



PROJET DE DÉCISION DU CONSEIL DE L'IBPT  
DU XX XX XXXX  
RELATIVE À LA DÉFINITION DES MARCHÉS, L'ANALYSE DES CONDITIONS DE CONCURRENCE, L'IDENTIFICATION DES  
OPÉRATEURS PUISSANTS ET LA DÉTERMINATION DES OBLIGATIONS APPROPRIÉES POUR LES MARCHÉS DU GROUPE  
"TÉLÉPHONIE FIXE", SÉLECTIONNÉS DANS LA RECOMMANDATION DE LA COMMISSION EUROPÉENNE DU 11 FÉVRIER  
2003:  
**SERVICES TÉLÉPHONIQUES NATIONAUX ACCESSIBLES AU PUBLIC EN POSITION DÉTERMINÉE POUR LA CLIENTÈLE  
RÉSIDENTIELLE ET NON RÉSIDENTIELLE**

**Modalités de consultation**

Délai de réponse : jusqu'au 9 juin 2008 inclus  
À mentionner : Analyse des marchés 3/03 et 5/03  
Adresse de réponse électronique : [smp@ibpt.be](mailto:smp@ibpt.be)  
Adresse postale : Institut belge des services postaux et des télécommunications  
Ellipse Building C  
Boulevard du Roi Albert II 35  
1030 Bruxelles  
Fax: 02 226 88 41  
Personne de contact : Eduard Verbeke, conseiller (02 226 89 03)

**La présente consultation a lieu en application de l'article 140 de la loi du 13 juin 2005**

## Table des matières

1	Introduction .....	4
1.1	Contexte et base légale	5
1.1.1	Le cadre européen .....	5
1.1.2	Le cadre belge .....	6
1.1.3	Principes du cadre réglementaire européen.....	7
1.2	Méthodologie relative à la définition des marchés pertinents	8
1.2.1	Définition des marchés pertinents .....	8
1.2.2	Définition des marchés géographiques .....	12
1.2.3	Vérification si les marchés définis sont susceptibles d'être régulés <i>ex ante</i> .....	13
1.3	Méthodologie relative à l'analyse des marchés pertinents	14
1.3.1	Principes généraux .....	14
1.3.2	Structure des analyses de marché .....	16
1.2	Méthodologie relative à l'imposition des remèdes appropriés	18
1.4	Méthodologie relative à l'imposition des obligations appropriées	19
1.4.1	Obligations de gros .....	21
1.4.2	Obligations de détail.....	23
1.4.3	Entrée en vigueur des obligations .....	23
1.5	Procédure de consultation : base légale	23
1.5.1	Consultation nationale.....	23
1.5.2	L'avis du Conseil de la concurrence.....	25
1.5.3	Les consultation et notification européennes .....	25
2	Présentation générale des marchés de détail des services téléphoniques nationaux en position déterminée pour une clientèle résidentielle et non résidentielle.....	28
2.1	Acteurs du marché	28
2.1.1	Opérateurs fournissant des services téléphoniques par accès direct .....	29
2.1.2	Opérateurs fournissant des services téléphoniques par sélection/présélection .....	29
2.1.3	Opérateurs fournissant des services téléphoniques par « two stage dialing » et « call-back »	30
2.1.4	Opérateurs fournissant des services téléphoniques de type « unmanaged VoIP » .....	30
2.2	Principales offres à la minute et au forfait pour la clientèle résidentielle (hors revendeurs)	30
2.2.1	Tarifs des appels fixe vers fixe nationaux.....	30
2.2.2	Les tarifs au forfait et options tarifaires .....	31
2.2.3	Tarifs des appels fixe vers mobile nationaux.....	34
2.2.4	Principales offres groupées.....	36
2.3	Principales offres à la minute et au forfait pour la clientèle non résidentielle	37
2.3.1	Tarifs des appels fixe vers fixes nationaux.....	37
2.3.2	Tarifs des appels fixe vers mobiles nationaux.....	39
2.4	Marchés pertinents de produits	41
2.5	Marchés pertinents géographiques	54
2.6	Conclusion	56
3	Analyse des marchés définis.....	57

3.1	Description du marché	57
3.1.1	Taille du marché, parts de marché et concentration du marché.....	57
3.1.2	Dynamique de marché.....	65
3.1.3	Autres caractéristiques du marché.....	70
3.2	Test des trois critères	74
3.2.1	1er critère - Barrières à l'entrée et entraves au développement de la concurrence .....	74
3.2.2	2ème critère - Absence d'évolution possible vers une concurrence effective .....	78
3.2.3	3ème critère - Efficacité relative du droit de la concurrence et utilité d'une régulation <i>ex ante</i> complémentaire.....	81
3.2.4	Conclusion .....	84
3.3	Analyse de la puissance sur le marché	87
3.3.1	Analyse des indicateurs quantitatifs .....	87
3.3.2	Analyse des indicateurs qualitatifs .....	88
3.3.3	Analyse prospective .....	90
3.3.4	Conclusion générale .....	92
4	Obligations imposées à l'opérateur SMP .....	93
4.1	Obligations actuellement imposées à Belgacom	93
4.1.1	Obligations issues de la décision du 11 août 2006 .....	93
4.1.2	Autres obligations influençant les marchés en question.....	94
4.2	Problèmes de marché potentiels et obligations appropriées	94
4.2.1	Problèmes de marché potentiels.....	94
4.3	Obligations imposées à Belgacom dans le cadre de la présente analyse	95
4.3.1	Aperçu des obligations à imposer .....	95
4.3.2	Contrôles des prix de détail et comptabilisation des coûts.....	96
4.3.3	Transparence.....	99
4.3.4	Séparation comptable .....	100
4.4	Retrait d'obligations ou modification de certaines modalités d'obligations imposées par la décision du 11 août 2006	101
5	Procédure de consultation, entrée en vigueur et validité de la présente décision.....	102
5.1	Procédure de consultation	102
5.1.1	Consultation publique.....	102
5.1.2	Saisine du Conseil de la concurrence .....	102
5.1.3	Notification européenne .....	102
5.2	Entrée en vigueur et validité de la présente décision	102
5.2.1	Entrée en vigueur.....	102
5.2.2	Validité de la présente décision.....	102

# 1 Introduction

- 1 Le 11 août 2006, l'IBPT adoptait une décision relative aux marchés du groupe « téléphonie fixe », sélectionnés dans la recommandation de la Commission européenne du 11 février 2003. Prenant en compte une remarque formulée par la Commission européenne, l'IBPT avait décidé que la période d'analyse pour les marchés de détail des services téléphoniques devait être limitée à deux ans.
- 2 Le 17 décembre 2007, la Commission européenne adoptait la seconde édition de sa Recommandation concernant les marchés de services et de produits 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.<sup>1</sup>
- 3 Dans cette nouvelle version de la Recommandation, la Commission a retenu comme seul marché de détail celui de l'accès au réseau téléphonique public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et non résidentielle (anciens marchés 1 et 2). Les autres marchés de détail, à savoir les anciens marchés 3 (services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle), 4 (services téléphoniques internationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle), 5 (services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle) et 6 (services téléphoniques internationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle) ne sont donc plus considérés par la Commission comme devant être obligatoirement réglementés *ex ante*.
- 4 Dans l'exposé des motifs de la nouvelle recommandation, la Commission explique qu'il y a lieu de réexaminer les marchés sur lesquels des obligations avaient été imposées: "*An important transition aspect concerns the review of markets [...] which are no longer included but where remedies have already been imposed (under the initial Recommendation) commensurate with findings of SMP. [...] The underlying principle therefore is that remedies that have been imposed should stay in place until a new market analysis is due and is undertaken. [...] NRAs should undertake a new market analysis in order to both maintain, amend or withdraw remedies imposed following an SMP finding, irrespective of whether the relevant market remains or has been removed from the Recommendation.*" Pour les marchés qui ne sont plus listés dans la nouvelle Recommandation, il y a cependant lieu de faire le test des trois critères<sup>2</sup> : "*Lorsqu'elles*

---

<sup>1</sup> J.O.C.E. L 344 du 28 décembre 2007

<sup>2</sup> Existence de barrières à l'entrée, absence d'évolution vers une concurrence effective et insuffisance du droit de la concurrence.

*recensent des marchés autres que ceux en annexe, les autorités réglementaires nationales doivent s'assurer que les trois critères [...] sont remplis en même temps.*" L'IBPT s'est conformé à ces dispositions, ce qui justifie également qu'il n'a plus analysé les marchés des services téléphoniques internationaux qui avaient été déclarés concurrentiels (marchés 4 et 6 de l'ancienne recommandation).

- 5 Le présent projet de décision a pour objet d'examiner si la situation des anciens marchés 3 et 5 en Belgique conduit l'IBPT à adopter les mêmes conclusions que celles de la Commission.
- 6 Dans sa décision du 11 août 2006 relative aux marchés de la téléphonie fixe<sup>3</sup>, l'IBPT concluait en page 99 que Belgacom disposait d'une puissance significative sur le marché des services téléphoniques nationaux en position déterminée pour une clientèle résidentielle (marché 3) et non résidentielle (marché 5). Avant de décider s'il y a lieu de continuer à réguler ces marchés de détail, l'IBPT doit donc :
  - 6.1 vérifier si la définition de ces deux marchés résultant de la décision du 11 août 2006 reste valide ;
  - 6.2 appliquer le test des trois critères afin de déterminer si les marchés sont susceptibles de faire l'objet d'une régulation *ex ante* ;
  - 6.3 dans l'affirmative, établir s'il y a des opérateurs puissants sur les marchés concernés et, le cas échéant, déterminer les obligations à leur imposer.
- 7 Au moment de la publication du présent projet de décision, l'IBPT ne disposait pas encore des données statistiques de tous les opérateurs pour l'exercice 2007. Cela explique pourquoi l'analyse se base sur des données chiffrées allant jusqu'en 2006. L'IBPT estime néanmoins que la situation n'a pas changé significativement en 2007 et que l'actualisation des chiffres ne modifiera très probablement pas les conclusions de la présente analyse.

## **1.1 Contexte et base légale**

### **1.1.1 Le cadre européen**

- 8 Le Parlement européen et le Conseil de l'Union européenne ont adopté en 2002 cinq directives ayant pour objet d'établir un nouveau cadre réglementaire pour la fourniture de réseaux et de services de communications électroniques :

---

<sup>3</sup> Décision du Conseil de l'IBPT du 11 août 2006 relative à la définition des marchés, l'analyse des conditions de concurrence, l'identification des opérateurs puissants et la détermination des obligations appropriées pour les marchés du groupe "téléphonie fixe", sélectionnés dans la Recommandation de la Commission européenne du 11 février 2003

- 8.1 La directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques (directive « cadre »).
  - 8.2 La directive 2002/20/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à l'autorisation des réseaux et de services de communications électroniques (directive « autorisation »).
  - 8.3 La directive 2002/19/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à l'accès aux réseaux de communications électroniques et aux ressources associées, ainsi qu'à leur interconnexion (directive « accès »).
  - 8.4 La directive 2002/22/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 concernant le service universel et les droits des utilisateurs au regard des réseaux et services de communications électroniques (directive « service universel »).
  - 8.5 La directive 2002/58/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 juillet 2002 concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques (directive « vie privée et communications électroniques »).
- 9 La Commission européenne a complété ce cadre réglementaire notamment par :
- 9.1 La directive 2002/77/CE de la Commission européenne du 16 septembre 2002 relative à la concurrence dans les marchés des réseaux et des services de communications électroniques.
  - 9.2 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 (2002/C 165/03).
  - 9.3 La Recommandation de la Commission européenne 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.
  - 9.4 La Recommandation de la Commission européenne du 17 décembre 2007 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.

## 1.1.2 Le cadre belge

- 10 La loi belge applicable à la présente analyse de marché est celle du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques (ci-après la loi du 13 juin 2005).

### 1.1.3 Principes du cadre réglementaire européen

- 11 Afin de garantir une concurrence effective sur les marchés de communications électroniques, le cadre réglementaire européen contraint les autorités réglementaires nationales à imposer des obligations aux opérateurs de communications électroniques puissants sur un marché pertinent. Le concept de « puissance » est équivalent au concept de position dominante en droit de la concurrence. La directive « cadre » a mis en place une procédure de définition du marché et une procédure d'analyse de marché inspirées du droit de la concurrence. Ces procédures sont conduites par chaque autorité réglementaire nationale (ARN) et font intervenir tant la Commission européenne que les ARN des autres Etats membres.<sup>4</sup>
- 12 L'article 15 de la directive « cadre » dispose qu'après « consultation publique et consultation des ARN, la Commission européenne adopte une Recommandation sur les marchés pertinents de produits et de services ». La Recommandation recense « les marchés de produits et de services dans le secteur des communications électroniques dont les caractéristiques peuvent justifier l'imposition d'obligations réglementaires fixées dans les directives particulières ».
- 13 Conformément à l'article 15, la Commission européenne a adopté la « Recommandation sur les marchés pertinents de produits et de services » en 2003.<sup>5</sup> Ces marchés pertinents ont été définis par la Commission européenne sur la base de l'Annexe I de la directive « cadre » qui indique les marchés pertinents devant figurer dans la première recommandation. Une deuxième Recommandation a été adoptée le 17 décembre 2007.
- 14 L'article 16 de la directive « cadre »<sup>6</sup> dispose ensuite que « dès que possible après l'adoption de la recommandation ou de sa mise à jour éventuelle, les ARN effectuent une analyse des marchés pertinents ». Cet article a été transposé à l'article 54 de la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques.
- 15 La directive « cadre » reconnaît que les circonstances de marché nationales peuvent rendre inadaptée la reprise des définitions de marché contenues dans la Recommandation : dans ce cas, celles-ci peuvent être élargies ou réduites.<sup>7</sup> La Commission européenne envisage la possibilité que le contexte national puisse amener les ARN à identifier des marchés pertinents additionnels ou à effectuer un découpage plus fin de certains marchés pertinents.

---

<sup>4</sup> Voir art.15 de la directive « cadre », op. cit.

<sup>5</sup> Recommandation de la CE du 11 février 2000, p.45.

<sup>6</sup> Voir art.16 de la directive « cadre », op. cit.

<sup>7</sup> Voir article 15. 3 de la directive « cadre ».

16 Pour encadrer la mise en œuvre de la Recommandation par les ARN, la directive « cadre » prévoit l'adoption par la Commission européenne de « lignes directrices sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché » (ci après les « lignes directrices »), ce qu'a fait la Commission européenne en 2002.<sup>8</sup> Les lignes directrices rappellent les principes méthodologiques applicables à la définition des marchés, l'analyse des marchés et la détermination des obligations, les « remèdes ». Elles disposent également que les ARN doivent procéder à une analyse prospective et dynamique des marchés.<sup>9</sup>

## 1.2 **Méthodologie relative à la définition des marchés pertinents**

17 L'objectif de cette section est de présenter la démarche suivie par l'IBPT pour la définition des marchés pertinents de communications électroniques. Elle n'entend se substituer ni aux lignes directrices de la Commission européenne, ni à la Recommandation sur les marchés pertinents, ni au droit communautaire de la concurrence de manière générale.

### 1.2.1 **Définition des marchés pertinents**

18 Préalablement à l'identification des entreprises puissantes sur le marché, l'IBPT se doit de définir les marchés pertinents de produits ou de services et les marchés pertinents géographiques.

19 Selon une jurisprudence constante de la Cour de Justice des Communautés Européennes (CJCE), le marché pertinent de produits ou de services comprend tous les produits ou les services qui sont *suffisamment* interchangeables ou substituables l'un à l'autre, en fonction non seulement de leurs caractéristiques objectives, en vertu desquelles ils sont particulièrement aptes à satisfaire les besoins constants des consommateurs, de leur prix ou leur usage prévu, mais également en fonction des conditions de concurrence et/ou de la structure de la demande et de l'offre sur le marché en question.<sup>10</sup> A contrario, la CJCE estime que les produits ou les services qui ne présentent entre eux qu'un degré *faible* ou *relatif* d'interchangeabilité ne font pas partie du même marché.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> Lignes directrices de la CE 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, (2002/C 165/03), JOCE C 165/6 du 11/07/2002, p.6 .

<sup>9</sup> Voir pt 26 des lignes directrices, op. cit.

<sup>10</sup> Voir par exemple : Affaire C-333/94 P, Tetra Pak contre la CE, Recueil 1996, p. I-5951, point 13; affaire 31/80, L'Oréal, Recueil 1980, p. 3775, point 25; affaire 322/81, Michelin contre la CE, Recueil 1983, p. 3461, point 37; affaire C-62/86, AkzoChemie contre la CE, Recueil 1991, p. I-3359.

<sup>11</sup> Voir par exemple : Affaire C-333/94 P, Tetra Pak contre la CE, Recueil 1996, p. I-5951, point 13; affaire 66/86, AhmedSaeed , Recueil 1989, p. 803, points 39 et 40; affaire UnitedBrand s contre la CE, Recueil 1978, p. 207, points 22 à 29 et point 12.

- 20 Afin de définir les marchés pertinents, les critères de substituabilité du côté de l'offre et de la demande sont utilisés. Le critère de la substituabilité du côté de la demande est utilisé pour déterminer dans quelle mesure les consommateurs sont disposés à substituer d'autres services ou produits au service ou produit en question, tandis que la substituabilité du côté de l'offre indique si des fournisseurs autres que ceux qui offrent le produit ou le service en question réorienteraient, sans délai ou à court terme, leur production ou offriraient les produits ou les services en question sans encourir d'importants coûts supplémentaires.
- 21 Il y a lieu de préciser que dans la segmentation des marchés de produits, la CJCE accorde une plus grande importance à la détermination de la substituabilité de la demande qu'à la substituabilité de l'offre.
- 22 Pour déterminer la substitution du côté de la demande et de l'offre, on peut, lorsque cela est approprié, utiliser le test du monopoleur hypothétique.<sup>12</sup> Le principe de ce test est de considérer le marché comme un service, ou un ensemble de services, sur lequel une entreprise hypothétique, cherche à maximiser ses profits. Cette entreprise est supposée exempte de toute réglementation en matière de prix, et représente l'unique fournisseur du service ou du groupe de services en question. Cette augmentation hypothétique de prix est communément désignée par le test d'une « augmentation des prix relatifs » – ou test *small significant non-transitory increase in price* (SSNIP). Il s'agit généralement d'une augmentation de l'ordre de 5% à 10% pendant une période d'un an. Le test SSNIP constitue un guide d'analyse utile, mais ne saurait non plus être utilisé comme une procédure générique de définition des marchés.

### 1.2.1.1 Substituabilité du point de vue de la demande

- 23 Concernant la substituabilité du côté de la demande, il y a lieu de dresser une liste non limitative des principaux critères. Il n'est pas obligatoire d'utiliser l'ensemble de ces critères pour chaque cas. Ces critères sont :
- 23.1 **Les caractéristiques techniques d'un produit ou d'un service** sont systématiquement analysées en premier car elles définissent de manière factuelle (c'est à dire objective) les propriétés des produits.
- 23.2 **L'usage d'un produit ou d'un service par un utilisateur** est central dans la mesure ou l'interchangeabilité des produits dépend en grande partie de leur utilisation et de l'attente des utilisateurs. Ainsi, des produits ayant des caractéristiques différentes, mais correspondant à une même utilisation, peuvent être considérés comme substituables du point de vue de la demande. A l'inverse, des produits similaires du point de vue des

---

<sup>12</sup> Ceci est l'approche recommandée par la CE dans ses lignes directrices (Point 40).

caractéristiques, mais n'ayant pas le même usage, peuvent ne pas appartenir au même marché.

- 23.3 **La tarification d'un produit ou d'un service.** Même si cet élément n'est pas décisif en lui-même pour conclure à la substituabilité du point de vue de la demande, un écart de prix substantiel et durable entre différents produits constitue un indice de non substituabilité et donc de non appartenance au même marché.
- 24 Les critères mentionnés ci dessus ne sont pas limitatifs. Lorsque cela est pertinent, on pourra utiliser d'autres critères, comme l'environnement réglementaire, les normes utilisées, la perception de la marque d'un produit par les utilisateurs finals.
- 25 En dernier lieu, on peut noter que le secteur des communications électroniques se caractérise par des évolutions technologiques rapides, impliquant des phénomènes de migration technologique de la part des utilisateurs. Par exemple, dans le secteur de l'accès à Internet de détail, on a pu constater une migration des utilisateurs finals d'offres bas débit vers les offres haut débit. Ce type de phénomène ne traduit pas nécessairement une substituabilité du côté de la demande. Une migration technologique de ce type est unidirectionnelle et n'est pas (ou peu) motivée par des variations tarifaires du type « SSNIP ». Elle est motivée surtout par les services additionnels offerts par la nouvelle technologie.

### 1.2.1.2 Substituabilité du point de vue de l'offre

- 26 La substitution par rapport à l'offre permet de « tenir compte de la probabilité que des entreprises qui ne sont pas encore actives sur le marché pertinent de produits décident d'y entrer dans un délai raisonnable ». La jurisprudence communautaire<sup>13</sup> et la pratique administrative de la Commission européenne<sup>14</sup> n'intègrent pas l'autofourniture dans la définition des marchés pertinents, c'est-à-dire la fabrication par une entreprise d'un bien intermédiaire aux fins de sa propre production. D'autre part, la « substituabilité du côté de l'offre purement hypothétique ne

---

<sup>13</sup> Voir Affaire IV/M126. De même, dans la décision Accor/Wagon-lit, la CE rappelait que « contrairement à l'opinion d'Accor, le marché pertinent n'inclut pas la restauration collective exécutée par des collectivités en autogestion (restauration collective directe). L'autogestion d'une cantine par une entreprise ou une administration n'est pas un service offert sur le marché de la prestation de services en matière de restauration. Elle ne représente pas une alternative pour les clients recherchant une restauration collective fournie par un tiers ».

<sup>14</sup> Voir pt 98 de Communication de la CE, du 13 octobre 2000 : lignes directrices sur les restrictions verticales [COM(2000/C 291/01). Journal officiel C291 du 13.10.2000: « 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. Cependant, pour définir le marché et calculer la part de marché pour les biens et les services intermédiaires, la production interne ne sera pas prise en considération ».

suffit pas aux fins de la définition du marché ». <sup>15</sup> Les ARN doivent tenir compte des éléments suivants :

- 26.1 Les coûts globaux d'adaptation de la production au produit en question sont relativement négligeables.
  - 26.2 Le fait qu'une entreprise rivale possède certains des actifs nécessaires à la prestation d'un service donné est sans importance si un volume considérable d'investissements supplémentaires est nécessaire pour commercialiser le service en question et en tirer des bénéfices. <sup>16</sup>
  - 26.3 Les ARN doivent vérifier si un fournisseur donné utiliserait ou adapterait effectivement ses capacités pour fabriquer le produit ou offrir le service en question (en vérifiant, par exemple, si les capacités en question ne sont pas affectées à des contrats de fourniture de longue durée, etc.).
- 27 Pour éviter une segmentation excessive des marchés la Commission européenne retient parfois une acception plus large de la substituabilité du point de vue de l'offre. Dans ces cas, la Commission européenne regarde juste la capacité d'une entreprise à adapter son appareil de production pour fournir un service. Si la modification de l'outil de production n'exige pas d'investissements ni de délais importants, la Commission européenne intègre dans un seul et même marché des produits A et des produits B qui ne seraient pas substituables du point de vue de la demande. Cette approche est pertinente pour les marchés sur lesquels prévalent les mêmes conditions de concurrence (mêmes barrières à l'entrée, mêmes opérateurs, même opérateur en position dominante, mêmes perspectives d'évolution). <sup>17</sup> Une segmentation excessive pourrait être remise en cause rapidement par des innovations technologiques. La délimitation de marchés pertinents n'interdit pas au régulateur d'adopter des mesures de régulation différenciées au sein de ces marchés. Le régulateur doit donc s'interroger sur l'utilité finale d'une segmentation fine du marché.
- 28 Dans la segmentation des marchés de produits, la CJCE accorde une plus grande importance à la détermination de la substituabilité de la demande qu'à celle de la substituabilité de l'offre. Si la substitution par rapport à la demande est établie, il n'est alors pas indispensable dans la pratique de procéder à la substituabilité par rapport à l'offre, les deux offreurs étant déjà sur le même marché de produits. De manière pratique, une analyse de la substituabilité du point de vue de

---

<sup>15</sup> Lignes directrices de la CE 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, (2002/C 165/03), JOCE C 165/6 du 11/07/2002, p.6.

<sup>16</sup> Voir également l'arrêt rendu dans l'affaire C-333/94 P, Tetra Pak contre la CE, précitée, point 19. Comme indiqué plus haut, les investissements nécessaires doivent aussi être réalisés dans un délai raisonnable.

<sup>17</sup> Pour une application de ce principe dans le contexte du nouveau cadre réglementaire, voir l'avis n° 05-A-05 du Conseil de la Concurrence français du 16 février 2005, §19.

l'offre viendrait alors juste confirmer l'analyse de la substituabilité de la demande. Dans certains cas, la substituabilité au niveau de la demande sera faible voire inexistante. Dans ces cas précis, l'existence d'une substituabilité au niveau de l'offre pourra infirmer les conclusions au niveau de la demande et donc permettre d'inclure le service en question dans le marché pertinent.

Ce raisonnement est élaboré dans le tableau de décision suivant.

Conditions	Substituabilité du côté de la demande entre A et B	oui	non	non
	Substituabilité du côté de l'offre entre A et B	-	oui	non
Résultat	A et B dans un même marché	oui	oui	non

**Figure 1.1:** Tableau de décision concernant la substitution du côté de la demande et de l'offre

## 1.2.2 Définition des marchés géographiques

- 29 Selon une jurisprudence constante de la CJCE, le marché géographique comprend le territoire sur lequel les entreprises concernées sont engagées dans l'offre des biens et des services en cause, sur lequel les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes et qui peut être distingué de zones géographiques voisines parce que, en particulier, les conditions de concurrence y diffèrent de manière appréciable.<sup>18</sup>
- 30 La CJCE a estimé à plusieurs reprises 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 selon elle 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.<sup>19</sup> En définitive, il s'agit de la zone géographique sur laquelle un pouvoir de monopole pourrait effectivement être exercé sans être exposé à la concurrence d'autres offreurs situés dans d'autres zones géographiques ou à celle d'autres biens et services.
- 31 Pour définir les marchés géographiques, on peut utiliser les critères de substituabilité de la demande et de l'offre, combinés avec le test du monopoleur hypothétique. En pratique, la Commission européenne rappelle dans les lignes directrices que dans le secteur des

<sup>18</sup> Voir par exemple : Arrêt UnitedBrands, point 44; arrêt Michelin précité, point 26.

<sup>19</sup> Voir par exemple : Arrêt Deutsche Bahn contre la CE précité, point 92; affaire T-139/98 AAMS contre la CE, point 39, non encore publiée au recueil.

communications électroniques, les limites géographiques d'un marché sont généralement fonction de la couverture des réseaux et des obligations légales et réglementaires.<sup>20</sup> On peut citer d'autres critères qui ont parfois été pris en compte dans certaines affaires en matière de concurrence : cadre réglementaire, fonctionnalités de services, norme (GSM par exemple), tarification, pratiques commerciales.

### 1.2.3 Vérification si les marchés définis sont susceptibles d'être régulés *ex ante*

- 32 Dans les Recommandations du 11 février 2003 et du 17 décembre 2007, il est écrit que la réglementation *ex ante* et le droit de la concurrence sont à utiliser comme des moyens d'action complémentaires pour atteindre les objectifs fixés dans le secteur des communications électroniques et pour remédier au manque de concurrence effective et que, parallèlement, l'une des règles fondamentales veut que la réglementation *ex ante* soit levée lorsqu'elle n'est plus nécessaire.
- 33 Trois critères sont jugés appropriés pour recenser les marchés pertinents. Ces critères sont cumulatifs : il suffit que l'un d'eux ne soit pas rempli pour que le test soit négatif et que le marché ne puisse pas être régulé *ex ante*. Ces critères sont les suivants :
- 33.1 Le premier critère consiste à déterminer si un marché présente des barrières à l'entrée élevées et non provisoires ; deux types de barrières peuvent être distingués : les barrières structurelles et les barrières légales ou réglementaires.
- 33.2 Le deuxième critère consiste à déterminer si les caractéristiques d'un marché présagent une évolution vers une situation de concurrence effective ; ce critère est dynamique et prend en compte un certain nombre d'aspects structurels et comportementaux, qui permettent de savoir si, sur la période considérée, le marché va devenir plus concurrentiel . Un cas typique est un marché qui abrite un nombre limité, mais suffisant, d'entreprises actives au-delà des barrières à l'entrée qui se distinguent par leur structure de coûts et répondent à une demande élastique par rapport au prix. Pour déterminer si un marché présente ces caractéristiques, il y a lieu de tenir compte de l'évolution passée, de la situation présente et également de l'avenir pour autant que ce soit fait dans des limites temporelles précises (correspondant à l'intervalle qui sépare les réexamens effectués par les ARN) et non comme une spéculation théorique.
- 33.3 Le troisième critère envisage l'efficacité suffisante du droit de la concurrence en lui-même (sans réglementation *ex ante*), compte tenu des caractéristiques du secteur des communications électroniques.

---

<sup>20</sup> Voir décision Décision 1999/573/CE de la CE, du 20 mai 1999, relative à une procédure d'application de l'article 81 du traité CE (affaire IV/36.592- Cégétel +4), JOCE n°L 218 du 18/08/1999, p. 0014-0023.

## 1.3 **Méthodologie relative à l'analyse des marchés pertinents**

34 L'objectif de cette section est de présenter la démarche suivie par l'IBPT pour l'analyse des marchés pertinents de communications électroniques. Elle n'entend se substituer ni aux lignes directrices de la Commission européenne, ni à la Recommandation sur les marchés pertinents, ni au droit communautaire de la concurrence de manière générale.

### 1.3.1 **Principes généraux**

35 L'analyse des marchés a pour objectif d'identifier les entreprises puissantes sur les marchés étudiés.

#### 1.3.1.1 **Position dominante simple**

36 L'article 14 de la directive « cadre » dispose qu'une « entreprise est considérée comme disposant d'une puissance significative sur le marché si, individuellement ou conjointement avec d'autres, elle se trouve dans une position équivalente à une position dominante, c'est à dire qu'elle est en mesure de se comporter, dans une mesure appréciable, de manière indépendante de ses concurrents, de ses clients et, en fin de compte, des consommateurs ».

37 L'article 14.3 de la directive « cadre » précise que « lorsqu'une entreprise est puissante sur un marché particulier, elle peut également être considérée comme puissante sur un marché étroitement lié, lorsque les liens entre les deux marchés sont tels qu'ils permettent d'utiliser sur un des deux marchés, par effet de levier, la puissance détenue sur l'autre marché, ce qui renforce la puissance de l'entreprise sur le marché ».

38 Dans une analyse *ex ante*, la dominance se détermine par la possibilité que l'entreprise en cause a « d'augmenter ses prix en restreignant sa production sans enregistrer une baisse significative de ses ventes ou de ses recettes »<sup>21</sup>.

39 Pour identifier une entreprise disposant d'une puissance significative sur le marché, la mesure des parts de marché est un élément fondamental, mais il n'est ni décisif ni suffisant. Les lignes directrices de la Commission européenne rappellent plusieurs principes à ce sujet :

39.1 Il est improbable que des entreprises dont la part de marché n'excède pas 25% détiennent une position dominante individuelle sur le marché pertinent.

39.2 Il est probable que des entreprises dont la part de marché excède 40% disposent d'une position dominante.

---

<sup>21</sup> Voir pt 73 des lignes directrices op. cit.

- 39.3 Il est certain, sauf circonstances exceptionnelles, que des entreprises dont la part de marché excède 50% disposent d'une position dominante.
- 40 En complément du calcul des parts de marché, les lignes directrices énoncent également plusieurs critères qui permettent de mesurer le niveau de concurrence actuel et son évolution pendant la durée de la période d'analyse :
- 40.1 la taille globale de l'entreprise
  - 40.2 le contrôle d'une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer
  - 40.3 les avancées ou la supériorité technologiques
  - 40.4 l'absence ou la faible présence de contre-pouvoir des acheteurs
  - 40.5 l'accès facile ou privilégié aux marchés des capitaux et aux ressources financières
  - 40.6 la diversification des produits et/ou des services (par exemple, produits ou services groupés)
  - 40.7 les économies d'échelle
  - 40.8 les économies de gamme
  - 40.9 l'intégration verticale
  - 40.10 l'existence d'un réseau de distribution et de vente très développé
  - 40.11 l'absence de concurrence potentielle
  - 40.12 des entraves à l'expansion.
- 41 Cette liste n'est ni exhaustive ni cumulative. Seule la réunion de plusieurs critères constitue un élément décisif pour la détermination de la position dominante.
- 42 La dominance peut être limitée par l'existence :
- 42.1 de faibles barrières à l'entrée sur le marché
  - 42.2 de concurrents potentiels. Les ARN doivent donc tenir compte de l'éventualité que des entreprises n'exerçant pas encore d'activité sur le marché de produits pertinent puissent décider à moyen terme d'y prendre pied à la suite d'une augmentation légère mais significative et durable des prix. L'analyse à moyen terme se différencie donc de l'analyse de la substituabilité du côté de l'offre dans la définition des marchés qui implique une analyse à court terme.

### 1.3.1.2 Position dominante conjointe

- 43 La directive « cadre » dispose que lorsque les ARN procèdent à une évaluation visant à déterminer si deux entreprises, ou plus, occupent conjointement une position dominante sur un marché, elles se conforment aux dispositions du droit communautaire et tiennent le plus grand compte des lignes directrices.

- 44 Deux entreprises (ou plus) peuvent être en situation de dominance conjointe même s'il n'existe entre elles aucun lien structurel ou autre. La dominance conjointe peut être constatée dans un marché dont la structure est considérée comme propice à produire des effets coordonnés.
- 45 L'annexe II de la directive « cadre » dresse de surcroît une liste non limitative de critères non cumulatifs pour apprécier la position dominante conjointe : marché arrivé à maturité, stagnation ou croissance modérée de la demande, faible élasticité de la demande, produits homogènes, structures de coût analogues, parts de marché similaires, absence d'innovations techniques, technologie au point, absence de capacité excédentaire, importantes barrières à l'entrée, absence de contre-pouvoir des acheteurs, absence de concurrence potentielle, diverses sortes de liens informels ou autres entre les entreprises concernées, mécanismes de rétorsion, absence ou possibilité réduite de concurrence par les prix.

#### 1.1.1.1 Analyse prospective

- 46 La directive « cadre » dispose que l'«analyse du caractère effectif de la concurrence devrait notamment porter sur les perspectives que ce marché offre en termes de concurrence afin de déterminer si une éventuelle absence de concurrence effective est susceptible de perdurer»<sup>22</sup>. Lorsque la Commission européenne a recensé les 18 marchés de la Recommandation du 11 février 2003 sur les marchés pertinents, elle a également utilisé une analyse prospective. En effet, les trois critères utilisés par la Commission européenne (présence de barrières élevées et non provisoires à l'entrée, caractère dynamique du marché, capacité du droit de la concurrence à instaurer à lui seul une concurrence effective sur le marché) nécessitent une analyse prospective.
- 47 La question qui se pose est celle de savoir si les ARN doivent elles aussi utiliser ces critères pour conduire leur analyse de marché, c'est-à-dire la détermination des opérateurs puissants sur le marché.
- 48 Dans la mesure où les motifs de la Recommandation disposent que « la Commission européenne invite les ARN à suivre les mêmes critères et principes fondamentaux lorsqu'elles recenseront des marchés qui ne figurent pas dans la présente recommandation »<sup>23</sup>, la réponse doit être négative.

### 1.3.2 Structure des analyses de marché

- 49 Les analyses de marché sont structurées de la manière suivante :

---

<sup>22</sup> Voir cons.27 de la directive « Cadre » op. cit.

<sup>23</sup> Voir p. 13 des motifs de la Recommandation sur les marchés pertinents.

### 1.1.1.2 Principaux facteurs structurants du marché

50 Cette section présente les principaux facteurs, essentiellement quantitatifs, qui caractérisent le marché étudié. On distingue notamment les éléments suivants :

50.1 les parts de marché

50.2 la concentration.

51 La conclusion de cette section établira si, à ce stade, une présomption de dominance peut être formulée pour un ou plusieurs acteurs du marché. Cette conclusion ne reprendra pas nécessairement l'ensemble des critères mentionnés ci-dessus mais se focalisera sur ceux que l'IBPT estime nécessaires pour développer sa conclusion (comme par exemple l'existence de parts de marché importantes).

### 1.1.1.3 Autres facteurs influençant la concurrence sur le marché

#### 1.1.1.3.1 *Analyse de la dominance individuelle*

52 Cette section traite des facteurs, essentiellement qualitatifs, qui permettent de mesurer le niveau de concurrence du marché. On distingue deux principales catégories de facteurs permettant d'analyser le niveau de concurrence sur le marché :

53 Les barrières à l'entrée et/ou à l'expansion représentent l'ensemble des facteurs pouvant décourager le développement des acteurs sur le marché. Parmi ces facteurs, les critères mentionnés dans les lignes directrices les plus pertinents en fonction des marchés étudiés (voir section 1.3.1) pourront être étudiés. L'absence ou la faible présence de barrières à l'entrée augmente la probabilité que des opérateurs entrent ou se développent sur le marché et limite ainsi la capacité d'un opérateur actif d'exercer une position dominante sur le marché.

54 Le contre-pouvoir des acheteurs reflète la capacité des acheteurs à négocier les offres des fournisseurs. La présence d'un contre-pouvoir important aura pour effet « naturel » d'adapter l'offre à la demande et d'encourager le développement d'une concurrence effective tandis que l'absence de contre-pouvoir aura tendance à déséquilibrer le rapport entre l'offre et la demande.

55 Lors de l'analyse des marchés, les critères mentionnés ci-dessus seront examinés avec pour objectif d'identifier si ceux-ci confirment ou infirment la présomption de dominance (ou l'avantage concurrentiel) établie dans la section précédente. En fonction des marchés étudiés, certains critères ne sont pas pertinents lors de l'analyse et ne sont pas examinés.

#### 1.3.2.1.1 *Analyse de la dominance conjointe*

56 Cette section traite, si cela est pertinent compte tenu des conclusions des analyses précédentes, des facteurs essentiellement qualitatifs qui permettent de déterminer si deux entreprises, ou plus, occupent conjointement une position dominante sur un marché. Les critères, jugés les plus pertinents et mentionnés par la directive « cadre » (voir ci-dessus), seront alors examinés.

### 1.3.2.2 Analyse prospective du marché et développements technologiques

57 Les conclusions des analyses précédentes seront examinées à la lumière des développements attendus sur le marché au cours de la période d'analyse.

58 Sur la base de l'ensemble des analyses, l'IBPT conclura qu'une concurrence effective existe ou non sur ce marché. Si l'IBPT conclut à l'absence d'une concurrence effective, il désignera alors les entreprises qui jouissent individuellement ou conjointement d'une position dominante sur ce marché.

## 1.4 *Méthodologie relative à l'imposition des remèdes appropriés*

59 L'objectif de cette section est de présenter la démarche suivie par l'IBPT pour l'imposition des remèdes appropriés dans le cadre de l'analyse des marchés pertinents de communications électroniques. Elle n'entend se substituer ni aux lignes directrices de la Commission européenne, ni à la Recommandation sur les marchés pertinents, ni au droit communautaire de la concurrence de manière générale.

60 Lorsqu'une entreprise dispose d'une puissance significative sur un marché de détail ou sur un marché de gros, l'ARN doit appliquer au moins une obligation. Sur les marchés de gros, les ARN peuvent imposer les remèdes prévus dans la directive « accès ». Sur les marchés de détail, les ARN doivent privilégier les remèdes de la directive « accès ». Si l'ARN présume que ceux-ci ne seraient pas suffisants pour réaliser les objectifs du nouveau cadre réglementaire, elle peut alors imposer des obligations prévues par l'article 17 de la directive « service universel ».

61 En revanche, lorsqu'il ressort de l'analyse que le marché est effectivement concurrentiel, les obligations visées aux articles 58 à 65 de la loi du 13 juin 2005 concernant les communications électroniques ne sont ni imposées ni maintenues.

62 Dans la sélection des mesures imposées aux opérateurs puissants, l'Institut conformément à la législation nationale et communautaire, et notamment l'article 8 de la directive « Cadre » et l'article

8(4) de la directive « Accès », s'efforce d'identifier les obligations au regard des objectifs du nouveau cadre réglementaire. L'Institut veille en particulier à ce que les obligations proposées soient justifiées et proportionnées aux objectifs et aux problèmes de marché identifiés. Pour ce faire, l'Institut fera le choix des obligations qu'il estime nécessaires et suffisantes pour atteindre le ou les buts recherchés, sans aller au-delà de ce qui est strictement nécessaire pour traiter le problème.

## **1.5 Méthodologie relative à l'imposition des obligations appropriées**

63 L'objectif de cette section est de présenter la démarche suivie par l'IBPT pour l'imposition des obligations appropriées dans le cadre de l'analyse des marchés pertinents de communications électroniques. Elle n'entend se substituer ni aux lignes directrices de la Commission européenne, ni à la Recommandation sur les marchés pertinents, ni au droit communautaire de la concurrence de manière générale.

64 Lorsqu'une entreprise dispose d'une puissance significative sur un marché de détail ou sur un marché de gros, l'ARN doit appliquer au moins une obligation. Sur les marchés de gros, les ARN peuvent imposer les remèdes prévus dans la directive « accès ». Sur les marchés de détail, les ARN doivent privilégier les remèdes de la directive « accès »<sup>24</sup>. Si l'ARN présume que ceux-ci ne seraient pas suffisants pour réaliser les objectifs du nouveau cadre réglementaire, elle peut alors imposer des obligations prévues par l'article 17 de la directive « service universel ».

65 En revanche, lorsqu'il ressort de l'analyse que le marché est effectivement concurrentiel, les obligations visées aux articles 58 - 65 de la loi du 13 juin 2005 doivent être levées.

66 Dans la sélection des mesures imposées aux opérateurs puissants, l'Institut conformément à la législation nationale et communautaire, et notamment l'article 5 de la loi du 13 juin 2005, l'article 8 de la directive «Cadre» et l'article 8(4) de la directive « Accès », s'efforce d'identifier les obligations au regard des objectifs du nouveau cadre réglementaire. L'Institut veille en particulier à ce que les obligations proposés soient justifiés et proportionnés aux objectifs et aux problèmes de marché identifiés. Pour ce faire, l'Institut fera le choix des obligations qu'il estime

---

<sup>24</sup> Ce point de vue a été confirmé dans un arrêt de la Cour d'Appel de Bruxelles du 1<sup>er</sup> juin 2007 (notamment les points 24 et 25 de cet arrêt).

nécessaires et suffisantes pour atteindre le ou les buts recherchés, sans aller au-delà de ce qui est strictement nécessaire pour traiter le problème.

67 Les objectifs sont énoncés à l'article 8 de la directive « cadre » et repris à l'article 6 de la loi du 13 juin 2005 sont :

67.1 la promotion de la concurrence dans la fourniture des réseaux de communications électroniques, des services de communications électroniques et des ressources et services associés<sup>25</sup>

67.2 le développement du marché intérieur<sup>26</sup>

67.3 le soutien des intérêts des citoyens de l'Union européenne<sup>27</sup>.

68 Pour réaliser ces objectifs, les ARN peuvent imposer des obligations plus ou moins contraignantes<sup>28</sup>. Lorsqu'un marché est concurrentiel, une ARN n'impose ni ne maintient les obligations au titre de la directive « accès » ou de la directive « service universel »<sup>29</sup>. Lorsqu'un

---

<sup>25</sup> Voir article 8.2 de la directive « Cadre », op. cit. Selon la directive « Cadre », cet objectif s'accomplit notamment en :

- a) en veillant à ce que les utilisateurs, y compris les utilisateurs handicapés, retirent un bénéfice maximal en termes de choix, de prix et de qualité
- b) en veillant à ce que la concurrence ne soit pas faussée ni entravée dans le secteur des communications électroniques
- c) en encourageant des investissements efficaces en matière d'infrastructures, et en soutenant l'innovation
- d) en encourageant l'utilisation et la gestion efficaces des radiofréquences et des ressources de numérotation

<sup>26</sup> Selon la Directive « Cadre », les ARN doivent réaliser cet objectif en :

- a) en supprimant les derniers obstacles à la fourniture de réseaux de communications électroniques, de ressources et services associés et de services de communications électroniques au niveau européen
- b) en encourageant la mise en place et le développement de réseaux transeuropéens et l'interopérabilité des services paneuropéens et la connectivité de bout en bout
- c) en veillant à ce qu'il n'y ait pas, dans des circonstances analogues, de discrimination dans le traitement des entreprises qui fournissent des réseaux et des services de communications électroniques
- d) en coopérant entre elles ainsi qu'avec la CE, de manière transparente, afin de veiller à l'élaboration de pratiques réglementaires cohérentes et à l'application cohérente de la présente directive et des directives particulières

<sup>27</sup> Selon la Directive « Cadre », les ARN doivent réaliser cet objectif notamment en :

- a) en assurant à tous l'accès à un service universel spécifié dans la directive 2002/22/CE (directive "service universel")
- b) en assurant un niveau élevé de protection des consommateurs dans leurs relations avec les fournisseurs, en particulier en garantissant l'existence de procédures de règlement des litiges simples et peu coûteuses mises en oeuvre par un organisme indépendant des parties concernées
- c) en contribuant à assurer un niveau élevé de protection des données à caractère personnel et de la vie privée
- d) en encourageant la fourniture d'informations claires, notamment en exigeant la transparence des tarifs et des conditions d'utilisation des services de communications électroniques accessibles au public
- e) en répondant aux besoins de groupes sociaux particuliers, notamment les utilisateurs handicapés
- f) en garantissant l'intégrité et la sécurité des réseaux de communications publics

<sup>28</sup> Les lignes directrices précisent que « si une entreprise a déjà été soumise à des obligations au titre du cadre réglementaire de 1998, l'ARN doit examiner si le maintien d'obligations analogues reste justifié, compte tenu du nouveau cadre réglementaire, sur la base d'une nouvelle analyse du marché effectuée conformément aux présentes lignes directrices ». S'il apparaît que l'entreprise concernée est puissante sur un marché pertinent selon les critères du nouveau cadre réglementaire, des obligations réglementaires semblables à celles imposées précédemment peuvent donc être maintenues.

<sup>29</sup> Voir article 16 de la directive « Cadre », op. cit.

marché n'est pas concurrentiel, une ARN est obligée d'imposer au moins une obligation réglementaire. Si l'ARN le juge approprié, elle peut aussi modifier ces obligations ou imposer de nouvelles obligations. La faculté d'imposer des obligations supplémentaires est soumise à une possibilité de veto de la Commission européenne.

## 1.5.1 Obligations de gros

69 Les articles 9 à 13 de la directive « accès » énoncent les obligations standard que les ARN peuvent appliquer sur un marché de gros ou de détail. Elles concernent :

### 1.5.1.1 Transparence

70 Lorsque l'opérateur est soumis à une obligation de non discrimination, l'ARN peut lui imposer notamment une obligation de publication d'une Offre de Référence.

### 1.5.1.2 Non discrimination

71 La non discrimination se définit comme l'application de conditions équivalentes dans des circonstances équivalentes aux autres entreprises fournissant des services équivalents. La non discrimination s'apprécie notamment par rapport aux services, filiales et partenaires de l'opérateur dominant. Elle s'applique aux services et aux informations pertinentes nécessaires aux opérateurs alternatifs pour exercer leur activité.

### 1.5.1.3 Séparation comptable

72 La séparation comptable concerne notamment la transparence des prix de gros et des prix de transferts internes. La séparation comptable a pour objectif de garantir le respect du principe de non discrimination et le cas échéant la prévention des subventions croisées abusives. Le format et la méthodologie mis en œuvre pour la séparation comptable sont définis par les ARN (en application de l'article 60, §1, 2<sup>ème</sup> alinéa de la loi du 13 juin 2005, le Roi spécifie le modèle et la méthodologie comptables à utiliser par l'Institut ; cet arrêté royal n'a pas encore été adopté).

### 1.5.1.4 Accès à des ressources de réseau spécifiques et à leur utilisation

73 L'article 12§1 de la directive « accès » et l'article 61 de la loi relative du 13 juin 2005 reprennent une liste non exhaustive d'obligations en matière d'accès. Un opérateur puissant sur un marché de gros ou de détail peut se voir imposer :

73.1 d'accorder à des tiers l'accès à certains éléments et/ou ressources de réseau, y compris l'accès dégroupé à la boucle locale

73.2 de négocier de bonne foi avec les opérateurs qui demandent un accès

73.3 de ne pas retirer l'accès aux ressources lorsqu'il a déjà été accordé

- 73.4 d'offrir des services en gros spécifiés en vue de la revente à des tiers
  - 73.5 d'accorder un accès ouvert aux interfaces techniques, protocoles ou autres technologies clés qui revêtent une importance essentielle pour l'interopérabilité des services ou des services de réseaux virtuels
  - 73.6 de fournir une possibilité de co-localisation ou d'autres formes de partage des ressources, y compris l'utilisation partagée de chemins de câbles, bâtiments ou pylônes
  - 73.7 de fournir les services spécifiques nécessaires pour garantir aux utilisateurs l'interopérabilité des services de bout en bout, notamment en ce qui concerne les ressources destinées aux services de réseaux intelligents ou permettant l'itinérance sur les réseaux mobiles
  - 73.8 de fournir l'accès à des systèmes d'assistance opérationnelle ou à des systèmes logiciels similaires nécessaires en vue de garantir une concurrence équitable dans le cadre de la fourniture de services
  - 73.9 d'interconnecter des réseaux ou des ressources de réseau.
- 74 En vertu de l'article 12§2 de la directive « accès » et de l'article 61, §2 de la loi du 13 juin 2005, les ARN doivent prendre en considération les éléments suivants dans la définition des remèdes en matière d'accès:
- 74.1 la viabilité technique et économique de l'utilisation ou de la mise en place de ressources concurrentes, compte tenu du rythme auquel le marché évolue et de la nature et du type d'interconnexion et d'accès concernés
  - 74.2 le degré de faisabilité de la fourniture d'accès proposée, compte tenu de la capacité disponible
  - 74.3 l'investissement initial réalisé par le propriétaire des ressources, sans négliger les risques inhérents à l'investissement
  - 74.4 la nécessité de préserver la concurrence à long terme
  - 74.5 le cas échéant, les éventuels droits de propriété intellectuelle pertinents
  - 74.6 la fourniture de services paneuropéens.

#### **1.5.1.5 Contrôle des prix et obligations relatives au système de comptabilisation des coûts**

- 75 Les ARN peuvent entre autres fixer une obligation d'orientation vers les coûts mais celle-ci n'est pas automatique. Il faut démontrer que l'opérateur puissant pourrait en l'absence de concurrence efficace fixer des prix excessivement élevés ou des prix comprimés. Les ARN doivent tenir compte des investissements réalisés par l'opérateur et de la nécessité de lui permettre de rémunérer raisonnablement le capital adéquat engagé.

## 1.5.2 Obligations de détail

- 76 Les articles 17 à 19 de la directive « service universel » énoncent les obligations standard que les ARN peuvent appliquer sur un marché de détail. La seule obligation pertinente pour les marchés des services téléphoniques accessibles au public en position déterminée est celle des contrôles réglementaires concernant les services de détail.
- 77 Lorsque un opérateur est soumis à cette obligation, l'ARN peut lui imposer l'exigence de ne pas pratiquer de prix excessifs, de ne pas interdire l'accès au marché ou de ne pas restreindre la concurrence en fixant des prix d'éviction en privilégiant de manière abusive certains utilisateurs finals ou en groupant ses services de façon déraisonnable. L'autorité réglementaire nationale peut appliquer à cet opérateur des mesures d'encadrement des tarifs de détail, des mesures visant à maîtriser certains tarifs ou des mesures visant à moduler les tarifs en fonction des coûts ou des prix sur des marchés comparables, afin de protéger les intérêts des utilisateurs finals tout en favorisant une concurrence réelle.

## 1.5.3 Entrée en vigueur des obligations

- 78 L'article 27 de la directive cadre prévoit que « Les Etats Membres maintiennent les obligations prévues par leur législation nationale visées à l'article 7 de la directive 2002/19/CE (directive « accès ») et à l'article 16 de la directive 2002/22/CE (directive « service universel ») jusqu'au moment où une détermination est faite concernant ces obligations par une autorité réglementaire nationale conformément à l'article 16 de la présente directive ». Cette disposition est transposée par l'article 162 de la loi communications électroniques du 13 juin 2005. L'Institut procède à une telle détermination dans le cadre de la décision qu'il rend au terme de chaque analyse de marché. A ce moment, l'Institut précise, pour chaque opérateur (devenu) SMP, s'il y a lieu de lever les obligations existantes, les modifier ou en prévoir de nouvelles. Sauf mention contraire, la présente décision de l'Institut entrera en vigueur à la date précisée à la fin de la présente décision.

## 1.6 Procédure de consultation : base légale

### 1.6.1 Consultation nationale

- 79 La consultation nationale est basée sur l'article 6 de la directive 2002/21/CE<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques (directive « Cadre ») Journal officiel des Communautés européennes L108/33 du 24.4.2002

*Sauf dans les cas relevant de l'article 7, paragraphe 6, ou des articles 20 ou 21, les États membres veillent à ce que les autorités réglementaires nationales, lorsqu'elles ont l'intention, en application de la présente directive ou des directives particulières, de prendre des mesures ayant des incidences importantes sur le marché pertinent, donnent aux parties intéressées l'occasion de présenter leurs observations sur le projet de mesures dans un délai raisonnable. Les autorités réglementaires nationales publient les procédures de consultation nationales. Les États membres veillent à ce que soit mis en place un guichet d'information unique permettant l'accès à toutes les consultations en cours. Les résultats de la procédure de consultation sont rendus publics par l'autorité réglementaire nationale, sauf s'il s'agit d'informations confidentielles au sens du droit communautaire et national sur le secret des affaires.*

80 Elle est organisée en vertu de l'article articles 139 et 140 de la Loi du 13 juin 2005 :

**Art. 139.** *L'Institut peut organiser pour l'application de la présente loi une consultation publique conformément à l'article 14 de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et des télécommunications belges.*

**Art. 140.** *Pour autant qu'un projet de décision de l'Institut soit susceptible d'avoir des incidences importantes sur un marché pertinent, l'Institut organise une consultation publique préalable d'une durée maximale de deux mois, dans le respect des règles de confidentialité des données d'entreprise.*

*Toutes les informations relatives aux consultations publiques en cours sont centralisées à l'Institut.*

*Les résultats de la consultation publique sont rendus publics, dans le respect des règles de confidentialité des données d'entreprise.*

*Le Roi précise, après avis de l'Institut, les modalités de la consultation publique et de la publicité de ses résultats.*

81 Conformément à l'alinéa 4 de l'article 140 précité, les modalités de la consultation ainsi que celles relatives à la publicité des résultats ont été précisées par arrêté royal en date du 26 janvier 2006 (M.B., 01.03.06)).

82 Les commentaires des parties intéressées sur le projet de décision de l'Institut font partie du dossier transmis au Conseil de la Concurrence en vertu de l'article 55, §§ 4 et 5 de la loi du 13 juin 2005 ainsi qu'à la Commission européenne et aux ARN des autres États membres en vertu de l'article 7 de la Directive Cadre et de l'article 141 de la loi du 13 juin 2005.

## 1.6.2 L'avis du Conseil de la concurrence

83 L'article 16, §1 de la directive 2002/21/CE<sup>31</sup> prévoit la collaboration avec les autorités de concurrence dans les termes suivants:

*Dès que possible après l'adoption de la recommandation ou de sa mise à jour éventuelle, les autorités réglementaires nationales effectuent une analyse des marchés pertinents, en tenant le plus grand compte des lignes directrices. Les Etats membres veillent à ce que cette analyse soit effectuée, le cas échéant, en coopération avec les autorités nationales chargées de la concurrence.*

84 Cette disposition est transposée par l'article 55 de la loi du 13 juin 2005:

**Art. 55.** § 1er. *Conformément au § 4, l'Institut effectue au moins le plus rapidement possible après l'adoption de la Recommandation ou d'une révision de celle-ci, une analyse de ces marchés pertinents afin de déterminer si ceux-ci sont effectivement concurrentiels. L'échange d'informations nécessaires à cette analyse, se fait conformément à l'article 137, § 2.*

(...)

§ 4. *L'Institut soumet ses décisions renvoyant à ce paragraphe à une concertation préalable avec le Conseil de la concurrence. Le Conseil de la concurrence émet son avis dans les 30 jours calendrier à dater de l'envoi du projet de décision par l'Institut. Passé ce délai, le silence du Conseil de la concurrence équivaut à une approbation du projet de décision susmentionné.*

§ 5. *L'Institut envoie ses décisions renvoyant à ce paragraphe au préalable au Conseil de la concurrence qui dans les 30 jours calendrier émet un avis contraignant concernant la question de savoir si les décisions de l'Institut sont conformes aux objectifs visés par le droit de la concurrence. Passé ce délai, le silence du Conseil de la concurrence équivaut à une approbation de la décision susmentionnée.*

## 1.6.3 Les consultations et notifications européennes

85 L'article 7, §3 de la directive 2002/21/CE<sup>32</sup> prévoit la consultation de la Commission européenne et des autorités réglementaires nationales des autres Etats membres dans les termes suivants:

---

<sup>31</sup> Directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques (directive « Cadre ») Journal officiel des Communautés européennes L108/33 du 24.4.2002

3. Outre la consultation visée à l'article 6, dans les cas où une autorité réglementaire nationale a l'intention de prendre une mesure:

a) qui relève des articles 15 ou 16 de la présente directive, des articles 5 ou 8 de la directive 2002/19/CE (directive «accès») ou de l'article 16 de la directive 2002/22/CE (directive «service universel»), et

b) qui aurait des incidences sur les échanges entre les États membres, elle met en même temps à disposition de la Commission et des autorités réglementaires nationales des autres États membres le projet de mesure ainsi que les motifs sur lesquels elle est fondée, conformément à l'article 5, paragraphe 3, et en informe la Commission et les autres autorités réglementaires nationales.

Les autorités réglementaires nationales et la Commission ne peuvent adresser des observations à l'autorité réglementaire nationale concernée que dans un délai d'un mois ou dans le délai visé à l'article 6, si celui-ci est plus long. Le délai d'un mois ne peut pas être prolongé.

86 Cette disposition est transposée par l'article 141 de la loi du 13 juin 2005:

**Art 141.** Pour autant qu'un projet de décision de l'Institut puisse avoir des incidences sur les échanges entre les États membres et qu'il tende à:

1° définir un marché pertinent, en application de l'article 40/11, §1<sup>er</sup>, ou

2° conclure qu'un marché pertinent est ou non concurrentiel, en application de l'article 40/11, §4, ou

3° imposer ou modifier des obligations à un opérateur disposant d'une puissance significative sur un marché pertinent, en application de l'article 40/11, §4, ou

4° imposer des obligations à des opérateurs qui n'ont pas été désignés comme disposant d'une puissance significative sur un marché pertinent, en application de l'article 40/11, §6, ou

5° imposer la modification d'accords d'accès déjà conclus, en application de l'article 40/11, §4, ou

6° imposer la modification de l'offre de référence, en application de l'article 40/11, §8, ou

7° déterminer les conditions de l'accès à fournir, en application des articles 40/11, §10, 6<sup>e</sup> alinéa, et 40/10, §2,

---

<sup>32</sup> Directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques (directive « Cadre ») Journal officiel des Communautés européennes L108/33 du 24.4.2002

*l'Institut consulte sans délai la Commission européenne et les autorités réglementaires nationales des États membres.*

*L'Institut prend en considération les observations qui lui sont adressées par la Commission européenne et les autorités réglementaires des États membres dans le délai fixé par le Roi..*

## 2 Présentation générale des marchés de détail des services téléphoniques nationaux en position déterminée pour une clientèle résidentielle et non résidentielle

### 2.1 Acteurs du marché

- 87 Les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée comprennent notamment les services de communication vocale à destination d'une ou plusieurs personnes et les services de communications vers un fournisseur de services, à destination d'une ou plusieurs personnes.
- 88 Dans cette section, l'IBPT décrit d'abord les modes de fourniture du service téléphonique et identifie ensuite les principaux opérateurs présents sur le marché.
- 89 Il existe deux technologies permettant de fournir les services téléphoniques : la téléphonie par commutation de circuits et la téléphonie par commutation de paquets (principalement en Voice over IP mais le Voice over ATM est également possible). D'autre part, il existe différentes manières de fournir des services téléphoniques :
- 89.1 Offrir les services téléphoniques avec l'accès au réseau téléphonique public, que celui-ci soit en bande étroite ou sur large bande (« accès direct ») ; ce type d'offre peut reposer soit sur un réseau propre, soit sur des offres de gros ;
  - 89.2 Offrir les services téléphoniques via un code de (pré)sélection permettant au titulaire d'un accès au réseau téléphonique de choisir le réseau téléphonique public par lequel il établit ses appels téléphoniques ; cette facilité de (pré)sélection n'est disponible que pour les clients de l'accès téléphonique Belgacom ;
  - 89.3 Offrir les services téléphoniques via un numéro de téléphone géographique ou non géographique permettant au titulaire d'un accès au réseau téléphonique de choisir le réseau téléphonique public par lequel il établit ses appels (« two stages dialing »).
  - 89.4 Offrir les services téléphoniques selon la technologie VoIP sur raccordement Internet pour les appels sortants (« unmanaged VoIP », avec ou sans attribution d'un numéro d'appel à l'utilisateur).
  - 89.5 Offrir les services téléphoniques par call back : le client introduit sur son site web le numéro d'appel de sa ligne et celui de son correspondant et l'opérateur établit l'appel d'abord vers le demandeur et ensuite vers le destinataire.

- 89.6 Les opérateurs mobiles fournissent un service téléphonique en position déterminée par leur connexion de PABX par ligne louée à leur réseau dans le cadre de leurs services « Mobile VPN »
- 90 Les services "peer-to-peer" de type MSN Messenger ou Google Talk sont quant à eux des services purement internet et qui ne donnent pas accès au réseau téléphonique public.

### **2.1.1 Opérateurs fournissant des services téléphoniques par accès direct**

- 91 Sur le marché résidentiel, parmi les opérateurs fournissant des services téléphoniques par accès direct sur base de leur propre réseau, on peut principalement citer l'opérateur historique Belgacom et les câblo-opérateurs Telenet en Flandre et sur une partie de Bruxelles, Voo sur une partie de la Wallonie et une partie de Bruxelles et Coditel sur une partie de Bruxelles et de sa périphérie.
- 92 Scarlet<sup>33</sup> et KPN Belgium (sous la marque Tele2) s'adressent au marché résidentiel via leurs offres Scarlet One et Tele2 All In qui combinent accès téléphonique, accès Internet et services téléphoniques. Ces offres reposent sur des produits de gros de Belgacom (dégroupage de la boucle locale et accès à un débit binaire).
- 93 Sur les marchés non résidentiels, des opérateurs comme Mobistar, Telenet Solutions, Scarlet, Versatel (KPN Belgium) et des opérateurs internationaux comme BT, COLT ou Verizon proposent des services téléphoniques à une clientèle essentiellement composée de moyennes et grandes entreprises, souvent filiales de groupes internationaux.

### **2.1.2 Opérateurs fournissant des services téléphoniques par sélection/présélection**

- 94 Un certain nombre d'acteurs proposent des services téléphoniques sans détenir d'infrastructures d'accès au client final ou sans infrastructures d'accès très étendues.
- 95 Tele2, Scarlet, Mobistar et les revendeurs de services téléphoniques sont les principaux fournisseurs de services téléphoniques par sélection/présélection sur le marché résidentiel.
- 96 Il est à noter que les acteurs détenant des infrastructures d'accès au réseau téléphonique dans certaines zones géographiques fournissent également des services téléphoniques via la présélection ou la sélection dans les zones où ils ne sont pas présents avec leur propre

---

<sup>33</sup> Belgacom a annoncé l'intention de racheter la société Scarlet. Cette acquisition doit encore être approuvée par les autorités compétentes de la concurrence. Cependant, selon un article paru le 24 avril dans L'Echo et De Tijd, l'auditoriat du Conseil de la concurrence avait émis de sérieux doutes sur l'admissibilité de ce rachat, ce qui pourrait mener à une enquête approfondie au sujet de l'acquisition et voire à l'interdiction de l'opération.

infrastructure d'accès. Par exemple, alors que Telenet fournit des services d'accès au réseau téléphonique en Flandre, cet opérateur est également actif sur le reste du territoire belge via Telenet Solutions et via des revendeurs, avec des services téléphoniques basés sur la présélection et sélection appel par appel.

### **2.1.3 Opérateurs fournissant des services téléphoniques par « two stage dialing » et « call-back »**

97 L'usage du « double stage dialing » est limité à quelques opérateurs de cartes prépayées qui proposent des services téléphoniques internationaux et, marginalement, des services téléphoniques nationaux.

### **2.1.4 Opérateurs fournissant des services téléphoniques de type « unmanaged VoIP »**

98 Il existe quelques opérateurs « unmanaged VoIP » (Toledo telecom, Nomado, 3 Stars net, ...) qui fournissent un service de trafic sortant sur base d'un accès internet. Subsidièrement ils fournissent également des numéros d'appels facturés séparément pour les appels entrants. Certains d'entre eux offrent également les appels par procédure call-back pour les utilisateurs ne disposant pas d'équipement VoIP. Les utilisateurs finals peuvent également recourir aux services d'opérateurs établis à l'étranger.

99 La section qui suit présente les principales offres de services de communication vocale en position déterminée accessibles au public pour les clientèles résidentielle et non résidentielle, disponibles début janvier 2008.

## **2.2 Principales offres à la minute et au forfait pour la clientèle résidentielle (hors revendeurs)**

100 Nous présentons ci-dessous les principales offres de services de communication vocale tarifées à la minute pour la clientèle résidentielle vers les postes fixes nationaux et mobiles nationaux. Nous présentons également les principales offres au forfait.

### **2.2.1 Tarifs des appels fixe vers fixe nationaux**

101 Tous les opérateurs appliquent un tarif à la seconde dès la première seconde. Le montant de la charge de connexion est, en heure pleine, deux fois plus élevée chez Telenet (EUR 0.120) que chez ses concurrents où, pour atteindre un abonné Belgacom, elle varie de 0.0463 chez Scarlet à 0.530 chez Belgacom. Telenet est le seul opérateur à appliquer les mêmes tarifs quel que soit le réseau appelé; les autres opérateurs pratiquent des tarifs différenciés en fonction des réseaux

de destination de l'appel. Pour ce qui est des tarifs de base, ils peuvent varier du simple au double en heure pleine puisque Belgacom et Telenet tarifient l'appel vers Belgacom à EUR 0.053 là où Tele2 en demande 0.024 quelle que soit l'heure d'appel. La figure 1 ci-dessous récapitule les principales offres de base. Ces prix sont proches de ceux qui étaient pratiqués en 2005 et qui figuraient dans la décision de 2006 à la page 34.

Opérateur	Prix d'établissement d'appel (EUR TTC)			Heures pleines (EUR TTC / min)			Heures creuses (EUR TTC / min)		
	Vers Belgacom	Vers Tele2	Vers Telenet	Vers Belgacom	Vers Tele2	Vers Telenet	Vers Belgacom	Vers Tele2	Vers Telenet
Belgacom	0.0530	0.0786	0.0786	0.0530	0.0914	0.0914	0.0265	0.0416	0.0416
Telenet	0.1200 <sup>34</sup>	0.1200	0.120	0.0530	0.0530	0.0530	0.0000	0.0000	0.0000
Scarlet	0.0473	0.0473	0.0704	0.0216	0.0216	0.0945	0.0220	0.0220	0.0473
Tele2	0.0500	0.0500	0.0750	0.0240	0.0240	0.1000	0.0240	0.0240	0.0500
Coditel	0.0520	0.0770	0.0770	0.0415	0.0897	0.0897	0.0208	0.0408	0.0408

**Figure 2.1:** Tableau récapitulatif des principales offres à la minute pour la clientèle résidentielle – Appels nationaux vers fixe mars 2008) [Source : Sites Internet des opérateurs]

102 En outre, l'offre de téléphonie de Scarlet One (Voice over Broadband), propose des appels gratuits vers les numéros fixes en Belgique. Tele2 All In propose de combiner un abonnement internet à EUR 30,90 ou 40,90 par mois suivant la vitesse de téléchargement à un accès téléphonique qui, suivant la formule choisie, inclut des communications vers les lignes fixes à EUR 0,024 par minute en heure creuse ou pleine (EUR 0,050 vers Telenet) pour la formule Standard, des communications gratuites en heure creuse et à EUR 0,028 par minute en heure pleine pour la formule Free, ou des communications gratuites vers les lignes fixes en heures pleines ou creuses pour un forfait de EUR 10 par mois pour la formule National Illimité. Les offres I Talk de Belgacom sont accessibles aux personnes qui disposent d'un abonnement ADSL Belgacom; ces tarifs vont de EUR 6,50 par mois pour 60 minutes d'appel vers les lignes fixes en heures creuses à EUR 17,50 par mois pour les appels nationaux illimités vers les lignes fixes.

## 2.2.2 Les tarifs au forfait et options tarifaires

103 Le développement du marché a été marqué par une multiplication des offres forfaitaires et des offres gratuites. Le lancement de Happy Time par Belgacom s'inscrit ainsi dans un historique d'offres similaires de la part de Belgacom elle-même mais aussi d'autres opérateurs 'classiques' (Telenet, Tele2, Voo, Coditel) ou de revendeurs, devenus des opérateurs au sens de l'article

<sup>34</sup> Sauf en heures creuses où le prix d'établissement de l'appel est de EUR 0 TTC.

2,11° de la loi du 13 juin 2005 (Happy Many, Talk Talk, Phone+). Ces offres ont la particularité d'offrir la gratuité en heures creuses, avec des variantes telles que : forfait à payer ou non, avancement des heures creuses, option pour la gratuité des heures pleines.

- 104 Belgacom propose ainsi le forfait No Limit National Anytime qui offre les appels illimités vers les postes nationaux fixes en heures pleines et en heures creuses hors abonnés Tele2 et Telenet pour un forfait de EUR 19,95 et l'offre Happy Time qui permet les appels gratuits en heure creuse vers les postes nationaux fixes et des appels à prix fixe (Eur 0,30 par appel) en heure pleine.
- 105 Tele2 a développé une offre similaire appelée National illimité qui permet les appels illimités vers les postes fixes nationaux pour un forfait de EUR 15 et une offre Option Free Time qui propose les appels gratuits en heures creuses vers les postes nationaux fixes et des appels à prix fixe (EUR 0,28) en heures pleines.
- 106 Happy Many, un revendeur, propose des appels gratuits en heure creuse vers les postes nationaux fixes et des appels au prix fixe de EUR 0,275 par appel en heure pleine.
- 107 Telenet a lancé l'offre FreePhone qui, pour un montant de EUR 17,34, comprend l'accès téléphonique et la gratuité des appels en heures creuses, combinée avec un paiement par minute à EUR 0,28 pour les appels en heures pleines. Telenet propose en outre une option pour ce forfait (FreePhone 24) qui permet des appels illimités en heures pleines vers les postes fixes nationaux contre un montant supplémentaire de EUR 5.
- 108 Coditel propose également un Abonnement illimité qui permet les appels vers des postes nationaux fixes en heures creuses et pleines pour EUR 15 et Voo propose la même chose pour EUR 16.
- 109 Les principales offres sont récapitulées ci-dessous:

<i>Opérateur</i>	<i>Nom du forfait</i>	<i>Description du forfait / de l'option</i>	<i>Tarif (EUR TTC / mois)</i>
<i>Forfaits limités à certaines périodes horaires</i>			
Belgacom (PSTN/ISDN)	Happy Time	Appels vers les postes fixes nationaux : gratuits en heure creuse fixes et à prix fixe en heure de pointe (0.30€/appel)	0.00
Belgacom (VoB)	I-Talk Happy Time	Appels vers les postes fixes nationaux : gratuits en heure creuse fixes et à prix fixe en heure de pointe (0.30€/appel)	8.50 0.00 si 2 <sup>ème</sup> ligne

<i>Opérateur</i>	<i>Nom du forfait</i>	<i>Description du forfait / de l'option</i>	<i>Tarif (EUR TTC / mois)</i>
Telenet	Forfait FreePhone	Appels illimités vers les postes fixes nationaux en heures creuses	Indéterminé <sup>35</sup>
Tele2 (CPS et VoB)	Option Free Time	Appels vers les postes fixes nationaux : gratuits en heure creuse fixes et à prix fixe en heure de pointe (0.28€/appel)	0.00
Tele2 (CPS)	Option Free Time International	Appels vers les postes fixes nationaux et 15 destinations européennes : gratuits en heure creuse fixes et à prix fixe en heure de pointe (0.28€/appel national et 0,90€/appel international)	0.00
Toledo / Phone-Plus (CPS)	Tarif Free	Appels vers les postes fixes nationaux : gratuits en heure creuse et à prix fixe en heure de pointe (0.275€/appel)	0.00
Happy Many (CPS)	Tarif Happy Hour	Appels vers les postes fixes nationaux : gratuits en heure creuse et à prix fixe en heure de pointe (0.275€/appel)	0.00
<i>Forfaits plafonnés</i>			
Belgacom (PSTN/ISDN)	Just National Anytime 60'	Appels illimités maximum 1H/mois vers les postes fixes nationaux (heures pleines et heures creuses) hors abonnés Versatel et Telenet	2.90
Belgacom (PSTN/ISDN)	Just National Anytime 120'	Appels illimités maximum 2H/mois vers les postes fixes nationaux (heures pleines et heures creuses) hors abonnés Versatel et Telenet	5.50
<i>Forfaits illimités</i>			
Belgacom (PSTN/ISDN)	No Limit National Anytime	Appels illimités vers les postes fixes nationaux (heures pleines et heures creuses) hors abonnés Versatel et Telenet	19.95
Belgacom (VoB)	No Limit	Appels illimités vers les postes fixes nationaux (heures pleines et heures creuses) hors abonnés Versatel et Telenet	8.50
Telenet	Freephone 24	Appels illimités vers les postes fixes nationaux (heures pleines et heures creuses)	5.00
Coditel	Illimité	Appels illimités vers les postes fixes nationaux (heures pleines et heures creuses)	8.00
Voo	Blabla	Appels illimités vers les postes fixes nationaux (heures pleines et heures creuses)	8.00
Tele2 (VoB)	National Illimité	Appels illimités vers les postes fixes nationaux (heures pleines et heures creuses)	10.00
Scarlet (VoB)	Téléphonie fixe illimitée	Appels illimités vers les postes fixes nationaux (heures pleines et heures creuses)	10.20
Toledo / Phone Plus (CPS)	Tarif L illi	Appels illimités vers les postes fixes nationaux (heures pleines et heures creuses)	9.99

<sup>35</sup> Comme Telenet n'offre pas d'abonnement classique sans communications téléphoniques incluses, il est donc impossible de comparer l'offre Forfait Freephone à une offre sans communications téléphoniques incluses et donc de valoriser le forfait.

Opérateur	Nom du forfait	Description du forfait / de l'option	Tarif (EUR TTC / mois)
Toledo (VoIP unmanaged)	Flat	Appels illimités vers les postes fixes nationaux et de 15 pays européens (heures pleines et heures creuses)	12.10
Nomado (VoIP unmanaged)		Appels illimités vers les postes fixes nationaux, Luxembourg, Pays-Bas et France	6.05

Figure 2.2: Tableau récapitulatif des principaux forfaits pour la clientèle résidentielle (janvier 2008) [Source : Sites Internet des opérateurs]

110 Les opérateurs ont donc développé des offres de services nouvelles mais, depuis la précédente analyse de marché, les prix pratiqués sont en fait restés assez stables. On trouvera ci-dessous, deux graphiques qui présentent l'évolution des prix moyens par minute vers les lignes fixes.

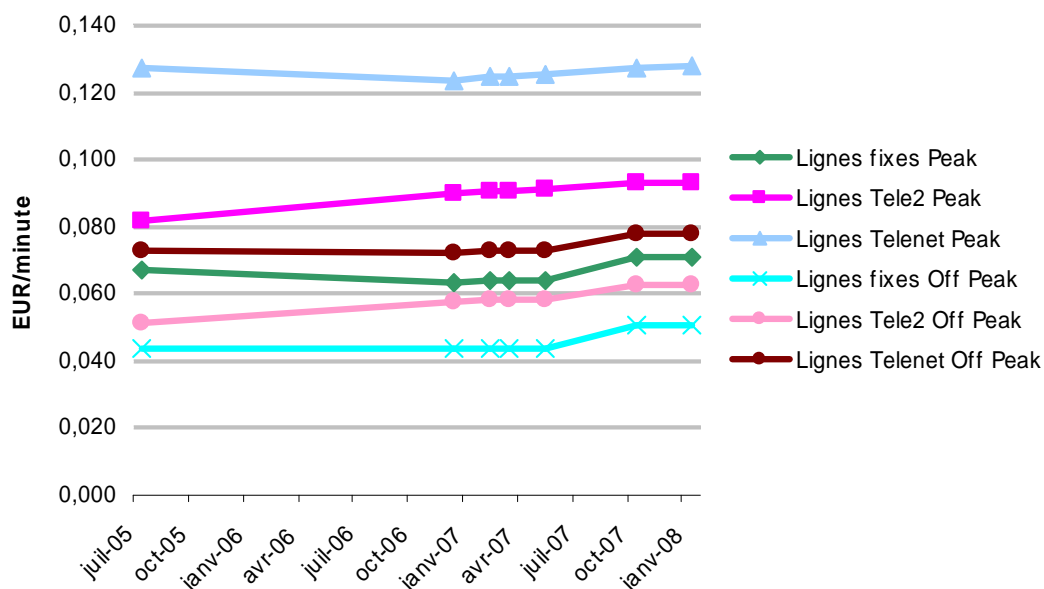


Figure 2.3 : Evolution de la moyenne du prix par minute pour un appel d'une durée de 3 minutes de la ligne fixe des opérateurs Belgacom, Coditel, Scarlet, Tele2 et Telenet vers les lignes fixes [Source : Site Internet des opérateurs]

### 2.2.3 Tarifs des appels fixe vers mobile nationaux

111 Tel qu'illustré dans la Figure 2.4 ci-dessous, les tarifs à destination des mobiles nationaux sont assez homogènes entre les opérateurs étudiés avec une variation de l'ordre de 2% à 5% par rapport aux tarifs de Belgacom.

112 Les opérateurs prennent en compte les différents coûts de terminaison d'appel vers les abonnés mobiles. En effet, les tarifs de détail sont différents vers Proximus, Mobistar et Base.

Opérateur	Prix d'établissement d'appel (EUR TTC)			Heures pleines (EUR TTC / min)			Heures creuses (EUR TTC / min)		
	Vers Proximus	Vers Mobistar	Vers Base	Vers Proximus	Vers Mobistar	Vers Base	Vers Proximus	Vers Mobistar	Vers Base
Belgacom	0.1144	0.1144	0.1144	0.1750	0.2170	0.2450	0.1160	0.1350	0.1600
Telenet	0.1200	0.1200	0.1200	0.1700	0.1700	0.1700	0.1700	0.1700	0.1700
Scarlet	0.1984	0.2484	0.2923	0.1761	0.2225	0.2544	0.1205	0.1390	0.1617
Tele2	0.1144	0.1144	0.1144	0.1745	0.2165	0.2420	0.1150	0.1330	0.1600
Coditel	0.1110	0.1110	0.1110	0.1700	0.2105	0.2380	0.1125	0.1309	0.1552

Figure 2.4: Tableau récapitulatif des principales offres à la minute pour la clientèle résidentielle – Appels vers mobiles (décembre 2007) [Source : Sites Internet des opérateurs]

113 L'évolution des tarifs depuis notre précédente analyse de marché peut être représentée par le graphique suivant:

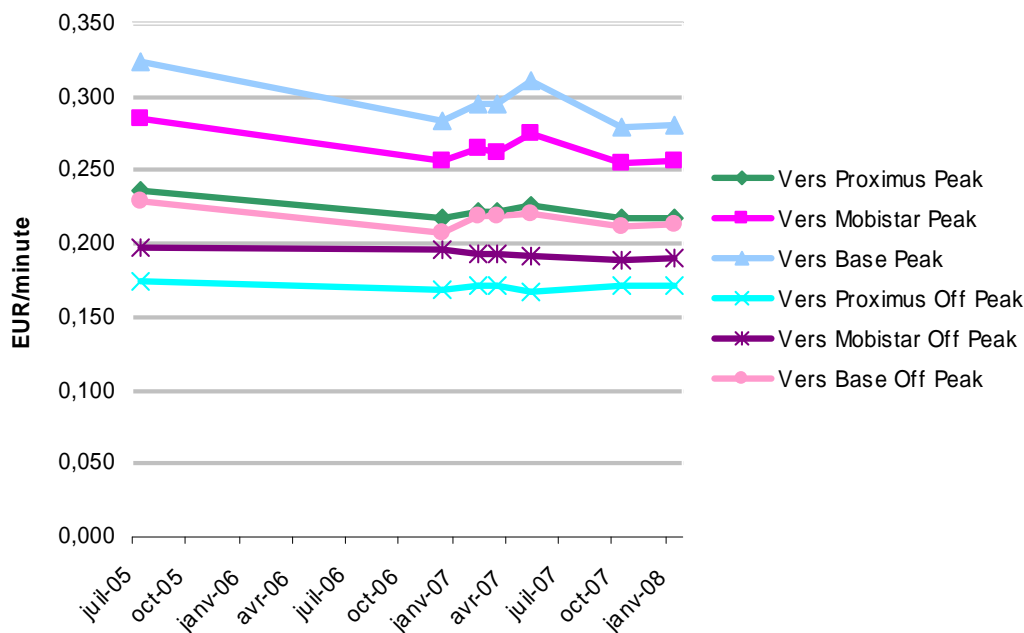


Figure 2.5 : Evolution de la moyenne du prix par minute d'un appel d'une durée de 2 minutes des lignes fixes des opérateurs Belgacom, Coditel, Scarlet, Tele2 et Telenet vers les réseaux mobiles des opérateurs Proximus, Mobistar et Base [Source : Site Internet des opérateurs]

- 114 En mai 2007, Belgacom a introduit le plan tarifaire Mobile High Volume Commitment, destiné aux entreprises qui ont un volume d'appels important à destination des utilisateurs de téléphone mobile.
- 115 Le 2 janvier 2008, Belgacom a lancé son offre Free Weekend, entretemps rebaptisée « Together », qui propose la gratuité des appels le week-end et les jours fériés vers des numéros de GSM et des numéros fixes en Belgique, pour un montant de EUR 5.00 correspondant à des frais d'activation uniques. La durée maximum des appels gratuits est de 600 minutes par mois vers des numéros mobiles. Les appels en semaine à destination des lignes fixes en Belgique sont facturés au tarif Classic, le prix par appel en semaine vers les numéros de GSM en Belgique est de EUR 0.800 vers Proximus, EUR 0.836 vers Mobistar et de EUR 0,897 vers Base, avec une durée mensuelle limitée à 2.000 minutes.

## 2.2.4 Principales offres groupées

- 116 On observe sur le marché la commercialisation d'offres groupées ou « bundles » incluant des services téléphoniques et d'autres services tels que l'accès à Internet et la télévision. De telles offres existent par exemple chez Belgacom, Coditel et Telenet.

(en €/mois TVAC)	Services offerts				Prix du bundle
Opérateurs	Accès fixe	Internet	Télévision	Services mobiles	
Belgacom					50,00 <sup>1</sup>
Belgacom					30,00 <sup>2</sup>
Belgacom					38,50 <sup>2</sup>
Telenet					30,00
Telenet					34,00
Coditel					30,00
Coditel					39,90
Coditel					28,00
Tele2					40,90
Scarlet					40,75

<sup>1</sup> combiné avec ADSL Go  
<sup>2</sup> combiné avec ADSL Budget

**Figure 2.6:** Tableau récapitulatif des principales offres groupées pour la clientèle résidentielle

## 2.3 Principales offres à la minute et au forfait pour la clientèle non résidentielle

- 117 Nous présentons ci-dessous, sur la base d'informations publiques, les principales offres à la minute pour la clientèle non résidentielle vers les postes fixes nationaux, mobiles nationaux et fixes internationaux.
- 118 Les offres proposées à la clientèle résidentielle sont le plus souvent également disponibles pour la clientèle non résidentielle. Cependant, les opérateurs actifs sur les services téléphoniques à la fois à destination des clientèles non résidentielle et résidentielle proposent généralement aux clients PME et grandes entreprises des tarifs différenciés. En particulier, certains opérateurs proposent à leur clientèle non résidentielle plusieurs types de plans tarifaires en fonction de leurs besoins en services téléphoniques et de leurs profils d'appels.
- 119 Les offres de services téléphoniques proposées aux grandes entreprises par des acteurs comme Telenet Solutions, Scarlet, BT, MCI ou COLT ne sont généralement pas publiques.
- 120 En mai 2007, Belgacom a introduit le plan tarifaire Mobile High Volume Commitment, destiné aux entreprises qui ont un volume d'appels important à destination des utilisateurs de téléphone mobile.
- 121 Nous présentons certaines offres publiques à destination de la clientèle non résidentielle, proposées par Belgacom et Tele2 (les autres opérateurs ne publiant généralement pas leurs offres à destination d'une clientèle non résidentielle).

### 2.3.1 Tarifs des appels fixe vers fixes nationaux

- 122 Les différents plans tarifaires proposés par Belgacom offrent des tarifs réduits, par rapport au tarif proposé à la clientèle résidentielle, la réduction allant jusqu'à -40% pour le tarif on-net en heures pleines.

Opérateur	Prix d'établissement d'appel (EUR HC)			Heures pleines (EUR HT / min)			Heures creuses (EUR HT / min)		
	Vers Belgacom	Vers Versatel	Vers Telenet	Vers Belgacom	Vers Versatel	Vers Telenet	Vers Belgacom	Vers Versatel	Vers Telenet
Belgacom Benefit Excellence	0,0125	0,0333	0,0333	0,0250	0,0471	0,04711	0,0205	0,0264	0,0264
Belgacom Benefit Premium	0,0110	0,0383	0,0383	0,0205	0,0432	0,0432	0,0195	0,0264	0,0264

**Services téléphoniques nationaux**

Présentation générale

Belgacom HIT	0,0110	0,0383	0,0383	0,0190	0,0432	0,0432	0,0190	0,0264	0,0264
Belgacom Value Pack Company	0,0180	0,0383	0,0383	0,0275	0,0432	0,0432	0,0180	0,0264	0,0264
Belgacom Value Pack Corporate	0,0150	0,0383	0,0383	0,0250	0,0432	0,0432	0,0195	0,0264	0,0264
Belgacom Value Pack Entreprise	0,0186	0,0387	0,0387	0,0309	0,0513	0,0513	0,0205	0,0264	0,0264
Belgacom Value Pack Industry	0,0350	0,0560	0,0560	0,0328	0,0721	0,0721	0,0200	0,0330	0,0330
Belgacom Value Pack Nations	0,0300	0,0461	0,0461	0,0320	0,0484	0,0484	0,0180	0,0264	0,0264
Belgacom Value Pack Business	0,0250	0,0461	0,0461	0,0300	0,0484	0,0484	0,0200	0,0264	0,0264
Belgacom Value Pack Professional	0,0369	0,0369	0,0560	0,0315	0,0315	0,0792	0,0205	0,0413	0,0413

**Figure 2.7:** *Tableau récapitulatif d'offres à la minute pour la clientèle non résidentielle de Belgacom – appels nationaux vers fixe (octobre 2007) [Source : Sites Internet de Belgacom]*

123 Tele2 est le seul opérateur alternatif qui publie une offre pour la clientèle non résidentielle, Tele 2 Standard pro. On la trouvera ci-dessous.

Opérateur	Prix d'établissement d'appel (EUR HT)			Heures pleines (EUR HT / min)			Heures creuses (EUR HT / min)		
	Vers Belgacom	Vers Versatel	Vers Telenet	Vers Belgacom	Vers Versatel	Vers Telenet	Vers Belgacom	Vers Versatel	Vers Telenet
Tele2 Standard Pro	0,0410	0,0620	0,0620	0,0180	0,0830	0,0830	0,0180	0,0410	0,0410

**Figure 2.8:** *Offre de Tele2 à la minute pour la clientèle non résidentielle– appels nationaux vers fixe (octobre 2007) [Source : Site Internet de l'opérateur]*

124 Belgacom propose avec la formule I-Office Voice (Classic et No Limit) une offre de VOB pour les clients non résidentiels (indépendants et PME surtout) qui disposent d'une connexion ADSL (ADSL GO ou ADSL Plus) chez Belgacom. La formule No Limit implique une redevance mensuelle de EUR 4 par numéro mais la gratuité des appels tandis que la formule Classic n'exige pas de redevance mais propose les tarifs suivants vers les numéros fixes:

	Coût connexion par appel	Heures de pointe par minute	Heures creuses par minute
Vers les lignes fixes de Belgacom	EUR 0,0372	EUR 0,0372	EUR 0,0186
Vers les lignes fixes Telenet/Versatel	EUR 0,0552	EUR 0,0642	EUR 0,0292



**Figure 2.9:** Evolution du prix par minute pour un appel d'une durée de 3 minutes vers les lignes fixes de trois offres à la minute pour la clientèle non résidentielle de Belgacom [Source : Site Internet de l'opérateur]

### 2.3.2 Tarifs des appels fixe vers mobiles nationaux

125 Les tarifs publics de quelques offres de Belgacom, à destination des numéros mobiles sont présentés ci-dessous :

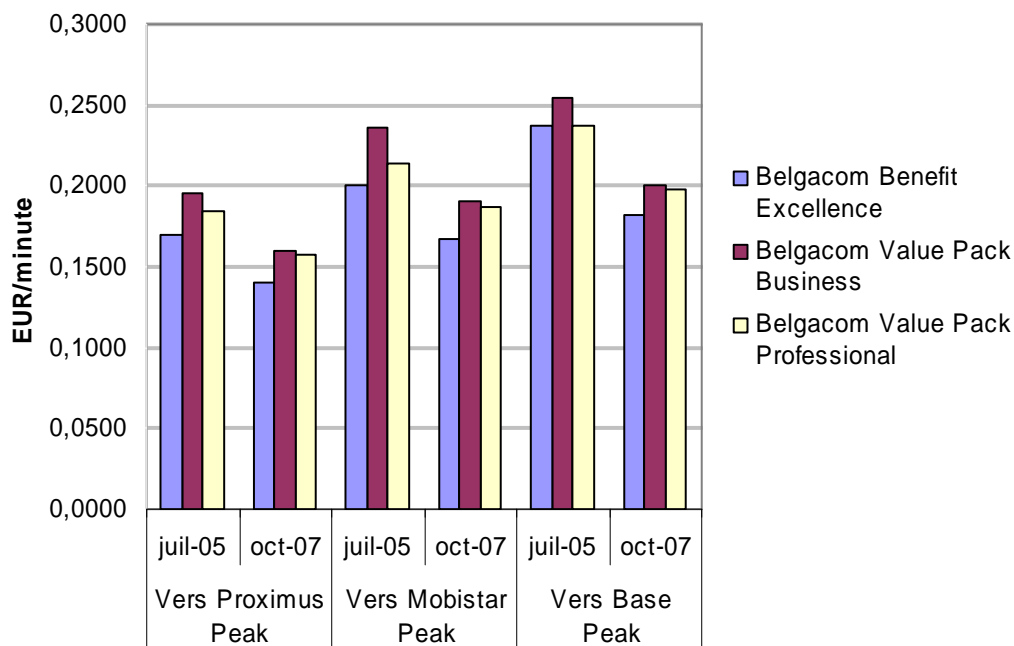
Offres	Prix d'établissement d'appel (EUR HT)			Heures pleines (EUR HT / min)			Heures creuses (EUR HT / min)		
	Vers Proximus	Vers Mobistar	Vers Base	Vers Proximus	Vers Mobistar	Vers Base	Vers Proximus	Vers Mobistar	Vers Base
Belgacom Benefit Excellence	0,0550	0,0550	0,0550	0,1125	0,1400	0,1550	0,0959	0,116	0,1550
Belgacom Benefit Premium	0,0550	0,0550	0,0550	0,1250	0,1500	0,1600	0,0959	0,1116	0,1550
Belgacom HIT	0,0550	0,0550	0,0550	0,1700	0,1975	0,2100	0,1141	0,1339	0,1620
Belgacom Value Pack Company	0,0550	0,0550	0,0550	0,1125	0,1400	0,1550	0,0959	0,1116	0,1550
Belgacom Value Pack Corporate	0,0550	0,0550	0,0550	0,1250	0,1500	0,1600	0,0959	0,1116	0,1550
Belgacom Value Pack Entreprise	0,0550	0,0550	0,0550	0,1250	0,1500	0,1600	0,0959	0,1116	0,1550
Belgacom Value Pack Industry	0,0550	0,0550	0,0550	0,1125	0,1400	0,1550	0,0959	0,1116	0,1550
Belgacom Value Pack Nations	0,0550	0,0550	0,0550	0,1300	0,1600	0,1700	0,0959	0,1116	0,1550
Belgacom Value Pack Business	0,0600	0,0600	0,0600	0,1300	0,1600	0,1700	0,0959	0,1116	0,1550
Belgacom Value Pack Professional	0,0550	0,0550	0,0550	0,1300	0,1600	0,1700	0,0959	0,1116	0,1550

**Figure 2.10:** Tableau récapitulatif d'offres à la minute pour la clientèle non résidentielle de Belgacom – appels nationaux vers mobile (octobre 2007) [Source : Sites Internet de Belgacom]

L'offre de Tele2 est la suivante:

Opérateur	Prix d'établissement d'appel (EUR HT)			Heures pleines (EUR HT / min)			Heures creuses (EUR HT / min)		
	Vers Proximus	Vers Mobistar	Vers Base	Vers Proximus	Vers Mobistar	Vers Base	Vers Proximus	Vers Mobistar	Vers Base
Tele2 Standard Pro	0,0910	0,0910	0,0910	0,1570	0,1980	0,2270	0,1070	0,1240	0,1450

**Figure 2.11:** Offre de Tele2 à la minute pour la clientèle non résidentielle – appels nationaux vers mobile (octobre 2007) [Source : Site Internet de l'opérateur]



**Figure 2.12:** Evolution du prix par minute pour un appel d'une durée de 2 minutes vers les réseaux mobiles de trois offres à la minute pour la clientèle non résidentielle de Belgacom [Source : Site Internet de l'opérateur]

## 2.4 Marchés pertinents de produits

126 Les marchés de détail reconnus comme non concurrentiels par l'IBPT lors de l'analyse précédentes étaient:

126.1 les services téléphoniques locaux et / ou nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle

126.2 les services téléphoniques locaux et / ou nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle.

127 Il est nécessaire d'établir si ces deux marchés sont toujours bien distincts, si les limites de ces marchés ont évolué et si les technologies utilisées et les architectures de services téléphoniques en position déterminée sont substituables. De même il est utile d'examiner si le marché ne doit pas être subdivisé en fonction de différents paramètres des appels. Il convient également de réexaminer la substituabilité entre les services téléphoniques en position déterminée et en position non déterminée. Dans ce but, nous avons analysé la substituabilité entre les services et produits suivants :

- 127.1 les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle
- 127.2 les différents types de services téléphoniques entre eux.
- 127.3 les services téléphoniques accessibles au public « fixe vers fixe » et les services téléphoniques accessibles au public « fixe vers mobile »
- 127.4 les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée prépayés et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée postpayés
- 127.5 les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée et les services téléphoniques accessibles au public en position non déterminée

#### **2.4.1.1 Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle**

128 La première Recommandation sur les marchés pertinents séparait les marchés de services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et les marchés de services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle. Dans les motifs de la Recommandation, la Commission européenne distinguait le marché d'affaires et le marché résidentiel du fait que les modalités contractuelles d'accès et de prestation de services pouvaient être variables sur ces deux marchés.<sup>36</sup> Il est à noter que puisque la nouvelle Recommandation ne s'intéresse plus qu'à un seul marché de détail, celui de l'accès et que du point de vue de l'accès, il n'y a pas de grande différence entre l'accès pour un client résidentiel et celui pour un client non résidentiel, la Commission estime qu'il n'y a plus lieu de séparer ces deux marchés. Dans la mesure où l'IBPT doit réexaminer la question des services téléphoniques, il y a lieu d'analyser si la segmentation résidentiel/non résidentiel correspond encore aux caractéristiques du marché belge.

##### **2.4.1.1.1 Substituabilité du point de vue de la demande**

129 Il est généralement admis que la séparation des marchés liés à la clientèle résidentielle des marchés de la clientèle non résidentielle est une frontière floue, notamment pour certaines professions libérales et pour les artisans. Toutefois, dans la grande majorité des cas, les offres non résidentielles et les offres résidentielles répondent à des besoins différents et ont des niveaux tarifaires différents.

---

<sup>36</sup> Voir p.18 des motifs de la Recommandation sur les marchés pertinents, op. cit.

- 130 Au niveau des caractéristiques, la segmentation entre la clientèle résidentielle et la clientèle non résidentielle peut être dans certains cas aisée. En effet la demande résidentielle est différente avec, par exemple, une attention toute particulière donnée aux tarifs heures creuses qui ne présentent pas d'intérêt pour une majorité de clients non résidentiels. Il existe aussi d'autres fonctions orientées vers la clientèle résidentielle comme le blocage de numéros, que la clientèle non résidentielle peut effectuer elle-même sur ses propres équipements.
- 131 Sur le plan des usages, l'IBPT constate des différences entre les clientèles résidentielle et non résidentielle. Les attentes des clients résidentiels en termes de qualité de service sont ainsi généralement inférieures à celles des clients non résidentiels. Il existe par ailleurs des services supplémentaires adaptés aux usages des entreprises, comme la facturation ventilée par département ou centre de coûts, l'analyse de consommation.
- 132 Du point de vue de la demande, la substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public à destination de la clientèle résidentielle et les services téléphoniques accessibles au public à destination de la clientèle non résidentielle est insuffisante pour les intégrer dans le même marché pertinent.

#### 2.4.1.1.2 **Substituabilité du côté de l'offre**

- 133 Dans les motifs de la première Recommandation sur les marchés pertinents, la Commission européenne rappelle qu'il « sera en principe impossible pour une entreprise approvisionnant le marché d'affaires de s'adapter à une augmentation de prix de la part d'un monopoleur hypothétique sur le marché résidentiel car les caractéristiques économiques de la prestation proposée à ces deux types de clientèle peuvent être nettement différentes ». <sup>37</sup> Un opérateur alternatif concentré sur le marché entreprise ne pourra s'adresser à une clientèle résidentielle sans mettre en place des modifications sur le plan opérationnel (IT, facturation,...), un service de commercialisation, de marketing et de service après vente dédié aux particuliers. Inversement, pour s'adresser à un marché des entreprises, un opérateur concentré sur le marché résidentiel devrait consentir des investissements au niveau du support technique, des relations clients, et dans une meilleure qualité de service que pour les offres résidentielles.
- 134 Les opérateurs font une claire différence entre leurs offres résidentielles et leurs offres non résidentielles (le critère étant la facturation sur un numéro de TVA) car certaines offres résidentielles prévoient dans leurs conditions générales qu'elles ne sont pas accessibles aux clients non résidentiels (l'Option Discovery Line est réservée aux personnes physiques pour

---

<sup>37</sup> Voir p.18 des motifs de la Recommandation sur les marchés pertinents, op. cit.

leurs communications privées<sup>38</sup> ou le plan tarifaire Free Weekend n'est valable que pour le trafic téléphonique émis au départ d'un seul numéro par client) tandis que les plans tarifaires non résidentiels ne sont pas accessibles aux clients résidentiels, par exemple parce qu'ils sont assortis d'un montant minimum facturable normalement non compatible avec un profil résidentiel. On peut aussi citer les offres mobiles VPN des opérateurs de réseau téléphonique public mobile pour les communications fixe vers mobile qui ne sont pas utilisées par les clients résidentiels.

- 135 De plus, l'existence sur le marché d'opérateurs qui s'adressent uniquement à une clientèle non résidentielle, BT, COLT, Verizon, par exemple, montre l'existence d'un marché spécifique qui nécessite des approches commerciales ciblées et des moyens différents.
- 136 Du point de vue de l'offre, la substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public à destination de la clientèle résidentielle et les services téléphoniques accessibles au public à destination de la clientèle non résidentielle est insuffisante pour les intégrer dans le même marché pertinent.

#### 2.4.1.1.3 **Conclusion**

C1	Les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle ne doivent pas être intégrés dans le même marché pertinent.
----	--

#### 2.4.1.2 **Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée par commutation de circuits et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée par commutation de paquets**

- 137 La technologie de la téléphonie par commutation de paquets peut éventuellement présenter des différences à l'usage suite à deux caractéristiques techniques :
- 137.1 La numérisation de la voix, la suppression éventuelle du silence et sa scission en paquets peut dégrader la qualité du signal vocal à l'émission
- 137.2 La transmission à travers les réseaux de commutation de paquets entraîne par nature des délais de transmission et surtout des variations de ces délais, ainsi que des pertes de paquets qui peuvent être préjudiciables à la qualité du signal à la réception. Il existe des mécanismes de priorisation qui peuvent être utilisés pour garantir que les paramètres restent à des valeurs telles que la qualité de réception soit correcte.

---

38 Voir conditions générales de l'Option Discovery Line : « Toute personne physique qui est titulaire d'une ligne téléphonique analogique (RTC) utilisée à des fins privées et qui souhaite souscrire au programme tarifaire Belgacom Discovery Line (ci-après, le « Client ») peut introduire une demande d'adhésion auprès de Belgacom. La demande du Client sera acceptée après vérification par Belgacom de la réunion des conditions d'adhésion fixées par l'article 3 ci-après ».

- 138 Il existe deux types de service de VoIP :
- 138.1 Les services « managed VoIP » ou « VoB (Voice over Broadband) » pour lesquels l'opérateur fournit un équipement terminal (avec interface téléphonique traditionnelle et/ou support de combinés VoIP généralement WiFi) qui assure l'identification de la ligne ; il est généralement associé un mécanisme de QoS (qualité de service) donnant une priorité de la voix sur les autres services. Ces services sont toujours liés à la fourniture du service d'accès.
  - 138.2 Les services « unmanaged VoIP » pour lesquels l'utilisateur final utilise son propre équipement terminal; l'identification de la ligne est liée à un login de l'utilisateur sur le « voice server » qui peut ainsi le localiser; ces services sont nomades.
  - 138.3 Il est possible d'associer les deux services si l'opérateur du service « managed VoIP » offre une redirection des appels vers un service « unmanaged VoIP » pour bénéficier des avantages de chacun d'eux : qualité de la voix au domicile et nomadisme.
- 139 Les deux technologies (circuits et paquets) supportent les postes téléphoniques ordinaires avec interface RJ11. Pour être compatibles avec les postes téléphoniques ordinaires, les services « unmanaged VoIP » nécessitent un adaptateur, lequel est inclus dans certains postes récents.

#### 2.4.1.2.1 **Substituabilité du point de vue de la demande**

- 140 Comme exposé ci avant, les services par commutation de paquets peuvent différer des offres de téléphonie en mode circuit par une qualité de service moindre mais ceci tend à diminuer avec l'amélioration progressive des logiciels et réseaux. D'autres éléments sont semblables dans les deux types d'offres. Les terminaux des utilisateurs finals, le téléphone, sont identiques et la transmission de la voix s'effectue en temps réel. Ceci est vrai quelle que soit la nature du réseau d'accès utilisé : PSTN/ISDN, xDSL, fibre, câble, WLL.
- 141 Pour les utilisateurs finals résidentiels, les offres de téléphonie utilisant la commutation de paquets permettent d'avoir des usages identiques à ceux du téléphone "classique" (basé sur la commutation de circuits) car il n'existe aucune restriction dans les destinations susceptibles d'être appelées. Les utilisateurs ne sont d'ailleurs généralement pas en mesure de différencier un service téléphonique en mode paquet et un service téléphonique en mode circuit. L'exemple le plus frappant est celui de l'opérateur Telenet qui a lancé son service dans le mode circuit pour ensuite l'étendre en mode paquet sans que l'utilisateur ne sache quelle est la technologie qu'il utilise.
- 142 La conclusion est identique lorsqu'il s'agit de services sans priorisation (« VoIP unmanaged »). La technologie du côté de l'appelant est identique et l'Institut ne peut pas, a priori et sans élément de preuve, exclure ces services du marché des services téléphoniques au motif que la

qualité à la réception serait significativement inférieure. Une telle exclusion a priori serait incompatible avec le principe de neutralité technologique.

143 Dans tous les cas de figures, la différence éventuelle de qualité qui peut exister entre services résulte non pas de la technologie utilisée, mais des choix de l'opérateur qui met en oeuvre cette technologie. Des différences de qualité peuvent également se produire entre des opérateurs offrant des services téléphoniques sur le réseau téléphonique commuté (commutation de circuits).

144 L'Institut constate que les services sans priorisation rencontrent actuellement peu de succès. Ils ne sont offerts que par de petits opérateurs ayant des parts de marché très faibles.

145 Du point de vue de la demande, la substituabilité entre les services téléphoniques en mode paquets et les services téléphoniques en mode circuit est suffisante pour les intégrer dans le même marché pertinent.

#### 2.4.1.2.2 **Substituabilité du point de vue de l'offre**

146 Ayant conclu qu'il existe une substituabilité du côté de la demande, l'étude de la substituabilité du côté de l'offre n'est pas susceptible de modifier nos conclusions.

#### 2.4.1.2.3 **Conclusion**

C2 Les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée sur le réseau téléphonique commuté et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée par commutation de paquets doivent être intégrés dans le même marché pertinent quel que soit le réseau d'accès utilisé.

### 2.4.1.3 **Substituabilité entre les différentes architectures de services téléphoniques accessibles au public en position déterminée**

#### 2.4.1.3.1 **Substituabilité du point de vue de la demande**

147 Les services téléphoniques liés à l'accès téléphonique et ceux offerts via un code d'accès et via un numéro d'appel téléphonique géographique ou non géographique (two stage dialing) sont utilisables depuis le même équipement téléphonique de la part de l'utilisateur final. Dans le cadre du service lié à l'accès et de la présélection, il n'y a aucune différence de manipulation., Dans le cadre la sélection appel par appel et du two stage dialing, il faut d'abord composer un code ou un numéro avant le numéro de son correspondant, mais cette opération peut être automatisée dans la mémoire du poste téléphonique. Les trois services permettent de réaliser des appels avec tout abonné du réseau téléphonique public avec une qualité comparable étant donné que le mode d'accès au service n'affecte pas la qualité du service offert (voir test de substituabilité des technologies).

- 148 Les services téléphoniques offerts sur une connexion internet haut débit (« unmanaged VoIP ») permettent également d'accéder à l'ensemble du réseau téléphonique public avec une qualité de service comparable, comme illustré ci-dessus dans le test concernant les technologies. Les services téléphoniques offerts sur une connexion internet haut débit sont accessibles soit depuis un PC, lequel ne peut être considéré comme substituable à l'appareil téléphonique (manipulation plus complexe, prix plus élevé et mise en marche longue s'il est éteint au moment où l'utilisateur veut établir son appel), soit depuis des postes téléphoniques adaptés supportant à la fois le service « unmanaged VoIP » via interface Ethernet ou USB et les services téléphoniques classiques et VoB via interface RJ11. L'usage de ce type de poste rend le choix du service utilisé très simple et permet d'avoir une substituabilité de l'usage et donc de la demande.
- 149 Il est toutefois nécessaire d'analyser plus en détail les services « unmanaged VoIP ». Selon le cas, le fournisseur du service attribue ou non un numéro d'appel à ses clients.
- 150 L'Institut constate que le nombre d'utilisateurs est faible, ce qui pourrait traduire une non substituabilité dans l'esprit des utilisateurs finals. Il n'est pas possible de donner un avis définitif sur le sujet car ces services ne font pas l'objet de campagnes promotionnelles importantes et ne sont connus que d'un petit nombre de consommateurs. D'autre part, de par leur faible part de marché, une conclusion dans un sens ou un autre ne changerait rien à la situation dudit marché. L'Institut s'en tient donc à l'analyse de substituabilité théorique positive.
- 151 Les services téléphoniques liés à l'accès téléphoniques et ceux offerts via le webcalling sont utilisables depuis le même équipement téléphonique de la part de l'utilisateur final. Il est toutefois nécessaire de disposer d'un accès internet pour initier l'appel via une page web permettant à l'utilisateur final de s'identifier et d'initier l'appel. Comme pour le VoIP, la nécessité d'un accès internet n'est pas un critère de non substituabilité (un accès bas débit est suffisant).

#### 2.4.1.3.2 **Substituabilité du point de vue de l'offre**

- 152 Ayant conclu qu'il existe une substituabilité du côté de la demande, l'étude de la substituabilité du côté de l'offre n'est pas susceptible de modifier nos conclusions.

#### 2.4.1.3.3 **Conclusion**

- |    |   |
|----|---|
| C3 | Les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée doivent être intégrés dans le même marché pertinent quelle que soit l'architecture de service utilisée. |
|----|---|

#### 2.4.1.4 Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée et les services téléphoniques peer to peer accessibles en position déterminée

##### 2.4.1.4.1 *Substituabilité du point de vue de la demande*

153 Les services téléphoniques peer to peer sont basés sur des logiciels et l'usage d'un PC ; cet obstacle est toutefois aujourd'hui levé par l'existence d'appareils téléphoniques intégrant les fonctionnalités peer to peer de manière analogue à ceux intégrant le « unmanaged VoIP ».

154 Ces services nécessitent également que le correspondant soit utilisateur du même service chez le même opérateur et soit pro-activement connecté au moment de l'appel. Il n'est donc pas possible d'établir un appel vers n'importe quel utilisateur du réseau téléphonique public à tout moment comme le permettent les autres services téléphoniques en position déterminée.

155 Les services peer to peer ne sont donc pas substituables aux services téléphoniques en position déterminée du point de vue de la demande.

##### 2.4.1.4.2 *Substituabilité du point de vue de l'offre*

156 Un service téléphonique peer to peer utilise des serveurs qui enregistrent les utilisateurs du service et leur état déclaré (connecté, non connecté, absent, ..). La mise en communication consiste à des échanges d'information avec les logiciels correspondants sur les PC ou téléphones des utilisateurs, qui entrent ensuite en communication directe. Il n'est pas fait usage de centraux téléphoniques, de passerelles ou autres équipements utilisés par les opérateurs de communications électroniques.

157 La mise en oeuvre technique des services peer to peer est totalement distincte de celle de services téléphoniques en position déterminée. L'opérateur de l'un de ces services doit donc effectuer un nouvel investissement pour offrir l'autre service. En conséquence les services peer to peer ne sont donc pas substituables aux services téléphoniques en position déterminée du point de vue de l'offre.

##### 2.4.1.4.3 *Conclusion*

C4 Les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée et les services téléphoniques peer to peer ne doivent pas être intégrés dans le même marché pertinent.
---

### 2.4.1.5 Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public « fixe vers fixe » et les services téléphoniques accessibles au public « fixe vers mobile »

#### 2.4.1.5.1 *Substituabilité du point de vue de la demande*

158 Les services téléphoniques fixe vers fixe et les services téléphoniques fixe vers mobile ont globalement les mêmes caractéristiques mais les tarifs des communications « fixe vers mobile » demeurent à un niveau sensiblement supérieur à celui des communications « fixe vers fixe » du fait de la différence importante entre charges de terminaison fixes et mobiles. Ces différences de prix font que sur le plan des usages, les utilisateurs finals peuvent privilégier en premier lieu les communications fixe vers fixe lorsqu'ils en ont la possibilité. Un abonné désirant appeler un numéro mobile ne peut en revanche se satisfaire d'un service téléphonique fixe vers fixe, à moins qu'il sache que l'abonné mobile appelé est à proximité de son téléphone fixe.

159 Du point de vue de la demande, la substituabilité entre les services téléphoniques fixe vers mobile et les services téléphoniques fixe vers fixe est insuffisante pour les intégrer dans le même marché pertinent.

#### 2.4.1.5.2 *Substituabilité du point de vue de l'offre*

160 L'ensemble des fournisseurs de services téléphoniques fixes propose des services téléphoniques fixe vers fixe et des services téléphoniques fixe et mobile. Dans l'hypothèse où un opérateur ne fournirait que des services téléphoniques fixe vers fixe, il serait en mesure de fournir rapidement des services téléphoniques fixe vers mobile. L'interconnexion avec les opérateurs de réseau téléphonique public mobile est réglementée, ce qui garantit aux opérateurs de réseaux fixes de pouvoir fournir des services téléphoniques vers les abonnés mobiles. En outre, il n'est pas indispensable d'être interconnecté avec (tous) les opérateurs mobiles pour offrir des services fixe vers mobile. Il peut en effet suffire d'être interconnecté avec un opérateur, par exemple Belgacom qui offre un service de transit vers les trois opérateurs mobiles.

161 Du point de vue de l'offre, la substituabilité entre les services téléphoniques fixe vers mobile et les services téléphoniques fixe vers fixe est suffisante pour les intégrer dans le même marché pertinent.

#### 2.4.1.5.3 *Conclusion*

C5	Les services téléphoniques fixe vers mobile et les services téléphoniques fixe vers fixe doivent être intégrés dans le même marché pertinent.
----	---

### 2.4.1.6 Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée prépayés et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée postpayés

#### 2.4.1.6.1 *Substituabilité du point de vue de la demande*

162 Du point de vue des caractéristiques des services de détail, il n'y a pas de différences entre les services téléphoniques prépayés et les services téléphoniques postpayés.

163 Au niveau des usages, il peut exister des différences en termes de durée et de volume d'utilisation. Cependant, si un mode de facturation n'est plus adapté aux usages d'un abonné prépayé, celui-ci pourra migrer vers une autre offre prépayée ou postpayée. Pour un abonné postpayé, la migration vers une autre offre est également possible. Ainsi, en cas d'augmentation faible mais significative et durable des prix des offres prépayées, les utilisateurs pourraient migrer vers les offres postpayées et vice versa.

164 La substituabilité du point de vue de la demande entre les services téléphoniques prépayés et les services téléphoniques postpayés apparaît donc suffisante pour les inclure dans le même marché pertinent de produit.

#### 2.4.1.6.2 *Substituabilité du point de vue de l'offre*

165 Ayant conclu à l'existence d'une substituabilité suffisante du point de vue de la demande, l'étude de la substituabilité du point de vue de l'offre n'est pas nécessaire.

#### 2.4.1.6.3 *Conclusion*

C6	L'IBPT considère que les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée prépayés et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée postpayés doivent être intégrés dans le même marché pertinent.
----	---

### 2.4.1.7 Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée et les services téléphoniques accessibles au public en position non déterminée

#### 2.4.1.7.1 *Substituabilité du point de vue de la demande*

166 Un abonné souhaitant utiliser des services téléphoniques en position non déterminée (ci- après mobile), lors de ses déplacements par exemple, ne pourra pas se satisfaire de services à partir d'un accès fixe. La mobilité est la caractéristique essentielle offerte aux utilisateurs de services mobiles. Cette mobilité est absente du service téléphonique en position déterminée. Compte tenu de cette mobilité, des caractéristiques techniques, et surtout des usages, la téléphonie fixe

n'est donc pas un substitut valable pour la téléphonie mobile. En outre, l'augmentation légère mais durable des prix d'un service téléphonique mobile n'entraînera pas nécessairement une migration accrue vers un service téléphonique fixe, l'utilisation du service mobile étant surtout liée à la fonction de mobilité.

- 167 En revanche, un client désirant recevoir et émettre des appels de son domicile pourra en principe recourir à des services téléphoniques mobiles. Les prix plus élevés des communications mobiles l'inciteront néanmoins à privilégier les communications fixes surtout s'il souhaite atteindre un abonné au réseau fixe ou un client d'un autre opérateur mobile.
- 168 Une augmentation légère mais durable des prix d'un service téléphonique depuis un poste fixe n'entraînera pas nécessairement une augmentation du nombre d'appels depuis un poste mobile, compte tenu du niveau de prix très différent entre les deux services. C'est pour cette raison que les autorités de concurrence saisies de ces questions ont estimé, jusqu'à présent<sup>39</sup>, que les services fixes et mobiles appartenaient à des marchés séparés.
- 169 Un nombre très significatif de personnes continuent à utiliser à la fois des services téléphoniques fixes et des services téléphonique mobiles. Les chiffres publiés par l'INS plaident en ce sens. Plus de la moitié des ménages possèdent à la fois un téléphone fixe et un GSM, en ce qui tend à démontrer que les utilisateurs résidentiels ne les considèrent pas comme (suffisamment) substituables. Même s'il s'agit de la possession d'un équipement et non de l'utilisation des services, on peut logiquement supposer que les ménages utilisent les services (respectivement fixes / mobiles) rendus par les équipements qu'ils possèdent.

<i>Pourcentage de ménages qui possèdent au moins l'un des biens suivants</i>	<i>1995/ 1996</i>	<i>1996/ 1997</i>	<i>1997/ 1998</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>	<i>2004</i>	<i>Évolution 2004/ 2001</i>
Abonnement au téléphone fixe	96,0%	97,1%	93,5%	87,9%	84,0%	85,7%	77,2%	-9,9%
GSM			10,0%	30,7%	47,5%	63,0%	85,7%	+36,0%
- uniquement téléphone fixe						34,1%	13,1%	-61,7%
- uniquement GSM						11,4%	21,6%	+89,0%
- téléphone fixe et GSM						51,6%	64,1%	+24,3%
- téléphone fixe ou GSM						97,1%	98,8%	+1,7%

**Figure 2.13.** Niveau de vie - patrimoine et équipement des ménages : confort ménager [source : INS]

<sup>39</sup> Voir notamment : COMP/M. 2574, Pirelli/Edizione/Olivetti/Telecom Italia, point 33, décision n°04-D-22 du Conseil de la Concurrence français du 21 juin 2004, avis du Conseil de la Concurrence français n°05-A-09 du 4 avril 2005.

- 170 Des enquêtes plus récentes mais de portée plus limitée confirment la tendance. Ainsi, en Région wallonne, une enquête auprès des particuliers montre un certain retour à l'abonnement à la ligne fixe<sup>40</sup>:

<i>Téléphonie fixe et mobile</i>	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Personnes disposant d'une ligne fixe	81%	82%	77%	65%	75%	77%
Personnes disposant d'un GSM	72%	79%	81%	83%	83%	84%
Personnes disposant d'une ligne fixe et d'un GSM	53%	61%	58%	48%	58%	63%

**Figure 2.14.** Taux de Wallons possédant de la téléphonie fixe et/ou de la téléphonie mobile

- 171 Sauf dans le cas d'appels effectués à partir du domicile, la décision de passer un appel à partir d'un poste mobile n'est pas prise exclusivement, ni même principalement, en fonction de la tarification plus ou moins élevée du service téléphonique fixe. La décision d'effectuer l'appel à partir d'un poste mobile est liée dans la majorité des cas à la mobilité. Une baisse du prix du service de téléphonie fixe n'aura donc pas d'influence, dans la grande majorité des cas, sur la décision d'effectuer l'appel à partir de la téléphone mobile. Il ne s'agit donc pas d'une substitution au sens du test du monopoleur hypothétique.
- 172 Il est à noter qu'au domicile, certains abonnés effectuent des appels depuis un poste mobile, même lorsqu'ils se trouvent à proximité d'un poste fixe. Selon l'Institut, ce phénomène reflète deux facteurs spécifiques :
- 172.1 pour certains forfaits ou plans tarifaires, les appels mobiles vers mobiles « on-net » sont parfois très concurrentiels par rapport aux appels fixes vers mobiles, ce qui provoque une utilisation accrue des services mobiles pour ce type d'appel même lorsque l'abonné est à proximité d'un poste fixe. Cette différence de prix est la conséquence de la tarification élevée des services de terminaison d'appels sur les réseaux mobiles lorsque ces services sont proposés à des opérateurs tiers. Cet effet de substitution aura tendance à diminuer avec la diminution des tarifs de terminaison d'appels sur les réseaux mobiles.
- 172.2 les appels mobiles vers fixes, effectués depuis le domicile de l'abonné et à proximité d'un poste fixe, s'expliquent principalement par l'utilisation facile du répertoire de son téléphone mobile (peu de personnes disposent d'un répertoire à jour sur leur téléphone fixe) et de la nécessité pour l'abonné de consommer son forfait de communications avant la date de péremption de ce forfait. En l'absence de ce phénomène, l'appel mobile vers

<sup>40</sup> Septième enquête consacrée aux équipements et aux usages TIC des citoyens et des ménages wallons (fin 2006), AWT, Agence wallonne des télécommunications. Cf <http://awt.be/web/dem/index.aspx?>

fixe restera significativement plus cher qu'un appel fixe vers fixe. Une augmentation légère mais durable du prix des appels fixes n'entraînera donc pas une augmentation du nombre d'appels mobiles vers fixes.

- 173 L'opérateur mobile Mobistar a lancé une option Mobistar At Home pour les abonnés qui utilisent leur GSM à la maison : 40 heures d'appels par mois vers les lignes nationales fixes pour un forfait de 10 euros.
- 174 Base a également lancé une offre forfaitaire vers les lignes fixes : Base3+ avec 3 heures d'appel par jour vers Base et les lignes fixes pour EUR 35 par mois. Cette offre se caractérise par un tarif beaucoup plus élevé que les offres forfaitaires fixe à fixe. L'offre la plus proche semble être la formule No Limit National Anytime de Belgacom (19,95 € par mois pour appeler vers toutes les lignes fixes en Belgique). Le prix de l'offre Base 3+ est en ligne avec le fait que les appels peuvent être composés dans tout le réseau et non pas seulement depuis la résidence et avec le fait que l'offre inclut les appels vers fixe et vers mobile (Base uniquement). KPN/Tele2 s'est elle aussi lancée dans ce type de services avec ses formules Tele2 Champion et Tele2 Smart.
- 175 L'IBPT note également l'existence sur le marché de détail de certaines offres *mobile virtual private network* (Mobile VPN) proposées par des opérateurs de réseau téléphonique public mobile à leurs clients grands comptes.<sup>41</sup>
- 176 La substituabilité du point de vue de la demande entre les services de détail sur les réseaux téléphoniques publics mobiles et les services de détail sur les réseaux téléphoniques publics fixes est donc insuffisante pour les inclure dans un même marché pertinent. La migration des services fixes vers les services mobiles s'explique en grande partie par une évolution des usages (besoins accrus de la population en termes de mobilité, facilité d'utiliser son téléphone mobile avec un annuaire intégré). Il ne s'agit pas, au stade actuel, d'un phénomène de substituabilité au sens du droit de la concurrence.
- 177 L'IBPT considère ainsi que la substituabilité du point de vue de la demande reste insuffisante entre un service de téléphonie fixe et un service de téléphonie mobile en raison de l'écart important entre les prix des communications et des fonctionnalités différentes du service mobile qui répondent à des besoins différents des usagers.

---

<sup>41</sup> Ces offres consistent à relier le PABX du client à un commutateur de l'opérateur mobile, de sorte que tous les appels fixe vers mobile du client en question soient acheminés directement vers le réseau mobile destinataire de l'appel, ceci permettant à l'utilisateur final de bénéficier d'une tarification spécifique avantageuse.

178 L'IBPT note enfin que les ARN (Autriche, Hongrie) à un réexamen des anciens marchés 3 et 5 n'ont pas remis en question l'absence de substituabilité entre les services téléphoniques en position déterminée et non déterminée.

#### 2.4.1.7.2 **Substituabilité du point de vue de l'offre**

179 Pour offrir un service téléphonique en position déterminée, un opérateur mobile doit augmenter la capacité des stations de base proches des zones d'habitation, donc essentiellement en zone urbaine où les capacités sont fortement utilisées.

180 En conséquence, un opérateur de réseau téléphonique public mobile ne pourrait pas fournir de services téléphoniques fixes sans une adaptation conséquente de ses capacités de production. Par conséquent, il n'existe pas de substituabilité du côté de l'offre. L'évolution de la clientèle Mobistar At Home devra être suivie afin de vérifier la persistance de cette conclusion.

#### 2.4.1.7.3 **Conclusion**

C7 Les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée et les services téléphoniques accessibles au public en position non déterminée ne doivent pas être intégrés dans le même marché pertinent.
---

## 2.5 **Marchés pertinents géographiques**

181 En Belgique, les offres de services téléphoniques de Belgacom à destination des clientèles résidentielle et non résidentielle couvrent l'ensemble du territoire. Cette ubiquité existe car le réseau de l'opérateur historique couvre lui même l'ensemble du territoire. Sur le plan réglementaire, les dispositions applicables aux services téléphoniques le sont sur l'ensemble du territoire. Par exemple, les obligations relatives au service universel imposent à Belgacom de fournir un service téléphonique de base sur tout le territoire national. Une conséquence de cette ubiquité est que les services téléphoniques fournis par sélection/présélection<sup>42</sup> ou par la technique du « two stage dialing » peuvent être offerts sur tout le territoire. En outre, vu la large couverture du pays par les réseaux à large bande (ADSL, câble), les services téléphoniques de type « managed VoIP » et « unmanaged VoIP » sont disponibles eux aussi sur la quasi-totalité du territoire belge.

---

<sup>42</sup> Du fait de l'ubiquité du réseau Belgacom et des obligations de gros qui incombent à cet opérateur.

- 182 La question se pose de savoir dans quelle mesure la contrainte réglementaire pesant sur Belgacom de proposer des tarifs homogènes partout en Belgique ne doit pas être prise en compte. S'il est indéniable que l'homogénéité du marché au niveau national est en partie due à des contraintes réglementaires, l'Institut maintient cependant que la prise en compte de ces contraintes est pertinente au niveau de la définition géographique du marché conformément au point 59 des lignes directrices de la Commission. Dans les différents secteurs de l'économie de nombreux marchés sont ainsi régulièrement définis comme appartenant à des marchés géographiques distincts du fait de l'existence de divergences au niveau réglementaire. A l'inverse, la présence d'une convergence réglementaire à travers différents territoires dans des secteurs sensibles à la réglementation comme les communications électroniques est un facteur de nature à contribuer à une définition géographique couvrant ces territoires.
- 183 Tous les opérateurs (exceptés les câblo-opérateurs) proposent leurs services sur l'ensemble du territoire avec des plans tarifaires valables pour l'ensemble du territoire. Quant aux câblo-opérateurs, ils proposent trois offres d'accès téléphoniques, qui ne couvrent pas encore la totalité du territoire<sup>43</sup> mais pour lesquelles les investissements sont planifiés pour que cela soit réalisé à l'horizon de la présente analyse. Leurs stratégies commerciales peuvent différer et les offres sont différentes suivant les régions ; mais on constate que la réponse de Belgacom à ces différentes offres est nationale : Happy Time est le pendant national de l'offre Telenet Freephone, I-Talk celui de Coditel Classic et Voo Eco et I-Talk No Limit celui de Coditel unlimited et Voo Blabla. L'Institut constate donc que la différenciation géographique des offres câblo-opérateurs (dues au fait que ces opérateurs sont indépendants les uns des autres) ne se traduit pas par une différenciation géographique des offres des opérateurs à couverture nationale, qui continuent à leur opposer des offres nationales.
- 184 Par conséquent, même s'il existe des zones de couverture différentes selon les opérateurs entre les régions de la Belgique, dues notamment à la présence de câblo-opérateurs, le développement récent de Voo et de Coditel sur le marché de la téléphonie tend à rapprocher les structures de marchés des différentes régions de la Belgique. La dynamique concurrentielle est donc suffisamment homogène pour conclure à l'existence d'un marché national.
- 185 Une segmentation géographique plus fine ne paraît pas réaliste. En effet, bien qu'un opérateur national puisse être le seul fournisseur dans une zone A et être en concurrence avec d'autres fournisseurs sur une autre zone du territoire B, segmenter un tel marché suivant les zones A et B ne rendrait pas compte des spécificités nationales des fournisseurs nationaux (politique tarifaire

---

<sup>43</sup> En matière de télédistribution, la couverture conjuguée des câblo-opérateurs est quant à elle déjà nationale.

et commerciale, couverture de réseau et réglementation des offres en gros nationales). Une extrapolation de ce principe viserait alors à définir une nouvelle zone géographique dès que le nombre de fournisseurs est différent d'un territoire à l'autre et à chaque évolution de la couverture géographique des fournisseurs.

- 186 Enfin, l'Institut signale que la Belgique est un « petit pays » en comparaison de la majorité des autres pays européens et que la dimension géographique de la téléphonie en position déterminée est nationale dans la plupart des États Membres.

## 2.6 Conclusion

C8	L'IBPT considère que les marchés pertinents sont :
C8.1	le marché national des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle
C8.2	le marché national des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle

### 3 Analyse des marchés définis

#### 3.1 Description du marché

##### 3.1.1 Taille du marché, parts de marché et concentration du marché

187 Comme illustré dans les figures suivantes, le marché des services téléphoniques de détail a fortement baissé en Belgique en volume, de 13 milliards de minutes au premier semestre 2001 à 7,2 milliards de minutes au deuxième semestre 2006, et en valeur de EUR707 millions au premier semestre 2001 à EUR394 millions au deuxième semestre 2006. Ces baisses représentent une décroissance semestrielle moyenne de l'ordre de 5,2% en volume et 5,2% en valeur entre le premier semestre 2001 et le deuxième semestre 2006. La proportion des services téléphoniques fournis via la sélection ou la présélection a fortement progressé jusqu'à la fin du premier semestre 2005, passant en volume de trafic de 8,5% du volume total à 29,9%. A partir du second semestre 2005, on constate un ralentissement et, fin 2006, le trafic CS/CPS représente 22% du trafic global.

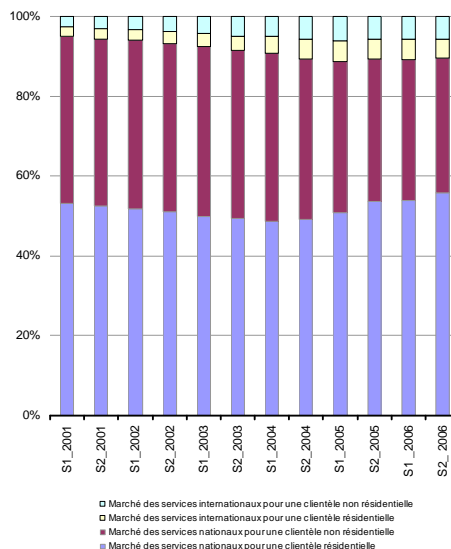
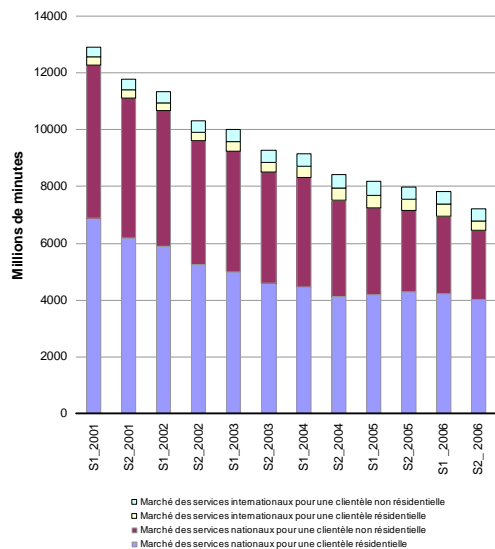


Figure 3.1: Marchés des services téléphoniques accessibles au public en position déterminée en volume [Source: BIPT, 2006]

Figure 3.2: Proportion relative des marchés des services téléphoniques accessibles au public en position déterminée en volume [Source: BIPT, 2006]

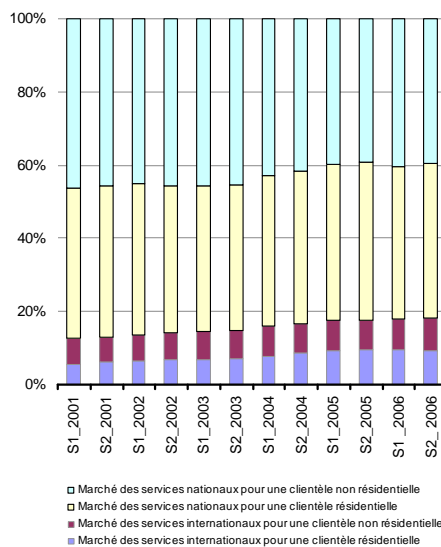
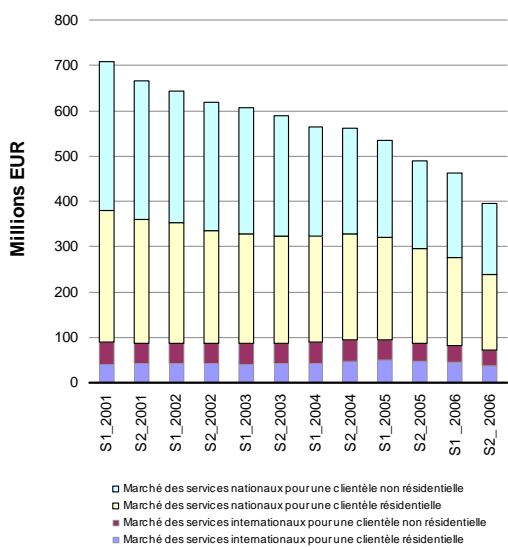
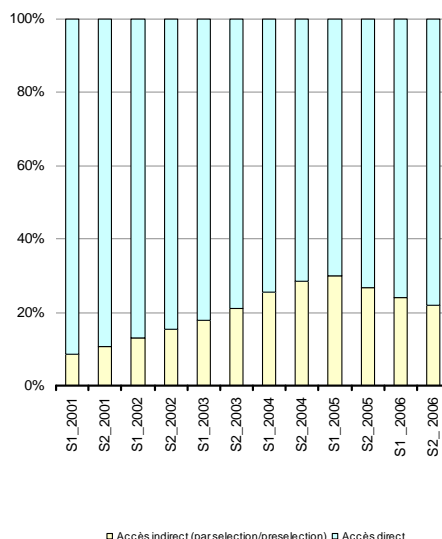
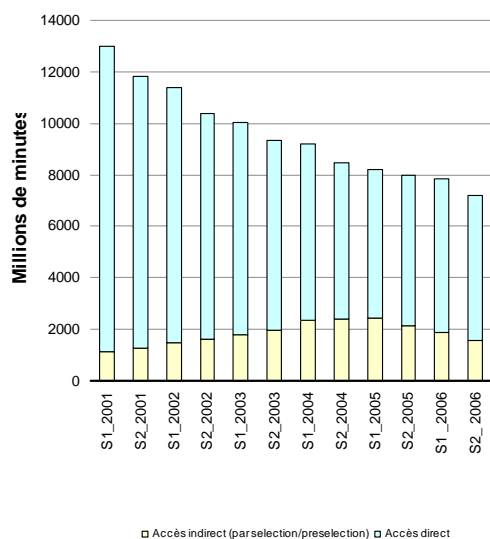


Figure 3.3: Marchés des services téléphoniques accessibles au public en position déterminée en valeur [Source: BIPT, 2006]

Figure 3.4: Proportion relative des marchés des services téléphoniques accessibles au public en position déterminée en valeur [Source: BIPT, 2006]

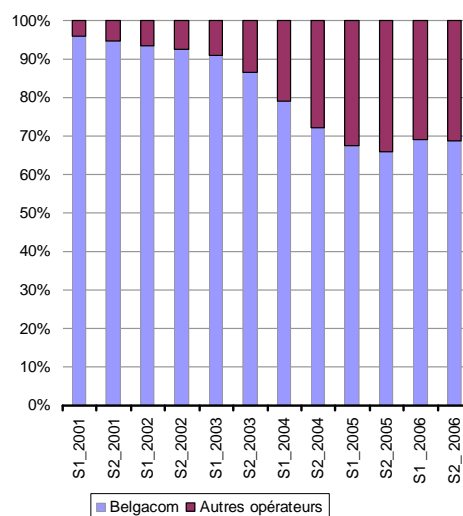
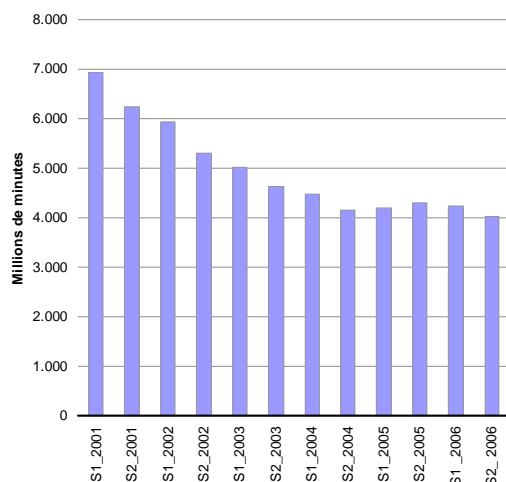


**Figure 3.5:** : Marchés des services téléphoniques accessibles au public en position déterminée nationaux et internationaux par accès direct et sélection/présélection, en volume [Source: BIPT, 2006]

**Figure 3.6:** Proportion relative des marchés des services téléphoniques accessibles au public en position déterminée, par accès direct et sélection présélection, en volume [Source: BIPT, 2006]

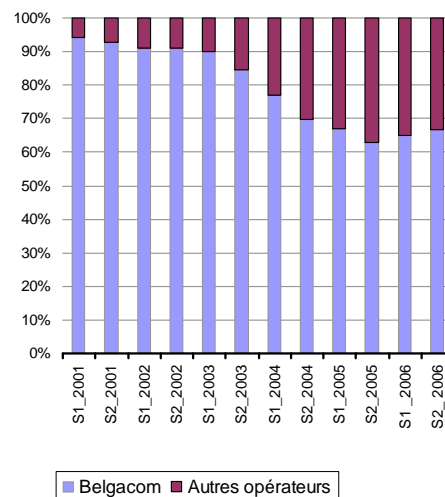
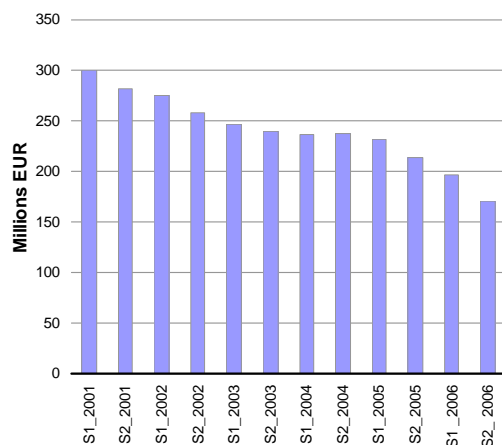
### 3.1.1.1 Marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle

188 Le marché des services téléphoniques nationaux en position déterminée pour la clientèle résidentielle est un marché en forte diminution, avec une baisse semestrielle moyenne entre le premier semestre 2001 et le deuxième semestre 2006 de respectivement 4,8 % en volume et 5 % en valeur. Jusqu'à la fin du premier semestre 2003, les parts de marché de Belgacom étaient relativement stables, supérieures à 90% en volume et en valeur, comme illustré dans les figures suivantes. La concurrence s'est davantage développée à partir du deuxième semestre 2003 et les parts de marché de Belgacom ont diminué jusqu'à atteindre près de 66% en volume et 63% en valeur à la fin du deuxième semestre 2005. Dans le courant de l'année 2006, Belgacom a regagné des parts de marché. A la fin 2006, Belgacom représentait 69% du marché en volume et 67% en valeur.



**Figure 3.7:** Marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle, en volume [Source: BIPT, 2006]

**Figure 3.8:** Part de marché de Belgacom sur le marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle, en volume [Source: BIPT, 2006]



**Figure 3.9:** Marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle, en valeur [Source: BIPT, 2006]

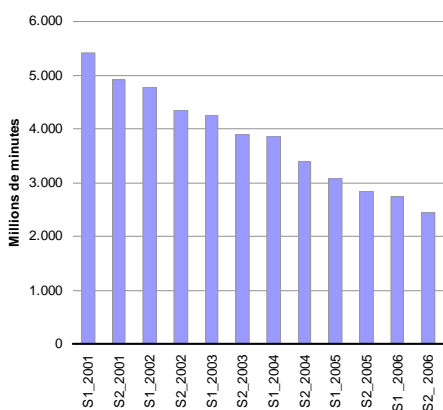
**Figure 3.10:** Part de marché de Belgacom sur le marché résidentiel des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle, en valeur [Source: BIPT, 2006]

### 3.1.1.2 **Marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle**

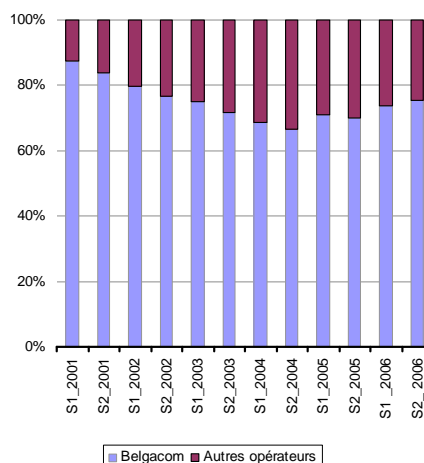
189 Comme sur le marché des services téléphoniques nationaux pour la clientèle résidentielle, le marché des services téléphoniques nationaux en position déterminée pour la clientèle non résidentielle est un marché ayant diminué de façon significative entre le premier semestre 2001 et le deuxième semestre 2006, avec une baisse semestrielle moyenne sur cette période de l'ordre de 6,9% en volume et 6,3% en valeur.

190 Les parts de marché de Belgacom en volume ont diminué de façon régulière, passant de 85% au premier semestre 2001 à 67% au deuxième semestre 2004. Durant la même période, les parts de marché de Belgacom en valeur sont passées de 85% à 72%. Depuis 2005, la part de marché de Belgacom a recommencé à grandir. Sur la période 2005-2006, Belgacom est passé de 71 à 75% en volume et de 74 à 79% en valeur.

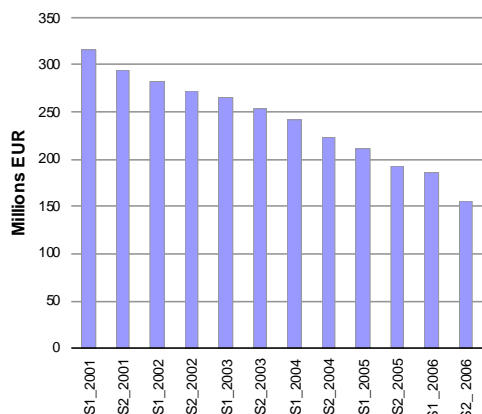
191 Les figures suivantes illustrent ces évolutions.



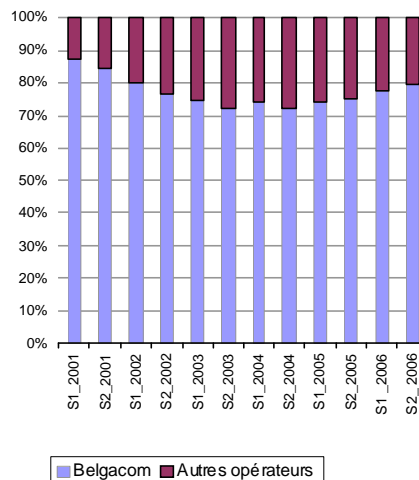
**Figure 3.11:** Marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle, en volume [Source: BIPT, 2006]



**Figure 3.12:** Part de marché de Belgacom sur le marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle, en volume [Source: BIPT, 2006]



**Figure 3.13:** Marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle, en valeur [Source: BIPT, 2006]

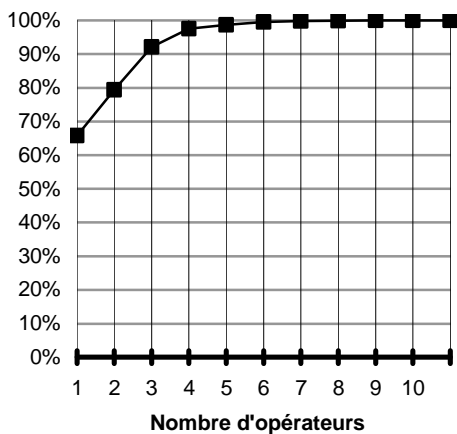


**Figure 3.14:** Part de marché de Belgacom sur le marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle, en valeur [Source: BIPT, 2006]

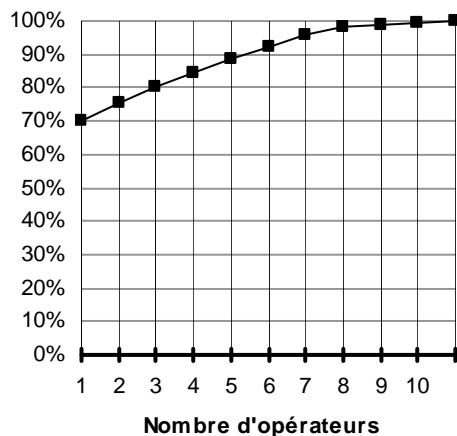
### 3.1.1.3 Concentration du marché

192 Les graphiques suivants illustrent la concentration (en volume) des différents marchés des services téléphoniques de détail. Les marchés des services téléphoniques nationaux (pour la

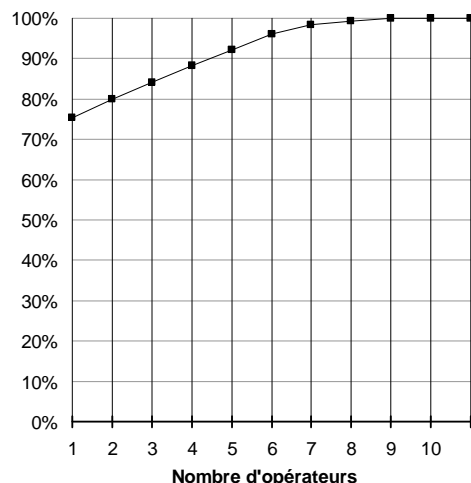
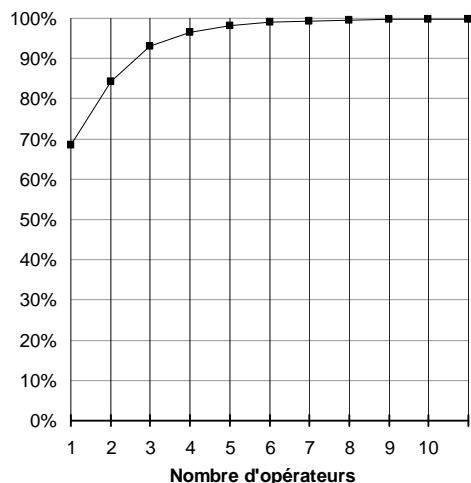
clientèle résidentielle et non résidentielle) sont plus concentrés que les marchés des services téléphoniques internationaux (pour la clientèle résidentielle et non résidentielle) et cette concentration a évolué entre fin 2005 et fin 2006.



**Figure 3.15:** Parts de marché (en volume) à la fin du deuxième semestre 2005 des principaux opérateurs actifs sur le marché résidentiel des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée [Source: BIPT, 2006]



**Figure 3.16:** Parts de marché (en volume) à la fin du deuxième semestre 2005 des principaux opérateurs sur le marché non résidentiel des services téléphoniques nationaux [Source: BIPT, 2006]



**Figure 3.17:** Parts de marché (en volume) à la fin du deuxième semestre 2006 des principaux opérateurs actifs sur le marché résidentiel des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée [Source: BIPT, 2006]

**Figure 3.18:** Parts de marché (en volume) à la fin du deuxième semestre 2006 des principaux opérateurs sur le marché non résidentiel des services téléphoniques nationaux [Source: BIPT, 2006]

193 La concentration peut aussi être exprimée en utilisant l'indice Herfindahl-Hirschman (IHH). Cet indice exprime la mesure dans laquelle un petit nombre d'entreprises représentent une grande partie de la production. Il mesure la concentration du marché en additionnant les carrés des parts de marché de toutes les entreprises du secteur. Plus l'IHH d'un marché donné est élevé, plus la production est concentrée entre un petit nombre d'entreprises. D'une manière générale, lorsque l'IHH est inférieur à 1 000, la concentration du marché est considérée comme faible, lorsqu'il est compris entre 1000 et 1800, elle est considérée comme moyenne et lorsqu'il est supérieur à 1800, elle est considérée comme élevée<sup>44</sup>.

194 Le tableau suivant montre l'évolution entre la fin de l'année 2005 et la fin de l'année 2006.

Marché et base de calcul	fin 2005	fin 2006
Marché résidentiel en volume (minutes)	4078	5040
Marché résidentiel en valeur (revenus)	4391	4839
Marché non résidentiel en volume (minutes)	5024	5770
Marché non résidentiel en valeur (revenus)	5700	6381

**Figure 3.19:** Évolution de l'indice IHH entre 2005 et 2006 [Source BIPT, 2007]

<sup>44</sup> Glossaire des termes employés dans le domaine de la politique de concurrence de l'Union européenne, <http://ec.europa.eu>

### 3.1.1.4 Conclusions de la section sur la taille du marché, les parts de marché et la concentration

- 195 Le marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle est en décroissance depuis 2001. Sur ce marché, les parts de marché du principal opérateur actif sur ce marché, Belgacom, sont supérieures à 60% à la fois en volume et en valeur au deuxième semestre 2006
- 196 Le marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle est en décroissance depuis 2001. Sur ce marché, les parts de marché du principal opérateur actif, Belgacom, sont supérieures à 70% à la fois en volume et en valeur au deuxième semestre 2006.
- 197 Le marché est fortement concentré et cette concentration s'est même accrue dans les dernières années.

## 3.1.2 Dynamique de marché

### 3.1.2.1 Comparaison nationale

- 198 Sur ces marchés pertinents de détail des services téléphoniques accessibles au public en position déterminée, le nombre d'acteurs est élevé (91 au 1/1/2008) (particulièrement si on prend en compte les revendeurs) et assure un certain dynamisme sur le marché, en termes de niveau tarifaire, d'options tarifaires et de services additionnels. L'Institut constate néanmoins que bon nombre de ces opérateurs sont de très petite taille et que ces marchés sont en consolidation avec le rapprochement de plusieurs acteurs, comme par exemple Versatel et Tele2 en 2005, ou encore le rachat par Toledo de Phone Plus en 2006 et de Sun Telecom en 2007. En février 2008, Belgacom a annoncé le rachat de Scarlet.
- 199 A la fin du deuxième semestre 2006, 22% du volume des appels téléphoniques était acheminé au travers de la sélection et de la présélection. Les fournisseurs de services via la sélection et présélection sont des acteurs importants pour le dynamisme de ces marchés, notamment pour la clientèle résidentielle. Cependant, les statistiques montrent clairement que ce type d'opérateurs perd un grand nombre de clients, comme illustré sur le tableau ci-dessous.

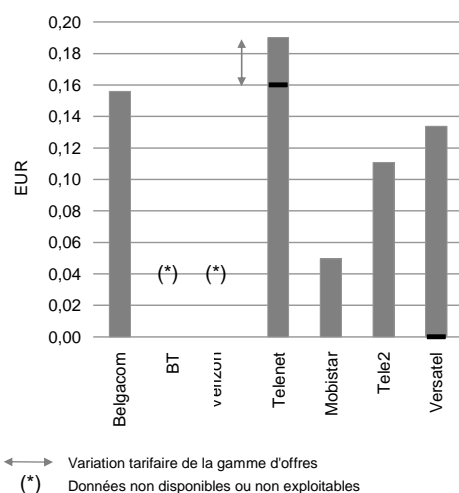
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Numéros avec CPS	381 566	595 627	850 384	1 115 761	1 048 672	908 751	837 849
Croissance	232,50%	56,10%	42,80%	13,61%	-6%	-13,3%	-7,8%

**Figure 3.20:** Croissance du nombre de numéros en présélection

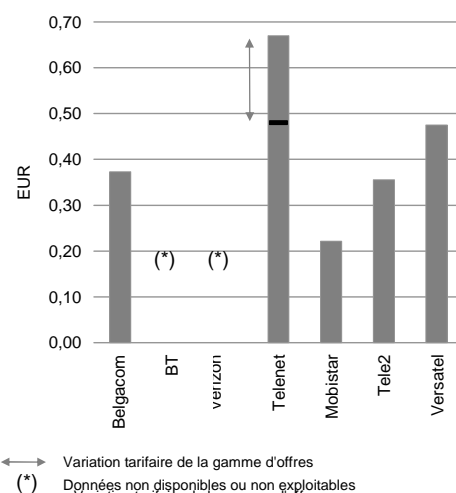
200 On constate qu'après une croissance forte du nombre de contrats de présélection sur la période 2000-2004 (+232,5% au cours de l'année 2001, +56,1% au cours de l'année 2002, +42,8% au cours de l'année 2003, 13,6% au cours de l'année 2004), l'année 2005 marque pour la première fois un recul du nombre de contrats en présélection (-6% par rapport à 2004). La diminution se poursuit en 2006 et en 2007. Au total, le nombre de numéros pour lesquels des CPS sont activés a reculé de 25% depuis 2004.

201 En nombre de minutes également, on constate que la quantité de minutes passées par CS/CPS a augmenté jusqu'au 1er semestre 2005, époque à laquelle elle a atteint 29,9%, puis est redescendue à 24,1% au 1er semestre 2006 pour atteindre 22,2% au 2ème semestre 2006.

202 Une comparaison tarifaire des prix des offres des principaux opérateurs est présentée dans les figures suivantes (les données qui ne sont pas publiquement disponibles sont signalées par une étoile\*).

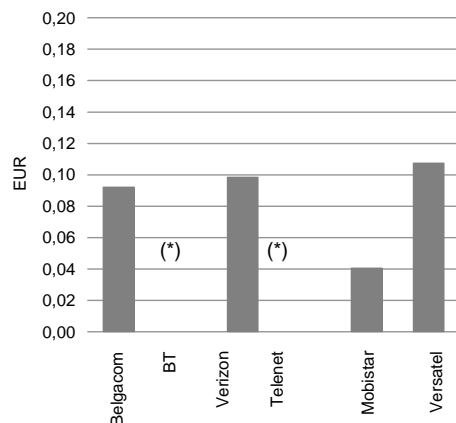


**Figure 3.21 :** Moyenne des prix d'un appel vers une destination nationale (hors Telenet et Versatel) d'une durée de 3.5 minutes pour une clientèle résidentielle, Décembre 2006 [Source: BIPT, 2006]



**Figure 3.22. :** Moyenne des prix d'un appel fixe vers un mobile national d'une durée de 2 minutes pour une clientèle résidentielle, Décembre 2006 [Source: BIPT, 2006]

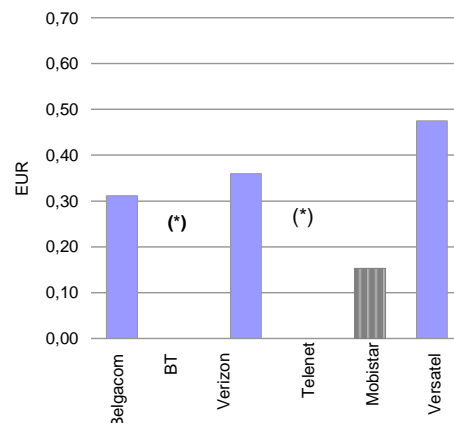
## Services téléphoniques nationaux



(\*) Données non disponibles ou non exploitables

**Figure 3.23 :** Prix d'un appel vers une destination nationale (hors Telenet et Versatel d'une durée de 3.5 minutes pour une clientèle non résidentielle, [Source: BIPT, 2006]

## Analyse des marchés définis



(\*) Données non disponibles ou non exploitables

**Figure 3.24:** Prix d'un appel fixe vers mobile national d'une durée de 2 minutes pour une clientèle non résidentielle [Source: BIPT, 2006]

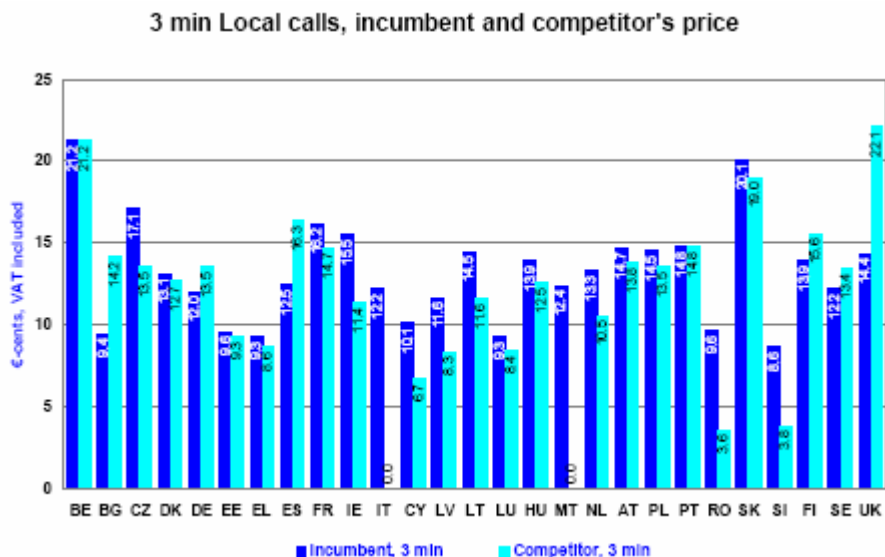
- 203 Pour les appels fixe vers mobile pour la clientèle résidentielle et non résidentielle les prix standard de Belgacom apparaissent en ligne avec ceux de ses concurrents. Belgacom s'est cependant abstenue de répercuter spontanément et complètement les diminutions de charges de terminaison mobile intervenues depuis 2006. Concernant les appels fixes nationaux pour la clientèle résidentielle, l'IBPT remarque que les prix standards de Belgacom sont plus élevés que les prix pratiqués par les autres opérateurs du marché.
- 204 Sur les marchés des services téléphoniques pour une clientèle non résidentielle, et particulièrement pour les moyennes et grandes entreprises, l'IBPT note également que la dynamique du marché est stimulée par le fait que les offres sont adaptées aux besoins des clients (profils d'utilisation, destinations d'appel, volumes) et répondent généralement à des appels d'offre des grands utilisateurs (offres individualisées).
- 205 Sur les marchés des services téléphoniques pour une clientèle résidentielle, les deux dernières années ont été marquées par le lancement de plusieurs offres comprenant des communications gratuites en heures creuses de fixe à fixe (comme par exemple, Belgacom Happy Time, Tarif Happy Hour de Happy Many, Option Free Time de Tele2 ) ainsi que d'offres illimitées en heures pleines et creuses pour un forfait. Le montant du forfait varie de EUR 22,34 pour l'Option Freephone de Telenet à EUR 15,00 pour le National illimité de Tele2 ou l'Abonnement illimité de

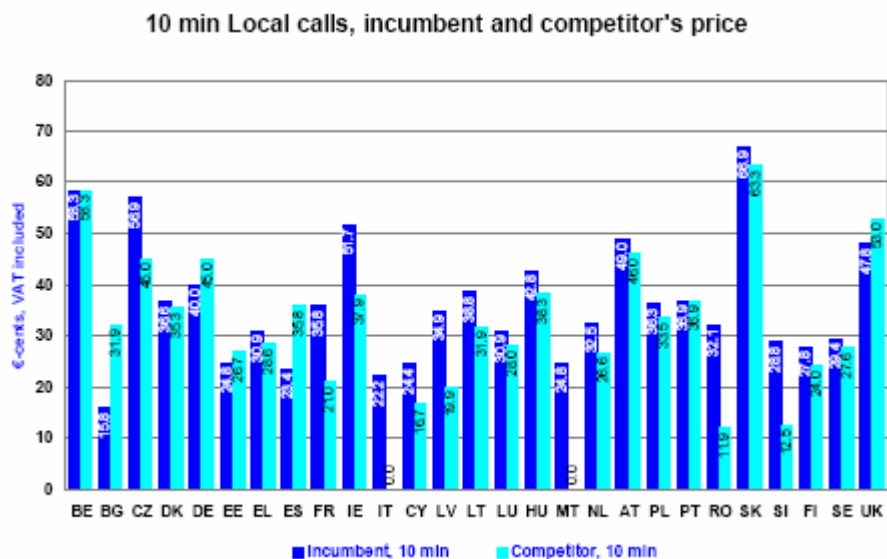
Coditel, en passant par EUR 16 pour Blabla de Voo et EUR 19,95 pour le Forfait No Limit Anytime de Belgacom

### 3.1.2.2 Comparaison internationale

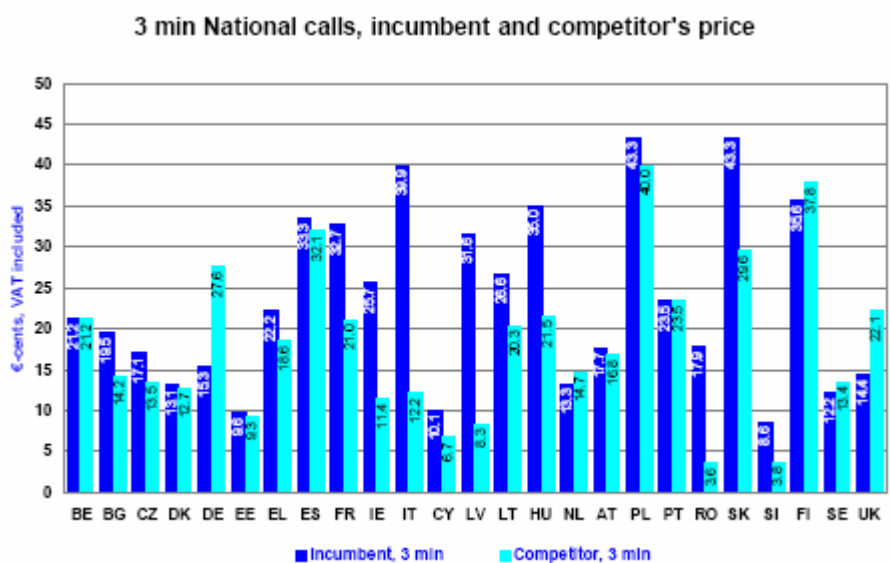
206 L'Institut considère qu'il est difficile et pas forcément pertinent de comparer les tarifs nationaux en Belgique avec ceux des autres pays européens. En effet, il n'existe pas en Belgique, contrairement à la majorité des autres pays européens, de différenciation entre tarifs locaux et nationaux et la Belgique est un pays sensiblement plus petit que la majorité des autres pays européens.

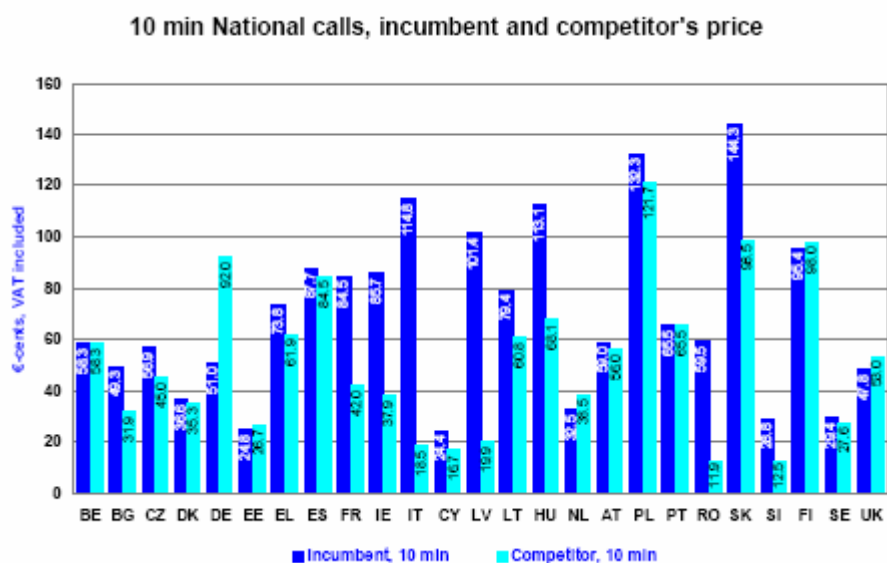
207 Le 13<sup>ème</sup> Rapport de Mise en oeuvre publié en mars 2008 établit la comparaison qui suit entre les tarifs pratiqués dans les pays de l'Union européenne pour un appel local et pour un appel national de 3 et de 10 minutes. Les comparaisons sont reflétées dans les tableaux suivants:





**Figure 3.25:** Comparaison des coûts des appels locaux de 3 et 10 minutes dans les pays de l'Union européenne





**Figure 3.26:** Comparaison des coûts des appels nationaux de 3 et 10 minutes dans les pays de l'Union européenne

### 3.1.3 Autres caractéristiques du marché

208 Les principaux critères qualitatifs pertinents pour l'analyse de l'ensemble des marchés pertinents de services téléphoniques accessibles au public en position déterminée sont détaillés ci-dessous.

#### 3.1.3.1 Barrières à l'entrée et/ou à l'expansion

##### 3.1.3.1.1 Dépenses à fonds perdus

209 Les dépenses à fonds perdus ont un impact plus faible sur les marchés de services téléphoniques que sur les marchés des services d'accès au réseau téléphonique public. En effet, un commutateur, des accords d'interconnexion et un système de facturation suffisent pour être un opérateur de réseau actif sur les marchés des services téléphoniques. D'autre part, les revendeurs de services téléphoniques qui commercialisent les offres des opérateurs de services téléphoniques ne doivent pas consentir de dépenses importantes pour entrer ou se développer sur ce marché.

##### 3.1.3.1.2 Économies d'échelle

210 Les effets d'économies d'échelle permettent aux opérateurs qui disposent de volumes importants d'amortir leurs coûts fixes sur un nombre important de minutes et donc de réduire leur coût unitaire de production.

211 Sur les marchés des services téléphoniques nationaux, Belgacom, dispose de volumes significatifs et de coûts fixes importants; son réseau d'accès et de transport couvre le départ, l'acheminement et la terminaison de la majorité des appels nationaux. Belgacom bénéficie donc d'un effet d'économie d'échelle significatif qui représente un avantage concurrentiel important par rapport à ses concurrents sur les marchés des services téléphoniques nationaux. Les mesures applicables sur les marchés de gros sous-jacents, notamment l'orientation sur les coûts et la non-discrimination interne permettent de compenser l'existence d'économies d'échelle sur ces marchés mais seulement pour les services de gros achetés à Belgacom. Les opérateurs alternatifs ne bénéficient pas des mêmes économies d'échelle que Belgacom pour les coûts sur leur propre réseau. Les mesures applicables sur les marchés de gros ne permettent pas non plus de neutraliser les économies d'échelle dont Belgacom peut bénéficier sur les marchés de détail (p.ex. de moindres coûts unitaires de marketing, de publicité, de facturation... grâce à un nombre de clients nettement supérieur).

#### 3.1.3.1.3 *Économies de gamme*

212 Sur la base du même raisonnement que celui des effets d'économies d'échelle, les opérateurs ayant une gamme étendue de services de communications électroniques bénéficient, d'économies de gamme important. En effet, les coûts des infrastructures de réseaux nationales peuvent être répartis sur une gamme étendue de services qui sont fournis sur le territoire belge. A ce titre, des acteurs comme Belgacom ou le câblo-opérateur Telenet, qui utilisent leur infrastructure de réseau pour fournir une gamme étendue de services (services téléphoniques, services d'accès au réseau téléphonique, services d'accès à Internet, services de diffusion de contenus télévisuels) bénéficient d'économies de gamme importantes. De même, les activités commerciales de ces opérateurs peuvent être mutualisées afin de réduire les coûts marketing et de commercialisation de chaque service. Le potentiel d'économies de gamme est particulièrement notable dans le cas de Belgacom. Cette dernière est non seulement l'opérateur historique sur les marchés de la téléphonie fixe mais également l'actionnaire majoritaire du principal opérateur de téléphonie mobile (Belgacom Mobile), du principal intégrateur de réseau (Telindus), d'un des principaux fournisseurs de services Internet (Skynet, auparavant filiale du groupe Belgacom et aujourd'hui division commerciale de Belgacom) et de BICS (filiale spécialisée dans les services internationaux)<sup>45</sup>.

213 Le tableau suivant donne la présence des acteurs sur les marchés:

---

<sup>45</sup> Cette situation est confirmée par Belgacom elle-même sur son site Internet, comme en témoigne l'extrait suivant : « Le Groupe Belgacom, soit Belgacom S.A. et ses filiales, est la première entreprise de télécommunications en Belgique et le leader du marché dans de nombreux domaines, dont notamment les services de téléphonie fixe retail et wholesale, les services de communications mobiles et les services internet et de transmission de données à large bande. »

	M 1	M 2	M 3	M 5	Mobile	Internet	Lignes louées < 2 Mb	Lignes louées > 2 Mb	TV fixe	TV mobile	Intégration de réseau
Belgacom	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Telenet	x	x	x	x	x	x		x	x		
Coditel	x	(x)	x	(x)		x			x		
Voo	x	(x)	x	(x)		x			x		
Scarlet	x	(x)	x	(x)		x					
KPN/Tele2	x	(x)	x	(x)		x		x			x
Colt		x		x		(x)		x			
BT		x		x		(x)		x			x
Verizon (MCI)		x		x		(x)		x			
Mobistar			x	x	x	x				x	
Base					x						

#### 3.1.3.1.4 **Contrôle d'une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer**

214 Le réseau de Belgacom caractérisé par une forte capillarité constitue une infrastructure qu'il est relativement difficile de dupliquer. Ceci représente un avantage concurrentiel important sur les marchés des services téléphoniques nationaux.

#### 3.1.3.1.5 **Avancées ou supériorité technologiques**

215 Belgacom ainsi que la plupart des opérateurs et fournisseurs de services téléphoniques en position déterminée utilisent principalement une technologie de réseau téléphonique commuté par circuit. Il s'agit d'une technologie ancienne et mûre.

216 Certains acteurs comme Scarlet, proposent des offres qui reposent sur la VoB (par exemple l'offre Scarlet One) avec des plans tarifaires innovants offrant notamment des appels illimités vers certaines destinations. L'existence de ce type d'offres prouve que la fourniture de services téléphoniques en VoB à partir d'un accès haut débit permet à des opérateurs alternatifs d'entrer et de se développer sur les marchés de services téléphoniques.

217 L'IBPT note que Belgacom et les autres opérateurs majeurs maîtrisent cette technologie, Belgacom proposant également des offres de VoB.

#### 3.1.3.1.6 **Intégration verticale**

218 Sur les marchés des services téléphoniques nationaux, les opérateurs verticalement intégrés (notamment Belgacom) contrôlent les infrastructures et les services de gros nécessaires aux autres opérateurs pour fournir des services téléphoniques équivalents à ceux qu'ils fournissent eux-mêmes sur les marchés de détail. Ceci implique qu'ils pourraient profiter de cette maîtrise des services de gros pour limiter la marge de manœuvre des autres opérateurs sur les marchés de détail.

219 L'IBPT note néanmoins que la régulation actuelle des services de gros (terminaison, transit, départ d'appels) limite cet avantage concurrentiel sur le marché.

### 3.1.3.1.7 **Barrières au changement du côté des utilisateurs**

- 220 Jusqu'à la fin 2005, par la portabilité des numéros et le processus de sélection et présélection des opérateurs, les utilisateurs finaux pouvaient changer rapidement de fournisseur de services téléphoniques avec des contraintes limitées (comme par exemple remplir une lettre d'autorisation pour activer la présélection). Les chiffres récents montrent toutefois une baisse importante du recours au CPS qui semble de moins en moins constituer une alternative pour l'utilisateur (voir **Figure 3.20**).
- 221 Le fait, pour un client CPS, de devoir être en relation avec deux fournisseurs et de recevoir deux factures (accès et services additionnels d'une part, communications d'autre part) avait été considéré comme pas entièrement satisfaisant pour la création de conditions de concurrence neutres entre l'opérateur historique puissant et les autres opérateurs (décision de l'IBPT du 11 juin 2006 relative aux marchés 1 et 2). En l'absence d'une offre de revente de l'abonnement opérationnelle, cette constatation reste valable<sup>46</sup>.

### 3.1.3.2 **Contre pouvoir des acheteurs**

- 222 Un utilisateur résidentiel (ou une petite entreprise) ne bénéficie pas individuellement d'un contre pouvoir d'acheteur significatif. Même si ces utilisateurs peuvent théoriquement se regrouper en associations de consommateurs, celles-ci ont principalement pour vocation de mieux informer les consommateurs des produits et services disponibles sur le marché, pas nécessairement d'accroître leur pouvoir de négociation avec les fournisseurs de services téléphoniques en position déterminée.
- 223 Les grandes entreprises sont généralement fortement consommatrices de communications électroniques et disposent de ressources importantes pour conduire des appels d'offres, négocier les prix et sélectionner leurs fournisseurs. Les grands consommateurs de communications électroniques sont en outre regroupés dans une association (BELTUG). La capacité de négociation des grandes entreprises leur procure un contre pouvoir d'acheteur plus important que celui des clients résidentiels ou des petites entreprises.
- 224 Supérieur à celui des particuliers, le pouvoir de négociation des grandes entreprises est cependant parfois inefficace, comme en témoigne la situation en matière de communications de fixe vers mobile. BELTUG s'est à plusieurs reprises étonnée de la non répercussion des

---

<sup>46</sup> La revente de l'abonnement, bien qu'une obligation imposée dans la décision du 19 juin 2006, n'a pas encore été mise en œuvre pour de diverses raisons en relation entre autres avec le coût important d'investissement additionnel dans le chef de Belgacom d'adaptation de ses systèmes en vue de réaliser une scission de la facturation d'Internet de l'accès téléphonique et l'impact de cela sur les coûts WLR.

diminutions de charges MTR sur les tarifs de détail. Dans une étude récente<sup>47</sup>, BELTUG note que « Les membres de BELTUG se sont étonnés que la baisse drastique des charges d'interconnexion mobiles imposées par l'IBPT depuis novembre 2006 ne se soit pas reflétée - ou alors seulement partiellement - dans les tarifs qui leur sont appliqués par leurs opérateurs ».

## 3.2 Test des trois critères

225 La recommandation de la Commission impose d'examiner les caractéristiques du marché afin de déterminer si celui-ci est susceptible de faire l'objet d'une régulation *ex ante* parce qu'il n'est pas suffisamment concurrentiel. Cet examen se base sur le test des trois critères, à savoir, l'existence de barrières à l'entrée sur le marché, la dynamique du marché qui tend ou non vers la concurrence et le fait que l'application *ex post* du droit de la concurrence suffirait à corriger les manquements du marché. Ces trois critères sont cumulatifs et ce n'est que dans le cas où ils sont vérifiés tous les trois que le marché peut faire l'objet d'une régulation *ex ante*.

### 3.2.1 1er critère - Barrières à l'entrée et entraves au développement de la concurrence

226 Ce critère est défini comme suit dans l'exposé des motifs de la recommandation européenne :

*« Le premier critère consiste à déterminer si un marché présente des barrières à l'entrée élevées et non provisoires. [...] deux catégories de barrières à l'entrée et d'entraves au développement de la concurrence dans le secteur des communications électroniques semblent présenter un intérêt : les barrières structurelles et les barrières légales ou réglementaires.*

*Il y a barrières structurelles à l'entrée d'un marché lorsque, compte tenu du niveau de la demande, l'état de la technologie, ainsi que la structure des coûts qui en découle, créent des conditions asymétriques entre les opérateurs en place et les nouveaux arrivants, freinant ou empêchant l'entrée sur le marché de ces derniers. Ainsi, les barrières structurelles peuvent s'avérer élevées sur un marché caractérisé par des économies d'échelle, de gamme et de densité massives et par des coûts irrécupérables importants.*

*[...]*

*Les barrières légales ou réglementaires ne résultent pas de conditions économiques mais de mesures législatives, administratives ou autres actes des*

---

<sup>47</sup> Le baromètre fixe vers mobile, janvier 2008.

*pouvoirs publics ayant un effet direct sur les conditions d'entrée et/ou la position des opérateurs sur le marché pertinent.* » (souligné par l'Institut)

- 227 Le glossaire des termes employés dans le domaine de la politique de concurrence de l'Union européenne définit pour sa part les barrières à l'entrée comme suit :

*Facteurs qui empêchent ou entravent l'entrée d'entreprises sur un marché donné. Elles peuvent résulter par exemple d'une structure de marché particulière (coûts fixes irrécupérables, fidélité des consommateurs aux marques des produits existants) ou du comportement des entreprises déjà en place.*<sup>48</sup>  
(souligné par l'Institut)

- 228 Au plan légal et réglementaire, l'entrée sur le marché est relativement aisée. Les exigences sont la notification des services avant de débiter leur exploitation et le paiement de redevances administratives. Le nombre d'opérateurs n'est nullement limité.

- 229 Pour les opérateurs désireux de déployer eux-mêmes leur propre infrastructure (d'accès ou longue distance), les droits de passage et les procédures pour les obtenir peuvent néanmoins représenter des barrières à l'entrée.

- 230 Pour les opérateurs exploitant un service de type VoIP unmanaged, la fourniture d'accès aux services d'urgence reste à l'heure actuelle problématique. Techniquement possible dans l'absolu, l'accès aux services d'urgence exige néanmoins la mise en œuvre de dispositions complexes et coûteuses. Cette complexité et ce coût ont jusqu'à présent eu pour conséquence que les opérateurs de services VoIP unmanaged ne permettent pas à leur clients d'avoir accès aux services d'urgence. Une autre conséquence de cette situation est que les clients de ces opérateurs ne bénéficient pas de la portabilité des numéros dans la même mesure que les clients des opérateurs PATS.

- 231 En ce qui concerne les barrières structurelles, la section précédente a mis en évidence que le marché se caractérisait par des dépenses à fonds perdus importantes, des économies d'échelle et de gamme, l'existence d'une infrastructure difficile à dupliquer et certains freins au changement d'opérateurs. Dans la suite de cette section, l'Institut analyse les types de barrières et leur efficacité, compte tenu des différents types d'opérateurs présents sur le marché et de l'existence de remèdes de gros permettant de supprimer ou d'abaisser ces barrières.

---

<sup>48</sup> [http://ec.europa.eu/comm/competition/general\\_info/b\\_fr.html#t15](http://ec.europa.eu/comm/competition/general_info/b_fr.html#t15).

- 232 Pour les opérateurs opérant sur base de leur propre réseau d'accès (à bande étroite ou large bande), les barrières à l'entrée sont extrêmement importantes. Le déploiement d'un réseau d'accès exige des ressources financières considérables. Les investissements dans les réseaux sont des coûts difficilement récupérables. En outre, le déploiement d'un réseau d'accès se heurte également aux contraintes en matière de travaux sur la voie publique. Dans les fait, seuls des opérateurs ayant disposé dans le passé de droits exclusifs disposent aujourd'hui d'un réseau d'accès couvrant de larges parties du territoire. Aucune indication ne permet de penser qu'un opérateur entre sur le marché par cette voie, certainement dans le laps de temps à considérer dans le cadre d'une analyse de marché.
- 233 Pour les opérateurs CSC/CPS, les barrières sont nettement moins importantes mais les perspectives de développement semblent médiocres. On note en effet une baisse sensible du nombre de CPS activés. Cette évolution pourrait dissuader les entreprises qui envisageraient d'entrer sur le marché par cette voie. Le nombre de codes attribués à des opérateurs est resté stable depuis plusieurs années ; il n'y a donc pas eu d'entrée récente sur le marché. L'attribution de codes à des revendeurs de services a été rendue possible par l'arrêté royal du 27 avril 2007 relatif à la gestion de l'espace de numérotation national et à l'attribution et au retrait des droits d'utilisation des numéros, mais sans susciter d'intérêt jusqu'à présent.
- 234 Pour les opérateurs offrant des services téléphoniques sur base de BRUO ou BROBA, les barrières sont moins importantes que pour le déploiement d'un réseau d'accès propre car les produits de gros sont disponibles à un prix régulé. Ces produits sont conçus pour aider les opérateurs à monter l'échelle des investissements. Le dégroupage de la boucle locale demande néanmoins des moyens non négligeables et, vu l'existence d'économies d'échelle, ne se justifie que lorsqu'un certain volume peut être atteint. Notons que les opérateurs alternatifs n'offrent pas de services téléphoniques de façon isolée sur base de BRUO ou BROBA, mais plutôt dans le cadre d'offres groupées (accès téléphonique, services téléphoniques, accès Internet à large bande).
- 235 Pour les opérateurs offrant un service unmanaged VoIP, l'entrée sur le marché est relativement aisée avec des moyens limités mais nous avons vu que le développement de ce type d'opérateurs se heurtait à des barrières réglementaires. Il faut ajouter que des utilisateurs peuvent être dissuadés de choisir un opérateur qui ne lui permet pas d'accéder aux services d'urgence. La barrière réglementaire se double donc d'une barrière au changement du côté des utilisateurs.
- 236 On notera encore l'existence d'une forte fidélité des clients de l'opérateur historique Belgacom. Cette fidélité peut s'expliquer par la notoriété de la marque Belgacom (reconnue par l'IBPT dans

une décision du 17 mai 2005 comme constituant un avantage immatériel dont Belgacom bénéficie en tant que prestataire du service universel<sup>49</sup>). Une enquête de la revue spécialisée Datanews (7/12/2007) illustre que la clientèle professionnelle reste elle aussi très largement fidèle à Belgacom.

- 237 Enfin, il est nécessaire de souligner la liaison étroite existant – malgré les facilités comme la sélection et la présélection - entre les marchés des services téléphoniques et les marchés de l'accès téléphoniques (les anciens marchés 1 et 2). Sur le marché de l'accès, de fortes barrières à l'entrée subsistent et Belgacom y est reconnue comme puissante. Ce marché continue à être considéré comme susceptible d'une régulation *ex ante*. Le succès croissant des offres forfaitaires constitue par ailleurs un phénomène qui privilégie les opérateurs offrant les services téléphoniques conjointement à l'accès (les opérateurs CSC/CPS, two stage dialing et VoIP unmanaged sont en effet confrontés aux coûts variables de la collecte des appels, ce qui constitue un frein au développement d'offres forfaitaires).
- 238 Il faut également souligner la tendance à voir se développer des stratégies « triple play », « quadruple play » consistant à proposer à la fois des services téléphoniques, l'accès à Internet, la télévision et des services mobiles et à convaincre les utilisateurs d'acheter l'ensemble de ces services auprès d'un seul fournisseur.
- 239 Le tableau suivant résume la situation en matière de barrières à l'entrée :

---

<sup>49</sup> IBPT: Coût Net du Service Universel – Cadre Légal et Réglementaire, Modèles et Calculs, [www.ibpt.be](http://www.ibpt.be), novembre 2002, par. 15 et 22

Types de barrières à l'entrée	Types d'opérateurs			
	Propre réseau d'accès	CSC/CPS	BRUO/BROBA	VoIP unmanaged
Barrières législatives et réglementaires	oui – droits de passage			oui – limites en matière de portabilité
Investissements, économies d'échelle, sunk costs	oui		oui	
Économie de gamme				
Intégration verticale				
Switching costs		Oui - double facturation		oui – limites en matière de portabilité
Autres		oui - marché en déclin,		

**Figure 3.27:** Types de barrières à l'entrée en fonction du type d'opérateur

C9 Conclusion en ce qui concerne le 1er critère : les barrières à l'entrée sont fortement fonction de la manière d'offrir le service téléphonique. Dans certains cas, entrer sur le marché de la téléphonie seule peut être relativement aisé mais peu porteur commercialement, surtout sur le long terme. Par contre entrer sur le marché en tant qu'opérateur « multiple play » exige des moyens techniques et financiers importants. Une vision globale du marché des communications électroniques conduit donc à constater l'existence de barrières à l'entrée pour les opérateurs voulant se situer relativement haut dans l'échelle des investissements et à relativiser l'absence de barrières importantes pour les opérateurs offrant le service téléphonique de manière isolée (CSC/CPS, two stage dialing, VoIP unmanaged).

### 3.2.2 2ème critère - Absence d'évolution possible vers une concurrence effective

240 Ce critère est défini comme suit dans l'exposé des motifs de la recommandation européenne :

« Le deuxième critère consiste, par conséquent, à déterminer si les caractéristiques d'un marché présentent une évolution vers une situation de concurrence effective. Ce critère est de nature dynamique et prend en compte un certain nombre d'aspects structurels et comportementaux qui, l'un dans l'autre, permettent de savoir si, sur la période considérée, le

*marché présente des caractéristiques susceptibles de justifier l'imposition des obligations réglementaires énoncées dans les directives particulières du nouveau cadre réglementaire. »*

- 241 Dans le cadre de ce critère, il convient d'observer les évolutions en termes de concentration du marché, de parts de marché et de prix.
- 242 Le nombre total d'opérateurs reste élevé, principalement du fait de l'existence d'un grand nombre de revendeurs qui sont des entreprises de taille généralement réduite. On note par contre que des opérations de consolidation se sont opérées (Tele2/Versatel en 2005, Belgacom/Scarlet<sup>50</sup> en 2008). De tels regroupements peuvent entraîner une perte de dynamisme du marché étant donné qu'ils impliquent plusieurs des acteurs parmi les plus importants.
- 243 Lors de l'analyse de 2006, l'IBPT estimait que le recours à la présélection et la sélection indiquait un certain dynamisme du marché. Les chiffres récents montrent une diminution significative du recours à ces facilités; on peut dès lors estimer que le dynamisme du marché est en régression. Cette régression des offres via CSC/CPS n'a en outre pas été compensée par l'émergence d'autres formules ou d'autres acteurs.
- 244 Les parts de marchés de Belgacom sur le marché de la téléphonie fixe se caractérisent par une persistance à un niveau élevé, encore largement supérieur au seuil à partir duquel une position de puissance significative peut être présumée<sup>51</sup>. De plus, ces parts de marchés ont connu récemment un redressement, tant pour la clientèle résidentielle que pour la clientèle non résidentielle. Ainsi que le montrent les chiffres de l'évolution des parts de marché, il apparaît que depuis 2006, les parts de marché de Belgacom sur le marché des services téléphoniques en position déterminée pour la clientèle résidentielle ont tendance à augmenter légèrement puisqu'elles passent de 66 à 69% en volume et de 63% à 67% en valeur. Sur le marché non résidentiel, l'évolution des parts de marché est encore davantage favorable à Belgacom puisqu'elle passe de 71 à 77% en volume et de 74 à 79% en valeur entre le 1<sup>er</sup> semestre 2005 et le 2<sup>ème</sup> semestre 2006. En ce qui concerne l'évolution des volumes (exprimés en minutes) sur les deux marchés, l'indice de concentration Herfindahl-Hirschman monte de 4708 (2<sup>ème</sup> semestre 2005) à 5040 (2<sup>ème</sup> semestre 2006) sur le marché résidentiel et de 5024 à 5700 sur le marché non résidentiel.
- 245 La concentration du marché, la hauteur et l'évolution des parts de marchés n'illustrent donc pas une évolution vers une concurrence effective.

---

<sup>50</sup> Opération qui a été soumise aux autorités de la concurrence.

<sup>51</sup> Cf. Lignes directrices SMP.

- 246 En ce qui concerne les tarifs, et en particulier les tarifs de poste fixe à poste mobile, on a constaté l'absence d'une pression concurrentielle conduisant à une baisse des prix et ce alors que les coûts sous-jacents ont connu des diminutions sensibles, du fait de la régulation des MTR. Sur un marché effectivement concurrentiel, des diminutions de coûts aussi significatives auraient profité aux utilisateurs. Or ceux-ci ont été privés du bénéfice maximal qu'ils étaient en droit d'attendre et qui constitue un des objectifs de base du cadre réglementaire. Ils en auraient été entièrement privés sans intervention de l'IBPT dans le cadre de la régulation *ex ante*. L'objectif d'un bénéfice maximal pour les utilisateurs ne peut donc manifestement pas être atteint par les obligations de gros et le simple jeu de la concurrence. La constatation est la même sur le marché non résidentiel, sur lequel on aurait pu s'attendre à davantage de concurrence par les prix étant donné que les clients disposent en principe d'un contre-pouvoir d'achat plus important. Cependant, l'enquête susmentionnée sur la répercussion des baisses des charges MTR organisée par BELTUG (voir paragraphe 224) démontre que ce pouvoir est limité
- 247 Une étude de l'évolution des tarifs appliqués par Belgacom pour les appels vers les réseaux mobiles montre que la marge de rétention perçue par Belgacom n'a cessé de monter depuis 2001.

<i>Situation</i>	<i>Détail F2M (€cent/minute TVAC)</i>	<i>Rétention BGC (€cent/minute TVAC)</i>	<i>% rétention</i>
<i>Avant 2001</i>	<i>30,74</i>	<i>7,31</i>	<i>23,8%</i>
<i>Avant 1/11/2006</i>	<i>26,45</i>	<i>8,51</i>	<i>32,2%</i>
<i>Actuelle</i>	<i>21,79</i>	<i>10,54</i>	<i>48,4%</i>
<b>Hypothèses :</b> <i>Les tarifs de détail F2M sont basés sur le plan tarifaire Classic pour un appel d'une durée moyenne de deux minutes et la répartition vers les trois réseaux mobiles est : 50% vers Proximus, 30% vers Mobistar et 20% vers Base.</i>			

**Figure 3.28:** *Évolution de la rétention sur le prix de détail d'un appel vers un opérateur mobile [source : IBPT].*

On peut donc conclure que la concurrence sur le marché a été insuffisante non seulement pour faire baisser les marges de rétention mais aussi pour empêcher que ces marges s'élargissent :

- 247.1 En l'espace de 7 ans, Belgacom a accru sa marge moyenne de rétention sur les appels F2M de 7,31 à 10,54 €cent/min, soit une hausse de +44%.
- 247.2 En sept ans, la quote-part de la marge de rétention dans les tarifs F2M de Belgacom est passée de moins de 25% à près de 50% ; cet accroissement de la quote-part de la marge de rétention s'explique par un double effet : la baisse des charges MTR imposée par

l'IBPT d'une part et l'augmentation de la marge de rétention prélevée par Belgacom d'autre part.

- 247.3 Par rapport à la situation avant 2001, Belgacom engrange, sur base annuelle, un bénéfice supplémentaire net important grâce à l'augmentation de ses margés de rétention sur les appels F2M.
- 248 Un autre exemple qui montre que le marché n'évolue pas vers une situation de concurrence effective est l'annonce par Belgacom qu'elle a l'intention d'augmenter certains prix de détail à partir du 1er juillet 2008. Cette augmentation concerne tous les appels d'un poste fixe vers un autre poste fixe pour lesquels un tarif majoré de 2 à 3% devra être payé. Un appel Happy Time coûtera 31 cents au lieu de 30 cents actuellement, ce qui équivaut à une augmentation de 3%<sup>52</sup>. Bien que Belgacom invoque l'inflation comme justifiant cette augmentation, le fait qu'elle peut augmenter ses prix sans crainte que ses clients partent vers d'autres opérateurs, fait supposer que ce marché n'est pas encore concurrentiel.
- 249 L'IBPT note que le Conseil de la concurrence français est arrivé à une constatation analogue dans le cadre d'un avis remis à l'ARCEP s'agissant du marché de la terminaison des SMS:

*S'agissant du second critère, le Conseil de la concurrence constate (§27 et §28) que [...] « l'absence de pression concurrentielle sur le niveau de la terminaison SMS explique que celle-ci soit restée stable pendant près de six années : seule l'intervention de l'ARCEP a provoqué une baisse en novembre 2005 ».*<sup>53</sup>

C10 Conclusion en ce qui concerne le 2<sup>ème</sup> critère : la stabilité et même le redressement des parts de marché de l'opérateur historique et le manque de concurrence par les prix, non seulement en matière d'appels fixe vers mobile mais aussi d'appels fixe vers fixe, illustrent une absence d'évolution vers une concurrence effective.

### 3.2.3 3ème critère - Efficacité relative du droit de la concurrence et utilité d'une régulation *ex ante* complémentaire

- 250 Ce critère est défini comme suit dans l'exposé des motifs de la recommandation européenne :

*« Le troisième critère envisage l'efficacité suffisante du droit de la concurrence en lui-même (sans réglementation ex ante), compte tenu des caractéristiques du secteur des communications électroniques.*

<sup>52</sup> Datanews, Belgacom va augmenter ses tarifs téléphoniques, 9 avril 2008 et site Internet de Belgacom (Privé > Liste officielle des prix > Nouvelle liste de prix à.p. de 01-07-2008)

<sup>53</sup> ARCEP, Décision n° 06-0593 du 27 juillet 2006 portant sur la définition des marchés pertinents de gros de la terminaison d'appel SMS sur les réseaux mobiles en métropole, la désignation d'opérateur disposant d'influence significative sur ces marchés et les obligations imposées à ce titre, p. 102.

*La décision finale de recenser un marché répondant aux deux premiers critères (barrières à l'entrée élevées et persistantes, et absence de caractéristiques suggérant une évolution vers une concurrence effective) comme susceptible d'être soumis à une réglementation ex ante va dépendre d'une appréciation de la capacité suffisante du droit de la concurrence en lui-même (sans réglementation ex ante) d'atténuer ou de supprimer ces entraves, ou de restaurer une concurrence effective.*

*La réglementation ex ante pourrait utilement compléter le droit de la concurrence dans les cas où son application ne suffirait pas à remédier aux défaillances du marché concerné. Il s'agirait, par exemple, de situations où une intervention visant à remédier aux défaillances du marché doit satisfaire à un grand nombre de critères de conformité (comptabilité détaillée à des fins réglementaires, évaluation des coûts, contrôle des modalités, y compris des paramètres techniques, etc.), de situations qui requièrent des interventions fréquentes et/ou réalisées dans un délai imparti ou de situations où la sécurité juridique constitue une préoccupation primordiale. »*

- 251 Dans l'examen de ce critère, il convient de s'interroger sur la réalisation des objectifs prioritaires du cadre réglementaire, notamment sur la nécessité que les utilisateurs retirent un bénéfice maximal en termes de choix, de prix et de qualité.
- 252 L'IBPT estime que le seul recours au droit de la concurrence ne serait pas suffisamment efficace pour atteindre ces objectifs et apporter une solution satisfaisante aux problèmes constatés. En particulier, le risque de prix excessifs pour les appels de fixe vers mobile est réel, comme en témoigne la succession de baisses de MTR non répercutées et les interventions de l'IBPT qui ont été nécessaires à ce sujet.
- 253 Les bénéfices en termes de prix sont les avantages les plus directs et les plus évidents pour les utilisateurs. A cet égard, le droit de la concurrence n'apporte pas de solution satisfaisante. Le droit de la concurrence repose sur des interventions *ex post*. Intervenir sur base du droit de la concurrence n'est possible qu'après la constatation d'une infraction. Une enquête relative à une infraction au droit de la concurrence nécessite en général un laps de temps assez long. Pendant le temps de l'enquête, le problème peut perdurer, ainsi que le préjudice pour les utilisateurs finaux<sup>54</sup>. A titre d'illustration, des plaintes contre Belgacom ont été introduites devant le Conseil de la concurrence en 2002 à propos du plan tarifaire Excellence et en 2005 à propos du plan tarifaire Happy Time. Ces dossiers ne sont pas

---

<sup>54</sup> Hormis le cas de mesures provisoires, lesquelles sont toutefois soumises à des conditions strictes.

clôturés au moment de rédiger la présente décision. Si des délais du même ordre avaient dû être nécessaires pour faire respecter l'interdiction pour Belgacom de pratiquer des prix excessifs, les consommateurs n'auraient pas encore pu bénéficier de la diminution des charges de terminaison mobiles. Les interventions de l'IBPT dans le cadre de la réglementation sectorielle ont au contraire permis des baisses de prix au profit des utilisateurs.

- 254 Le régulateur sectoriel dispose en outre d'outils mieux adaptés tels que le contrôle tarifaire *ex ante* (cf. article 64 de la loi du 13 juin 2005). Ce contrôle peut nécessiter un travail régulier de surveillance des tarifs et de traitement des informations (tarifs de gros et de détail, volumes et profils de trafic). Dans le cadre du suivi de la 2<sup>ème</sup> mise en demeure adressée à Belgacom à propos des tarifs fixe vers mobile, l'IBPT a ainsi jugé approprié de mettre en place un contrôle régulier du taux de répercussion et demandé à Belgacom de lui communiquer mensuellement des données relatives au nombre de clients de certains plans tarifaires et aux caractéristiques de trafic. Ce type de contrôle régulier sort des missions généralement confiées aux autorités de la concurrence (contrôle des concentrations et analyses des éventuels abus de position dominante).
- 255 La décision du Conseil de l'IBPT du 11 août 2006 a imposé à Belgacom des obligations en matière de transparence, de séparation comptable, de contrôle des prix de détail, de l'interdiction de préférences injustifiées et de comptabilisation des coûts. L'objectif de ces obligations était d'éviter que l'opérateur pratique des prix d'éviction pour entraver l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché ou pour détériorer la situation des concurrents, d'empêcher qu'il favorise certains utilisateurs au détriment d'autres ou qu'il regroupe des produits de façon à ce que ses concurrents ne puissent pas reproduire l'offre. On peut se demander de quelle façon évoluerait le marché si ces obligations étaient levées et si seules les dispositions applicables en vertu de la législation relative à la protection des consommateurs et les obligations imposées par ailleurs sur les marchés de gros pertinents.

C11 Conclusion en ce qui concerne le 3<sup>ème</sup> critère : compte tenu des délais dans lequel les interventions du droit de la concurrence peuvent produire leurs effets et compte tenu de l'absence en droit de la concurrence d'outils adaptés, le droit de la concurrence apparaît insuffisant pour remédier aux défaillances constatées sur le marché.

### 3.2.4 Conclusion

C12 L'IBPT estime que les marchés des services nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et non résidentielle répondent aux trois critères fixés par la Commission européenne pour faire l'objet d'une régulation *ex ante*. Il convient donc de poursuivre l'analyse pour vérifier si ces marchés sont suffisamment concurrentiels.

#### 3.2.4.1 Comparaison aux conclusions des ARN européens

256 Cette conclusion dévie de l'avis de la Commission européenne qui, dans la Recommandation du 17 décembre 2007, estime que les marchés 3 et 5 de la Recommandation de 2003 ne sont plus pertinents. Par contre, elle est en ligne avec les conclusions auxquelles les ARN étaient arrivées au cours de la première série de leurs analyses comme le montrent les tableaux suivants :

<i>Pays</i>	<i>SMP</i>	<i>Nombre d'opérateurs SMP</i>
Autriche	oui	1
Finlande	oui	43
France	oui	1
Hongrie	oui	5
Irlande	oui	1
Portugal	oui	1
Suède	non	0
Royaume Uni	oui	2
Pays Bas	oui	1
Belgique	oui	1
Slovénie	oui	1
Lituanie	oui	1
Espagne	oui	1
Malte	oui	1
Allemagne	oui	1
République tchèque	oui	1
Danemark	oui	1*
Chypre	oui	1
Slovaquie	oui	1
Italie	oui	1
Grèce	oui	1
Luxembourg	oui	1
Pologne	oui	1
Lettonie	oui	1
* Bien qu'un opérateur SMP ait été désigné, aucune obligation n'a été imposée sur ce marché		

**Figure 3.29:** *Aperçu des projets de décision notifiés à la Commission européenne concernant le marché 3/2003 [Source : Commission staff working document SEC(2007)962].*

<i>Pays</i>	<i>SMP</i>	<i>Nombre d'opérateurs SMP</i>
Autriche	oui	1
Finlande	oui	43
France	oui	1
Hongrie	oui	5
Irlande	oui	1
Portugal	oui	1
Suède	non	0
Royaume Uni	oui	2
Pays Bas	oui	1
Belgique	oui	1
République tchèque	oui	1
Lituanie	oui	1
Espagne	oui	1
Italie	oui	1
Malte	oui	1
Allemagne	oui	1
Danemark	non	0
Chypre	oui	1
Slovénie	oui	1
Slovaquie	oui	1
Grèce	oui	1
Luxembourg	oui	1
Pologne	oui	1
Lettonie	oui	1
* Bien qu'un opérateur SMP ait été désigné, aucune obligation n'a été imposée sur ce marché		

**Figure 3.30:** *Aperçu des projets de décision notifiés à la Commission européenne concernant le marché 5/2003 [Source : Commission staff working document SEC(2007)962].*

- 257 En résumé, au premier tour des analyses de marché, tous les ARN sauf une, l'ARN suédoise PTS, ont trouvé que les marchés en question n'étaient pas effectivement concurrentiels et, à l'exception de NITA, ont imposé des remèdes.
- 258 Quant aux projets de décision notifiés **après** la publication de la nouvelle Recommandation, on peut noter le cas LT/2008/0763-0764, dans lequel le régulateur lituanien a analysé les marchés

3/2003 et 5/2003 et est arrivé à la même conclusion que l'IBPT, à savoir que ces marchés passent le test des trois critères, qu'il sont donc susceptibles d'être régulés *ex ante* et qu'ils ne sont pas effectivement concurrentiels et donc que l'imposition d'obligations est justifiée.

### 3.3 *Analyse de la puissance sur le marché*

259 L'analyse de la puissance sur le marché se base sur les critères énumérés dans les lignes directrices 2002/C 165/03<sup>55</sup>.

260 En principe, deux types de puissance peuvent être examinés : la position dominante individuelle et la position dominante conjointe. Vu la structure des marchés en question, l'IBPT s'est cantonné à l'établissement d'une position de dominance individuelle.

261 Nous avons groupé les critères en deux catégories : les indicateurs quantitatifs et les indicateurs qualitatifs. Les indicateurs quantitatifs sont :

261.1 les parts de marché

261.2 la concentration du marché

262 Les indicateurs qualitatifs sont énumérés dans la section 1.3.1.1 (Position dominante simple).

#### 3.3.1 *Analyse des indicateurs quantitatifs*

263 Sur le marché des services téléphoniques pour la clientèle résidentielle, Belgacom avait en 2005 une part de marché de 66% en volume et 63% en valeur et en 2006 respectivement 69% et 67%. Bien que ce pourcentage soit inférieur aux pourcentages que Belgacom atteignait avant le deuxième semestre 2003, ils sont encore largement au-dessus du seuil de 50% qui mène à une présomption forte de dominance.

264 Un autre indicateur est la concentration sur le marché. En comparant les graphiques **Figure 3.15** et **Figure 3.16** aux graphiques **Figure 3.17** et **Figure 3.18**, on constate que la concentration sur le marché s'est accrue entre fin 2005 et fin 2006, une tendance qui est aussi illustrée par l'évolution de l'indice Herfindahl-Hirschman qui monte de 4708 à 5040 sur le marché résidentiel et de 5024 à 5770 sur le marché non résidentiel en ce qui concerne les volumes et de 4391 à

---

<sup>55</sup> Lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre rélementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques (2002/C 165/03), p.78

4839 sur le marché résidentiel et de 5700 à 6381 sur le marché non résidentiel en ce qui concerne les revenus.

### **3.3.2 Analyse des indicateurs qualitatifs**

265 Le document 2002/C 165/03, contenant les lignes directrices de la Commission européenne sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché, répertorie en sus du critère des parts de marché douze critères qui permettent de mesurer la puissance d'une entreprise. Dans la section 3.1.3, les principaux critères, dits qualitatifs, ont déjà été détaillés. Le tableau qui suit contient un résumé de ces critères.

<i>Indicateur</i>	<i>Pertinence</i>	<i>Remarques</i>
<b>Critères détaillés dans la section 3.1.3.1 (Barrières à l'entrée et/ou à l'expansion)</b>		
Contrôle d'une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer	Oui	La capillarité et l'étendue du réseau national de Belgacom constituent une infrastructure qu'il est relativement difficile de dupliquer.
Les économies d'échelle	Oui	Belgacom bénéficie d'un effet d'économie d'échelle significatif qui représente un avantage concurrentiel important.
Les économies de gamme	Oui	Les opérateurs ayant une gamme étendue de services bénéficient d'économies de gamme importantes dont le potentiel est particulièrement notable dans le cas de Belgacom.
L'intégration verticale	Oui	Belgacom est une entreprise complètement intégrée et contrôle donc les infrastructures et services de gros nécessaires pour fournir ces services ; cependant, la réglementation actuelle des services de gros diminue l'avantage de cette intégration.
<b>Critères détaillés dans la section 3.1.3.2 (Contre pouvoir des acheteurs)</b>		
l'absence ou la faible présence de contre-pouvoir des acheteurs	Oui	Les utilisateurs résidentiels ou les petites entreprises n'ont pas individuellement ou même regroupés un pouvoir d'acheteur significatif tandis que les grands consommateurs, regroupés dans l'association BELTUG, ont un pouvoir de négociation et de sélection de fournisseur supérieur mais qui s'est révélé parfois inefficace.
<b>Autres critères</b>		
Taille globale de l'entreprise	Oui	Belgacom est une très grande entreprise à l'échelle belge.
L'accès facile ou privilégié aux marchés des capitaux et aux ressources financières	Oui	Belgacom est une entreprise cotée en bourse ; mais beaucoup de ses concurrents sont des filiales d'entreprises internationales qui ont le même accès au capital que Belgacom.
Les avancées ou la supériorité technologiques	Non	s'agissant d'une technologie bien établie, aucune entreprise n'a d'avancée technologique.
L'absence de concurrence potentielle	Non	le CS/CPS et le VoIP permettent d'entrer sur le marché sans investissements substantiels.
L'existence d'un réseau de distribution et de vente très développé	Oui	Belgacom a un réseau de vente étendu tant sur le marché résidentiel que sur le marché non-résidentiel.
La diversification des produits et/ou des services (par exemple, produits et services groupés)	Oui	La progression des offres triple play donne une avance à Belgacom, la seule à part les câblo-opérateurs à pouvoir offrir ce service groupé.
Des entraves à l'expansion	Oui	Le marché des services téléphoniques est un marché qui ne s'étend plus, voire se rétrécit

**Figure 3.31:** Critères qualitatifs d'évaluation de puissance.

C13 La conclusion de l'analyse des indicateurs qualitatifs est qu'ils renforcent la présomption de dominance.

### 3.3.3 Analyse prospective

- 266 L'Institut a constaté cinq tendances qui ont une portée sur les deux marchés en question :
- 266.1 la concentration des acteurs sur le marché ;
  - 266.2 la progression des offres forfaitaires ;
  - 266.3 la progression des offres couplées ;
  - 266.4 l'évolution vers un réseau « all IP » ; et
  - 266.5 la convergence entre fixe et mobile.
- 267 L'Institut constate qu'une concentration a eu lieu sur le marché des services téléphoniques en position déterminée, même s'il n'est pas tenu compte de l'acquisition de Scarlet par Belgacom, annoncée le 14 février par cette dernière (voir note de bas de page 33). Quoique d'une envergure un peu plus modeste, Belgacom a repris dans cette même période la société liégeoise Poncin, un revendeur de services téléphoniques. La croissance de la part de marché de Belgacom et la disparition de concurrents diminue donc le degré de concurrence sur ce marché. L'Institut observe donc que le marché ne tend pas vers une situation de concurrence effective ce qui est en outre confirmé par l'évolution de l'indice Herfindahl-Hirschman.
- 268 La tendance déjà observée de proposer des offres forfaitaires (« flat fees ») devrait se poursuivre et pourrait s'étendre à d'autres types d'appels que les appels nationaux. Dans d'autres pays, on observe par exemple que les appels internationaux sont fréquemment inclus dans les forfaits.
- 269 Il existe une tendance à proposer des offres couplées, incluant accès téléphonique, accès Internet et télévision ("triple play" ou "bundles"). Ces offres peuvent être en outre inclure des services téléphoniques fixes ou mobiles (sous forme de flat fee ou de tarification spécifique au bundle). Ainsi Belgacom propose trois offres groupées: internet + TV, internet + mobile et internet + TV + mobile. Ses concurrents proposent également des offres groupées semblables : Telenet entre autres couple l'internet et la téléphonie et l'internet, la téléphonie et la télévision numérique. Cependant, ces offres ne concernent qu'indirectement les services téléphoniques, du moins en ce qui concerne Belgacom, puisque ses clients pourront toujours choisir un autre fournisseur de services téléphoniques, aussi longtemps que la (pré)sélection de l'opérateur est imposé. Néanmoins, Belgacom affirme que ces offres groupées ont permis de limiter l'érosion de la téléphonie fixe. D'une manière générale; l'évolution vers le "triple play" est de nature à avantager les grands opérateurs qui peuvent offrir une gamme étendue de services et diminuer la

probabilité que les marchés des services téléphoniques évoluent d'eux-mêmes vers une situation de concurrence efficace.

- 270 Belgacom a annoncé au mois d'avril 2008 son projet *MaIP* (Move to all IP) qui consiste à investir quelques 400 millions d'euros pour rendre son réseau complètement compatible avec le protocole internet (IP). Cette migration vers un réseau IP, qui s'étalera sur cinq ans, permettra à Belgacom de faciliter la convergence entre la téléphonie mobile et fixe, de remplacer des technologies vieillies comme l'ATM et de revendre un nombre de bâtiments devenus inutiles (estimé à 60 sur un total de 600). Cette migration pourrait avoir des conséquences pour les opérateurs alternatifs entre autres en raison de l'incertitude concernant les modèles de coûts, les points d'interconnexion et le processus de migration. De nouvelles obligations pourraient être adéquats comme par exemple le "Voice Line Access", développé par le gestionnaire de réseau britannique Openreach, qui remplacerait le CPS<sup>56</sup>. Cependant, il est peu probable que cette évolution aura déjà des conséquences tangibles à l'horizon de cette analyse pour ce qui est la fourniture des services téléphoniques en position déterminée.
- 271 D'ordinaire, on entend par convergence entre fixe et mobile (FMC) la possibilité d'utiliser un même appareil pour pouvoir effectuer ses appels fixes et mobiles. Typiquement, il s'agit d'appareils « dual mode » qui permettent à l'utilisateur d'avoir accès au réseau mobile général et à un réseau local par exemple du type VoIP. Un exemple de cette convergence est l'offre BT Fusion au Royaume Uni et Neuf Mobile en France. Six compagnies, British Telecom, NTT, Rogers Wireless, Brasil Telecom, Korea Telecom and Swisscom ont fondé le *Fixed-Mobile Convergence Alliance* qui a pour objectif de promouvoir l'intégration des services téléphoniques fixes et mobiles et qui est ouverte à tous les opérateurs de réseaux fixe ou mobile ayant au moins 2 millions de clients et qui s'engagent à lancer des produits FMC dans les 24 mois qui suivent l'affiliation ; en 2008, elle comptait 28 membres parmi lesquels figure aussi Belgacom. Pour l'instant, aucun opérateur belge n'offre stricto sensu une solutions du type FMC. L'offre Mobistar *At Home* permet de téléphoner à moindre prix chez soi mais la communication passe toujours par une cellule GSM ou UMTS ordinaire et le tarif que l'appelant doit payer est toujours celui d'un appel vers un appareil mobile. Étant donné que la convergence proprement dite n'est pas encore apparue en Belgique, il n'est pas probable que dans la période de régulation, elle prenne une telle ampleur qu'elle aura une influence significative sur les marchés des services téléphoniques en position déterminée.

---

<sup>56</sup> Chris Rowsell, Voice – the need to take a long term view on sector evolution, Ofcom, 18 October 2007

### 3.3.4 Conclusion générale

C14 Belgacom a une puissance significative sur les marchés des services téléphoniques nationaux en position déterminée pour les clients résidentiels et les clients non-résidentiels et devrait conserver cette position pendant la période d'analyse considérée.

## 4 Obligations imposées à l'opérateur SMP

### 4.1 Obligations actuellement imposées à Belgacom

#### 4.1.1 Obligations issues de la décision du 11 août 2006

272 Par la décision du 11 août 2006, l'IBPT a imposé à Belgacom les obligations repris ci-dessous en ce qui concerne les marchés de détail des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée.

	<i>Obligations imposées dans le cadre de la décision du 11 août 2006</i>	<i>Description des obligations</i>
Accès et interconnexion	Non	(obligation cependant imposée dans le cadre de l'analyse des marchés de gros correspondants)
Non discrimination	Non	(obligation imposée dans le cadre de l'analyse des marchés de gros correspondants)
Transparence	Oui	Mesures de communication et notification tarifaire
Séparation comptable	Oui	Séparation comptable entre activités services et réseau de gros et activités de détail
Contrôles des prix de détail et obligations relatives au système de comptabilisation des coûts	Oui	Prévention de comportements anticoncurrentiels (entrave de l'accès, prix anormalement hauts ou d'éviction, préférences et groupements de services injustifiés) grâce : - au contrôle des prix et obligations relatives au système de comptabilisation des coûts, et - aux mesures de communication et notification tarifaire. - interdiction d'appliquer des préférences injustifiées pour certains utilisateurs finals mais : retrait de l'obligation d'orientation vers les coûts

**Figure 4.1:** Obligations issues de la décision du 11 août 2006 .

273 Afin d'assurer le respect de ces obligations, l'IBPT a adopté les mesures de mise en œuvre suivantes :

273.1 La décision du 11 juillet 2007 établissant des lignes directrices relatives à l'évaluation des effets de ciseaux tarifaires.

273.2 La décision du 22 août 2007 concernant la mise en œuvre de l'obligation pour Belgacom de mettre en place un système de comptabilisation des coûts. Cette décision porte sur les principes généraux, la qualité de l'information, les règles d'allocation et d'évaluation, la documentation, la description et le contrôle du système de comptabilisation des coûts, ainsi que sur les délais à respecter. Pour des raisons de cohérence générale, cette décision a un caractère transversal et s'applique également aux marchés pertinents 1, 2, 3, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12 et 13 (numérotation 2003).

274 Dans le cadre de la présente analyse de marché, il est nécessaire d'évaluer la pertinence de ces obligations, et de décider s'il est nécessaire de les supprimer, reconduire ou compléter.

#### **4.1.2 Autres obligations influençant les marchés en question**

275 Il est à noter qu'un nombre d'obligations imposées dans le cadre d'analyses d'autres marchés ont une influence sur les marchés en question :

275.1 la (pré)sélection de l'opérateur. imposée dans le cadre de l'analyse des marchés 1/2003 et 2/2003 ;

275.2 l'interconnexion, réglée par les obligations imposées dans le cadre des analyses des marchés 8/2003, 9/2003 et 10/2003.

276 Il existe aussi des obligations liées à la fourniture du service universel qui ont un lien avec les marchés en question. L'article 34 de l'annexe à la loi du 13 juin 2005 prévoit dans ses paragraphes 1<sup>er</sup> et 2 que les prix des services téléphoniques doivent être abordables et que les différences entre les tarifs d'une même prestation doivent être basées sur des critères objectifs, transparents et non discriminatoires:

## **4.2 Problèmes de marché potentiels et obligations appropriées**

### **4.2.1 Problèmes de marché potentiels**

277 Sur ces marchés de détail, trois problèmes potentiels peuvent se poser :

277.1 des prix excessifs ;

277.2 des prix d'éviction ou des prix ciseaux ;

277.3 des préférences injustifiées vis-à-vis de certains utilisateurs.

278 De par sa position dominante, l'opérateur puissant peut facturer des prix excessifs et donc nuire aux utilisateurs finals. Cette situation n'est pas qu'hypothétique comme l'a montré l'expérience avec la répercussion de la diminution des charges de terminaison mobile. L'IBPT a constaté que Belgacom ne répercutait pas spontanément la totalité des baisses des MTR ou FTR décidées par l'Institut privant les clients de l'effet bénéfique pour les consommateurs et des mesures

imposées par l'IBPT sur les marchés de terminaison fixe et mobile. Cette situation risque de persister au cours des prochaines années.

- 279 L'opérateur dominant qui est une société intégrée domine aussi les marchés de gros en amont de ces marchés de détail. Il lui est possible de pratiquer des prix d'éviction ou des prix ciseaux qui sont de nature à décourager l'entrée sur le marché et qui mettent en péril la survie des opérateurs qui y sont déjà présents. Les services de gros sont nécessaires au développement d'un marché de détail concurrentiel durable. Un marché concurrentiel suppose que plusieurs concurrents peuvent se donner commercialement la réplique en proposant des produits comparables à des prix concurrentiels. Dans une situation de prix ciseaux, la duplicabilité des offres de l'opérateur PSM à l'aide des offres de gros, dont c'est précisément la raison d'être, n'est pas possible
- 280 L'opérateur dominant peut accorder une préférence injustifiée vis-à-vis de certains utilisateurs. Cette pratique est susceptible de prendre plusieurs formes. L'opérateur dominant pourrait avantager la clientèle sur un marché où la concurrence est plus ardue au détriment de la clientèle sur un marché où la concurrence est moins forte. Il pourrait aussi privilégier les appels vers son propre réseau, vers ses filiales ou vers des opérateurs liés au groupe Belgacom en offrant des tarifs préférentiels vers certaines destinations ou en appliquant des surcharges injustifiées vers certains opérateurs (c'est-à-dire non justifiées par le niveau des tarifs de terminaison de ces opérateurs). Cette dernière pratique peut également être reliée à la problématique de la répercussion des baisses de MTR et FTR (cf. ci-dessus).

### **4.3 Obligations imposées à Belgacom dans le cadre de la présente analyse**

#### **4.3.1 Aperçu des obligations à imposer**

- 281 Le tableau suivant montre la correspondance de ces problèmes aux obligations que l'IBPT décide d'imposer.

obligations	Interdiction d'utiliser des prix anormalement hauts	interdiction d'entraver l'accès au marché	interdiction d'utiliser des prix d'éviction	interdiction d'appliquer des préférences injustifiées	interdiction de grouper des services de manière injustifiée	transparence	système de comptabilisation des coûts
problème à résoudre							
utilisation de prix excessifs	x					x	x
utilisation de prix d'éviction		x	x			x	x
préférence injustifiée de certains utilisateurs au détriment des autres				x		x	x

**Figure 4.2:** Correspondance des problèmes répertoriés et des obligations proposées

## 4.3.2 Contrôles des prix de détail et comptabilisation des coûts

### 4.3.2.1 Description de l'obligation

282 Les obligations choisies par l'IBPT portent sur les interdictions prévues par l'article 64 de la loi relative aux communications électroniques :

282.1 d'utiliser des prix anormalement hauts ;

282.2 d'utiliser des prix d'éviction restreignant la concurrence ou entravant l'accès au marché ;

282.3 d'appliquer des préférences injustifiées pour certains utilisateurs finals.

283 En ce qui concerne l'interdiction des prix anormalement hauts, compte tenu des pratiques observées dans le chef de Belgacom au cours de la précédente période d'analyse, une attention particulière doit être accordée à la répercussion au profit du client final des baisses de tarifs de terminaison sur les réseaux d'opérateurs tiers. Belgacom devra répercuter complètement et immédiatement<sup>57</sup> les baisses de charges de terminaison des opérateurs tiers, fixes et mobiles, qui résultent de décisions de l'IBPT.

284 En ce qui concerne l'interdiction des prix d'éviction ou des actes sur le marché de détail entravant l'accès au marché (en particulier les prix ciseaux), l'IBPT vérifiera la possibilité de dupliquer des offres de détail de l'opérateur puissant par les opérateurs alternatifs efficaces s'appuyant notamment sur les offres de gros de l'opérateur puissant. L'IBPT appliquera

<sup>57</sup> C'est-à-dire à partir du jour où les nouveaux MTR ou FTR sont applicables, sous réserve du respect des délais légaux en matière d'information des utilisateurs.

notamment un test de squeeze. Les analyses d'éventuels effets de ciseaux tarifaires et prix d'éviction seront effectuées conformément à la jurisprudence, à la pratique des autres ARN et à la pratique décisionnelle de la Commission et à la méthodologie décrite dans la décision du 11 juillet 2007.

285 En ce qui concerne l'interdiction de pratiquer des préférences injustifiées, elle doit permettre d'interdire l'application de taux de rétention différenciés et discriminatoires qui pénaliseraient des appels vers certains abonnés d'opérateurs tiers.

286 L'interdiction de couplages abusifs, qui est imposée par la décision du 11 août 2006, n'est plus reprise dans la présente décision. L'IBPT estime que le problème des couplages abusifs – qui sont susceptibles de se produire étant donné l'évolution du marché vers des offres convergentes fixe/mobile et vers le « multiple play » – se pose davantage sur d'autres marchés pertinents (les marchés de l'accès de détail et de gros) que sur les marchés des services téléphoniques.

287 Conformément à l'article 62§1er de la loi relative aux communications électroniques, Belgacom mettra en oeuvre un modèle de comptabilisation des coûts répondant aux conditions déterminées par l'IBPT quant aux principes généraux, à la qualité de l'information, aux règles d'allocation et d'évaluation, à la documentation, à la description et au contrôle du système de comptabilisation des coûts, ainsi qu'aux délais à respecter<sup>58</sup>. L'IBPT publiera ultérieurement une description du système de comptabilisation des coûts, conformément à l'article 62§3 de la loi relative aux communications électroniques. Le respect du système de comptabilisation des coûts devra être vérifié, aux frais de Belgacom, par un réviseur d'entreprises agréé, désigné par cet opérateur.

#### 4.3.2.2 Justification et proportionnalité de l'obligation

288 L'imposition des obligations prévues dans l'article 64 requiert une justification spéciale puisque la loi prescrit :

*Art. 64. § 1<sup>er</sup>. Si l'Institut constate que les obligations imposées en vertu des articles 58 à 63 ne permettraient pas de réaliser les objectifs fixés par les articles 6 à 8, il peut imposer, conformément à l'article 55, §§ 3 et 5, une ou plusieurs des obligations visées au deuxième alinéa aux opérateurs désignés comme des opérateurs disposant d'une puissance significative sur un marché de détail donné,*

---

<sup>58</sup> Ces conditions ont été décrites dans la décision du 22 août 2007.

Il faut donc démontrer que les obligations de gros ne suffisent pas pour résoudre les problèmes qui peuvent surgir sur ces marchés.

289 Dans le cas présent, les obligations de gros imposées dans le cadre des analyses des marchés du départ d'appel, de la terminaison d'appel, et du transit sont insuffisantes pour assurer une concurrence effective sur les marchés de détail et ne protègent pas les consommateurs contre les comportements éventuels de l'opérateur puissant. Si la réglementation des services de départ d'appel ou des services de terminaison d'appel aux opérateurs alternatifs permet de fournir des services téléphoniques, elle ne constitue pas pour autant un remède efficace face à d'autres comportements potentiels de l'opérateur puissant. En particulier :

289.1 L'expérience de la non-répercussion des baisses de MTR/FTR (les répercussions ont été partielles et/ou tardive, comme expliqué dans les chapitres précédents) a montré que l'objectif d'un bénéfice maximal pour les utilisateurs ne pouvait pas être atteint par les obligations de gros et le simple jeu de la concurrence. Une absence de répercussion des baisses de MTR et FTR fausserait la concurrence et réduirait à néant l'effet bénéfique pour les consommateurs et pour la concurrence des mesures imposées par l'IBPT sur les marchés de terminaison fixe (marché 9/2003) et mobile (marché 16/2003). Par ailleurs, l'obligation de pratiquer un prix abordable dans le cadre du service universel ne garantit nullement l'absence de prix anormalement hauts dus à la rétention par un opérateur puissant du bénéfice des baisses des tarifs de terminaison. Une mesure de contrôle des tarifs de détail est donc indispensable. Il est en outre proportionné que ce contrôle soit ciblé sur le principal problème identifié pendant la période de régulation écoulée. L'obligation est donc nécessaire pour que les consommateurs bénéficient effectivement des baisses des charges de terminaison.

289.2 Les obligations de gros ne garantissent pas l'absence de prix prédateurs ou de prix ciseaux ou de préférences abusives au profit de certains utilisateurs finals sur les marchés de détail de l'opérateur puissant ; l'IBPT se réfère à titre d'exemple aux plaintes déposées par des opérateurs alternatifs concernant les plans tarifaires Benefit Excellence et Happy Time de Belgacom ; sans se prononcer ici sur ces offres, l'Institut estime qu'il existe un risque réel que des offres comportant des prix prédateurs soient introduites, et qu'il faut en tenir compte dans l'élaboration de obligations appropriées.

289.3 Les risques de préférences injustifiées pour certains utilisateurs (par exemple sous la forme de tarifs préférentiels vers ses filiales ou partenaires) ne peuvent pas non plus être écartés.

290 Le contrôle des prix est donc proportionné dans la mesure où il n'existe aucune autre obligation moins onéreuse qui permettrait d'atteindre les mêmes objectifs. Les problèmes identifiés ne pourraient pas être résolus à l'aide d'obligations de gros. L'obligation de répercussion des

baisses de MTR et FTR est également proportionnée dans la mesure où cette répercussion n'affecte pas la marge brute de Belgacom (prix de détail moins prix de terminaison). En cas de répercussion intégrale, la marge brute reste inchangée en valeur absolue et augmente en pourcentage (même marge absolue réalisée sur un prix inférieur).

- 291 Le système de comptabilisation des coûts doit permettre au régulateur de disposer des informations relatives à la rentabilité et aux coûts des services soumis à régulation et, sur cette base, de déterminer si un opérateur a respecté ses obligations légales et réglementaires. Faute d'un système de comptabilisation des coûts approprié, le respect des obligations de contrôle des prix serait difficile à vérifier. Le système de comptabilisation des coûts constitue un élément fondamental dans le cadre du contrôle des prix de gros et de détail. Il est donc nécessaire que ce système fasse l'objet d'un contrôle par un organisme spécialisé et indépendant. Un tel contrôle contribue également à accroître la crédibilité du système de comptabilisation des coûts. Cette mesure n'est pas disproportionnée dans la mesure où le système de comptabilisation des coûts de Belgacom doit également faire l'objet d'un contrôle suite à des décisions visant d'autres marchés pertinents (voir la décision du 22 août 2007).

### 4.3.3 Transparence

#### 4.3.3.1 Description de l'obligation

- 292 Pour assurer que les obligations imposées soient effectives, le régulateur doit disposer de suffisamment d'informations pour analyser correctement les offres tarifaires de Belgacom.
- 293 En particulier, il faut que Belgacom communique un mois à l'avance les modifications de ses plans tarifaires à la suite d'un changement des charges de terminaison fixe ou mobile.
- 294 En outre, il convient que Belgacom communique sur demande de l'IBPT dans les quinze jours qui suivent la requête d'informations :
- 294.1 ses offres de détail de services téléphoniques en position déterminée ;
  - 294.2 les promotions et les tarifs spéciaux de services téléphoniques en position déterminée ;
  - 294.3 ses offres sur mesure en matière de services téléphoniques accessibles au public en position déterminée, afin de pouvoir contrôler les conditions de concurrence sur le marché pour la clientèle non résidentielle ;
  - 294.4 ses plans d'affaires suffisamment détaillés ou tout autre élément permettant à l'Institut de contrôler le respect des obligations imposées.

#### 4.3.3.2 Justification et proportionnalité de l'obligation

295 L'IBPT estime que les raisons pour imposer une obligation de transparence dans sa décision du 11 août 2006 sont toujours valables. Ainsi, l'obligation de communication des informations au régulateur et l'obligation d'apporter la preuve de la conformité des tarifs avec les obligations réglementaires sont nécessaires pour pouvoir contrôler le respect des autres obligations en raison de l'asymétrie de l'information qui existe entre l'IBPT et l'opérateur puissant. Cependant, l'IBPT n'exige plus que Belgacom notifie les informations requises de façon systématique.

296 Ces obligations sont proportionnées dans la mesure où elles consistent en la communication à l'IBPT d'informations dont Belgacom dispose nécessairement en interne (les offres de détail, les variations de prix, les promotions) ou de documents que Belgacom doit établir pour ses propres besoins. Compte tenu de sa puissance sur le marché, il est probable que Belgacom effectue elle-même, en interne, un examen de la régularité de ses offres de détail. La communication d'éléments de coûts n'est donc pas une obligation disproportionnée et est indispensable pour que l'Institut puisse exécuter sa mission au regard de l'article 6 de la loi relative aux communications électroniques. En outre, excepté les modifications des tarifs faisant suite à un changement des charges de terminaison, les informations ne doivent être communiquées systématiquement à l'avance mais seulement sur demande et dans un délai raisonnable.

#### 4.3.4 Séparation comptable

297 L'IBPT propose de retirer l'obligation de séparation comptable. Ce retrait apparaît possible pour les raisons suivantes:

297.1 L'Institut n'a pas été confronté ces deux dernières années à des plaintes contre de possibles subventions croisées abusives de la part de Belgacom;

297.2 Il sera toujours possible de prévenir une discrimination grâce aux obligations de séparation comptable imposées au niveau des marchés de gros sous-jacents, en particulier grâce au contrôle des prix de transferts;

297.3 L'obligation relative au système de comptabilisation des coûts devrait être suffisante pour contrôler l'absence de prix d'éviction et de prix ciseaux.

#### 4.4 **Retrait d'obligations ou modification de certaines modalités d'obligations imposées par la décision du 11 août 2006**

298 Dans le tableau suivant, les obligations imposées par la décision du 11 août 2006 et celles imposées par la présente décision sont comparées.

<i>Obligation</i>	<i>Obligations imposées dans le cadre de</i>		<i>Description des changements</i>
	<i>la décision du 11 août 2006</i>	<i>la présente décision</i>	
Accès et interconnexion (article 62)	Non	Non	
Non discrimination (article 58)	Non	Non	
Transparence (article 59)	Oui	Oui	Obligation allégée (Informations à fournir sur demande sauf en ce qui concerne l'adaptation des tarifs aux changements des MTR/FTR)
Séparation comptable (article 60)	Oui	Non	Obligation retirée
Contrôles des prix de détail et obligations relatives au système de comptabilisation des coûts (article 64)	Oui	Oui	Obligation allégée (l'interdiction de couplages abusifs ne fait plus l'objet de la présente décision)

**Figure 4.3:** *Comparaison des obligations imposées par la décision du 11 août 2006 et par la présente décision .*

299 En ce qui concerne l'obligation de transparence, l'IBPT entend abroger l'obligation pour Belgacom de notifier à l'avance les informations énumérées ci-dessous et se contente d'imposer à Belgacom l'obligation de fournir ces informations sur demande, à moins que la modification des tarifs soit l'effet d'une modification des charges de terminaison imposées dans le cadre des marchés 9 et 16 :

299.1 toute nouvelle offre de détail de service téléphonique en position déterminée et toute modification de pareille offre ;

299.2 chaque variation de tarif des services téléphoniques en position déterminée ;

299.3 les promotions et les tarifs spéciaux de services téléphoniques en position déterminée ;

299.4 les offres de réduction pour les offres groupées intégrant des services téléphoniques en position déterminée,

300 Quant au contrôle des prix de détail, l'interdiction des couplages abusifs ne figure plus parmi les obligations imposées dans le cadre de la présente analyse.

## 5 Procédure de consultation, entrée en vigueur et validité de la présente décision

### 5.1 Procédure de consultation

#### 5.1.1 Consultation publique

301 Section à compléter dans une version ultérieure.

#### 5.1.2 Saisine du Conseil de la concurrence

302 Section à compléter dans une version ultérieure.

#### 5.1.3 Notification européenne

303 Section à compléter dans une version ultérieure.

### 5.2 Entrée en vigueur et validité de la présente décision

#### 5.2.1 Entrée en vigueur

304 La présente décision de l'Institut entrera en vigueur le [un mois après la publication].

#### 5.2.2 Validité de la présente décision

305 La Recommandation rappelle que « la réglementation *ex ante* remédie à un manque de concurrence effective censée se prolonger pendant une durée déterminée. C'est pourquoi la durée dans laquelle s'inscrivent la définition et le recensement des marchés aux fins de la présente recommandation devrait être proportionnelle à la période au cours de laquelle des mesures correctrices fondées sur la réglementation *ex ante* sont susceptibles d'être imposées. La période peut varier selon qu'une obligation existante est maintenue ou révisée, ou qu'une nouvelle obligation est imposée.<sup>59</sup> Sur la base de ces dispositions, les définitions et les analyses de marchés conduites par l'IBPT se basent normalement sur une période de trois ans. L'article 54 de la loi belge du 13 juin 2005 impose à l'Institut l'obligation d'effectuer une analyse du marché « à intervalles réguliers » sans préciser de délai particulier. Les lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché (2002/C 165/03) indiquent que les ARN doivent prendre en compte l'évolution prévisible du marché pendant une période d'une durée raisonnable et que

---

<sup>59</sup> Voir note de bas de page 17 du motifs de la Recommandation.

cette durée doit être choisie en fonction des caractéristiques propres au marché considéré et de la date prévue pour le prochain examen du marché pertinent par les ARN.

- 306 D'une part, le marché des communications électroniques évolue rapidement : étant encore pertinent en 2003, il n'est plus repris dans la liste contenue dans la Recommandation du 17 décembre 2007. D'autre part l'Institut est d'avis qu'une durée d'analyse courte ne serait pas compatible avec les missions de l'Institut au titre de l'article 6 de la loi belge sur les communications électroniques. Afin de planifier leurs investissements, l'ensemble des acteurs du marché a besoin d'une stabilité dans le temps des conditions réglementaires. Ce besoin de stabilité doit être mis en balance avec le besoin d'accompagner les évolutions du marché, et notamment de lever des obligations *ex ante* dès que celles-ci ne sont plus nécessaires. L'Institut doit tenir compte également des délais nécessaires pour l'analyse elle-même : récolte et analyse des données, rédaction d'un projet de décision, consultation publique, consultation du Conseil de la concurrence, consultation de la Commission Européenne. Enfin, la prochaine analyse des marchés devra tenir compte de l'impact sur le marché des remèdes mis en place lors de la première analyse du marché. Tenant compte de toutes ces considérations, une durée de deux ans semble le délai qui concilie au mieux l'ensemble de ces contraintes.
- 307 L'IBPT souligne que des obligations d'une durée de deux ans n'empêchent pas l'Institut de prendre des mesures intermédiaires.
- 308 De plus, l'IBPT se réserve le droit d'écourter la période d'analyse de deux ans en cas d'évolution des conditions concurrentielles du secteur des communications électroniques. Si, pendant la période d'analyse, devaient se produire des mouvements de marché à ce point significatifs qu'ils remettraient en cause les fondements économiques ou juridiques des décisions prises, l'Institut se verrait amené à réévaluer sa décision. A cette fin, un *monitoring* du marché a été mis en place par l'Institut. L'article 54 de la loi précise par ailleurs que l'Institut détermine les marchés pertinents après chaque publication par la Commission de sa Recommandation concernant les marchés pertinents de produits et services et à intervalle régulier. L'article 55 souligne encore qu'une analyse de ces marchés doit être effectuée le plus rapidement possible après l'adoption ou la révision de cette Recommandation.

C15 En raison de la nécessité de stabilité des conditions réglementaires permettant aux acteurs des marchés de planifier leurs investissements et la longueur de la procédure des analyses elle-même d'une part et de la rapidité de l'évolution du marché d'autre part, la période d'analyse est établie à deux ans.