

CONTRIBUTION ADDITIONNELLE DE LA SOCIETE TELE2 SA DANS LE CADRE DE LA CONSULTATION PUBLIQUE CONCERNANT L'ANALYSE DES MARCHES DU HAUT DEBIT

Dans le cadre de la transposition du nouveau « paquet télécom » en droit français, l'Autorité de Régulation des Télécommunications (ci-après l' « ART » ou l' « Autorité ») a publié, le 23 juin 2004, son analyse des marchés pertinents du haut débit, en soumettant ce document à consultation publique jusqu'au 9 août 2004.

La société Tele2 France SA (ci-après "Tele2") avait alors dûment adressé à l'Autorité, dans le délai qu'elle avait fixé, une contribution visant à porter à son attention les principaux commentaires qu'appelait de sa part l'analyse développée dans le document soumis à consultation publique.

Or, dans la mesure où, selon l'Autorité, les réponses apportées par les contributeurs ont été "*extrêmement contrastées*" s'agissant de l'analyse portant sur le marché de gros des offres d'accès large bande livrées au niveau national, cette dernière a invité les acteurs concernés à lui faire parvenir leurs commentaires additionnels sur :

- La délimitation exacte du marché pertinent concerné ;
- La prise en compte des cessions intra-groupes pour la délimitation des marchés pertinents et l'identification des opérateurs puissants sur ces marchés ;
- Les parcs, constaté et prévisionnel, d'accès large bande achetés ou vendus au point de livraison national des opérateurs concernés à différentes échéances ;
- Les obligations *ex ante* devant éventuellement être imposées à (ou aux) l'opérateur puissant sur ce marché.

Avant de développer point par point son analyse sur ces différents sujets, Tele2 entend, à titre liminaire, préciser qu'elle estime que le comportement de France Télécom dans le cadre de la présente consultation publique est d'une rare désinvolture et démontre le peu de cas que cette dernière fait des procédures et des décisions adoptées par l'ART.

En effet, alors qu'il était expressément prévu que les réponses à la consultation publique initiale de l'ART devaient impérativement être adressées à celle-ci au plus tard le 9 août 2004, France Télécom a cru pouvoir s'abstraire de ces principes en soumettant sa contribution avec plus d'un mois et demi de retard.

Ce comportement ne devrait pas être toléré par l'Autorité, puisqu'il rompt l'égalité devant exister entre l'ensemble des acteurs concernés (il est bien évident que le délai supplémentaire que France Télécom a cru bon de s'octroyer l'a placée dans une situation lui permettant de davantage peaufiner sa réponse) et qu'il retarde le processus

d'application du nouveau cadre réglementaire en allongeant d'autant les procédures devant conduire à l'imposition d'obligations *ex ante* sur les marchés concernés.

I. SUR LA DELIMITATION DU MARCHE PERTINENT DE GROS DES OFFRES D'ACCES LARGE BANDE LIVREES AU NIVEAU NATIONAL

Ainsi que Tele2 l'avait précisé dans sa réponse à la consultation publique initiale, à laquelle elle renvoie pour davantage de détails, son analyse rejoint celle développée par l'Autorité s'agissant de la délimitation, tant en termes de produits qu'en termes géographique, du marché pertinent.

S'agissant tout particulièrement de la dimension géographique de ce marché, Tele2 entend souligner que le fait qu'il existe un début de concurrence - au demeurant toute relative - dans certaines zones denses (c'est à dire là où il y a du dégroupage) ne saurait suffire pour permettre de segmenter le marché entre les zones denses et les zones non denses.

Tele2 entend à cet égard rappeler que la Commission a précisé, dans ses lignes directrices sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché, que :

"La définition du marché géographique n'implique pas que les conditions de concurrence entre négociants ou prestataires de services soient parfaitement homogènes. Il suffit qu'elles soient similaires ou suffisamment homogènes et, par voie de conséquence, seuls les territoires sur lesquels les conditions de concurrence sont «hétérogènes» ne peuvent être considérés comme constituant un marché uniforme.

[...]

Dans le secteur des communications électroniques, la portée géographique du marché pertinent est traditionnellement déterminée par référence à deux critères principaux :

a) le territoire couvert par un réseau et

b) l'existence d'instruments juridiques (législatifs et réglementaires)".

Dans ce contexte, il est indéniable que le marché recouvre, à l'heure actuelle, une dimension nationale. A cet égard, toute segmentation plus fine de ce marché aurait nécessairement pour conséquence de limiter l'imposition de mesures *ex ante* sur ce marché dans les zones denses.

Or, il ne fait aucun doute que, dans une telle situation, France Télécom n'hésiterait alors pas à profiter de cette situation pour tenter de porter atteinte au développement concurrentiel du marché en mettant en œuvre, comme elle l'a déjà fait par le passé (ainsi que l'attestent les multiples condamnations dont elle a fait l'objet tant par les autorités françaises que communautaires de concurrence), des comportements anticoncurrentiels (subventions croisées par exemple).

En conclusion, il est donc conforme aux principes classiques du droit de la concurrence, et nécessaire pour préserver le développement concurrentiel vertueux de ce marché, d'identifier un marché de dimension nationale

II. SUR LA PUISSANCE DE FRANCE TELECOM SUR CE MARCHÉ

Dans son document d'analyse initiale, l'ART concluait, au regard tant de la part de marché détenue par France Télécom sur ce marché (estimée à 74% à la fin de l'année 2004 au vu de la tendance actuelle) que des autres avantages concurrentiels dont elle dispose (taille de l'entreprise, intégration verticale, effets de leviers connexes notamment), que cette dernière devait être considérée comme opérateur puissant sur ce marché.

Dans sa réponse en date du 9 août 2004, Tele2 approuvait pleinement cette analyse, et faisait également valoir que, s'agissant des effets de leviers connexes, la position concurrentielle de France Télécom sur les marchés de la téléphonie fixe se trouvait renforcée par le couplage anticoncurrentiel qu'elle opère entre son offre IP/ADSL (relevant du marché pertinent présentement analysé) et la souscription et le maintien, au niveau des marché de détail, d'un abonnement à son service téléphonique.

France Télécom n'hésite cependant pas à nier détenir une telle position de puissance sur ce marché, en faisant, pour l'essentiel, valoir que les accès produits pour son propre compte (qu'elle appelle les prestations d'autoconsommation) ne devraient pas entrer en ligne de compte dans l'analyse de sa puissance sur ce marché.

En excluant ainsi du marché pertinent les accès produits pour son compte, France Télécom affirme que sa part de marché à la fin de l'année 2004 sera nettement inférieure à 50%, l'empêchant ainsi d'être identifiée comme opérateur puissant.

De telles assertions, de pure opportunité, ne sauraient bien évidemment être suivies.

A. La part de marché de France Télécom

A.1 En premier lieu, Tele2 entend rappeler que l'ART dispose du pouvoir de définir, de manière discrétionnaire, les critères à prendre en compte pour comptabiliser les parts de marchés des opérateurs présents sur un marché pertinent.

A cet égard, le point 71 des 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 en date du 11 juillet 2002 (ci-après les "Lignes Directrices") précise que :

"Pour l'application ex ante de la notion de position dominante, les ARN doivent se voir confier un pouvoir discrétionnaire qui soit proportionné à la complexité des situations économiques, factuelles et juridiques qu'il leur faut apprécier".

S'agissant plus précisément de l'appréciation des parts de marché, la Commission souligne également, au point 77, que :

"Les critères à utiliser pour mesurer la part de marché des entreprises concernées dépendront des caractéristiques du marché pertinent. Il revient à l'ARN de décider des critères les plus appropriés pour mesurer la présence sur le marché".

Ainsi, l'ART dispose de toute latitude pour fixer les critères selon lesquels les parts de marché des opérateurs présents sur le marché de gros des offres d'accès large bande livrées au niveau national doivent être appréciées, afin de mesurer leur puissance sur ce marché.

A.2 En second lieu, et au-delà du pouvoir discrétionnaire dont dispose l'ART, il convient de relever que l'inclusion des accès produits par France Télécom pour son propre compte dans ce calcul apparaît parfaitement justifiée au regard des principes posés par le nouveau "paquet télécom".

Comme l'ART le sait, le processus d'analyse des marchés de gros du secteur des communications électroniques dans le nouveau cadre réglementaire et, partant, la mise en place sur ces marchés d'une éventuelle régulation *ex ante*, vise à permettre aux marchés de détail de tendre vers une situation concurrentielle, au bénéfice des consommateurs (cf. les objectifs posés par l'article 8 de la Directive Cadre).

Ainsi, l'analyse des marchés de gros ne doit-elle pas être réalisée *in abstracto* mais doit bien évidemment tenir compte, aussi bien de la position des opérateurs que des incidences d'une éventuelle régulation *ex ante* sur les marchés de détail associés. Telle est d'ailleurs bien la raison pour laquelle la directive Service Universel précise, dans son article 17, que des obligations *ex ante* ne peuvent être imposées sur un marché de détail que si les obligations imposées sur le ou les marchés de gros y afférents s'avèrent insuffisantes pour que ce marché de détail tende vers une situation concurrentielle.

Or, ces principes fondamentaux du nouveau cadre réglementaire justifient pleinement la prise en compte, au niveau des marchés de gros, des accès produits par France Télécom pour son propre compte puisque ces accès ont une importance fondamentale au niveau du marché de détail, ainsi que le relève d'ailleurs elle-même l'ART dans le cadre de son document d'analyse initial.

En effet, malgré les affirmations de France Télécom, qui se défend de commercialiser des accès ADSL au niveau des marchés de détail sur le fondement de l'offre IP/ADSL (cf. point **III.B** pour la démonstration de l'inanité de ce raisonnement), il est bien évident que ces accès, qui représentent aujourd'hui plus de 50% des accès commercialisés auprès des consommateurs, revêtent une importance considérable et doivent, bien évidemment, entrer en ligne de compte dans le calcul des parts de marché au niveau de gros.

A.3 En troisième lieu, les règles de concurrence justifient également la prise en compte, en l'espèce, de l'autoconsommation pour le calcul de la part de marché de France Télécom.

Tele2 entend souligner que si, en droit de la concurrence, les autoconsommations ne sont parfois pas prises en compte, c'est uniquement parce que les autorités de concurrence estiment que celles-ci ne sauraient avoir d'effet sur le marché pertinent considéré¹.

Mais, à l'inverse, lorsqu'il est avéré que cette autoconsommation a bien un effet sur le marché analysé, les autorités de concurrence la prennent alors dûment en compte.

A cet égard, l'arrêt rendu par le Tribunal de Première Instance des Communautés Européennes (ci-après "TPICE") le 22 octobre 2002 dans l'affaire Schneider contre Commission apparaît particulièrement éclairant.

En effet, dans cet arrêt, le TPICE, réfutant l'analyse développée par la Commission, a affirmé que :

"Il ne peut être contesté que, dans le cadre de telles modalités de mise en concurrence, ABB et Siemens, en leur qualité de producteurs intégrés, concurrencent leurs homologues non intégrés comme Schneider, soit directement lorsque ces derniers s'associent à des tableautiers et à des installateurs pour présenter leurs offres, soit indirectement lorsque ces mêmes fabricants vendent des composants pour tableaux à un tableautier qui a remporté l'appel d'offres. Dans les deux hypothèses, les prix des fabricants non intégrés subissent directement la pression concurrentielle procédant des soumissions parallèles d'ABB et de Siemens aux mêmes appels d'offres.

Dans ces conditions, le raisonnement suivi par la Commission pour refuser de comptabiliser les ventes intégrées de composants pour tableaux électriques d'ABB et de Siemens, qui est fondé sur les trois niveaux de la chaîne verticale de production des tableaux électriques, ne peut constituer une réponse adaptée aux modalités de concurrence directe qui s'exercent entre les producteurs soumissionnant aux appels d'offres lancés pour la réalisation de grands projets de construction.

[...]

C'est donc à tort que la Commission s'est refusée à comptabiliser dans les parts de marché d'ABB et de Siemens les ventes intégrées de composants pour tableaux électriques².

Il ressort ainsi de cet arrêt que, dans la mesure où les ventes intégrées (c'est-à-dire l'autoconsommation des entreprises concernées) étaient susceptibles d'avoir un effet concurrentiel sur le marché pertinent analysé, celles-ci doivent être prises en compte dans le calcul des parts de marché des opérateurs.

¹ Voir, par exemple, la décision de la Commission européenne n°2002/365/CE se prononçant sur une opération de concentration entre les sociétés BASF/Eurodiol/Pantochim dans laquelle celle-ci a estimé (point 90) que "[...] la production destinée à l'autoconsommation n'exerce pas de pression concurrentielle sur les prix du GBL sur le marché libre".

² Les soulignements ajoutés dans cette citation l'ont été par nos soins.

Or, cette analyse est bien transposable en l'espèce puisque les accès produits par France Télécom pour son propre compte ont bien évidemment, un impact concurrentiel majeur, tant sur le marché de gros que sur le marché de détail.

Cette situation résulte d'ailleurs du fait que les accès produits par France Télécom pour son propre compte sont ensuite commercialisés à l'identique au niveau du marché de détail. Ces accès sont en effet ceux revendus par France Télécom sous la marque Wanadoo au niveau du marché de détail.

Ainsi, les règles classiques du droit de la concurrence, qui conduisent à prendre en compte les autoconsommations lorsque celles-ci sont susceptibles d'avoir un effet sur le marché, justifient pleinement l'inclusion des accès produits par France Télécom pour son compte dans le calcul de sa part de marché.

A.4 En quatrième lieu, les décisions des autorités nationales pour l'application de la régulation sectorielle justifient également la prise en compte de ces accès.

Tout d'abord, la prise en compte des autoconsommations constitue, en droit des communications électroniques, une pratique constante de l'ART, approuvée par le Conseil de la concurrence.

En effet, le Conseil de la concurrence a déjà eu l'occasion de valider, à plusieurs reprises, la prise en compte par l'ART de l'autoconsommation pour apprécier la puissance sur le marché pertinent de gros de l'interconnexion.

Ainsi, dans son avis n°98-A-19 en date du 25 novembre 1998 relatif à une demande d'avis présentée par l'ART en application de l'article L. 36-7 (7°) du code des postes et télécommunications, le Conseil a précisé que :

"Afin de mesurer la position de chacun des opérateurs sur les marchés, l'ART a adressé un questionnaire aux opérateurs détenteurs d'une licence attribuée au titre des articles L. 33-1 et L. 34-1 du code des postes et des télécommunications et dont l'activité prévisionnelle dépassait un certain seuil, ainsi qu'aux opérateurs mobiles. [...] le trafic d'interconnexion interne pour les services fixes est valorisé au prix d'interconnexion le plus bas de chaque opérateur.

[...]

Le comité ONP mis en place au niveau européen par la directive n° 97/33/CE considère effectivement que la mesure du marché en valeur est pour le moment, compte tenu des différences dans les tarifs d'interconnexion pratiqués par les réseaux fixes d'une part, et par les réseaux mobiles d'autre part, celle qui permet le mieux d'apprécier la position relative et la puissance des opérateurs.

Ce comité considère également qu'en ce qui concerne les opérateurs qui ont intégré leurs activités de téléphonie fixe et de téléphonie mobile, ou leurs activités de téléphonie de longue distance et de téléphonie locale, leur trafic interne doit être pris en compte dans la mesure du marché de l'interconnexion.

[...] compte tenu des éléments fournis par l'ART, France Télécom, en tant qu'exploitant de réseaux et de services de téléphonie fixe, reste à ce jour le seul opérateur exerçant une influence significative, au sens de l'article L. 36-7 (7°) du code des postes et télécommunications, sur le marché de l'interconnexion".

Par conséquent, dans son avis, le Conseil n'a pas remis en cause l'analyse du marché de l'interconnexion réalisée par l'ART, laquelle tenait compte (ainsi que le recommandait d'ailleurs le Comité ONP) du trafic interne de France Télécom.

Cette analyse a d'ailleurs été confirmée par le Conseil de la concurrence dans ses avis suivants, et notamment dans son avis n°99-A-13 en date du 7 septembre 1999.

Ainsi, cette analyse de l'ART est constante et a été validée par le Conseil de la concurrence.

A.5 Enfin, cette position est affirmée avec constance par la Commission européenne

Comment France Télécom peut-elle sérieusement avancer que les accès produits pour son compte ne devraient pas être comptabilisés pour calculer sa part de marché alors même que la Commission européenne, se prononçant en application de l'article 7.3 de la Directive Cadre sur des analyses de marché réalisées par des ARN pour l'application du nouveau "paquet télécom", a pleinement approuvé la prise en compte de l'autoconsommation dans le calcul des parts de marché ?

En effet, et c'est là un point fondamental, la Commission précise, par exemple, dans sa décision en date du 25 août 2004 se prononçant sur l'analyse, par l'ARN Irlandaise, du marché de gros de l'accès large bande en Irlande (c'est-à-dire le même marché identifié dans la Recommandation de la Commission que celui sur la base duquel l'ART a délimité le marché présentement analysé), que :

"ComReg concludes that the market for WBA should include :

- *The provision of bitstream services through self-supply and supply to third parties ;*

and

- *Self-supply by cable operators and FWA operators".*

Or, si la Commission conteste le second point développé ci-dessus, en estimant que les services fournis par les câblo-opérateurs ne sauraient être intégrés au marché pertinent analysé, elle valide, en revanche, pleinement l'analyse de l'ARN Irlandaise sur le premier point, laquelle a inclus les accès ADSL auto-consommés.

Plus récemment encore, la Commission a relevé, dans sa décision en date du 6 octobre 2004 relative au marché de gros de l'accès à la boucle locale au Royaume-Uni, que *"In the UK excluding the Hull area, BT's market share in wholesale supply of local access connections (incl. Operators' supplies to their own downstream operations) is around 85% [...]"* (passage souligné par nos soins).

Or, là encore, la Commission n'a formulé aucun commentaire sur cette méthode d'analyse, démontrant bien la pertinence de la prise en compte des accès auto-consommés.

* *

*

Dans ce contexte, il ne fait donc aucun doute que les accès auto-consommés par France Télécom doivent bien être pris en compte pour apprécier sa part de marché.

B. Les autres critères établissant la position de puissance de France Télécom

Au-delà du fait que sa part de marché, incluant les accès auto-consommés, est considérable sur le marché pertinent analysé, France Télécom dispose en outre de nombreux avantages concurrentiels qui viennent conforter sa puissance sur ce marché.

On peut ainsi mentionner son intégration verticale, sa puissance sur la quasi-totalité des marchés pertinents du secteur des communications électroniques, sa taille globale, les économies d'échelle, la distribution de ses accès ADSL dans les agences France Télécom, etc. (cf. pour plus de détails, la réponse de Tele2 à la consultation initiale de l'ART).

Il ne fait donc aucun doute, au vu tant de la part de marché de France Télécom que des nombreux avantages dont elle jouit, qu'elle dispose bien d'une position de puissance sur le marché.

III. SUR LES OBLIGATIONS EX ANTE DEVANT ETRE IMPOSEES A FRANCE TELECOM

Sans qu'il soit nécessaire de revenir en détail sur l'ensemble des obligations que Tele2 estime nécessaires et proportionnées pour introduire un minimum de concurrence sur ce marché (cf. sa réponse à la consultation publique initiale), Tele2 entend, en revanche, insister sur l'obligation de découplage que l'ART devrait imposer à France Télécom entre son offre de gros et l'abonnement à son service téléphonique, ainsi que sur l'obligation de non-discrimination devant être imposée à France Télécom.

A. L'obligation de découplage

Ainsi que Tele2 l'a rappelé ci-dessus, France Télécom procède, de manière parfaitement anticoncurrentielle et totalement incompatible avec le Code de la consommation, s'agissant des utilisateurs résidentiels, à un couplage entre la souscription à son offre de gros IP/ADSL et le maintien, par les abonnés au niveau du marché de détail, d'un abonnement à son service téléphonique.

Or, comme Tele2 l'a démontré en détail dans sa précédente réponse, un tel couplage a pour effet non seulement d'empêcher la pénétration massive des offres de VoIP (en les cantonnant à des services de seconde ligne), mais également de renchérir substantiellement le coût d'un accès ADSL pour les abonnés qui ne souhaitent pas bénéficier de services de téléphonie fixe.

Pourtant, il ressort du bilan de la consultation publique récemment publié par l'ART que celle-ci n'entend pas supprimer ce couplage puisque, selon elle :

- la mise en place d'une offre de gros IP/ADSL découplée devrait intégrer les coûts actuellement couverts par l'abonnement téléphonique ;
- Un tel découplage ne serait pas nécessaire dans la mesure où une offre de vente en gros de l'abonnement téléphonique devrait bientôt être mise en œuvre.

Or, Tele2 entend insister sur le fait que ces deux arguments, avancés par l'ART afin de refuser de mettre fin à un couplage qui contrevient tant aux règles de concurrence qu'à celles posées par le Code de la consommation, n'apparaissent pas réellement pertinents.

En premier lieu, et ainsi que Tele2 l'a déjà démontré dans sa réponse précitée, le tarif actuellement pratiqué par France Télécom pour son offre IP/ADSL lui permet d'ores et déjà de recouvrer les frais générés par la paire de cuivre. En imposant ainsi un abonnement à son service téléphonique, France Télécom est, en réalité, rémunérée deux fois pour l'usage de la même infrastructure.

Par conséquent, le premier argument avancé par l'ART (sans qu'il soit d'ailleurs étayé par des données chiffrées) n'est pas convaincant puisque la mise en œuvre d'une offre découplée ne devrait pas conduire à renchérir son tarif du coût de l'abonnement (sauf à permettre à France Télécom de continuer à se faire sur-rémunérer pour l'utilisation de la boucle locale).

En second lieu, Tele2 ne voit pas en quoi la mise en place d'une offre de vente en gros de l'abonnement (laquelle ne devrait, d'ailleurs, pas intervenir avant de nombreux mois, compte tenu du retard pris pour l'application du nouveau cadre réglementaire - retard d'ailleurs aggravé par les pratiques dilatoires de France Télécom, y compris le caractère très tardif de ses réponses aux consultations menées par l'Autorité) aura une quelconque influence sur ce couplage.

En effet, la mise en place de cette offre, qui permettra certes aux opérateurs alternatifs de substituer leur abonnement téléphonique à celui de France Télécom, n'aura, en revanche, aucune incidence sur les internautes **qui ne souhaitent pas avoir de service téléphonique fixe commuté**.

Or, c'est bien l'intérêt des consommateurs qui doit, en tout premier lieu, guider l'action de l'Autorité, et non pas celui de France Télécom (qui continuerait, en toute hypothèse d'être doublement rémunérée pour la boucle locale).

Dans cette situation, et au vu des arguments déjà développés par Tele2 dans sa contribution précitée à laquelle elle renvoie pour le surplus, il apparaît indispensable que l'ART fasse cesser sans délai ce couplage.

B. L'obligation de non-discrimination

S'agissant de cette obligation, et au-delà des commentaires qu'elle a précédemment développés et auxquels elle renvoie, Tele2 entend insister sur le caractère parfaitement inopérant de l'analyse développée par France Télécom dans sa réponse (tardive), aux termes de laquelle elle affirme que :

"Le document de l'ART adopte une interprétation extensive du principe de non discrimination qui conduit à en dénaturer l'esprit.

L'application de ce principe implique qu'en cas de situation équivalente, il doit y avoir un traitement équivalent. Dès lors que les situations sont manifestement différentes, le principe ne s'applique plus et la simulation d'une offre virtuelle que se fournirait à lui-même un opérateur est dénuée de fondement : France Télécom n'a pas recours pour ses propres besoins à ses offres de gros".

France Télécom croit pouvoir ajouter que la jurisprudence, qui viendrait selon elle exclure les autoconsommations du périmètre des marchés pertinents, justifierait pleinement son analyse.

Tele2 entend à cet égard souligner que, contrairement à ce que soutient France Télécom, non seulement les autoconsommations doivent, en l'espèce, être dûment intégrées dans le périmètre du marché pertinent concerné (cf. point II.A), mais, plus encore, que les textes même du nouveau "paquet télécom" démentent ces affirmations.

En effet, l'article 10 de la Directive Accès précise expressément que :

"Les obligations de non-discrimination font notamment en sorte que les opérateurs appliquent des situations équivalentes dans des circonstances équivalentes aux autres entreprises fournissant des services équivalents, et qu'ils fournissent aux autres des services et informations dans les mêmes conditions et avec la même qualité que ceux qu'ils assurent pour leurs propres services, ou pour ceux de leurs filiales ou partenaires".

Dans ce contexte, il est bien évident que, nonobstant les arguties de France Télécom qui semble croire que la réintégration de sa filiale Wanadoo en son sein lui confère le droit de s'affranchir des règles régissant le secteur des communications électroniques, le principe de non-discrimination conduit bel et bien à lui imposer de faire bénéficier ses concurrents des mêmes avantages, offres ou services que ceux qu'elle s'octroie en interne.

D'ailleurs, le fait même que cette directive précise expressément que cette obligation s'applique y compris pour les avantages ou services qu'un opérateur puissant s'arroe en interne démontre que de tels services internes peuvent affecter le jeu concurrentiel et, partant, justifie pleinement la prise en compte de ces services auto-consommés dans le périmètre des marchés pertinents analysés.

En dernier lieu, comment France Télécom peut-elle nier utiliser en interne pour la commercialisation de ses accès ADSL une offre de gros alors même que, par le passé, l'ensemble des évolutions tarifaires de ses services de détail ont été conditionnés par l'évolution des tarifs de l'offre IP/ADSL sur laquelle elle s'appuie ?

Enfin, Tele2 craint que l'argument avancé par France Télécom ne signifie également qu'elle utilise actuellement une offre en interne non disponible pour ses concurrents ("*France Télécom n'a pas recours pour ses propres besoins à ses offres de gros*"). Tele2 ne peut donc qu'inviter l'ART à appliquer strictement ce principe de non-discrimination, en s'assurant notamment que France Télécom ne s'est pas indûment réservé des avantages, techniques et / ou tarifaires, lesquels fausseraient le jeu concurrentiel.

Bien évidemment, si, à l'occasion de ce contrôle, l'ART constatait effectivement que France Télécom utilise pour ses propres besoins une offre non disponible aux autres opérateurs, il lui appartiendrait alors d'imposer immédiatement à France Télécom la commercialisation d'une telle offre de gros.

IV. SUR LES DONNEES DE PARC DEMANDEES PAR L'ART

[...]