposé des motifs de la Recommandation de la Commission précitée

L'Autorité propose de définir ici les marchés pertinents suivants :

- prestations de transit métropole – Martinique ;
- prestations de transit métropole – Guadeloupe ;
- prestations de transit métropole – Guyane ;
- prestations de transit métropole – Réunion ;
- prestations de transit métropole – Mayotte ;
- prestations de transit métropole – Saint-Pierre-et-Miquelon ;
- prestations de transit Guadeloupe – Martinique ;
- prestations de transit Guadeloupe – Guyane ;
- prestations de transit Guyane – Martinique ;
- prestations de transit Réunion – Mayotte.

Les paragraphes suivants justifient cette proposition.

D - 1 MARCHES DE PRODUITS

Les éléments principaux justifiant la définition des marchés pertinents d'outre-mer sont :

- ❑ La non-substituabilité avec les prestations de transit *intra* territoire ;
- ❑ La substituabilité des prestations réciproques « territoire 1 → territoire 2 » et « territoire 2 → territoire 1 » ;
- ❑ La non substituabilité des prestations sur les différentes relations retenues entre elles.

D - 1.1 Non substituabilité des prestations de transit outre-mer et des prestations de transit intra territoire

Du point de vue de l'offre, un opérateur présent sur le marché de gros du transit *intra* territoire, ne pourrait, sans investissement conséquent, entrer sur le marché de gros de l'acheminement de trafic entre deux territoires français géographiquement distants, comme par exemple entre la métropole et la Guyane, compte-tenu du coût des infrastructures sous-marines ou satellitaires qu'il lui faudrait d'une manière ou d'une autre acquérir.

Les prestations d'acheminement de trafic entre deux commutateurs d'un même territoire ne sont donc pas substituables avec les prestations d'acheminement de trafic « *inter* territoires », qui constitueront ultérieurement les « marchés du transit outre-mer » (voir *supra*).

D - 1.2 Substituabilité des relations réciproques « territoire 1 → territoire 2 » et « territoire 2 → territoire 1 »

L'Autorité estime que, du côté de l'offre, les prestations d'acheminement d'un territoire 1 à un territoire 2 et celles consistant à acheminer le trafic en sens inverse, du territoire 2 vers le territoire 1, sont substituables.

En effet, un opérateur possédant les moyens de production nécessaires à l'acheminement de trafic dans un sens est en mesure, sans avoir à les modifier de manière substantielle et coûteuse, d'acheminer du trafic dans l'autre sens.

Les marchés de « relations de transit » définis ici seront donc systématiquement bidirectionnels.

D - 1.3 Non substituabilité des prestations d'acheminement sur des relations distinctes

Pour les mêmes raisons, fondées sur des logiques de non substituabilité du côté de l'offre, que celles invoquées pour justifier, dans la partie consacrée au marché du transit *intra* territoire, une

définition distincte des marchés du transit outre-mer, on doit considérer, concernant ces prestations de transit outre-mer, que les différentes relations existantes, à savoir par exemple Métropole – Réunion, Métropole – Guyane, Guyane – Réunion, etc., ne font pas non plus partie d'un marché pertinent unique.

En effet, si un opérateur est par exemple présent sur le marché de la fourniture de prestations de transit entre la métropole et la Réunion, il ne pourra, sans investir de manière conséquente, acquérir les moyens de production nécessaires à l'acheminement de trafic entre la métropole et la Guyane.

En toute logique, il faudrait donc définir autant de marchés pertinents de que relations de transit entre deux territoires.

L'Autorité estime toutefois que certaines prestations ne doivent pas faire l'objet de marchés pertinents spécifiques. En effet, au vu des informations dont elle dispose et des volumes de trafic en cause, il apparaît qu'une prestation de transit entre un territoire 1, situé sur l'Océan Indien (Réunion ou Mayotte) et un territoire 2, situé de l'autre côté de l'Océan Atlantique (Guadeloupe, Martinique, Guyane ou Saint-Pierre-et-Miquelon), se découpe en fait en une prestation de transit entre le territoire 1 et la métropole et une prestation de transit entre la métropole et le territoire 2. De même, il semblerait qu'une prestation de transit entre Saint-Pierre-et-Miquelon et la Guyane, la Martinique ou la Guadeloupe, se découpe de manière analogue en une prestation de transit Saint-Pierre-et-Miquelon – métropole et métropole – Guyane (ou métropole – Martinique ou métropole – Guadeloupe).

Elle propose par conséquent de ne pas identifier comme marchés pertinents les prestations d'acheminement de trafic sur les relations Réunion – Guadeloupe, Réunion – Guyane, Réunion – Martinique, Réunion – Saint-Pierre-et-Miquelon, Mayotte – Guadeloupe, Mayotte – Guyane, Mayotte – Martinique, Mayotte – Saint-Pierre-et-Miquelon, Guyane – Saint-Pierre-et-Miquelon, Martinique – Saint-Pierre-et-Miquelon et Guadeloupe – Saint-Pierre-et-Miquelon.

D - 2 DELIMITATION GEOGRAPHIQUE DES MARCHES DU TRANSIT OUTRE-MER

L'Autorité estime qu'il n'y a pas lieu de segmenter géographiquement les marchés de produits du transit outre-mer, au regard de la délimitation retenue.

D - 3 RELATION AVEC LA RECOMMANDATION DE LA COMMISSION

La Recommandation 2003/313/CE de la Commission concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation *ex ante* a identifié le marché 10 des « services de transit sur le réseau téléphonique public fixe ».

L'Autorité a délimité le marché du départ d'appel de la Commission comme étant celui des prestations d'acheminement de trafic entre un abonné et son commutateur d'abonnés de rattachement.

L'Autorité estime par ailleurs, et de manière symétrique, que le marché 9 identifié par la Commission, « terminaison d'appel sur divers réseaux téléphoniques publics individuels en position déterminée », est restreint aux prestations consistant à acheminer du trafic d'un commutateur d'abonnés jusqu'à l'abonné qu'il raccorde. Cette précision sera notamment justifiée dans une partie ultérieure du document, relative au marché de la terminaison d'appel sur le réseau de France Télécom.

Elle a par ailleurs justifié la nécessité d'identifier, au sein du marché 10 de la Commission, un marché du transit *intra* territoire pour tenir compte de la spécificité du territoire français, constitué de 7 territoires géographiquement distincts.

L'Autorité a identifié par ailleurs plusieurs marchés du transit entre territoires distincts, pour tenir compte de la non substituabilité entre elles des prestations de transit sur deux relations distinctes.

Ces marchés s'inscrivent donc pleinement dans ce marché n°10 de la Recommandation.

D - 4 CONCLUSION

L'Autorité définit donc les marchés pertinents suivants :

- prestations de transit métropole – Martinique ;
- prestations de transit métropole – Guadeloupe ;
- prestations de transit métropole – Guyane ;
- prestations de transit métropole – Réunion ;
- prestations de transit métropole – Mayotte ;
- prestations de transit métropole – Saint-Pierre-et-Miquelon ;
- prestations de transit Guadeloupe – Martinique ;
- prestations de transit Guadeloupe – Guyane ;
- prestations de transit Guyane – Martinique ;
- prestations de transit Réunion – Mayotte.

L'analyse de la puissance qui sera proposée au chapitre suivant proposera toutefois un regroupement de ces marchés en trois groupes de marchés possédant des caractéristiques concurrentielles suffisamment homogènes pour en permettre une analyse conjointe.

E LE MARCHÉ DE LA TERMINAISON D'APPEL SUR LE RESEAU DE FRANCE TELECOM

Le marché considéré dans cette partie est celui des prestations de gros de terminaison d'appel vendues par France Télécom.

Les prestations de gros de terminaison d'appel des opérateurs alternatifs seront analysées dans un document spécifique ultérieur.

La terminaison d'appel est définie comme une prestation offerte entre un commutateur ou routeur et un utilisateur directement desservi par cet élément de réseau (il s'agit donc de l'élément de routage de plus bas niveau, i.e. le plus proche de l'utilisateur).

L'Autorité n'a ici considéré que le marché de la terminaison d'appel à destination de numéros géographiques de France Télécom, conformément à la segmentation du territoire en Zones de Numérotation Élémentaires définie dans le plan national de numérotation établi par l'Autorité dans sa décision n° 98-75 modifiée en date du 3 février 1998 approuvant les règles de gestion du plan national de numérotation (numéros dits « géographiques »).

Cette analyse ne couvre donc pas le cas des prestations de terminaison d'appel interpersonnels fournies par France Télécom dans le cadre des récentes offres commerciales de Wanadoo permettant aux abonnés d'être joints sur des numéros non géographiques (du type 087B).

L'Autorité estime en effet que les prestations de terminaison d'appel fournies dans ce cas sont techniquement différentes, et soumises à des conditions concurrentielles différentes, étant donné que l'opérateur désirant terminer l'appel ne connaît pas la localisation géographique de l'appelé, et qu'il n'est donc pas en mesure de livrer l'appel au plus près de l'appelé, comme il s'efforce de le faire dans le cas d'un numéro géographique.

Elle estime par ailleurs qu'il est trop tôt pour mener une analyse pertinente de l'ensemble des critères de puissance listés par la Commission européenne sur ces prestations, et tout particulièrement l'existence ou non de contre-pouvoirs d'acheteurs sur ces marchés.

L'Autorité a identifié le marché pertinent de la terminaison d'appel (géographique) sur le réseau de France Télécom.

Elle explicite ci-dessous son analyse.

E - 1 MARCHÉ DE PRODUITS

E - 1.1 Le marché contient au moins l'ensemble des prestations de terminaison d'appel de France Télécom

Lorsque l'on veut définir un marché pertinent en se basant sur des possibilités de substitution du côté de la demande et de l'offre, il est logique de partir d'une définition restreinte et de l'étendre ensuite en fonction des nécessités.

Dans le cas présent, le point de départ est la terminaison d'appel vers une position, un abonné ou un numéro déterminé.

Cependant, il serait difficile pour un opérateur fournissant une terminaison d'appel en gros d'établir une distinction entre les différents abonnés ou positions sur son réseau.

Au demeurant, l'observation du marché permet de constater que France Télécom, ainsi d'ailleurs que chacun des opérateurs de boucle locale, vend la « connectivité » globale à son réseau, via des prestations de terminaison d'appel permettant d'adresser l'ensemble de ses abonnés.

Par conséquent, le marché pertinent contient au moins l'ensemble des prestations de terminaison d'appel offertes par France Télécom sur son réseau.

E - 1.2 Il est nécessaire de distinguer les prestations de terminaison d'appel fournies par France Télécom de celles d'un autre opérateur

Pour déterminer si une définition plus large est souhaitable, il convient d'examiner les possibilités de substitution du côté de la demande et de l'offre qui pourraient influencer sur la fixation des redevances de terminaison d'appel sur un réseau donné.

Or les clients finals raccordés par France Télécom ne sont en règle générale, et dans leur grande majorité, pas raccordés à un autre réseau fixe.

Par conséquent, lorsqu'un opérateur souhaite terminer un appel vers un abonné de France Télécom, il ne dispose d'aucune solution de substitution à la prestation de terminaison d'appel de France Télécom, seule cette dernière étant capable d'acheminer l'appel sur la dernière partie du réseau, jusqu'à son abonné.

Des solutions de substitution du côté de la demande peuvent toutefois exister sur le marché de détail. Ainsi, et comme le précise la Commission dans l'exposé des motifs de sa Recommandation sur les marchés pertinents (page 22), « *un appel dirigé vers une position ou un numéro d'abonné* » pourrait être remplacé par « *un appel se terminant sur un réseau mobile, un appel passant par une procédure de rappel, un appel n'impliquant pas un arrangement spécifique de terminaison d'appel (par ex. lorsque les parties décident de se parler en utilisant des liaisons basées sur IP) ou la communication par messages de nature diverse (par ex., messagerie électronique, messagerie vocale, radiomessagerie)* ». Cela étant, pour que ces solutions de substitution se traduisent par

une définition plus large du marché de la terminaison d'appel, il faudrait qu'elles influent réellement sur les conditions de fourniture des prestations de gros de France Télécom.

Comme le confirme la Commission, et d'une manière générale, « ces possibilités de substitution du côté de la demande ou de l'offre ne semblent pas exercer actuellement une contrainte suffisante sur les pourvoyeurs de terminaison d'appel en position déterminée ou fournir des arguments en faveur d'une définition élargie du marché, de sorte que le marché pertinent est vraisemblablement constitué de la terminaison d'appel sur des réseaux individuels ».

L'Autorité estime donc nécessaire de définir un marché de produits de la terminaison d'appel spécifique au réseau de France Télécom.

E - 1.3 Les offres couplant terminaison et transit ne font pas partie du marché

Enfin, au vu de la définition de la terminaison d'appel retenue, selon laquelle les prestations de terminaison d'appel sont restreintes à l'acheminement de communications entre le dernier élément de routage/communication et l'utilisateur final, les offres de terminaison sur un réseau donné incluant le transit vers ce même réseau, notamment celles de France Télécom, ne peuvent être considérées comme des substituts à la terminaison d'appel vendue par l'opérateur de boucle locale au niveau de ses commutateurs ou routeurs locaux : ces offres de « terminaison d'appel + transit » doivent en effet être considérées, dans la segmentation des marchés retenue par l'Autorité, comme un couplage entre deux prestations faisant partie de deux marchés distincts, à savoir le transit d'une part et la terminaison d'appel d'autre part, laquelle, encore une fois, ne saurait être vendue que par l'opérateur de boucle locale.

E - 1.4 Conclusion

L'Autorité propose donc de définir, pour chaque opérateur de boucle locale, un marché de produits de la terminaison d'appel constitué de l'ensemble des prestations de terminaison d'appel à destination de numéros géographiques qu'il offre sur son réseau entre le dernier élément de commutation/routage et les utilisateurs finals raccordés à ce réseau.

E - 2 MARCHES GEOGRAPHIQUES

Dans la mesure où le marché de produits a été défini comme étant la terminaison d'appel sur chaque réseau individuel, la dimension géographique du marché de la terminaison d'appel sur le réseau d'un opérateur de boucle locale coïncide avec la couverture géographique du réseau de boucle locale de cet opérateur.

F LIEN AVEC LA RECOMMANDATION DE LA COMMISSION

La définition des marchés pertinents de la terminaison d'appel est pleinement conforme à la Recommandation de la Commission et au marché n° 9 retenu par la Commission.

G CONCLUSION

L'ART propose de considérer que l'ensemble des prestations de terminaison d'appel à destination de numéros géographiques offertes par France Télécom constituent un marché pertinent.

Chaque marché est constitué par l'ensemble des prestations de terminaison d'appel à destination de numéros géographiques fournies par chaque opérateur de boucle locale sur l'ensemble de la zone de couverture de son réseau.

H LE CAS DU TRANSIT INTERNATIONAL

La Commission n'a pas listé le marché du transit international dans sa recommandation 2003/311/CE sur les marchés pertinents.

Par ailleurs, les tarifs des prestations de transit de France Télécom vers l'international ne sont plus contrôlés depuis plus de trois ans.

En effet, les décisions 00-278 et 00-635 (respectivement datées des 17 mars et 28 juin 2000) de l'Autorité avaient déjà autorisé France Télécom à retirer 28 destinations internationales de son catalogue d'interconnexion⁴⁸, avant que la décision n° 00-1109 en date du 27 octobre 2000 approuvant l'offre technique et tarifaire d'interconnexion de France Télécom pour l'année 2001 ne « [prenne] note et approuve la suppression de l'ensemble des destinations internationales du catalogue d'interconnexion 2001 au vu des évolutions du marché ».

Pour adopter ces décisions, l'Autorité avait analysé ces suppressions éventuelles au regard :

- de l'existence d'infrastructures alternatives ;
- de la part de marché captée par les offres inscrites au catalogue d'interconnexion de France Télécom parmi le trafic international sortant issu des opérateurs nouveaux entrants ;
- des positions exprimées par les opérateurs entrants, destination par destination.

L'Autorité note par ailleurs que l'absence, dans les 4 derniers catalogues d'interconnexion de France Télécom, de l'ensemble des destinations internationales, qui s'accompagne d'une absence de contrôle tarifaire sur l'ensemble des prestations d'acheminement de trafic international, n'a pas suscité de réactions négatives de la part des opérateurs alternatifs.

Pour autant, même si France Télécom a été autorisée à retirer les destinations internationales de son catalogue d'interconnexion, elle restait soumise sur ce marché à des obligations de transparence, de non-discrimination et d'orientation vers les coûts, ainsi qu'à l'obligation de négocier de bonne foi l'interconnexion avec les opérateurs alternatifs.

Compte tenu des éléments précédents, l'Autorité pense qu'il n'est plus nécessaire de maintenir une régulation *ex ante* sur ce marché, l'Autorité propose donc de ne pas identifier le marché de gros du transit vers l'international comme pertinent, ce qui aura pour effet de lever l'ensemble des obligations qui s'appliquent aujourd'hui sur ces prestations.

L'Autorité a soumis cette analyse au secteur lors de la consultation publique du 9 juillet dernier et sa proposition paraît recueillir l'assentiment de l'ensemble des acteurs.

L'Autorité pourra toutefois réexaminer sa position, en tant que de besoin, au vu des évolutions constatées sur le marché.

⁴⁸Afrique du Sud, Allemagne, Australie, Autriche, Belgique, Canada, Chine, Danemark, Espagne, Etats-Unis, Finlande, Grèce, Hong Kong, Irlande, Italie, Japon, Luxembourg, Malaisie, Monaco, Norvège, Nouvelle-Zélande, Pays-Bas, Portugal, Royaume-Uni, Singapour, Suède et Suisse, puis Turquie dans un deuxième temps.

CHAPITRE 5 - ANALYSE ET IDENTIFICATION DES OPERATEURS PUISSANTS SUR LES MARCHES DE GROS

A INTRODUCTION : PRINCIPES GENERAUX

Une fois le périmètre des marchés déterminé, il convient de mettre en évidence l'existence ou non d'une entreprise disposant d'une influence significative sur chacun d'entre eux.

Plusieurs critères, déjà rappelés en introduction de ce document, permettent d'apprécier le degré concurrentiel d'un marché donné.

L'Autorité s'est efforcée de considérer, parmi ces critères, ceux apparaissant comme les plus appropriés à l'identification des opérateurs puissants dans le cadre des marchés concernés par la présente consultation.

Elle souligne qu'elle examinera également, sur certains marchés d'acheminement de trafic sur lesquels cela s'avère tout particulièrement pertinent, les parts de marchés des opérateurs en tenant compte de leurs volumes de productions internes, pour des raisons qui seront explicitées dans la suite du document.

B MARCHÉ DU DEPART D'APPEL EN POSITION DETERMINEE

L'Autorité propose de désigner France Télécom opérateur puissant sur le marché du départ d'appel en position déterminée sur le territoire national hors Saint-Pierre-et-Miquelon⁴⁹.

Les paragraphes suivants répertorient l'ensemble des critères de puissance de marché précédemment évoqués, en les déclinant sur le marché considéré.

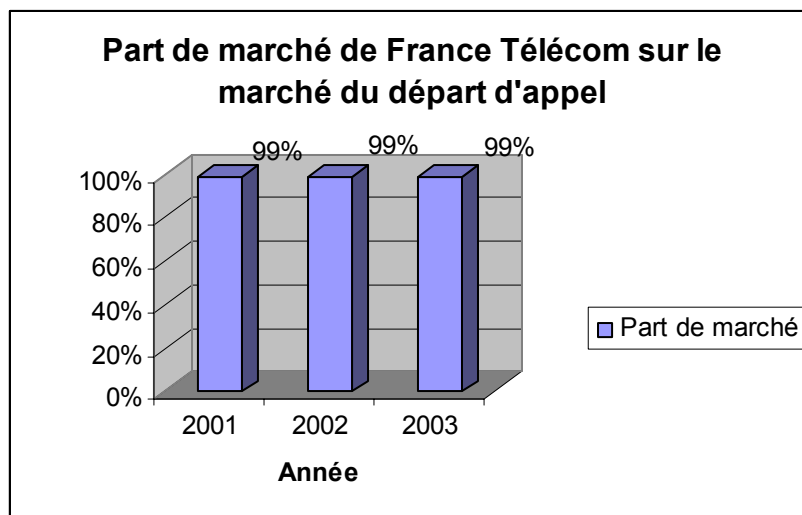
B - 1 L'ANALYSE DES PARTS DE MARCHÉ

La part de marché⁵⁰ de France Télécom sur les prestations de départ d'appel n'a jamais été inférieure à 99% depuis l'ouverture de l'ensemble des marchés des télécommunications à la concurrence.

La forte part de marché de France Télécom est liée à sa position prédominante sur les marchés de détail des communications téléphonique ainsi qu'à la fourniture par celle-ci des services de gros tels que la sélection appels par appels et la présélection.

⁴⁹ Pour mémoire, l'analyse faite dans ce document ne porte pas sur les marchés de communications électroniques internes au territoire de Saint-Pierre-et-Miquelon.

⁵⁰ Les chiffres donnés ici sont très légèrement différents de ceux donnés dans le document de consultation de l'Autorité du 9 juillet 2004, suite à des corrections mineures



Une telle part de marché constitue un indicateur important de puissance de marché. Il est toutefois nécessaire de procéder à l'examen des autres critères pour en évaluer la portée.

B - 2 CONTROLE D'INFRASTRUCTURES DIFFICILES A DUPLIQUER

Les parts de marché précédemment exposées illustrent le fait que France Télécom possède encore le contrôle de la quasi-totalité des infrastructures de boucle locale sur l'ensemble du territoire. Cette infrastructure, qui permet de raccorder les utilisateurs finals, est difficile à dupliquer en l'absence d'économies d'échelle considérables dont ne disposent pas, à l'heure actuelle, les opérateurs alternatifs, et dont ils ne pourront, même dans les hypothèses les plus optimistes, disposer dans les prochaines années, objet de la présente analyse.

Or, le commutateur d'abonnés étant le niveau de commutation ou de routage le plus bas des réseaux, la seule concurrence offerte sur le marché du départ d'appel provient des autres opérateurs de boucle locale. La dynamique concurrentielle du marché de l'accès, c'est-à-dire le marché adressé par les opérateurs de boucle locale, est par ailleurs analysée dans le présent document, dans le cadre de l'analyse des marchés de détail de l'accès. L'analyse de cette dynamique montre que les conditions concurrentielles des marchés de l'accès, et donc de celui du départ d'appel, ne devraient vraisemblablement pas évoluer de façon significative dans les 3 prochaines années.

B - 3 ECONOMIES D'ECHELLE ET DE GAMME

La puissance de France Télécom sur l'ensemble des marchés de détail de l'accès et des communications lui permet de bénéficier d'économies d'échelle et de gamme importantes sur le départ d'appel. Un opérateur entrant sur le marché de gros du départ d'appel pourrait donc difficilement bénéficier d'une structure de coûts équivalente à celle de France Télécom.

B - 4 ABSENCE DE CONTRE-POUVOIR D'ACHETEURS

France Télécom détenant une position de quasi-monopole sur les marchés de détail de l'accès, les opérateurs acheteurs sont contraints de s'appuyer sur la prestation de départ d'appel de France Télécom pour intervenir sur les marchés de détail aval des communications, notamment via la sélection du transporteur ou la présélection.

De ce fait, il n'existe pas de pouvoir d'achat compensateur susceptible de s'exercer sur les prestations de départ d'appel fournies par France Télécom.

B - 5 EVOLUTION PROSPECTIVE DU MARCHÉ

Au vu de l'état actuel du développement sur les marchés de détail de l'accès en bande étroite, et de ses perspectives, la situation du marché du départ d'appel ne devrait pas évoluer de façon significative au cours de la période couverte par la présente analyse.

B - 6 CONCLUSION

Au vu des éléments qui précèdent, l'Autorité estime que France Télécom détient une influence significative sur le marché national du départ d'appel sur la période 2005-2007.

C LE MARCHÉ DU TRANSIT *INTRA* TERRITORIAL

C - 1 L'ANALYSE DES PARTS DE MARCHÉ

L'évaluation et l'interprétation des parts de marché sur le transit est un exercice soumis à de nombreuses difficultés.

Tout d'abord, la comptabilisation des volumes de trafic acheminés par les différents opérateurs est rendue difficile par le fait que :

- il n'existe pas de données publiques sur le volume des activités de transit des différents opérateurs ;
- les prestations fournies sont très différentes d'un opérateur à un autre, tant en ce qui concerne l'ampleur géographique des prestations que le type de trafic transporté, qu'il s'agisse du trafic voix, Internet ou services spéciaux, ce qui limite les possibilités de recoupement des informations recueillies auprès du secteur ;
- une partie importante des prestations de transit fournies reposent elles-mêmes sur l'achat de prestations de transit intermédiaires à des tiers, ce qui peut conduire à affecter certains volumes de trafic en double compte.

Par ailleurs, la comparaison des quantités vendues sur le marché du transit par les différents opérateurs est très délicate car :

- les volumes de trafic vendus sur le marché du transit dépendent non pas uniquement des évolutions de l'offre et de la demande sur le marché mais également des comportements de « make or buy » propres aux marchés de gros. En effet, le volume de trafic acheminé sur les réseaux de téléphonie peut être, soit mis sur le marché du transit lorsque l'opérateur acheteur ne dispose pas des éléments de réseau et/ou des raccordements nécessaires pour se fournir la prestation en interne, soit exclu en partie ou en totalité de ce marché dans le cas contraire. Ces effets sont évolutifs dans le temps et selon les opérateurs au gré du développement de l'investissement dans les réseaux ou des phénomènes de concentration entre opérateurs. Ces retraits du marché sont en outre généralement irréversibles pour chaque opérateur, c'est-à-dire que les prestations de transit achetées en interne ne sont presque jamais remises sur le marché, du fait de l'importance des coûts irréversibles d'investissement associés à l'établissement des réseaux (*sunk costs*) ;
- par ailleurs, compte tenu de ce qui précède, le volume total de prestations de transit offertes réellement sur le marché dépend du volume de trafic confié aux concurrents de France Télécom sur le marché de détail puisque seuls les opérateurs alternatifs ne disposent pas de l'ensemble des éléments de réseau requis pour la fourniture en interne des prestations de transit nécessaires ;
- enfin, à parts de marché égales au niveau du détail, le volume de transit généré par le trafic d'un opérateur alternatif est toujours supérieur au volume de transit généré par le trafic de France Télécom. En effet, le fait, pour les utilisateurs finals raccordés par France Télécom de confier leurs communications à un autre opérateur que France Télécom (au niveau de

marchés de détail), conduit dans certains cas à générer des volumes de trafic de transit alors que l'utilisation de prestations de transit ne serait pas nécessaire si ce trafic continuait d'être acheminé par France Télécom. C'est notamment le cas du trafic local dont une partie significative est acheminée localement par France Télécom, c'est-à-dire sans transit, alors que les opérateurs alternatifs qui fournissent des services aux utilisateurs raccordés par France Télécom doivent acheminer les communications locales en transit sur leur propre réseau avant de les ré-acheminer sur le réseau de France Télécom. Ce type d'effet se rencontre également dans le cas du trafic Internet qui peut être transformé en trafic IP en traversant moins de commutateurs chez France Télécom que chez ses concurrents.

C - 1.1 Prise en compte des volumes de productions internes

Comme indiqué précédemment, l'Autorité estime que les volumes de productions internes doivent être pris en compte dans l'analyse de la puissance éventuelle d'un opérateur sur le marché.

En premier lieu, il convient de préciser que l'on entend par productions internes des prestations intermédiaires produites à des fins de fourniture d'un service à des tiers.

L'économie du marché des communications électroniques se caractérise par l'importance des coûts fixes communs encourus par tout opérateur. Parce qu'ils participent à la couverture de ces coûts, les volumes de productions internes structurent fortement l'ampleur des économies d'échelle que connaît l'opérateur, et doivent donc, d'une manière ou d'une autre, être quantifiés au stade de l'analyse de la puissance éventuelle d'un acteur du marché.

Par conséquent, et même si les parts de marché d'un opérateur renseignent également sur sa capacité à se comporter indépendamment ou non de son environnement de marché, il est nécessaire de compléter l'information qu'elles apportent par le calcul de parts de marché corrigées des volumes de productions internes des opérateurs.

La Commission Européenne, dans ses lignes directrices du 13 octobre 2000 sur les restrictions verticales, confirme l'importance concurrentielle des volumes de production interne, rappelant que « *La production interne, c'est-à-dire la fabrication par une entreprise d'un bien intermédiaire aux fins de sa propre production, peut revêtir une très grande importance dans une analyse de la concurrence en tant que contrainte concurrentielle ou en tant que facteur qui renforce la position d'une entreprise sur le marché.* ».

Elle a à ce titre récemment rappelé au régulateur autrichien, à l'occasion de la notification de son analyse du marché du transit, que « *la mesure selon laquelle la fourniture en propre au moyen de l'interconnexion directe peut représenter une source potentielle de concurrence devrait être considérée au stade de l'évaluation de la puissance sur le marché* »⁵¹.

En outre, la jurisprudence communautaire admet depuis récemment que les productions internes doivent parfois être intégrées dans le calcul des parts de marché. Ainsi, dans son arrêt *Schneider Electric SA c/Commission* du 22 octobre 2002, le Tribunal de première instance des Communautés Européennes critique la Commission pour n'avoir pas comptabilisé dans les parts de marché, les ventes intégrées au motif qu'elles n'étaient pas « vendues » sur le marché alors même qu'elles étaient en mesure d'exercer une pression concurrentielle sur les ventes des concurrents.

Dans ces conditions, l'Autorité considère être en accord avec la jurisprudence et ses évolutions récentes lorsqu'elle effectue son analyse en tenant compte des productions internes pour apprécier les avantages dont elle bénéficie en matière d'économies d'échelle.

51 Décision de la Commission du 20 octobre 2004 conformément à l'article 7, paragraphe 4, de la directive 2002/21/CE (« Retrait d'un projet de mesure ») - Cas AT/2004/0090 : Fourniture de services de transit sur le réseau téléphonique public fixe en Autriche

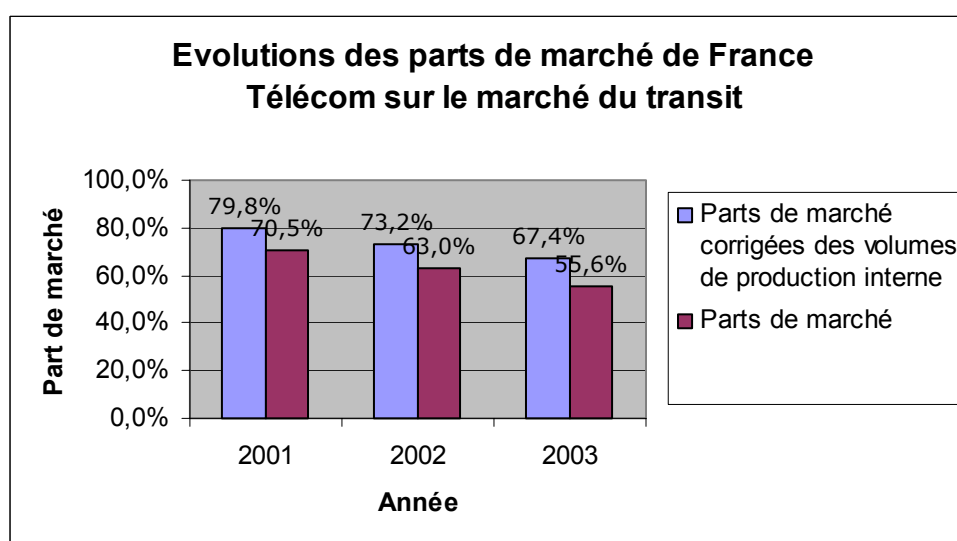
C - 1.2 Evaluation quantitative des parts de marché

Les parts de marché constituent un indicateur permettant d'apprécier la capacité d'une entreprise à se comporter indépendamment de son environnement de marché.

La part de marché de France Télécom, sur le marché du transit *intra* territoire s'élevait encore, en 2003, à plus de 55% en volume du total des prestations effectivement mises en concurrence.

Même si le niveau de cette part de marché constitue un indicateur important de la puissance de France Télécom sur le marché de transit *intra* territorial⁵², il est toutefois nécessaire de tenir compte de l'analyse des autres critères pour en évaluer la portée.

En particulier, l'examen des parts de marché corrigées des volumes de productions internes porte à 67% la part de France Télécom en 2003, ce qui (cf. point sur les économies d'échelle) traduit les importantes économies d'échelle dont jouit cet opérateur sur le marché.



C - 2 ECONOMIES D'ECHELLE ET DE GAMME IMPORTANTES

France Télécom possède le réseau le plus capillaire et le plus maillé de France. A titre d'exemple, sur le territoire métropolitain, son réseau, long de 200 000 kilomètres de fibres optiques, possède près de 550 commutateurs d'abonnés, et une soixantaine de commutateurs de transit, alors qu'à une exception près, les réseaux alternatifs les plus étendus ne comptent qu'une cinquantaine de points de présence et ne dépassent jamais 20 000 kilomètres de fibre.

En outre, au contraire des opérateurs alternatifs dont les offres sont généralement ciblées, l'offre de services de détail de France Télécom est particulièrement diversifiée sur les différents marchés de la téléphonie fixe, des services à large bande et des autres marchés de services de capacité et de transmission de données et couvre l'ensemble des besoins des clientèles de détail et de gros.

Par ailleurs, comme cela est détaillé dans l'analyse des marchés de détail de la téléphonie fixe, les gains de parts de marché réalisés par la concurrence vis-à-vis de France Télécom reposent essentiellement sur l'utilisation des offres de gros de cette dernière, qu'il s'agisse notamment des services de sélection du transporteur, de présélection, d'accès partagé ou totalement dégroupé à la boucle locale ou des services de gros de liaisons louées.

Il en résulte que les volumes de communications acheminées par France Télécom sur son réseau, dont l'importance est tout particulièrement mise en évidence par l'évaluation des parts de marché

⁵² Lignes directrices, §75 de la section 3 "Evaluation de la puissance sur le marché".

corrigées des volumes de production interne (cf. point précédent), lui procurent d'importantes économies d'échelle et de gamme, qui lui permettent de disposer d'un avantage important et structurel en matière de coûts par rapport à ses concurrents.

Cet avantage lui permet de dégager des marges supérieures à celles de concurrents aussi efficaces qu'elle sur le plan économique, ou éventuellement de baisser ses prix de gros de transit à des niveaux inférieurs aux prix que ses concurrents, qui bénéficient pour leur part d'économies d'échelle et de gamme moins importantes, peuvent fixer raisonnablement sans subir de pertes économiques substantielles.

Dans sa réponse à la consultation de l'Autorité du 9 juillet 2004, France Télécom conteste la réalité de ces différences de coûts, en invoquant notamment le fait que la dispersion de son réseau sur le territoire produirait au contraire des déséconomies d'échelle, et en précisant qu'en tout état de cause l'Autorité ne présentait pas dans le cadre de cette analyse de marché de mesure quantifiée de ces économies.

L'Autorité demeure cependant d'avis que France Télécom dispose d'importants avantages en matière de structure des coûts grâce à d'importantes économies d'échelle et de gamme. L'estimation des parts de marché corrigées des volumes de productions internes a précisément pour objet de fournir un indicateur quantitatif reflétant des effets d'échelle et de gammes.

S'agissant de l'hypothèse suggérée par France Télécom selon laquelle elle aurait été pénalisée par rapport aux autres opérateurs du fait de ses obligations de service universel, l'Autorité rappelle qu'un fond de service universel a systématiquement compensé les déséquilibres budgétaires qu'elle a enregistrés pour les efforts de déploiement fournis vis-à-vis des clients non rentables.

Ce fond compensera encore, à l'avenir, les déséquilibres budgétaires encourus par le ou les opérateurs qui seront retenus à la suite de la procédure d'appel à candidatures prévue à l'article L. 35-2 du code des postes et communications électroniques.

S'agissant enfin de la mesure quantitative de cet avantage, l'Autorité souligne qu'il serait extrêmement complexe de conduire une analyse technico-économique précise de la comparaison des coûts de France Télécom avec ceux de ses concurrents. En tout état de cause, au vu de l'expérience qu'elle a acquise dans ce type de modélisation, et notamment dans son application pour l'évaluation annuelle des tarifs d'interconnexion de France Télécom, l'Autorité estime que les avantages dont France Télécom bénéficie à cet égard sont bien réels et d'une ampleur significative.

C - 3 CONCURRENCE POTENTIELLE LIMITEE ET BARRIERES A L'ENTREE

Comme cela a été indiqué lors de la délimitation du marché du transit, deux éléments limitent la concurrence potentielle des offres des opérateurs alternatifs sur ce marché :

- du point de vue de la capacité des acheteurs à opter pour d'autres fournisseurs que France Télécom, seuls des opérateurs qui échangent un volume de trafic suffisant seront susceptibles d'établir et de rentabiliser un raccordement direct entre leur réseau et celui de l'opérateur vendeur du transit.

Cette situation limite le nombre des acheteurs pouvant effectivement accéder à des offres de transit concurrentes de celles de France Télécom. Ceci est particulièrement le cas pour les petits opérateurs de boucle locale qui doivent, pour accéder à ces offres alternatives, supporter le coût d'un raccordement supplémentaire au raccordement initial au réseau de France Télécom.

Par ailleurs, les difficultés actuelles, liées à l'acheminement des communications vers les numéros ayant fait l'objet de la portabilité au départ du réseau de France Télécom vers des opérateurs de boucle locale tiers, limitent les possibilités dont disposent les autres opérateurs de transit de proposer des prestations de transit entrant à ces opérateurs de boucle locale tiers.

Cette limitation renforce la difficulté à rentabiliser les liens de raccordement éventuels vers d'autres fournisseurs.

- du côté des offreurs, les opérateurs alternatifs ne peuvent proposer de prestations de transit effectivement substituables à celles de France Télécom, notamment sur le segment de réseau entre commutateurs d'abonnés et commutateurs de transit (CA-CT), que lorsque le total du volume de trafic livré au CA en départ d'appel ou en terminaison d'appel est suffisant pour permettre de rentabiliser les investissements correspondants.

A titre d'illustration, un seul opérateur alternatif raccorde aujourd'hui les 550 commutateurs d'abonnés de France Télécom en métropole, alors qu'une douzaine d'opérateurs raccordent aujourd'hui au moins 18 commutateurs de transit afin d'acheter des prestations de transit intermédiaires à France Télécom. Ainsi, en pratique, la quasi totalité des offres de transit fournies aujourd'hui par des opérateurs alternatifs reposent elles-mêmes sur l'achat, pour une large partie, de prestations intermédiaires de transit (CA-CT) à France Télécom.

Cette situation traduit le fait qu'il subsiste d'importantes barrières économiques à l'entrée sur le marché du transit, tout particulièrement sur la fourniture de prestations de transit nécessitant le raccordement des CA de France Télécom et des CA des autres opérateurs de boucle locale.

L'importance de ces barrières à l'entrée est renforcée par l'importance des coûts irréversibles (*sunk costs*) liés à l'investissement dans le déploiement des réseaux, et notamment des CA des opérateurs de boucle locale, qui fait peser un risque significatif lié à l'entrée sur ce marché.

C - 4 FAIBLE PRESENCE DE CONTRE-POUVOIR DES ACHETEURS

Les plus gros acheteurs en volume de prestations de transit sont les services de détail de France Télécom, ce qui rend très peu probable la perspective d'une pression à la baisse sur les prix de ces offres par le principal acheteur de ce marché.

L'Autorité ne nie cependant pas la possibilité d'une concurrence par les prix via l'accès à des offres de transit alternatives, mais celle-ci est limitée à certaines zones, pour certains acheteurs et pour certaines prestations précises, générant des volumes de trafic importants.

En particulier, comme elle l'a déjà indiqué précédemment, les possibilités dont disposent les petits opérateurs de faire appel à d'autres fournisseurs sont relativement limitées, au regard, notamment, des volumes souvent faibles des trafics transitant entre réseaux de boucle locale alternatifs.

A cet égard, l'Autorité considère qu'en l'absence d'une obligation de fournir des prestations de transit imposée à France Télécom, cette dernière pourrait refuser de fournir ces prestations à certains opérateurs alternatifs, notamment les petits opérateurs de boucle locale. Cela obligerait ces acteurs à mettre en œuvre des interconnexions directes en lieu et place de l'utilisation du transit fourni par France Télécom, engendrant par là-même des surcoûts qui les pénaliseraient fortement. La nécessité économique d'établir de telles interconnexions directes pour l'acheminement de trafic pourrait également augmenter le niveau des barrières à l'entrée sur le marché de la boucle locale téléphonique et agir *in fine* comme une désincitation à l'entrée sur ce marché.

C - 5 INTEGRATION VERTICALE DE L'ENTREPRISE

Parmi tous les opérateurs présents sur le marché du transit, France Télécom possède la particularité d'être puissante non seulement sur les marchés de détail des communications et de l'accès, mais aussi sur le marché du départ d'appel. Elle est également puissante sur le marché de la terminaison d'appel sur son réseau, lequel est destinataire des plus gros volumes de trafic (cf. le

paragraphe ultérieur consacré à l'analyse de la puissance de France Télécom sur ce dernier marché).

Or un opérateur qui achète une prestation de transit doit également demander une prestation de départ d'appel ou de terminaison, afin d'être capable de joindre les utilisateurs finals.

Ainsi, au delà des effets de levier pouvant survenir entre les marchés de gros et les marchés de détail situés en aval, les liens existant entre le marché du transit et ceux du départ d'appel et de la terminaison d'appel sont tels qu'il permettent à France Télécom d'utiliser sa position de quasi monopole sur ces derniers, par effet de levier, pour renforcer la puissance qu'elle détient sur le transit.

A titre d'illustration, les restrictions qu'impose encore France Télécom sur la collecte de trafic pour compte de tiers montrent les avantages qu'elle peut tirer de sa position incontournable sur le marché du départ d'appel malgré une régulation imposée sur ce marché : ainsi, France Télécom restreint la portée des offres de collecte pour compte de tiers des opérateurs alternatifs en leur refusant de collecter le trafic d'un opérateur tiers au commutateur d'abonné tiers s'ils ne collectent pas l'ensemble du trafic de cet opérateur dans la zone de transit correspondante. L'opérateur alternatif se voit donc contraint, s'il veut se substituer à France Télécom, d'investir sur l'ensemble des CA de la zone de transit.

C - 6 EVOLUTION PROSPECTIVE DU MARCHÉ

L'Autorité estime que malgré un début de concurrence réel, le marché du transit *intra* territorial n'est pas encore effectivement concurrentiel. L'opérateur puissant sera encore en mesure durant les prochaines années de s'y comporter indépendamment de ses clients et de ses concurrents, grâce notamment à sa puissance sur les divers marchés situés en amont (détail et gros), et aux avantages structurels dont il jouit sur ce marché.

L'Autorité estime avoir tenu compte des principales évolutions en cours sur les marchés de la téléphonie fixe, notamment les évolutions technologiques liées à l'utilisation croissante des technologies de transport sur IP dans les réseaux commutés ainsi que de l'impact prévisible du développement sur les marchés de détail des offres de communications de voix sur IP, comme les nouveaux services de voix sur accès large bande.

L'Autorité estime cependant que ces évolutions ne devraient pas bouleverser les conclusions auxquelles elle parvient au cours de la période couverte par cette analyse de marché.

En tout état de cause, l'Autorité effectuera un suivi de l'évolution des marchés et pourra être amenée à réexaminer ses conclusions en cas d'évolution substantielle des conditions concurrentielles.

C - 7 CONCLUSION

A la lumière de cette analyse, l'Autorité estime que les pertes de parts de marché connues par France Télécom ne permettent pas de considérer que ce marché est devenu effectivement concurrentiel.

L'ensemble des critères analysés ci-dessus mettant en évidence les avantages structurels de France Télécom sur ce marché, l'Autorité propose de déclarer cet opérateur puissant sur le marché du transit *intra* territorial sur la période 2005-2007.

D LES MARCHES DU TRANSIT OUTRE-MER

D - 1 PREAMBULE : REGROUPEMENT DES MARCHES EN 3 GROUPES ET ANALYSES ESSENTIELLEMENT QUALITATIVES DE CHACUN D'ENTRE EUX

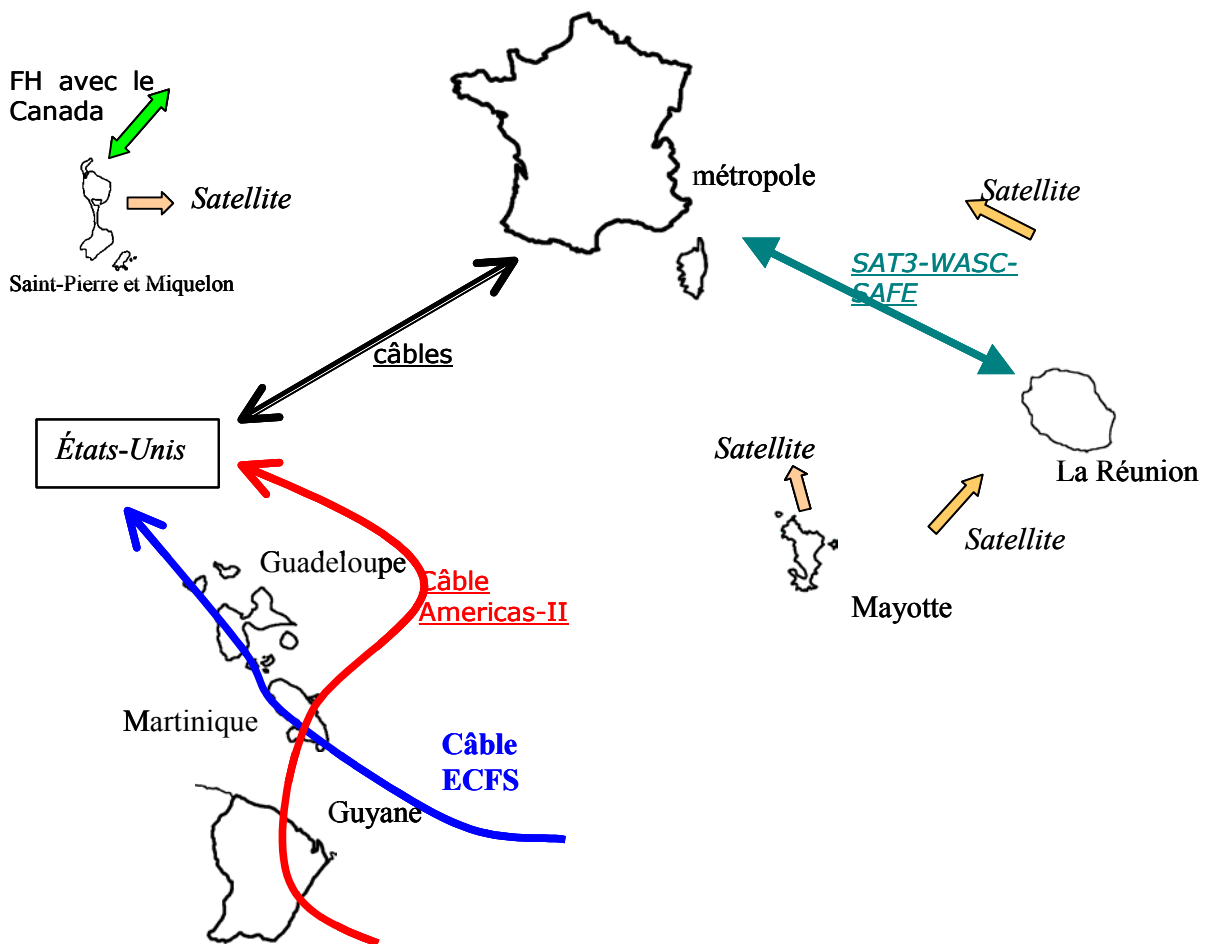
L'Autorité a défini au chapitre précédent, les marchés pertinents suivants du transit outre-mer :

- prestations de transit métropole – Martinique ;
- prestations de transit métropole – Guadeloupe ;
- prestations de transit métropole – Guyane ;
- prestations de transit métropole – Réunion ;
- prestations de transit métropole – Mayotte ;
- prestations de transit métropole – Saint-Pierre-et-Miquelon ;
- prestations de transit Guadeloupe – Martinique ;
- prestations de transit Guadeloupe – Guyane ;
- prestations de transit Guyane – Martinique ;
- prestations de transit Réunion – Mayotte.

L'Autorité estime cependant que l'analyse de ces marchés peut être conduite en les regroupant en trois groupes au sein desquels des points communs structurels créent des conditions concurrentielles suffisamment similaires pour qu'ils puissent être analysés conjointement :

- le premier groupe regrouperait ainsi les marchés métropole – Réunion, métropole – Guyane, métropole – Guadeloupe et métropole – Martinique : en effet, l'Autorité estime que la présence de câbles sous-marins sur ces relations structure fortement l'ensemble de ces marchés, et qu'elle crée des conditions concurrentielles similaires ;
- le deuxième groupe regrouperait les marchés métropole – Mayotte et métropole Saint-Pierre-et-Miquelon : sur ces relations, en effet, les solutions de transit reposent sur des solutions hertziennes, souvent satellitaires, du fait de l'absence de câbles sous-marins desservant ces collectivités d'outre-mer ;
- enfin, le dernier groupe regrouperait les marchés Guadeloupe – Martinique, Guadeloupe – Guyane, Guyane – Martinique et Réunion – Mayotte : ces marchés concernent des relations de transit entre des territoires géographiquement proches, pour lesquelles par conséquent les conditions concurrentielles peuvent s'avérer différentes.

Le schéma suivant présente sommairement la situation géographique des 7 territoires couverts par l'analyse et l'état des lieux des infrastructures en place permettant de joindre ces différents territoires.



L'analyse qui suit est essentiellement basée sur des raisonnements de type qualitatif, l'Autorité n'ayant pas pu obtenir d'éléments chiffrés précis sur ces marchés, malgré un questionnaire secondaire spécifique envoyé en juillet 2004 à l'attention de l'ensemble des acteurs concernés.

En l'absence d'analyse des parts de marché, elle a analysé avec le plus grand soin l'ensemble des autres critères de puissance sur ces marchés, conformément aux lignes directrices de la Commission européenne⁵³.

D - 2 ANALYSE DES MARCHÉS DU GROUPE 1

Rappel : ce groupe de marchés concerne les relations suivantes : métropole – Réunion, métropole – Guyane, métropole – Guadeloupe et métropole – Martinique.

L'Autorité estime que France Télécom est un opérateur puissant sur l'ensemble de ces marchés.

Cette analyse repose sur les critères énoncés par la Commission, ci-après vérifiés.

D - 2.1 La détention par France Télécom d'infrastructures difficiles à dupliquer

Sur l'île de la Réunion, un seul câble, SAT3/WASC/SAFE, atterrit à la Réunion et France Télécom dispose, jusqu'en 2007, d'une exclusivité de revente de la capacité de ce câble aux opérateurs français.

⁵³ Alinéa 78 des lignes directrices de la Commission européenne

En Guyane, un seul câble, Americas II, est présent. Tous les opérateurs du consortium peuvent proposer des offres de gros aux opérateurs locaux.

En Guadeloupe, un seul câble, ECFS, est présent. Tous les opérateurs du consortium peuvent proposer des offres de gros aux opérateurs locaux.

En Martinique, deux câbles atterrissent à la Martinique, ECFS et Americas II. Tous les opérateurs des deux consortiums peuvent proposer des offres de gros aux opérateurs locaux.

Tableau récapitulatif

Lieu	Réseaux existants	Acteurs
Réunion	SAT3/WASC/SAFE	France Télécom exclusivement
Guyane	Americas II	France Télécom, Sprint, Cable & Wireless, et autres membres du consortium
Guadeloupe	ECFS	France Télécom, Sprint, Cable & Wireless, et autres membres du consortium
Martinique	ECFS, Americas II	France Télécom, Sprint, Cable & Wireless, et autres membres du consortium
France entière	satellites	

Les câbles sous-marins sont des infrastructures particulièrement coûteuses, et donc difficiles à dupliquer. A titre d'illustration, on pourra retenir les ordres de grandeur suivants :

- un investissement initial de l'ordre de 650 millions de dollars américains ;
- des coûts d'exploitation annuels avoisinant les 10% de l'investissement initial ;
- des charges indirectes s'élevant à près de 20% du total des amortissements annuels.

France Télécom détient des intérêts économiques dans chacune de ces infrastructures, et parfois une exclusivité de commercialisation.

De plus, les capacités allouées aux membres des consortiums le sont à des tarifs fortement dégressifs avec la quantité retenue. Ainsi, sur le câble SAT3/WASC/SAFE, il était possible au moment de la constitution du consortium d'acquiescer une capacité faible, ce qui permettait l'entrée dans le consortium de nombreux opérateurs. Mais cette capacité était vendue à un prix très supérieur à celui dont bénéficie France Télécom en tant qu'investisseur principal. Cet élément illustre donc les économies d'échelle et de gammes dont France Télécom bénéficie au cas d'espèce.

Par ailleurs, les câbles actuellement utilisés n'étant pas saturés, il serait inefficace de dupliquer ces infrastructures en l'absence d'économies d'échelle substantielles auxquelles aucun opérateur alternatif ne peut prétendre étant donnée la situation de France Télécom sur les marchés de détail sous-jacents, et l'utilisation que cette entreprise en fait pour d'autres usages (communications internationales par exemple). D'autant que les coûts fixes de construction de ces infrastructures représentent une part fortement majoritaire des coûts induits par l'utilisation de ces câbles.

France Télécom est certes concurrencée par les opérateurs membres des consortiums auxquels il appartient, mais conserve la maîtrise de la quasi-totalité du trafic de transport entrant ou sortant de chaque DOM, puisqu'elle est puissante sur l'ensemble des marchés de détail sous-jacents et de gros en amont.

Par ailleurs, des offres satellites sont disponibles sur l'ensemble du territoire.

Ces dernières constituent en théorie un substitut aux offres reposant sur les solutions de fibres optiques sous-marines.

Cependant, l'Autorité considère que les offres satellitaires ne peuvent constituer une contrainte concurrentielle suffisamment forte sur un acteur, comme France Télécom, qui est le seul à pouvoir proposer des offres reposant sur des choix techniques plus robustes comme les fibres optiques. En effet, les liaisons satellitaires ne permettent pas de satisfaire tous les besoins (services à haut débit et interactifs) et donc la disponibilité d'une offre sécurisée sur le câble est fondamentale pour le développement de la société de l'information.

En outre, les solutions satellites sont parfois indisponibles durant de longues périodes sur les régions tropicales concernées ici, notamment à cause des ouragans fréquents sur ces zones.

Enfin, outre leur taux de disponibilité réduit, les solutions satellites n'offrent pas une qualité de service équivalente à celle offerte par des solutions employant des fibres optiques sous-marines. Si une dégradation de qualité de service est envisageable pour certaines catégories de trafic, résidentiel notamment, elle ne l'est en aucun cas pour les trafics professionnels, traditionnellement générateurs d'un plus gros volume de trafic.

Les barrières à l'entrée sur ce marché sont donc très fortes : il est impossible de proposer une offre concurrentielle sans un fort investissement et une participation aux consortiums existants.

D - 2.2 Evolution prospective du marché

Sur un plan prospectif, cette situation est peu susceptible d'évoluer à moyen terme. En Guyane et à la Réunion, aucune infrastructure nouvelle ne devrait être construite dans les années à venir. Un projet de câble reliant la Guadeloupe à Porto Rico, mené par le Conseil Régional de Guadeloupe, a toutefois récemment été concrétisé par la signature d'une délégation de service public avec un opérateur, pour une mise en service prévue à l'automne 2005. L'éventualité d'une extension de ce câble vers la Martinique a cependant été remise à l'étude. La puissance actuelle de France Télécom n'est donc *a priori* pas amenée à disparaître à l'horizon de cette analyse (2005-2007).

L'Autorité se réserve toutefois la possibilité d'anticiper une nouvelle analyse de marché au regard de l'évolution de la situation sur ces marchés, et notamment de la mise en service effective de nouveaux câbles ou des modifications des conditions d'accès à l'ensemble des infrastructures en place.

D - 3 ANALYSE DES MARCHES DU GROUPE 2

Rappel : ce groupe de marchés concerne les relations suivantes : métropole – Mayotte et métropole Saint-Pierre-et-Miquelon.

L'Autorité estime que France Télécom est un opérateur puissant sur l'ensemble de ces marchés.

Cette analyse repose sur les critères énoncés par la Commission, ci-après vérifiés.

D - 3.1 La détention par France Télécom d'infrastructures difficiles à dupliquer

Les seules infrastructures de sortie de trafic du territoire de Saint-Pierre-et-Miquelon vers le reste du monde sont un lien satellite de France Télécom d'une capacité de 60 canaux voix de 64 kbits/s (environ 3,8 Mbits/s) pour les liaisons vers l'ensemble des destinations mondiales excepté le Canada, un lien FH analogique d'une capacité de 20 canaux voix (environ 1,3 Mbits/s), également propriété de France Télécom, pour les liaisons vers le Canada, et un lien FH numérique d'une capacité de $8 * 1,6$ Mbits/s, propriété de SPM Télécom, et utilisé aujourd'hui pour l'accès au réseau Internet uniquement.

Pour sortir du trafic de Mayotte (ou pour y entrer), les éléments recueillis par l'Autorité semblent indiquer qu'outre les infrastructures de France Télécom, une seule solution est disponible : le lien satellite d'une capacité de 2 x 2 Mb/s commercialisé par Gensat, et reliant Mayotte et la Réunion, utilisé par SRR, territoires sur lesquels cet opérateur dispose d'une licence de téléphonie mobile.

L'essentiel du trafic à destination de Mayotte et Saint-Pierre-et-Miquelon se compose statistiquement de trafic au départ des abonnés de France Télécom en métropole, pour lequel France Télécom assure elle-même le transit vers ces deux territoires.

Concernant le trafic au départ de Saint-Pierre-et-Miquelon et à destination de la métropole, l'unique acteur local sur Saint-Pierre-et-Miquelon, SPM Télécom, étant une filiale à 70% de France Télécom, cette dernière achemine la quasi-totalité du trafic.

Sur Mayotte, outre France Télécom, il n'existe qu'un seul opérateur, l'opérateur mobile SRR (filiale de SFR), qui dispose de moins de 40 000 clients, et qui dispose de sa propre solution de sortie du territoire de Mayotte, comme nous l'avons déjà mentionné.

Au vu de la taille des marchés (6000 habitants à Saint-Pierre-et-Miquelon, 150 000 à Mayotte), les acteurs qui achètent des prestations de transit entre Mayotte ou Saint-Pierre-et-Miquelon et la métropole ne génèrent donc pas de trafic suffisant pour exercer un réel contre-pouvoir d'acheteurs sur France Télécom, ni pour être en mesure de dupliquer les infrastructures de transit vers ces territoires.

D - 3.2 Evolution prospective du marché

Sur un plan prospectif, cette situation est peu susceptible d'évoluer à moyen terme, compte tenu de l'étroitesse des marchés et de l'influence significative qu'exerce actuellement France Télécom sur ceux-ci.

A Saint-Pierre-et-Miquelon, une solution actuellement à l'étude par l'acteur local, SPM Télécom, consisterait à utiliser des solutions de voix sur IP sur les canaux FH numériques qu'il possède déjà vers le Canada pour sa connectivité Internet. Mais cette solution n'aurait en aucun cas vocation à remplacer la solution satellitaire actuelle, l'opérateur envisageant d'utiliser les deux possibilités en partage de charge. Par ailleurs, la solution, encore à l'étude, n'est pas en mesure de bousculer la validité de l'analyse précédente sur les trois prochaines années.

A Mayotte, au vu des informations dont dispose l'Autorité, aucune solution de nature à modifier l'analyse précédente n'est envisagée dans les toutes prochaines années.

L'Autorité se réserve toutefois la possibilité d'anticiper une nouvelle analyse de marché au regard de l'évolution de la situation sur ces marchés.

D - 4 ANALYSE DES MARCHÉS DU GROUPE 3

Rappel : ce groupe de marchés correspond aux marchés : Guadeloupe – Martinique, Guadeloupe – Guyane, Guyane – Martinique et Réunion – Mayotte

Malgré un questionnaire spécifique aux marchés de l'outre-mer envoyé à l'été 2004 à l'ensemble des acteurs concernés, l'Autorité dispose de particulièrement peu d'informations sur ces marchés.

Il paraît peu probable, au regard du petit volume de trafic qui est acheminé sur chacun de ces marchés, qu'un opérateur qui sollicite des prestations d'acheminement sur une de ces relations puisse raisonnablement créer ses propres infrastructures, au risque de ne pouvoir rentabiliser ses investissements dans un délai convenable.

Par ailleurs, sur toutes ces relations, un câble sous-marin permet de joindre au moins l'un des territoires concernés. Or, dans les zones géographiques tropicales, les solutions reposant sur des infrastructures en fibre optique offrent une qualité de service bien supérieure. En particulier, le taux de disponibilité des solutions reposant sur des solutions hertziennes ou satellites est fortement dégradé en période de turbulences climatiques (cyclones...).

Par conséquent, France Télécom possédant déjà les moyens de production permettant d'acheminer du trafic sur ces relations, et ayant de surcroît des parts dans les consortia qui possèdent les câbles sous-marins, semble disposer d'un avantage structurel conséquent sur ces marchés.

L'Autorité propose donc de désigner France Télécom puissante sur l'ensemble de ces marchés, et invite les acteurs à apporter des éléments aussi précis que possibles de nature à conforter son analyse ou le cas échéant à la remettre en cause.

E LE MARCHÉ DE LA TERMINAISON D'APPEL SUR LE RESEAU DE FRANCE TELECOM

L'Autorité considère que France Télécom est un opérateur puissant sur ce marché.

Outre la taille de cette entreprise, provenant pour partie de son statut d'opérateur historique, l'Autorité estime que l'examen des critères pertinents pour ce marché énoncés par la Commission permet d'asseoir cette affirmation.

Les paragraphes suivants répertorient ces critères, en les déclinant sur le marché considéré.

E - 1 PARTS DE MARCHÉ

La part de marché de France Télécom sur le marché de la terminaison d'appel vers les numéros géographiques sur son réseau est de 100%.

Cela provient de l'impossibilité pour un opérateur tiers de fournir cette prestation à sa place.

Une telle part de marché constitue un indicateur important d'une présomption de puissance de marché. Elle n'est toutefois pas suffisante pour l'établir, et l'examen des autres critères doit permettre d'en évaluer la portée.

E - 2 ABSENCE DE CONTRE-POUVOIR DES ACHETEURS

Des contre-pouvoirs d'acheteurs existeraient si les acheteurs de terminaison d'appel avaient la capacité de s'opposer à une hausse éventuelle par France Télécom de ses prix de terminaison d'appel ou de contraindre ceux-ci à une baisse.

L'Autorité estime qu'aucun opérateur alternatif n'est en mesure d'exercer un tel contre-pouvoir.

En effet, comme on l'a vu précédemment lors de la délimitation de ce marché, il n'existe pas d'alternative effective à l'achat de terminaison d'appel à France Télécom pour l'acheminement des communications jusqu'aux abonnés raccordés à son réseau.

Par ailleurs, compte tenu de l'importance de la taille du parc d'abonnés raccordés au réseau de France Télécom par rapport à celui de ses concurrents, la possibilité théorique dont disposent les opérateurs tiers de menacer de cesser l'achat de terminaison d'appel sur le réseau de France Télécom en cas de hausse significative de ses tarifs n'est pas susceptible d'exercer une contrainte sur les prix de ces prestations.

En effet, France Télécom peut supporter dans une certaine mesure, compte tenu de la taille des autres réseaux de boucle locale, les conséquences de l'impossibilité qui en résulterait pour ses abonnés d'être appelés par les utilisateurs de l'un de ces autres réseaux.

En revanche, l'impossibilité pour les utilisateurs raccordés à un autre opérateur de téléphonie de joindre les abonnés raccordés au réseau de France Télécom, qui représentent entre 95% et 99% du parc total d'abonnés aux réseaux de téléphonie fixe en France, serait extrêmement pénalisante et compromettrait la viabilité de l'activité commerciale de cet opérateur.

Enfin, les services de détail de France Télécom sont les plus gros acheteurs en volume de prestations de terminaison d'appel, ce qui rend très peu probable la perspective d'une pression à la baisse sur les prix de ces offres par le principal acheteur de ce marché.

E - 3 EVOLUTION PROSPECTIVE DU MARCHÉ

De façon prospective, au vu des perspectives de développement sur le marché de détail de l'accès bande étroite, sur lequel France Télécom exerce une influence significative, les conditions concurrentielles du marché de la terminaison d'appel sur son réseau ne devraient pas évoluer dans les prochaines années.

E - 4 CONCLUSION

France Télécom détient une puissance significative sur le marché de gros de la terminaison d'appel sur son réseau.