



Contribution de l'UFC-Que Choisir

(Consultation publique de l'ART sur l'analyse du marché de gros de l'accès du départ d'appel sur les réseaux mobiles ouverts au public)

L'UFC-Que Choisir a pris connaissance de l'analyse par l'ART du marché de gros de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux mobiles ouverts au public.

I) L'UFC-Que Choisir regrette que le marché de gros du SMS (mis sur le territoire français) ne soit pas considéré comme un marché pertinent. Comme le souligne l'ART, la voix et le SMS ne sont pas substituables entre eux. D'ailleurs, l'élasticité croisée est nulle. De fait, l'ART exclu la possibilité d'une régulation ex-ante spécifique alors que l'UFC-Que Choisir avait démontré l'existence d'une forte coordination tacite des opérateurs.

Compte tenu de l'importance de ce service, en particulier pour les jeunes consommateurs qui y consacrent des sommes importantes, nous demandons à l'ART de revenir sur sa décision d'inclure le marché SMS au sein d'un marché plus vaste de détail.

II) L'UFC-Que Choisir se félicite de la qualité de l'analyse concurrentielle du marché et des conclusions que l'Autorité en tire. La dégradation de la situation des « petits consommateurs » révèle la non redistribution aux consommateurs d'une partie des effets positifs de réseau. Cette situation révèle le manque cruel de concurrence par les prix sur ce marché qui permet aux opérateurs de réseau de dégager un ROCE hors norme, comme le précise l'Autorité avec beaucoup d'acuité.

III) Sur les remèdes proposés, l'UFC-Que Choisir considère que les opérateurs de réseau vont multiplier des accords avec des MVNO sans capacités réelles de développer une offre agressive sur les tarifs. Les opérateurs de réseau cherchent ainsi à créer l'illusion d'une concurrence par la présence d'une atomisation d'acteurs MVNO « faibles » préférable pour eux à un nombre limité de MVNO « puissants » susceptibles de contester un pouvoir de marché.

Or, les MVNO existants ne disposent pas de la puissance commerciale nécessaire, ni des moyens de fidéliser sa base client pour abaisser le churn, ni même encore d'une force de vente importante (Débitel).

L'UFC-Que Choisir souhaite que l'ART veille à ce que les MVNO soit le plus étendus possibles. Cela implique que le MVNO puisse émettre ses propres cartes SIM et dispose de sa propre base HLR, et qu'il dispose en plus d'éléments de cœur de réseau (GMSC et GGSN). Ce modèle, s'il est plus contraignant et plus coûteux en terme de déploiement et de maintenance technique, permet à l'opérateur virtuel de s'affranchir davantage de l'opérateur hôte, ce qui lui assure un meilleur contrôle sur son trafic et sur les services qu'il offre à ses abonnés.

L'UFC-Que Choisir demande à l'ART d'intégrer dans son projet une méthodologie de fixation des prix de gros selon le modèle « cost. plus » (prime sur la base de coût de l'opérateur de réseau). A défaut, la méthode dite « retail minus » ne peut être satisfaisante que si le MVNO candidat obtient une décote suffisante supérieure à 60 %

En tout état de cause, l'UFC-Que Choisir demande à l'ART de préciser dans sa décision la notion de prix de gros raisonnables qui reste flou.

Par ailleurs, la question des subventions aux terminaux est importante pour estimer l'impact potentiel d'un MVNO. En effet, les conditions économiques d'accès aux terminaux sont prépondérantes dans le choix du consommateur. L'UFC- Que choisir regrette donc que le marché des subventions aux terminaux qui constitue l'une des clés pour rentrer sur le marché n'ait pas fait l'objet d'une étude spécifique parallèle.

Le verrouillage du marché des subventions permettant à chacun de contrôler le marché en amont rendant inefficace et inutile toute dynamique des prix de détail en aval.

IV) Enfin, l'UFC-Que Choisir souhaite que l'ART fixe un calendrier indicatif fixant un délai à parti duquel l'absence de dynamique concurrentielle supplémentaire nécessiterait une intervention accrue du régulateur. Cela permettrait de doter l'ensemble des acteurs d'un point fixe commun susceptible de dynamiser les accords à mesure que la fin du délai se rapproche.
