



# *Rapport public d'activité*

# 2006



L'article L.135 du Code des postes et des communications électroniques, modifié par la loi n° 2005-516 relative à la régulation des activités postales du 20 mai 2005, dispose que :

*“L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes établit chaque année, avant le 30 juin, un rapport public qui rend compte de son activité et de l'application des dispositions législatives et réglementaires relatives aux communications électroniques et aux activités postales. Elle y dresse une analyse des principales décisions prises par les autorités de régulation des communications électroniques et des postes dans les Etats membres de la Communauté européenne au cours de l'année écoulée, en vue de permettre l'établissement d'une comparaison des différents types de contrôles exercés et de leurs effets sur les marchés. Ce rapport est adressé au Gouvernement et au Parlement. Il est adressé également à la Commission supérieure du service public des postes et des communications électroniques. L'autorité peut suggérer dans ce rapport toute modification législative ou réglementaire que lui paraissent appeler les évolutions du secteur des communications électroniques et de celui des postes et le développement de la concurrence.*

*L'autorité rend compte de ses activités, et notamment des progrès réalisés eu égard aux objectifs mentionnés à l'article L. 32-1, devant les commissions permanentes du Parlement compétentes, à leur demande. Ces dernières peuvent consulter l'autorité sur toute question relevant de sa compétence.*

*L'autorité peut procéder aux expertises, mener les études, recueillir les données et mener toutes actions d'information sur le secteur des communications électroniques et sur celui des postes. A cette fin, le prestataire du service universel postal, les titulaires de l'autorisation prévue à l'article L. 3, les opérateurs ayant effectué la déclaration prévue à l'article L. 33-1 sont tenus de lui fournir les informations statistiques concernant l'utilisation, la zone de couverture et les modalités d'accès à leur service. Les ministres compétents sont tenus informés des résultats de ces travaux.”*

# Editorial

## Dix ans après, un bilan positif pour l'économie nationale et pour le consommateur.

1997-2007 : la régulation qui a été exercée durant ces dix années ne peut être qualifiée de "tranquille" car elle a connu de multiples conflits et contentieux avec des acteurs économiques, mais elle a pu être menée avec une certaine sérénité en s'appuyant sur des textes de très bonne qualité, tant au niveau communautaire que national, sur la raison et sur le professionnalisme. Il serait certainement présomptueux d'attribuer à la seule Autorité les évolutions très positives constatées au long de la période, mais elle y a indubitablement contribué.

### Quel bilan ?

Un constat d'abord : le cadre juridique a bien fonctionné et l'ouverture à la concurrence, impulsée par la Commission européenne, s'est révélée être un succès, en particulier en France où les offres de haut débit sont parmi les plus performantes et les moins chères d'Europe.

Cela est bien évidemment d'abord dû au dynamisme des acteurs – qu'il s'agisse de France Télécom ou de ses challengers – qui ont su innover et investir. Quel meilleur exemple pour illustrer cet état de fait que l'introduction des "boxes", faisant de la France le premier pays de l'Union en terme de prix payé par le consommateur (parmi les plus bas au monde), en terme de débits (qui atteignent dorénavant les 20 Mbit/s), et en terme d'usage, les français consommant télévision sur Internet et téléphonie sur IP plus qu'ailleurs dans le monde.

Mais cette réussite est aussi le fruit d'une régulation pragmatique et efficace qui s'est appuyée sur un cadre réglementaire et institutionnel sûr. Grâce à des directives européennes bien conçues et fidèlement transposées par le Parlement en droit national, à des gouvernements successifs qui ont doté le régulateur des moyens nécessaires à son action, l'Autorité a pu créer une dynamique concurrentielle positive qui a favorisé l'investissement, l'innovation et l'aménagement du territoire au service de l'intérêt général.

Ce succès a bénéficié aux consommateurs : entre 1998 et 2005, les prix de détail auront, en moyenne, diminué d'un peu plus de 30 % et les usages auront été multipliés par près de 2,5, ce qui se traduit par une hausse du surplus pour les consommateurs de plus de 10 milliards d'euros sur la période.

### Les prochaines étapes

#### 1/ l'allègement de la régulation des marchés de détail

Si la loi de 1996 a mis en place un cadre essentiellement axé sur l'ouverture à la concurrence du réseau téléphonique classique, le cadre actuel, mis en place en 2004, a beaucoup gagné en flexibilité et en réactivité. Cette flexibilité a permis au régulateur d'adapter son action aux conditions effectives de concurrence sur un marché donné, notamment grâce au processus d'analyse des marchés.

Aujourd'hui, la perspective d'un effacement progressif de la régulation sectorielle au profit du droit de la concurrence n'est plus utopique à terme. Elle suppose une collaboration étroite entre l'Autorité et le Conseil de la concurrence, qui est bien engagée depuis plusieurs années.

Le mouvement d'allègement progressif de la régulation a débuté à l'été 2006 : certaines offres de détail de France Télécom dans la téléphonie fixe ne sont déjà plus contrôlées. La vocation de la régulation est de se concentrer sur les marchés de gros, c'est-à-dire sur les relations entre opérateurs.

Mais allègement de la régulation ne signifie pas absence de régulation ! Outre la régulation du secteur postal, dont l'ARCEP a été chargée par le Parlement en mai 2005, l'Autorité exerce d'autres missions : la gestion des ressources en fréquences et numérotation, la surveillance du service universel, l'aménagement du territoire ou encore la protection des consommateurs.

D'une façon générale, l'action de l'Autorité relèvera de plus en plus d'une régulation symétrique, c'est-à-dire que les règles mises en place s'appliqueront de la même manière à tous les acteurs du marché, et non plus au seul opérateur historique ou aux acteurs "dominants" sur un segment de marché. En effet, une fois la concurrence installée, il convient de s'intéresser – ce que fait l'ARCEP – aux conditions d'exercice pérenne et efficace par le consommateur de son choix entre opérateurs quels qu'ils soient : information, conditions de cessation des contrats, conservation du numéro, conditions d'accès aux services à valeur ajoutée, garantie de qualité de service...

## 2/ La fibre

Le succès formidable du haut débit dans notre pays doit être consolidé et amplifié pour la prochaine étape, le très haut débit, associée au déploiement de réseaux en fibre optique jusqu'à l'abonné. Plusieurs acteurs ont déjà fait des annonces d'investissements à venir dans ce domaine. La fibre est une nouvelle rupture technologique. Elle va nécessiter de très lourds investissements. La mutualisation des infrastructures passives est amenée à jouer un rôle crucial.

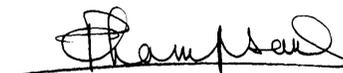
Les pouvoirs publics, et en particulier les collectivités territoriales ainsi que l'ARCEP, ont un rôle important à jouer pour créer un cadre favorable au déploiement de cette nouvelle boucle locale, dans un contexte de concurrence entre acteurs nationaux. Il convient d'éviter la recréation d'un monopole sur la boucle locale de fibre et permettre *in fine* le développement d'une boucle locale alternative.

## 3/ Le dividende numérique

Le dividende numérique est le troisième enjeu de taille pour la France et pour l'Europe. L'émergence des nouvelles technologies mobiles engendre un besoin croissant en fréquences, pour le développement du haut débit sans fil ou de la télévision sur mobile. Or l'extinction de la télévision analogique au profit de la diffusion audiovisuelle numérique, plus économe en ressources hertziennes, va libérer des bandes de fréquences basses, dites "en or", présentant de très bonnes caractéristiques de propagation et de pénétration dans les bâtiments, et qui sont, de ce fait, essentielles pour parvenir à une couverture importante du territoire.

Il apparaît urgent d'identifier la quantité de fréquences libérées par l'arrêt de la diffusion analogique, comme cela a été fait dans plusieurs zones dans le monde (Etats-Unis, Japon, Corée du Sud), et de préparer les options de réaffectation et la feuille de route technique pour la mise en place du dividende numérique. Il va sans dire que la réutilisation de ces fréquences nécessitera une attention particulière en terme d'harmonisation au niveau européen.

L'ARCEP a donc de nombreux défis à relever dans ce nouveau contexte où la régulation évolue. Ayant soufflé ses dix bougies, l'Autorité se tourne vers l'avenir. Forte de son expérience, reconnue parmi ses pairs au sein de l'Union européenne et au delà, elle est prête à poursuivre son action au profit de l'intérêt commun.



Paul Champsaur  
Président



## 1

10 ans  
de régulation

33

**CHAPITRE 1**La première phase 1997-2001 :  
libéralisation et ouverture à la concurrence 37**A. La feuille de route de l'Autorité et la situation du marché en 1997** 37**B. La concurrence sur les communications** 39

1. Les mécanismes techniques 39

2. L'interconnexion 39

3. L'Internet commuté : un sous-produit inattendu 41

4. La normalisation de l'interconnexion aux réseaux mobiles 42

**C. La concurrence sur la boucle locale** 43

1. Les réseaux câblés 43

2. La boucle locale radio 43

**CHAPITRE 2**La deuxième phase :  
le tournant de 2000-2004 45**A. Un premier bilan : le marché en 2000-2001** 45**B. L'accès à haut débit et le dégroupage** 47

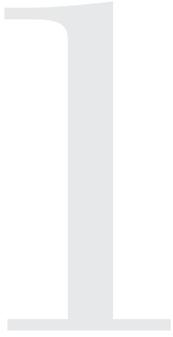
1. Les options 3 et 5 47

2. Le dégroupage de la boucle locale 48

**CHAPITRE 3**Le développement de la concurrence  
par la mise à disposition de spectre  
aux opérateurs et les obligations associées 51**A. La boucle locale radio** 51

1. Les premières licences attribuées en 2000 51

2. Le Wimax 52



<b>B.</b>	<b>Le développement des mobiles à travers le GSM</b>	53
1.	Le développement du GSM entre 1997 et 2001	53
a.	Le développement du mobile vers un marché de masse	53
b.	L'introduction de la concurrence dans les départements d'outre-mer	53
2.	Le renouvellement des licences GSM et la couverture mobile en 2006	54
<b>C.</b>	<b>La troisième génération mobile</b>	55
1.	La préparation de l'avenir : la troisième génération des communications mobiles (lancement le 18 août 2000 d'un appel à candidatures)	55
2.	Les actions en faveur du développement de la 3G	56
3.	La question du 4 <sup>e</sup> opérateur mobile 3G	56
<hr/>		
	<b>CHAPITRE 4</b>	
	<b>Les nouvelles régulations</b>	59
<b>A.</b>	<b>Le marché en 2006</b>	59
<b>B.</b>	<b>Les nouveaux dispositifs de régulation</b>	60
1.	Le nouveau cadre de la régulation concurrentielle	60
2.	Marché secondaire de fréquences et flexibilité	61

## 2

Présentation  
de l'Autorité

63

**CHAPITRE 1**

## L'organisation de l'ARCEP

67

**A. Le Collège**

67

**B. L'organigramme**

68

**CHAPITRE 2**

## Le fonctionnement de l'autorité

69

**A. Le nouveau règlement intérieur**

69

**B. Les indicateurs de l'activité de l'ARCEP**

70

## 1. Les avis et décisions

70

## a. Les avis

70

## b. Les décisions

70

## 2. Les opérateurs

71

## a. Les opérateurs de communications électroniques

71

## b. Les opérateurs postaux

71

## 3. Les contentieux

71

**C. Les moyens de l'ARCEP**

73

## 1. Les moyens budgétaires

73

## 2. Le système d'information

74

## 3. La documentation

74

## 4. Les ressources humaines

74

## 5. Les enquêtes et les études commanditées par l'ARCEP

75

**D. La concertation et la transparence**

76

## 1. Informer les différents acteurs concernés

77

a. [www.arcep.fr](http://www.arcep.fr), un site Internet renouvelé en 2006

77

b. [www.appel118.fr](http://www.appel118.fr), un nouveau site pour les renseignements téléphoniques

78

## c. La Lettre de l'Autorité

78

## d. Les Entretiens de l'Autorité

79



2. La concertation avec les acteurs	79
a. Le dialogue avec les collectivités : le CRIP	79
b. A l'écoute des associations de consommateurs	80
c. La concertation avec les opérateurs	80
3. Les Commissions consultatives spécialisées	82
4. Le comité de l'interconnexion et de l'accès	83

### CHAPITRE 3

L'année 2006 en bref	85
----------------------	----

<b>A. Les moments forts</b>	85
1. L'attribution des licences Wimax	85
2. La régulation postale	87
3. Plus de régulation symétrique, moins de régulation asymétrique	87
4. La disparition du 12, la naissance des 118	88
<b>B. Les principaux indicateurs de marché en 2006</b>	89

# Le cadre juridique et réglementaire

91

3

## CHAPITRE 1

### Le secteur postal

93

#### A. Le cadre législatif national

93

##### 1. Rappels

93

##### 2. Les missions du régulateur

94

##### 3. Les textes d'application pris en 2006

94

#### B. La révision des directives postales

95

##### 1. Rappels sur la politique postale européenne

95

###### a. Les principes

95

###### b. Les résultats

96

##### 2. La Commission européenne propose une nouvelle directive

97

###### a. La situation en Europe

97

###### b. Les observations de la Commission

97

###### c. Une nouvelle directive

98

## CHAPITRE 2

### Le secteur des communications électroniques

99

#### A. Le rappel du cadre législatif national

99

#### B. Les dispositions réglementaires adoptées en 2006

100

##### 1. Les décrets d'applications pris en 2006

100

##### 2. La cession d'autorisations d'utilisation des fréquences

101

##### 3. La conservation du numéro

101

##### 4. Assignations de fréquence à des systèmes satellitaires

102

## CHAPITRE 3

### L'harmonisation européenne en matière de communications électroniques

103

#### A. Les travaux du COCOM

103

##### 1. Les numéros 116

104

##### 2. L'attribution des fréquences MSS 2GHz

104



<b>B.</b>	<b>Les travaux du Groupe des régulateurs européens (GRE) et du Groupe des régulateurs indépendants (GRI)</b>	105
1.	Les réalisations en 2006	106
a.	Les travaux du Groupe des régulateurs européens (GRE)	106
b.	Les travaux du Groupe des régulateurs indépendants (GRI)	109
2.	Le programme de travail pour 2007	110

## CHAPITRE 4

### La révision du cadre réglementaire 113

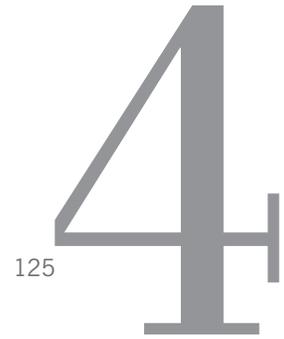
<b>A.</b>	<b>Le rappel du cadre réglementaire actuel</b>	114
<b>B.</b>	<b>Le périmètre et le calendrier du réexamen du cadre</b>	115
1.	Le périmètre	115
2.	Le calendrier	115
<b>C.</b>	<b>Les contributions des autorités françaises et du GRE à la consultation publique de la Commission</b>	116
1.	Les propositions d'évolution du cadre réglementaire	117
a.	Généralités	117
b.	Le spectre	117
c.	La rationalisation du mécanisme des analyses de marché	118
d.	Le renforcement du marché intérieur	119
e.	La protection des consommateurs et le service universel	119
2.	Les propositions d'évolution de la recommandation sur les marchés pertinents	119
a.	Les aspects méthodologiques	119
b.	La liste des marchés	120

## CHAPITRE 5

### Les principales décisions prises par les autorités de régulation nationales de l'Union européenne dans le cadre des analyses de marché 121

<b>A.</b>	<b>Les cas de dominance conjointe notifiés sur le marché de l'accès et du départ d'appel mobile</b>	121
<b>B.</b>	<b>Le marché 17 : l'itinérance internationale</b>	123
<b>C.</b>	<b>Les remèdes sur les marchés de terminaison fixe (marché 9) et mobile (marché 16)</b>	123

# Le secteur postal



<b>CHAPITRE 1</b>	
<b>Les marchés postaux</b>	125
<b>A. Panorama des marchés en 2005</b>	129
1. Revenus en hausse malgré une baisse des volumes	130
a. Volumes : la publicité non adressée en tête	130
b. 14 milliards € de revenus en 2005	131
c. Secteur réservé fort, croissance du secteur en concurrence	131
2. Les boîtes aux lettres et points de contact de La Poste auprès du public	132
<b>B. Le marché de la correspondance</b>	135
1. Les envois de correspondance : marché domestique et import	135
a. Hausse des revenus, volumes stables	135
b. Vers une industrialisation du courrier	136
2. Le routage	138
a. Définition	138
b. Le marché du routage	138
<b>C. Les autres marchés</b>	140
1. Les envois remis contre signature	140
2. L'export	140
3. Le colis	141
4. L'express	141
5. La distribution de la presse	142
a. En volumes	142
b. En revenus	143
6. Le marché de la publicité non adressée ou imprimés sans adresse	143

## 4

**CHAPITRE 2****Les premières autorisations postales** 145

- A. Le régime d'autorisation applicable** 145
  - 1. La base juridique 145
  - 2. Les principes 145
  - 3. Les obligations 145
- B. La typologie des autorisations** 146
  - 1. Les autorisations portant sur la distribution domestique 146
    - a. Les opérateurs nationaux 146
    - b. Les opérateurs locaux 147
  - 2. Des autorisations relatives à la correspondance transfrontalière 148
- C. Les autorisations postales délivrées par l'ARCEP en 2006** 149

**CHAPITRE 3****Le service universel postal** 151

- A. Le suivi de la qualité du service universel postal** 152
  - 1. Une information élargie 152
  - 2. L'audit de la mesure de la qualité de service de la lettre prioritaire égrenée domestique 153
  - 3. Travaux en cours et à venir 154
- B. Le contrôle de la qualité du service universel postal** 154
  - 1. Les objectifs de qualité de service 155
  - 2. Le contrôle de la qualité de service 155
- C. L'encadrement pluriannuel des tarifs relevant du service universel postal (2006-2008)** 156
  - 1. La mise en place de l'encadrement tarifaire 156
    - a. Les objectifs 157
    - b. Les paramètres 157
  - 2. Les segments de marché concernés par l'encadrement tarifaire 158

**CHAPITRE 4****La problématique de l'accès aux boîtes aux lettres** 161

- A. Les difficultés liées au développement des systèmes de fermeture des immeubles** 161
- B. Les opérateurs concernés** 163
- C. Des solutions pratiques** 163

# Les marchés des communications électroniques

165

# 5

## CHAPITRE 1

### Les chiffres du marché et la situation sur le marché

167

#### A. Le marché des clients finals

167

##### 1. Le marché des communications électroniques

167

###### a. Les revenus du marché

167

###### b. Le trafic voix atteint 200 milliards de minutes en 2006

169

###### c. Un parc de client toujours en hausse

170

##### 2. Baisse du montant des factures moyennes mensuelles pour la téléphonie et l'Internet

172

#### B. L'investissement et l'emploi

175

## CHAPITRE 2

### Les différents segments du marché de détail

177

#### A. La téléphonie fixe

177

##### 1. L'accès

177

###### a. Les abonnements

177

###### b. La sélection du transporteur

178

###### c. Le dégroupage

180

###### d. La publiphonie et les cartes prépayées

180

##### 2. Les communications en téléphonie fixe

182

###### a. Les communications depuis les postes fixes

182

###### b. Total de la téléphonie fixe

185

##### 3. Consommation moyenne

185

## 5

<b>B. L'Internet</b>	187
1. Le marché de l'Internet	187
a. Les abonnements	187
b. Les revenus	187
2. Le bas débit	188
3. Le haut débit	189
4. La télévision par ADSL	190
5. La consommation moyenne	190
<b>C. Le mobile</b>	191
1. Le marché mobile	191
a. Les clients	191
b. Les revenus et les volumes	193
2. La voix sur mobile	195
a. Les revenus de la voix par destination d'appel	195
b. Les volumes de la voix par destination d'appel	195
3. Les données sur mobile	196
a. Les revenus	196
b. Volume total de SMS émis	197
4. La consommation moyenne par client	197
<b>D. Les autres services</b>	199
1. Les services à valeur ajoutée (hors services de renseignements)	199
2. Les services de renseignements	199
3. La vente et la location de terminaux et d'équipements	200
4. L'hébergement et la gestion des centres d'appels	200
<b>E. Les services de capacité</b>	201
1. Les liaisons louées	201
2. Le transport des données	201
<hr/>	
<b>CHAPITRE 3</b>	
<b>Consommation et usages en France</b>	203
<b>A. L'équipement des ménages</b>	204
1. L'équipement en téléphone fixe se stabilise	204
2. Un ordinateur dans plus de la moitié des foyers	205
3. Internet progresse dans les ménages	206
<b>B. L'équipement des personnes</b>	207
1. Croissance de l'équipement en mobile, stabilisation de l'équipement en fixe	207
2. L'accès Internet devient indispensable	209

**CHAPITRE 4****Comparaisons tarifaires  
avec les autres pays**

211

**A. Le prix d'un panier en téléphonie fixe**

211

**B. L'abonnement**

213

1. L'abonnement résidentiel

213

2. L'abonnement professionnel

214

**C. Le prix des communications en Europe**

214

1. Le prix des appels locaux

215

2. Le prix des appels nationaux

216

3. Les appels mobiles

219



# 6

## Les consommateurs

223

### CHAPITRE 1

La prise en compte  
de l'intérêt des consommateurs 225

**A. Une prise en compte de la demande adaptée  
à l'évolution des marchés 225**

1. De la régulation asymétrique 226

2. Vers une régulation symétrique 226

**B. Quelques exemples d'actions de l'Autorité  
au bénéfice des consommateurs 227**

1. Une régulation stimulant l'investissement et l'innovation 227

2. Une concurrence qui bénéficie aux consommateurs :  
un gain estimé à 10 milliards € entre 1998 et 2005 227

3. Des actions directes désormais renforcées 228

a. Les prix 228

b. La qualité de service 228

c. L'amélioration des relations entre consommateurs et opérateurs 228

d. La mise à disposition auprès du public d'un annuaire universel  
et de services de renseignements de qualité 228

e. L'information des consommateurs 229

f. Les obligations de service universel 229

g. Le déploiement des réseaux 229

**C. L'assistance aux consommateurs au quotidien 229**

### CHAPITRE 2

Le suivi de la qualité de service 231

**A. La téléphonie mobile 231**

**B. La téléphonie fixe 232**

**C. Les services de renseignements 233**

<b>CHAPITRE 3</b>	
<b>Les services de renseignements téléphoniques</b>	235
<b>A. Le cadre de mise en œuvre des 118</b>	235
<b>B. La disparition du 12</b>	235
<b>C. Bilan</b>	236
1. Un enrichissement de l'offre de services	236
2. Une diversification de l'offre tarifaire	236
3. Une qualité de service maintenue mais un trafic en baisse	236
<b>CHAPITRE 4</b>	
<b>L'annuaire universel</b>	239
<b>A. Le contexte général</b>	239
1. Le cadre législatif et réglementaire	239
2. Les actions engagées par l'Autorité	239
<b>B. Droits des abonnés, obligations des opérateurs et des éditeurs d'annuaire universel</b>	241
1. Les droits des abonnés	241
2. Les obligations des opérateurs et des éditeurs	242
a. L'information des abonnés et le respect des choix de parution des abonnés et des utilisateurs	242
b. La mise à disposition des listes d'abonnés et d'utilisateurs	242
3. L'accès aux données de l'annuaire universel par les consommateurs	242
<b>C. Les conditions de mise à disposition des listes d'abonnés</b>	243
1. Les travaux préparatoires	243
2. Le contenu de la décision	244
a. Les opérateurs concernés	244
b. L'information des abonnés et la collecte des données personnelles	244
c. Le contenu de l'annuaire universel	244
d. Les éditeurs bénéficiaires de la mise à disposition des listes d'abonnés et d'utilisateurs	244
e. Tarification et contractualisation	245
<b>D. Une mise en place à parachever</b>	246



## 6

**CHAPITRE 5****La conservation des numéros**

247

**A. Evolutions législatives et réglementaires**

247

**B. La portabilité des numéros mobiles (PNM)**

248

**1. En métropole**

248

## a. L'impact des évolutions législatives et réglementaires

248

## b. Les modalités pratiques du nouveau processus de portabilité des numéros mobiles

248

## c. Le lancement opérationnel du nouveau processus de portabilité des numéros mobiles

250

## d. Les données quantitatives sur l'année 2006

251

**2. En outre-mer**

251

## a. La zone Antilles-Guyane

251

## b. Le département de la Réunion et la collectivité de Mayotte

252

**C. La portabilité des numéros fixes**

253

**1. Les numéros concernés**

253

**2. Les numéros fixes portés en 2006**

253

**3. Les perspectives et l'impact des évolutions réglementaires**

253

## a. Définir un cadre commun et global aux opérateurs

253

## b. Les travaux en cours sur le processus client-opérateurs et le routage des appels

254

## c. Améliorer le processus de portabilité de l'opérateur historique vers les alternatifs

255

**CHAPITRE 6****Les services à valeur ajoutée**

257

**A. Le marché des services à valeur ajoutée**

257

**1. Une chaîne de valeur complexe et spécifique**

257

**2. Des dysfonctionnements constatés**

258

**B. Les propositions de l'ARCEP dans sa consultation publique sur le secteur**

259

**1. Les obligations de régulation symétrique proposées par l'ARCEP**

259

**2. Les autres axes d'améliorations proposées en termes de protection du consommateur**

260

## a. Le contrôle déontologique des contenus

260

## b. L'amélioration de la transparence et de la lisibilité tarifaire

260

**3. Les autres interventions de l'ARCEP dans le secteur**

261

# La régulation concurrentielle des marchés des communications électroniques

263



## CHAPITRE 1

L'analyse des marchés en France en 2006 265

- A. Un outil d'une régulation adaptée 265
- B. Les analyses de marché menées à bien en 2006 266
  - 1. Les services de capacité 266
  - 2. Le marché de gros de la radiodiffusion 266
  - 3. Le marché de gros de la terminaison d'appel SMS 266
  - 4. Le marché de l'itinérance internationale 267
  - 5. Le marché de l'accès et du départ d'appel mobile 267
- C. Les mesures diverses concernant les analyses de marché 267
  - 1. Le Conseil d'Etat valide une analyse adoptée par l'ARCEP en 2005 267
  - 2. L'Autorité précise certaines obligations 267
  - 3. L'Autorité décide du tarif de la terminaison d'appel mobile pour 2007 268
- D. Le début de la dérégulation des marchés 268

## CHAPITRE 2

La téléphonie fixe 271

- A. Les marchés pertinents de gros de la téléphonie fixe 271
  - 1. La délimitation des marchés 271
  - 2. Influence significative 272
  - 3. Les obligations imposées aux opérateurs 272
    - a. Les obligations imposées à France Télécom 272
    - b. Les obligations imposées aux opérateurs de boucle locale 273
  - 4. L'offre de vente en gros de l'accès au service téléphonique (VGAST) 274
- B. Vers un allègement de la régulation des marchés de détail 275
  - 1. De nouvelles conditions de concurrence justifiant un premier allègement de la régulation 276
  - 2. Une première étape d'allègement franchise 276
  - 3. Vers une dérégulation complète des marchés de détail 276



<b>C.</b>	<b>Le contrôle des décisions tarifaires de France Télécom</b>	277
	1. Les avis tarifaires en 2006	277
	2. Les délais d'instruction en 2006	278
	3. Bilan sur la période 1997-2006	278

## CHAPITRE 3

### Les marchés du haut débit 279

<b>A.</b>	<b>Le marché de détail</b>	279
	1. Un secteur dynamique et en pleine mutation	279
	2. La généralisation des offres "triple play"	280
	3. La résorption des disparités territoriales par l'offre d'"ADSL Nu"	282
<b>B.</b>	<b>La régulation des marchés de gros</b>	282
<b>C.</b>	<b>Le dégroupage</b>	284
	1. Etat des lieux	284
	a. Le dégroupage total progresse	284
	b. L'enjeu de l'extension géographique du dégroupage	284
	c. L'impact du dégroupage sur le développement du haut débit	285
	2. Les aspects opérationnels et techniques du dégroupage	286
	a. Le groupe "processus de commandes"	286
	b. Les créations de lignes	286
	c. Les écrasements à tort	287
	d. La qualité de service	288
	e. Les travaux du comité d'experts pour l'introduction de nouvelles techniques dans la boucle locale	289
	3. L'offre "liaison fibre optique" de raccordement des répartiteurs distants (LFO)	289
	a. Le contexte	289
	b. Le bilan de la consultation publique LFO	290
	4. Les aspects tarifaires du dégroupage	290
	a. Les tarifs non récurrents	290
	b. Les tarifs annexes	291
<b>D.</b>	<b>Les offres d'accès large bande livrées aux niveaux régional et national</b>	291
	1. L'action de l'Autorité sur le marché des offres bitstream	292
	a. L'amélioration de la qualité de service dans le cadre du groupe multilatéral bitstream	292
	b. La publication du modèle réglementaire de coût des réseaux de collecte haut débit et la mise à jour des modèles de coût de l'accès dégroupé et des fournisseurs d'accès à Internet	293
	c. Les travaux sur un modèle de la collecte et le groupe Bureau	294
	d. Le suivi des indicateurs de qualité de service publiés chaque mois par France Télécom	294
	e. Les évolutions de l'offre de référence de France Télécom	294

	2. La levée de la régulation sur le marché des offres d'accès large bande livrées au niveau national	295
<b>E.</b>	<b>Le très haut débit (la fibre)</b>	296
	1. Le très haut débit professionnel	296
	2. Le très haut débit résidentiel	297
<hr/>		
	<b>CHAPITRE 4</b>	
	<b>Les mobiles</b>	299
<b>A.</b>	<b>L'interconnexion mobile</b>	299
	1. La terminaison d'appel vocal	299
	a. Le cycle de l'analyse des marchés	299
	b. La mise en œuvre des obligations	301
	2. La terminaison d'appel SMS	303
	a. Le fonctionnement de ce marché	303
	b. L'analyse de l'Autorité	306
	c. Le contexte européen	308
<b>B.</b>	<b>Le marché l'accès et du départ d'appel sur réseaux mobiles et les opérateurs mobiles virtuels</b>	309
	1. Les tendances du marché de détail	309
	2. La situation concurrentielle	309
	a. Le suivi du marché	309
	b. Les évolutions des contrats de gros signés par les MVNO	311
	c. Le report de l'analyse du marché de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux mobiles	312
<b>C.</b>	<b>L'itinérance internationale</b>	313
	1. Etat des lieux	313
	a. Description et fonctionnement du marché de gros	313
	b. Description et fonctionnement du marché de détail	313
	2. L'action de l'ARCEP	314
	a. Constat concurrentiel	314
	b. Les propositions de l'Autorité	314
	c. Le projet de règlement de la Commission	314
<hr/>		
	<b>CHAPITRE 5</b>	
	<b>Les autres analyses de marchés achevées en 2006</b>	317
<b>A.</b>	<b>Les services de capacité</b>	317
1.	Le nouveau cadre	317
	a. L'analyse de marché	317
	b. Sa mise en œuvre	318





<b>B.</b>	<b>Le marché de gros des services de diffusion audiovisuelle</b>	318
	1. Les décisions d'analyse de marché	318
	2. La spécification des obligations de comptabilisation des coûts et de séparation comptable de TDF	319

## CHAPITRE 6

	Les spécifications des obligations de comptabilisation des coûts et de séparation comptable	321
--	---	-----

<b>A.</b>	<b>Les objectifs des obligations comptables</b>	322
<b>B.</b>	<b>Obtenir des informations relatives aux coûts</b>	322
<b>C.</b>	<b>Vérifier le respect de l'obligation de non-discrimination sur les marchés de gros</b>	323
<b>D.</b>	<b>Améliorer la transparence vis-à-vis des tiers</b>	323
<b>E.</b>	<b>Préparer l'allègement de la régulation sur les marchés de détail</b>	324

# La régulation des ressources rares

327



## CHAPITRE 1

### Les fréquences

331

#### A. Le cadre général

331

1. La gestion des fréquences aux niveaux national, européen et mondial 331
  - a. La planification des fréquences 331
  - b. La normalisation européenne 332
  - c. Au niveau de l'UIT-R 333
2. Le marché secondaire des fréquences 333
3. Spectre et révision du cadre réglementaire européen : plus de flexibilité 334

#### B. La boucle locale radio / Wimax

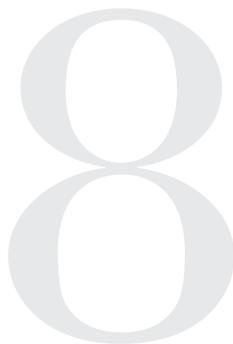
335

1. Le lancement d'un appel à candidatures 335
2. Les critères de sélection 336
3. Les résultats de l'appel à candidatures 338
  - a. Panorama des résultats 338
  - b. Le résultat financier de l'appel à candidatures 339
  - c. Les obligations des candidats sélectionnés 339
  - d. Les offres de service 339
  - e. Et maintenant ? 339

#### C. Les licences mobiles

340

1. Le renouvellement des licences GSM 340
  - a. Le renouvellement des autorisations GSM d'Orange France et de SFR 340
  - b. Le renouvellement de l'autorisation GSM de Bouygues Telecom 341
2. La 4e licence 3G et la réutilisation des bandes 900 et 1800 MHz 341
  - a. Le rappel du contexte 341
  - b. Les résultats de la consultation publique : une situation nouvelle 342
  - c. Les conséquences de cette situation nouvelle 342



<b>D.</b>	<b>Le dividende numérique</b>	343
	1. Le dividende numérique, une opportunité historique	343
	2. Les travaux entrepris au niveau français	344
	3. Un effort mondial d'harmonisation	345
<b>E.</b>	<b>Divers</b>	346
	1. L'identification par radiofréquences (RFID)	346
	2. Les mobiles par satellites	346
<b>F.</b>	<b>Assignations et allotissements de fréquences</b>	347
	1. Le service fixe et le service fixe par satellite	347
	2. Les réseaux professionnels du service mobile terrestre et du service fixe de la bande 1,5 GHz	347
<b>G.</b>	<b>Un cadastre des fréquences</b>	348

## CHAPITRE 2

### La numérotation 349

<b>A.</b>	<b>Les missions de l'ARCEP</b>	350
<b>B.</b>	<b>Bilan de la mise à jour du plan national de numérotation</b>	350
	1. La tranche 09	350
	2. Les 118	351
<b>C.</b>	<b>Changements et innovations dans les règles de gestion</b>	351
<b>D.</b>	<b>Les ressources attribuées au 31 décembre 2006</b>	352

## 9

# L'aménagement du territoire

355

## CHAPITRE 1

### Un état des lieux de la couverture du territoire

357

#### A. Le haut débit

357

1. Quelles solutions techniques ? 358
2. L'acheminement du trafic des zones blanches vers le réseau Internet 358
3. Identifier les zones blanches 359

#### B. La téléphonie mobile

359

1. Le "Programme zones blanches" 359
2. La couverture du territoire en 3G 361
  - a. La 3G a décollé en France depuis son lancement fin 2004 361
  - b. SFR et Orange France ont respecté l'échéance de déploiement et ont pris de nouveaux engagements 361
  - c. Le déploiement de la 3G : un enjeu d'aménagement du territoire 361
  - d. La nécessité d'accéder à des bandes de fréquences basses 362
3. La transparence en matière de couverture 362

## CHAPITRE 2

### L'action des collectivités territoriales

363

#### A. Les compétences des collectivités locales

363

#### B. Les travaux du Comité des réseaux d'initiative publique (CRIP)

364

1. L'évaluation de l'action publique 364
2. Les opérateurs locaux 365
3. Le très haut débit 366
  - a. Dans les zones d'activité 366
  - b. Le rôle des collectivités 367
4. La topologie des réseaux en fibre 368



## CHAPITRE 3

### Les télécoms en outre-mer 369

<b>A.</b>	<b>Le point sur les marchés mobile, fixe et du haut débit en outre-mer</b>	369
1.	Le haut débit	369
a.	Un marché de détail caractérisé par une concurrence limitée	369
b.	Le marché de gros du haut débit	370
c.	La spécificité du lien métropole-DOM : les câbles sous-marins	370
d.	Les actions de l'Autorité	372
2.	Les marchés mobiles	372
a.	Les parts de marché des opérateurs mobiles en outre-mer	372
b.	Outremer Telecom déclaré puissant sur le marché de gros de la terminaison d'appel vocal dans la zone Antilles-Guyane	373
3.	Les marchés fixes	373
<b>B.</b>	<b>La portabilité aux Antilles, en Guyane, à la Réunion et à Mayotte</b>	374
<b>C.</b>	<b>Le price cap de service universel spécifique aux DOM</b>	374
<b>D.</b>	<b>L'évolution du plan de numérotation et la modernisation de l'offre de service universel à Mayotte</b>	375
1.	L'évolution du plan de numérotation	375
2.	La modernisation de l'offre de service universel	375

# Les autres compétences de l'Autorité

# 10

377

## CHAPITRE 1

### Les licences et le contrôle des obligations des opérateurs

<b>A. Le régime déclaratif</b>	379
1. Qui est soumis à déclaration ?	380
2. Les acteurs exemptés de déclaration préalable	380
3. L'évolution du nombre d'opérateurs déclarés	382
<b>B. Les droits et les obligations des opérateurs</b>	382
1. Les droits dont bénéficient les opérateurs	382
2. Les principales obligations qui pèsent sur les opérateurs	384
a. Les obligations pécuniaires	384
b. Les obligations de nature technique	385
<b>C. Le contrôle des obligations par l'ARCEP</b>	387
1. Les moyens de contrôle prévu par le code	387
2. Le contrôle des conditions d'utilisation des fréquences	387

## CHAPITRE 2

### Le service universel des télécommunications

<b>A. Le service universel et l'opérateur de service universel</b>	389
1. Que recouvre le service universel ?	389
2. Les obligations du ou des opérateurs en charge du service universel	390
3. La désignation du ou des opérateurs prestataires du service universel	390
4. Les tarifs sociaux et le "pay or play"	391
a. Certains clients éligibles ont droit à une réduction sociale tarifaire	391
b. La compensation des tarifs sociaux	391

<b>B.</b>	<b>Le financement du service universel</b>	392
1.	Les contributeurs au fonds de service universel	392
2.	Une contribution au prorata du chiffre d'affaires	392
3.	Les services concernés	392
<b>C.</b>	<b>Le rôle de l'Autorité</b>	394
1.	L'évaluation du coût du service universel	394
a.	La péréquation géographique	394
b.	Les tarifs sociaux	395
c.	Le service de renseignements et les annuaires	395
d.	Les cabines téléphoniques	395
e.	Les avantages immatériels	395
2.	L'évaluation du coût net du service universel pour 2005	396
3.	La notion de charge excessive	397
<b>D.</b>	<b>Les litiges en cours</b>	398
<b>E.</b>	<b>Le contrôle des tarifs du service universel en 2006</b>	399
1.	L'introduction d'un encadrement tarifaire pluriannuel	399
2.	Pourquoi un encadrement tarifaire pluriannuel ?	399
3.	Le contrôle a priori des prestations de service universel	399

## CHAPITRE 3

### L'action de l'Autorité à l'international

<b>A.</b>	<b>L'UIT et l'UPU</b>	401
1.	L'Union internationale des télécommunications (UIT)	401
a.	L'UIT-T	402
b.	L'UIT-R	403
c.	L'UIT-D	403
2.	L'Union Postale Universelle (UPU)	404
<b>B.</b>	<b>La Conférence européenne des administrations des Postes et Télécommunications (CEPT)</b>	404
<b>C.</b>	<b>L'ETSI</b>	405
<b>D.</b>	<b>L'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE)</b>	406
<b>E.</b>	<b>Coopération et voyages d'étude</b>	406
1.	Les échanges bilatéraux	406
2.	La coopération avec les pays francophones : Fratel	407
a.	La réunion annuelle du réseau Fratel à Dakar	407
b.	Le séminaire d'échange d'information et d'expérience à Sofia	407
c.	La formation Badge	407
3.	Les missions d'études	408

# Les nouvelles problématiques



409

## CHAPITRE 1

### La rupture technologique vers la fibre optique

411

- A. Le coût de déploiement d'un réseau FTTH** 412
- B. L'accompagnement du très haut débit par les pouvoirs publics** 413
  - 1. Le rôle des collectivités 413
  - 2. La réglementation et la normalisation 414
  - 3. La régulation 415
    - a. L'accès aux fourreaux existants 415
    - b. La mutualisation de la partie terminale des réseaux d'accès fibre 415

## CHAPITRE 2

### La dérégulation des marchés de détail de la téléphonie fixe

417

- A. L'allègement de la régulation des marchés de détail  
de la téléphonie fixe** 417
- B. Une démarche en trois étapes** 418
  - 1. Les marchés des communications résidentielles 418
  - 2. L'accès et les communications sur support analogique 419
  - 3. L'accès et les communications sur support numérique 419
- C. Des marchés sous surveillance** 419
- D. Vers plus de régulation symétrique** 420

## CHAPITRE 3

### La convergence fixe-mobile

421

- A. Du simple couplage commercial à l'offre d'accès hybride** 421
- B. Convergence et substitution fixe-mobile : deux stratégies  
quasiment antagonistes** 423

C.	Convergence et risques concurrentiels	423
D.	Une maturation technique des offres qui va prendre du temps	424

## CHAPITRE 4

	Le dividende numérique	425
--	------------------------	-----

A.	Un enjeu décisif pour les télécommunications	425
B.	Quelle structure et quelle taille pour le dividende numérique ?	426
	1. Dégager une sous-bande harmonisée de fréquences	426
	2. Optimisations et extension du dividende numérique	427
C.	Des fréquences pour quels contenus ?	428
D.	2007 : une année cruciale	428
	1. La Conférence mondiale des radiocommunications	428
	2. Un effort d'harmonisation au niveau européen	428
	3. La France doit saisir l'opportunité offerte par le dividende numérique	429

## CHAPITRE 5

	L'impact des services de voix proposés par les acteurs du logiciel sur le marché des télécommunications	431
--	---	-----

A.	Un potentiel de substitution de la demande	432
B.	La stratégie défensive des opérateurs de télécommunications	432

	Annexes	435
--	---------	-----

	Glossaire	437
--	-----------	-----

	Les dividendes de la concurrence : un gain pour le consommateur estimé à 10 milliards € entre 1998 et 2005	447
--	--	-----