



INSTITUT BELGE DES SERVICES POSTAUX ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS

Version 3.02

PROJET DE DÉCISION DU CONSEIL DE L'IBPT DU [JOUR- MOIS-ANNÉE] RELATIVE À LA DÉFINITION DES MARCHÉS, L'ANALYSE DES CONDITIONS DE CONCURRENCE, L'IDENTIFICATION DES OPÉRATEURS PUISSANTS ET LA DÉTERMINATION DES OBLIGATIONS APPROPRIÉES POUR LE :

MARCHÉ 18: SERVICES DE RADIODIFFUSION, DESTINÉS À LIVRER UN CONTENU RADIODIFFUSÉ AUX UTILISATEURS FINAUX SUR LA RÉGION BILINGUE DE BRUXELLES-CAPITALE

Modalités de consultation

Délai de réponse :	jusqu'au 18 février 2008 inclus
À mentionner :	Analyse de marché 18Bru
Adresse de réponse électronique :	smp@ibpt.be
Adresse postale :	Institut belge des services postaux et des télécommunications Avenue de l'Astronomie 14, boîte 21 1210 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

0	Résumé	1
0.1	Définition des marchés pertinents	1
0.1.1	Marchés de détail liés	2
0.1.2	Marchés géographiques pertinents	2
0.1.3	Marchés de gros pertinents	2
0.1.4	Tests de substituabilité	3
0.1.5	Marchés géographiques pertinents	3
0.2	Vérification si les marchés sont susceptibles d'être régulés ex ante	4
0.2.1	Marché de gros des services de radiodiffusion par voie hertzienne terrestre numérique	4
0.2.2	Marché de gros des services de radiodiffusion par réseau bifilaire (xDSL)	4
0.2.3	Marché de gros des services de radiodiffusion par réseau câblé	4
0.2.4	Marché de gros des services de radiodiffusion par réseau mobile	5
1	Introduction	6
1.1	Contexte et base légale	6
1.1.1	Le cadre européen	6
1.1.2	Le cadre belge	7
1.1.3	Principes du cadre réglementaire européen	8
1.2	Méthodologie relative à la définition des marchés pertinents	10
1.2.1	Définition des marchés pertinents	10
1.2.2	Définition des marchés géographiques	14
1.2.3	Vérification si les marchés définis sont susceptibles d'être régulés <i>ex ante</i>	15
1.3	Méthodologie relative à l'analyse des marchés pertinents	16
1.3.1	Principes généraux	16
1.3.2	Structure des analyses de marché	19
1.4	Méthodologie relative à l'imposition des remèdes appropriés	21
1.5	Remarque relative à la répartition de compétences entre l'IBPT et d'autres régulateurs communautaires	25
1.6	Procédure de consultation : base légale	26
1.6.1	Consultation nationale	26
1.6.2	L'avis du Conseil de la concurrence	27
1.6.3	Les consultations et notifications européennes	28

1.7	Structure du document	29
2	Marchés liés à la radiodiffusion	30
2.1	Marchés et acteurs concernés	30
2.2	Identification des marchés pertinents	32
2.2.1	Remarques préliminaires sur l'identification des services pertinents	32
2.2.2	Définition des marchés de détail	33
2.2.3	Marchés pertinents de produits	35
2.2.4	Marchés pertinents géographiques des produits de détail	41
2.2.5	Tests de substituabilité	43
2.3	Caractérisation du marché de détail	48
2.3.1	Principaux facteurs structurants du marché	48
2.4	Identification des services de gros	50
3	Service de gros des services de radiodiffusion par voie hertzienne terrestre numérique	51
3.1	Définition du marché pertinent	51
3.1.1	Marché pertinent de produits de gros	51
3.1.2	Conclusion	52
4	Service de gros des services de radiodiffusion par réseau bifilaire	53
4.1	Définition du marché pertinent	53
4.1.1	Marché pertinent de produits de gros	53
4.1.2	Marché pertinent géographique des produits de gros	54
4.1.3	Conclusion	54
4.2	Pertinence du sous-marché	55
4.2.1	Principaux facteurs structurants du marché	55
4.2.2	Analyse prospective du marché et développements technologiques	56
4.2.3	Test des trois critères	57
4.2.4	Conclusion	58
5	Service de gros des services de radiodiffusion par câble	59
5.1	Définition du marché pertinent	59
5.1.1	Les clients	59
5.1.2	Marchés pertinents de produits de gros	59
5.1.3	Marchés pertinents géographiques des produits de gros	60
5.1.4	Conclusion	61
5.2	Pertinence du sous-marché	61
5.2.1	Principaux facteurs structurants du marché	61
5.2.2	Test des trois critères	62

5.2.3	Conclusion	64
6	Service de gros des services de radiodiffusion par réseau mobile	65
6.1	Définition du marché pertinent	65
6.1.1	Marché pertinents de produits de gros	65
6.1.2	Marchés pertinents géographiques des produits de gros	66
6.1.3	Conclusion	66
6.2	Pertinence du sous-marché	67
6.2.1	Principaux facteurs structurants du marché	67
6.2.2	Autres facteurs impactant la concurrence sur le marché	68
6.2.3	Analyse prospective du marché et développements technologiques	68
6.2.4	Test des trois critères	69
6.2.5	Conclusion	70
7	Aspects procéduraux et signatures	71
7.1	Procédure de consultation	71
7.1.1	Consultation nationale	71
7.1.2	Saisine du Conseil de la concurrence	71
7.1.3	La consultation européenne	71
7.2	Entrée en vigueur	71
Annexe A:	Résumé des réactions à la consultation nationale	72
Annexe B:	Avis du Conseil de la concurrence	73
Annexe C:	Réaction de l'IBPT à l'avis du Conseil de la concurrence	74
Annexe D:	Remarques de la Commission européenne	75

0 Résumé

0.1 Définition des marchés pertinents

- 1 La Recommandation du 11 février 2003 sur les marchés pertinents de la Commission européenne a identifié le marché des « services de radiodiffusion, destinés à livrer un contenu radiodiffusé aux utilisateurs finaux » (Marché 18) comme un marché pertinent susceptible de régulation *ex ante*. Ce marché n'est toutefois plus inclus dans la Recommandation du 17 décembre 2007. Pour ce type de marchés s'applique ce qui est écrit dans la « Explanatory Note » à cette Recommandation¹:

[...] the case where a market is being removed from the recommended list as this may occur during an on-going market review [...] In those circumstances, NRAs should append to their analysis detailed reasoning why, in their particular circumstances, the three criteria are satisfied.

- 2 Dans les motifs de la Recommandation du 11 février 2003 sur les marchés pertinents, la Commission européenne considère que « le point de départ de la définition et du recensement des marchés est la caractérisation des marchés de détail sur une durée déterminée, compte tenu de la substituabilité du côté de la demande et de l'offre »².
- 3 Nous examinons successivement le marché de détail et le marché de gros correspondant, ou pour être plus exact, les sous-marchés qui constituent le marché 18.
- 4 Dans la Recommandation du 17 décembre 2007, le marché des services de radiodiffusion n'a plus été considéré par la Commission comme un marché pertinent. En conséquence, l'IBPT a dû vérifier si les marchés analysés dans le cadre de cette décision sont susceptibles d'être régulés *ex ante*, notamment en appliquant le test des trois critères.

¹ Explanatory note to the Commission Recommendation on Relevant Product and Service Markets within the electronic communication sector susceptible to *ex ante* regulation in accordance with Directive 2002/21/EC of the European Parliament and of the Council on a common regulatory framework for electronic communication networks and services, page 50.

² Recommandation de la CE 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 – Exposé des motifs: p. 8

0.1.1 Marchés de détail liés

- 5 Les marchés de détail liés au marché 18 sont ceux de la fourniture d'un contenu radiodiffusé aux utilisateurs finals. Ce contenu peut être fourni au moyen de plusieurs canaux de distribution dont les principaux sont les suivants:
 - 5.1 via un réseau câblé numérique;
 - 5.2 via un réseau bifilaire (xDSL);
 - 5.3 par voie hertzienne terrestre analogique ;
 - 5.4 par voie hertzienne terrestre numérique;
 - 5.5 par voie hertzienne via satellite (numérique);
 - 5.6 via un réseau mobile.

0.1.2 Marchés géographiques pertinents

- 6 L'extension géographique de ces marchés varie selon la technologie de transmission:
 - 6.1 par voie terrestre: le champ d'émission des antennes;
 - 6.2 via un réseau câblé: le réseau du câblodistributeur;
 - 6.3 via un réseau bifilaire: la partie du réseau de l'opérateur offrant le service de radio- et télédiffusion;
 - 6.4 par satellite: transnational;
 - 6.5 via un réseau mobile: en principe national (lié à la couverture du réseau radio).

0.1.3 Marchés de gros pertinents

- 7 Les marchés pertinents sont les marchés de gros de services de radiodiffusion sonore et/ou télévisuelle, destinés en aval à livrer un contenu linéaire aux utilisateurs finaux. Le terme linéaire s'oppose ici au terme « à la demande », une caractéristique qui est plutôt typique de la distribution de matériel multimédia sur Internet.
- 8 Quatre sous-marchés potentiels ont été analysés en fonction du mode de transmission:
 - 8.1 par voie hertzienne terrestre numérique
 - 8.2 via un réseau bifilaire (xDSL)

- 8.3 via un réseau câblé
 - 8.4 via un réseau mobile.
- 9 Vu qu'aucun opérateur belge n'est opérationnel sur le marché de la transmission par satellite, il n'a pas été jugé opportun de l'inclure dans cette analyse
- 10 La transmission analogique étant une technologie ancienne aux capacités de transmission limitées, elle est appelée à être progressivement remplacée par la transmission numérique; pour cette raison et dans la mesure où il n'existe pas de demande pour accéder aux réseaux correspondants, cette technologie n'est pas prise en compte dans la définition des marchés.

0.1.4 Tests de substituabilité

- 11 L'IBPT a effectué 6 tests de substituabilité pour déterminer quels produits font partie d'un même marché.

Type de substituabilité	Substituabilité du côté de la demande	Substituabilité du côté de l'offre	Conclusion : produits font partie du même marché
la diffusion de la radio et celle de la télévision	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
la diffusion par câble et celle par voie bifilaire (xDSL)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
la diffusion par voie satellitaire et les autres modes de radiodiffusion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
la diffusion par voie hertzienne numérique et les autres modes de radiodiffusion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
la diffusion par voie mobile et les autres modes de radiodiffusion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
le marché de la radiodiffusion et celui de l'accès au débit binaire	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

: non; : oui

0.1.5 Marchés géographiques pertinents

- 12 L'IBPT est compétent sur le territoire de la région bilingue Bruxelles-Capitale. Dans l'hypothèse où l'extension géographique des marchés dépassera les limites de cette

région, l'IBPT analysera ces marchés dans leur totalité mais n'imposera des remèdes que sur le territoire de la région bilingue Bruxelles-Capitale.

0.2 Vérification si les marchés sont susceptibles d'être régulés ex ante

0.2.1 Marché de gros des services de radiodiffusion par voie hertzienne terrestre numérique

- 13 À l'heure actuelle, les opérateurs actifs sur ce sous-marché n'ont pas la compétence de décision quant à l'admission d'un agrégateur indépendant sur leur réseau. Cette compétence appartient aux gouvernements concernés. En l'absence d'un tel pouvoir de décision, il est inconcevable qu'un agrégateur indépendant entre sur ce sous-marché et qu'en d'autres mots, il y existe une demande.
- 14 Il s'ensuit que ce sous-marché est considéré comme n'étant pas susceptible d'être régulé ex ante.

0.2.2 Marché de gros des services de radiodiffusion par réseau bifilaire (xDSL)

- 15 Il n'existe à l'heure actuelle en Belgique qu'un seul opérateur, à savoir Belgacom, qui lie son service de radiodiffusion à son service Internet. Ce lien dissuade une migration de l'utilisateur final d'une autre technologie vers l'offre xDSL de Belgacom, ce qui interdit d'inclure cette offre dans un marché reprenant d'autres technologies.
- 16 En l'absence d'un agrégateur indépendant voulant fournir des services de radiodiffusion à travers le réseau de Belgacom, l'imposition d'une régulation spécifique serait disproportionnée. L'Institut a conclu que le marché ne remplit pas les trois critères et ne doit donc pas être régulé ex ante.

0.2.3 Marché de gros des services de radiodiffusion par réseau câblé

- 17 Dans la région bilingue de Bruxelles Capitale, quatre câblo-opérateurs offrent leurs services à leurs clients finaux. Bien que depuis 2003 il leur soit permis d'offrir ces services partout dans la région bruxelloise, les câblo-opérateurs se cantonnent aux communes où ils s'étaient installés avant 2002.
- 18 Le seul agrégateur non intégré n'est pas complètement indépendant puisqu'il est une filiale des câblo-opérateurs.

- 19 L'Institut a conclu qu'en l'absence d'un agrégateur indépendant, et compte tenu de l'absence de dysfonctionnements manifestes sur le marché en l'absence d'une régulation, l'imposition d'une régulation spécifique serait disproportionnée. Le marché ne remplit pas les trois critères et ne doit donc pas être régulé ex ante.

0.2.4 Marché de gros des services de radiodiffusion par réseau mobile

- 20 Les services de télévision mobile actuels utilisent l'infrastructure GSM/GPRS et UMTS. Deux opérateurs mobiles offrent ce service : Belgacom Mobile et Mobistar.
- 21 L'IBPT estime que ce sous-marché ne remplit pas les trois critères et n'est donc pas un marché à réguler ex ante.

1 Introduction

1.1 Contexte et base légale

1.1.1 Le cadre européen

- 22 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 :
- 22.1 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 »).
 - 22.2 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 »).
 - 22.3 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 »).
 - 22.4 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 »).
 - 22.5 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 »).
- 23 La Commission européenne a complété ce cadre réglementaire notamment par :
- 23.1 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.
 - 23.2 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).

- 23.3 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.
- 23.4 La Recommandation de la Commission européenne du 17 décembre 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.
- 24 En ce qui concerne plus spécifiquement la gestion des médias, le Parlement européen et le Conseil de l'Union européenne ont adopté:
- 24.1 La directive 89/552/CEE du Conseil du 16 septembre 2002 relative à la concurrence dans les marchés des réseaux et des services de communications électroniques.

1.1.2 Le cadre belge

- 25 La loi belge applicable à la présente analyse de marché est celle du 30 mars 1995 concernant réseaux de communications électroniques et services de communications électroniques et l'exercice d'activités de radiodiffusion dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale, telle que modifiée par la loi du 16 mars 2007 (ci-après la loi du 16 mars 2007).

- 26 Le champ d'application est défini à l'article 2 de cette loi :

Le chapitre I, II, III section 3, IIIbis et IV de la présente loi est d'application aux opérateurs, tel que défini à l'article 1er, 6^o, qui sont établis dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale et dont les activités ne peuvent pas être considérées comme appartenant exclusivement à l'une ou à l'autre communauté, au sens de l'articles 127, §2 de la Constitution.

Le chapitre I, III, IIIbis et IV de la présente loi est d'application aux organismes de radiodiffusion, tel que défini à l'article 1er, 6bis, qui sont établis dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale et et pout autant que leurs programmes de radiodiffusion sonore et télévisuelle ne peuvent pas être considérées comme appartenant exclusivement à l'une ou à l'autre communauté, au sens de l'articles 127, §2 de la Constitution.

- 27 Parmi les dispositions de cette loi, il convient de relever notamment le chapitre IIIbis, « Dispositions en vue de garantir une concurrence loyale » qui fixe le cadre général applicable dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale pour la détermination et l'analyse des marchés pertinents dans le secteur des communications électroniques, ainsi que pour la désignation des opérateurs disposant d'une puissance significative sur ces marchés et l'imposition des obligations destinées à assurer une concurrence effective sur lesdits marchés. La compétence de l'Institut y est décrite à l'article 40/9 :

§ 1er. Dans le cadre de l'exercice de ses compétences, l'Institut prend toutes les mesures adéquates afin de réaliser les objectifs définis aux §§ 2 à 4. Ces mesures sont basées sur la nature des problèmes constatés, sont appliquées proportionnellement et justifiées. Elles doivent être proportionnelles à ces objectifs, respecter les principes d'objectivité, de transparence, de non-discrimination et de neutralité technologique, et contribuer à promouvoir la diversité culturelle et linguistique et le pluralisme des médias.

1.1.3 Principes du cadre réglementaire européen

- 28 Afin de garantir une concurrence effective sur les marchés de communications électroniques, le cadre réglementaire européen contraint les Etats membres 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 nationale de régulation (ARN) et font intervenir tant la Commission européenne que les ARN des autres Etats membres.³
- 29 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 ».
- 30 Conformément à l'article 15, la Commission européenne a adopté la « Recommandation sur les marchés pertinents de produits et de services » en 2003.⁴ Elle identifie les marchés appartenant au secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation *ex ante* en vertu du nouveau cadre réglementaire. Elle recense sept marchés de communications électroniques de détail et onze marchés de communications électroniques de gros susceptibles d'être régulés par les ARN. 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.
- 31 L'article 16 de la directive « cadre »⁵ 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.

³ Voir art.15 de la directive « cadre », op. cit.

⁴ Recommandation de la CE du 11 février 2000, p.45.

⁵ Voir art.16 de la directive « cadre », op. cit.

- 32 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.⁶ La Commission européenne envisage la possibilité que le contexte national puisse amener les ARN à identifier des marchés pertinents additionnels ou effectuer un découpage plus fin de certains marchés pertinents.
- 33 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 2002.⁷ Les lignes directrices rappellent les principes méthodologiques applicables à la définition des marchés, l'analyse des marchés et la détermination des remèdes. Elles disposent également que les ARN doivent procéder à une analyse prospective et dynamique des marchés.⁸ A cet égard, 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.⁹ Sur la base de ces dispositions, les définitions et les analyses de marchés conduites par l'IBPT se basent sur une période de trois ans. L'article 40/11, § 1^{er} de la loi belge du 30 mars 1995 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 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. Le marché des communications électroniques évolue rapidement. L'Institut estime néanmoins qu'une durée d'analyse inférieure à trois ans 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

⁶ Voir article 15. 3 de la directive « cadre ».

⁷ 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 .

⁸ Voir pt 26 des lignes directrices, op. cit.

⁹ Voir note de bas de page 17 du motifs de la Recommandation.

devra tenir compte de l'impact sur le marché des remèdes mis en place lors de la première analyse du marché. Une durée de trois ans semble le délai qui concilie au mieux l'ensemble de ces contraintes.

- 34 L'IBPT souligne que des remèdes d'une durée de trois ans n'empêchent pas l'Institut de prendre des mesures intermédiaires, notamment pour ajuster le niveau de tarification de certaines prestations de gros afin de mieux tenir compte du développement de la concurrence.
- 35 De plus, l'IBPT se réserve le droit d'écourter la période d'analyse de trois 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 sera 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.

1.2 Méthodologie relative à la définition des marchés pertinents

- 36 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

- 37 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.
- 38 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.¹⁰ 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.¹¹

- 39 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. Dans le cadre du marché 18, la substituabilité de l'offre doit se définir selon la possibilité pour l'utilisateur final de changer d'opérateur pour pouvoir bénéficier de l'offre du prestataire de service de radiodiffusion, soit en fait la substituabilité de l'offre au niveau du marché de détail correspondant.
- 40 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.
- 41 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.¹² 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.

¹⁰ 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.

¹¹ 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.

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

1.2.1.1 *Substituabilité du point de vue de la demande*

- 42 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 :
- 42.1 **Les caractéristiques techniques d'un produit ou d'un service** seront systématiquement analysées en premier car elles définissent de manière factuelle (c'est à dire objective) les propriétés des produits.
 - 42.2 **L'usage d'un produit ou d'un service par un utilisateur** est central dans la mesure où 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 caractéristiques, mais n'ayant pas le même usage, peuvent ne pas appartenir au même marché.
 - 42.3 **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.
- 43 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.
- 44 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, il est possible de 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*

- 45 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 communautaire¹³ et

¹³

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

la pratique administrative de la Commission européenne¹⁴ 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 suffit pas aux fins de la définition du marché ». ¹⁵ Les ARN doivent tenir compte des éléments suivants :

- 45.1 Les coûts globaux d'adaptation de la production au produit en question sont relativement négligeables.
 - 45.2 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.¹⁶
 - 45.3 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.).
- 46 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 conséquents, 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).¹⁷ 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.

prestation de services en matière de restauration. Elle ne représente pas une alternative pour les clients recherchant une restauration collective fournie par un tiers".

¹⁴ 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».

¹⁵ 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.

¹⁶ 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.

¹⁷ 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.

Le régulateur doit donc s'interroger sur l'utilité finale d'une segmentation fine du marché.

47 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 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.

48 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

49 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.¹⁸

50 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.¹⁹ En définitive, il s'agit de la zone géographique sur laquelle un pouvoir de monopole pourrait effectivement être exercé

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

¹⁹ 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.

sans être exposé à la concurrence d'autres offreurs situés dans d'autres zones géographiques ou à celle d'autres biens et services.

- 51 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 communications électroniques, les limites géographiques d'un marché sont généralement fonction de la couverture des réseaux et des obligations légales et réglementaires.²⁰ 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*

- 52 Dans la Recommandation du 11 février 2003, 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.

- 53 La Recommandation susmentionnée ajoute qu'il existe deux types de problèmes particuliers pour lesquels la réglementation *ex ante* est venue seconder de façon appréciable le droit de la concurrence, à savoir la nécessité pour un nouvel arrivant ou un concurrent potentiel d'avoir accès aux réseaux des autres opérateurs afin de servir leur clientèle et le fait que la fourniture dans des conditions concurrentielles est aussi tributaire de la négociation de l'interconnexion avec d'autres réseaux pour faciliter l'indispensable connectivité.

- 54 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, c'est-à-dire ayant pour conséquence que le marché ne doit pas être régulé *ex ante*. Ces critères sont les suivants :

54.1 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.

54.2 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, l'un dans l'autre, permettent de savoir si, sur la période

²⁰ 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.

considérée, le marché présente des caractéristiques susceptibles de justifier l'imposition ex ante d'obligations ; 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.

- 54.3 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.

1.3 Méthodologie relative à l'analyse des marchés pertinents

- 55 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

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

1.3.1.1 *Position dominante simple*

- 57 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 ».
- 58 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 ».

- 59 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 »²¹.
- 60 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 :
- 60.1 Il est improbable que des entreprises dont la part de marché n'excède pas 25% détiennent une position dominante individuelle sur le marché pertinent.
 - 60.2 Il est probable que des entreprises dont la part de marché excède 40% disposent d'une position dominante.
 - 60.3 Il est certain, sauf circonstances exceptionnelles que des entreprises dont la part de marché excède 50% disposent d'une position dominante.
- 61 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 :
- 61.1 la taille globale de l'entreprise
 - 61.2 le contrôle d'une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer
 - 61.3 les avancées ou la supériorité technologiques
 - 61.4 l'absence ou la faible présence de contre-pouvoir des acheteurs
 - 61.5 l'accès facile ou privilégié aux marchés des capitaux et aux ressources financières
 - 61.6 la diversification des produits et/ou des services (par exemple, produits ou services groupés)
 - 61.7 les économies d'échelle
 - 61.8 les économies de gamme
 - 61.9 l'intégration verticale
 - 61.10 l'existence d'un réseau de distribution et de vente très développé
 - 61.11 l'absence de concurrence potentielle
 - 61.12 des entraves à l'expansion.

²¹ Voir pt 73 des lignes directrices op. cit.

- 62 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.
- 63 La dominance peut être limitée par l'existence de :
- 63.1 de faibles barrières à l'entrée sur le marché
 - 63.2 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*

- 64 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.
- 65 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.
- 66 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.

1.3.1.3 *Analyse prospective*

- 67 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»²². Lorsque la Commission européenne a recensé les 18 marchés de la Recommandation du 11 février 2003 sur les marchés pertinents, elle a

²² Voir cons.27 de la directive « Cadre » op. cit.

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.

- 68 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.
- 69 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 »²³, la réponse doit être négative.

1.3.2 Structure des analyses de marché

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

1.3.2.1 Principaux facteurs structurants du marché

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

71.1 les parts de marché

71.2 la concentration.

- 72 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).

²³ Voir p. 13 des motifs de la Recommandation sur les marchés pertinents.

1.3.2.2 Autres facteurs influençant la concurrence sur le marché

1.3.2.2.1 Analyse de la dominance individuelle

- 73 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 :
- 74 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.
- 75 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.
- 76 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.

1.3.2.2.2 Analyse de la dominance conjointe

- 77 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.

1.3.2.3 Analyse prospective du marché et développements technologiques

- 78 Les conclusions des analyses précédentes seront examinées à la lumière des développements attendus sur le marché au cours de la période d'analyse.
- 79 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

- 80 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.
- 81 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 ».
- 82 En revanche, lorsqu'il ressort de l'analyse que le marché est effectivement concurrentiel, les obligations visées à l'article 40/11, §§ 7 - 12 de la loi du 30 mars 1995 concernant réseaux de communications électroniques et services de communications électroniques et l'exercice d'activités de radiodiffusion dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale.
- 83 Dans la sélection des mesures imposées aux opérateurs puissants, l'Institut conformément à la législation nationale et communautaire, et notamment l'articles 40/9, §1^{er} de la loi du 30 mars 1995, l'article 8 de la directive «Cadre» et l'article 8(4) de la directive « Accès », s'efforce d'identifier les remèdes au regard des objectifs du nouveau cadre réglementaire. L'Institut veille en particulier à ce que les remèdes proposés soient justifiés et proportionnés aux objectifs et aux problèmes de marché identifiés. Pour ce faire, l'Institut fera le choix des remèdes qu'il estime nécessaires et suffisants pour atteindre le ou les buts recherchés, sans aller au-delà de ce qui est strictement nécessaire pour traiter le problème.
- 84 Les objectifs du nouveau cadre énoncés à l'article 8 de la directive « cadre » et repris à l'article 40/9, §§ 2 - 4 de la loi de mars 1995 :

- 84.1 la promotion de la concurrence dans la fourniture des réseaux de communications électroniques, des services de communications électroniques et des ressources et services associés²⁴
- 84.2 le développement du marché intérieur²⁵
- 84.3 le soutien des intérêts des citoyens de l'Union européenne²⁶.

²⁴ 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

²⁵ 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

²⁶ 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

85 Pour réaliser ces objectifs, les ARN peuvent imposer des obligations plus ou moins contraignantes²⁷. 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 »²⁸. Lorsqu'un 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.

1.4.1.1 Remèdes de gros

86 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 :

1.4.1.1.1 Transparence

87 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.

1.4.1.1.2 Non discrimination

88 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.

1.4.1.1.3 Séparation comptable

89 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.

²⁷ 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.

²⁸ Voir article 16 de la directive « Cadre », op. cit.

1.4.1.1.4 Accès à des ressources de réseau spécifiques et à leur utilisation

- 90 L'article 12§1 de la directive « accès » et l'article 40/11, § 10, alinéa 2 de la loi relative du 30 mars 1995 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 :
- 90.1 d'accorder à des tiers l'accès à certains éléments et/ou ressources de réseau, y compris l'accès dégroupé à la boucle locale
 - 90.2 de négocier de bonne foi avec les opérateurs qui demandent un accès
 - 90.3 de ne pas retirer l'accès aux ressources lorsqu'il a déjà été accordé
 - 90.4 d'offrir des services en gros spécifiés en vue de la revente à des tiers
 - 90.5 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
 - 90.6 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
 - 90.7 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
 - 90.8 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
 - 90.9 d'interconnecter des réseaux ou des ressources de réseau.
- 91 En vertu de l'article 12§2 de la directive « accès » et de l'article 40/11, §10, alinéa 4 de la loi du 30 mars 1995, les ARN doivent prendre en considération les éléments suivants dans la définition des remèdes en matière d'accès:
- 91.1 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
 - 91.2 le degré de faisabilité de la fourniture d'accès proposée, compte tenu de la capacité disponible
 - 91.3 l'investissement initial réalisé par le propriétaire des ressources, sans négliger les risques inhérents à l'investissement
 - 91.4 la nécessité de préserver la concurrence à long terme

91.5 le cas échéant, les éventuels droits de propriété intellectuelle pertinents

91.6 la fourniture de services paneuropéens.

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

92 Les ARN peuvent 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.

1.4.1.2 **Entrée en vigueur des remèdes**

93 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) PSM, s'il y a lieu de lever les obligations existantes, les modifier ou en prévoir de nouvelles. La décision de l'Institut entre en vigueur à la date précisée dans la présente décision ; ceci ne concerne évidemment pas les obligations pour lesquelles un autre calendrier a été établi dans la présente décision.

1.5 **Remarque relative à la répartition de compétences entre l'IBPT et d'autres régulateurs communautaires**

94 L'article 14, 5° de la loi du 17 janvier 2003 stipule que l'Institut peut uniquement prendre des décisions relatives aux réseaux de communications électroniques pour lesquels les Communautés sont également compétentes, après l'entrée en vigueur d'un accord de coopération avec les Communautés portant sur l'exercice des compétences en matière de réseaux de communications électroniques. *A contrario*, l'Institut peut prendre des décisions relatives aux réseaux de communications électroniques pour lesquels les Communautés ne sont pas compétentes. Or, puisque sur le territoire de la région bilingue de Bruxelles-Capitale l'IBPT est seul compétent pour les organismes de radiodiffusion dont les activités ne peuvent être exclusivement rattachées à la Communauté flamande ou à la Communauté française, l'analyse du marché 18 et l'imposition de remèdes qui en découlerait ne tombent pas sous le coup de l'article 14, 5° précité.

1.6 Procédure de consultation : base légale

1.6.1 Consultation nationale

95 La consultation nationale est basée sur l'article 6 de la directive 2002/21/CE ²⁹

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.

96 Elle est organisée en vertu de l'article 40/13 de la loi du 30 mars 1995 concernant les réseaux de communications électroniques et services de communications électroniques et l'exercice d'activités de radiodiffusion dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale :

Art. 40/13. § 1^{er}. *L'Institut peut pour l'application de la présente loi organiser 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.*

§ 2. *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.*

Une consultation publique est en tout cas organisée avant la détermination et l'analyse d'un marché pertinent ainsi que lors de la désignation d'un opérateur disposant d'une puissance significative sur le marché.

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.

²⁹ 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

- 97 Conformément à l'alinéa 5 de l'article 40/13, § 2 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).
- 98 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 40/11, § 5 de la loi du 30 mars 1995 ainsi qu'à la Commission européenne et aux ARN des autres Etats membres en vertu de l'article 7 de la Directive Cadre et de l'article 40/13, § 3 de la loi du 30 mars 1995.

1.6.2 L'avis du Conseil de la concurrence

- 99 L'article 16, §1 de la directive 2002/21/CE³⁰ 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.

- 100 Cette disposition est transposée par l'article 40/11 de la loi du 30 mars 1995:

Art. 40/11. § 2. *Conformément au § 5, 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 au § 13 de cet article.*

(...)

§ 5. *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.

³⁰ 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

1.6.3 Les consultations et notifications européennes

101 L'article 7, §3 de la directive 2002/21/CE ³¹ prévoit la consultation de la Commission européenne et des autorités réglementaires nationales des autres États membres dans les termes suivants:

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.

102 Cette disposition est transposée par l'article 40/13, § 3 de la loi du 30 mars 1995:

§3. 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^{er}, 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

³¹ 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

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

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..

1.7 Structure du document

103 Le chapitre suivant traite des marchés liés à la radiodiffusion en général et les marchés de détail aval en particulier. L'étude des marchés de détail aval est en effet le point de départ de l'analyse des marchés de gros amont. Les sous-marchés de gros recensés lors de l'analyse des marchés de détail seront définis et analysés dans les chapitres trois à six.

2 Marchés liés à la radiodiffusion

2.1 Marchés et acteurs concernés

- 104 Le marché concerné par le projet de décision est le marché de gros de services de transmission dans le but de fournir des contenus radiodiffusés à des utilisateurs finaux défini dans la Recommandation de la Commission du 11 février 2003.
- 105 La Recommandation de la Commission du 11 février 2003 sur les marchés pertinents rappelle que: "Les services de communications électroniques comprennent les services de transmission sur les réseaux utilisés pour la radiodiffusion, à l'exclusion des services consistant à fournir des contenus à l'aide de réseaux et de services de communications électroniques ou à exercer une responsabilité sur ces contenus. La fourniture de services de radiodiffusion n'entre donc pas dans le champ d'application du présent cadre réglementaire, qui en globe par contre les réseaux et les installations associés permettant la livraison de ces services." ³² La Recommandation conclut dès lors qu'"aucun marché de détail n'est donc recensé dans ce contexte aux fins de la recommandation".
- 106 Sur le marché belge, on peut distinguer les acteurs suivants: les producteurs, les éditeurs de chaînes, les agrégateurs et les opérateurs de réseaux. Le marché 18 ne concerne que la catégorie des opérateurs de réseaux dans la mesure où ils fournissent des services de transmission de gros. Le schéma qui suit donne un aperçu des acteurs et des relations sur ce marché.

³² Recommandation de la Commission 2003/311/EC du 11 février 2003, p 40

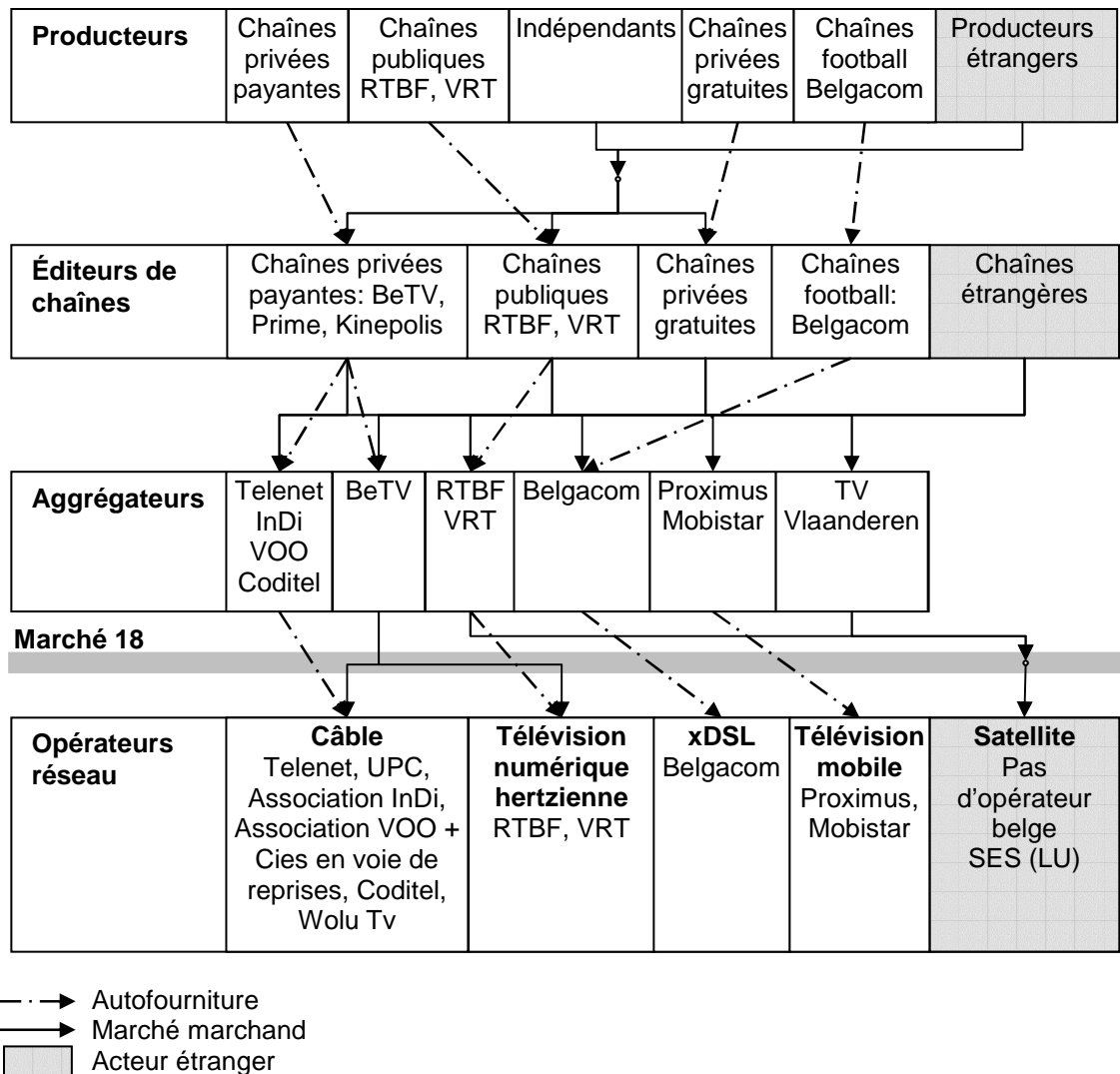


Figure 2.1: Chaîne de valeur dans le secteur audiovisuel (source: Arthur Andersen (2002))

107 Pour ce qui concerne les acteurs sur ce marché, il importe de noter qu'à part Be TV qui ne possède pas de réseau propre, tous les opérateurs du marché audiovisuel sont verticalement intégrés, de l'agrégation de programmes à la distribution (avec pour certains quelques activités d'édition). Be TV est donc actuellement le seul client du marché 18 et aucun autre opérateur n'a jamais fait valoir de demande pour entrer sur ce marché.

108 Il importe par ailleurs de noter que lorsque Canal + Belgique est devenu Be TV dans la partie francophone du pays, un certain nombre de modifications ont été effectuées dans la structure de ses relations avec les câblo-opérateurs. Ainsi, Be TV a revendu

au câblo-opérateur UPC (racheté depuis par Telenet) son activité de distribution pour les clients raccordés à ce réseau mais a continué à fournir ses programmes ainsi que de l'assistance technique et des services d'agrégation pour d'autres programmes. Pour Telenet et InDi dans la partie néerlandophone du pays, ainsi que pour Coditel depuis octobre 2007, Be TV n'exerce plus qu'une activité d'éditeur de chaînes qu'il fournit aux bouquets de ces câblo-opérateurs. Actuellement, Be TV n'est donc plus distributeur que sur les réseaux regroupé dans l'entité Voo dont il est une filiale. Sur ce dernier point, on peut noter que dans son rapport annuel de 2006, Be TV remarque que la double distribution avec les câblodistributeurs est source de surcoûts ; il est donc possible que les activités à cet égard soient, à terme, également rationalisées.

2.2 Identification des marchés pertinents

2.2.1 Remarques préliminaires sur l'identification des services pertinents

109 Dans le cadre réglementaire européen, il est stipulé que deux services de gros font partie du même marché si l'utilisateur final peut aisément changer d'opérateur si le service de radiodiffusion auquel il veut accéder est également transmis par cet autre opérateur. Cette condition est nécessaire pour qu'un agrégateur puisse valablement passer d'un opérateur de réseau à un autre sans risquer de perdre toute la clientèle qu'il a constituée en distribuant ses services par le réseau en question. Ainsi, la section 3.1 de la Recommandation du 11 février 2003 précise que:

Le point de départ de la définition et du recensement des marchés est la caractérisation des marchés de détail sur une durée déterminée, compte tenu de la substituabilité du côté de la demande et de l'offre. Après avoir caractérisé et défini les marchés de détail, c'est-à-dire les marchés de l'offre et de la demande pour les utilisateurs finals, on peut aborder le recensement des marchés pertinents de gros, c'est-à-dire les marchés de l'offre et de la demande de produits pour les tiers qui désirent fournir eux-mêmes des utilisateurs finals.

110 En outre, dans la section 4.4, la Commission européenne énumère quelques critères pour définir les marchés pertinents :

Il est possible de décrire le marché tant du point de vue des services fournis que de celui du réseau de transmission emprunté. Un certain nombre de facteurs doivent être pris en considération pour déterminer si les services diffusés par le biais de ces systèmes de transmission constituent ou non des marchés séparés (et modifient de ce fait la définition des marchés de gros). Il s'agit notamment de savoir si ces services représentent ou non une possibilité réelle de substitution du côté de la demande en termes de prix et de produit pour un nombre important d'utilisateurs finals. Un autre facteur à prendre en compte est la couverture ou la disponibilité des différents réseaux de transmission. Troisième facteur déterminant : la capacité des utilisateurs finals (ou d'un bon nombre d'entre eux) de passer d'une plate-forme de diffusion ou de transmission à une autre.

- 111 C'est dans cette optique que la substituabilité des différents réseaux a été étudiée, en premier lieu au niveau du marché de détail; l'analyse de la substituabilité sur le marché de gros se limite ensuite à la répétition du constat qui a été fait sur le marché de détail aval.
- 112 La question se pose de déterminer si les réseaux de contribution (réseau transmettant les programmes aux têtes de réseau quelle que soit sa technologie) font partie intégrante du Marché 18 ou non. Ces réseaux ne permettent pas en eux-mêmes de fournir les programmes aux utilisateurs finals et de ce fait ils n'offrent pas de service correspondant à la définition du Marché 18. Par contre ils peuvent être nécessaires pour pouvoir profiter des prestations éventuellement offertes sur le Marché 18, par analogie avec l'interconnexion, ils peuvent donc être considérés comme un service auxiliaire du Marché 18 et leur fourniture éventuellement imposée comme remède si le service de gros des lignes louées ne peut fournir de circuits aux débits conformes aux besoins du diffuseur.

2.2.2 Définition des marchés de détail

- 113 Les marchés de détail des services de radiodiffusion fournis aux utilisateurs finals ne figurent pas dans les Recommandations sur les marchés pertinents de la Commission européenne. Néanmoins, un examen du marché de détail est nécessaire pour les raisons exposées ci-dessous :
- 113.1 Dans les motifs de la Recommandation sur les marchés pertinents, la Commission européenne considère que le « point de départ de la définition et du recensement des marchés est la caractérisation des marchés de détail sur une durée déterminée, compte tenu de la substituabilité du côté de la demande et de l'offre ».³³
- 113.2 Un examen du marché de détail permet de mieux analyser la position des opérateurs sur le marché de gros afin d'éventuellement y imposer des remèdes appropriés. L'analyse des marchés de détail se justifie d'autant plus que les câblo-opérateurs sont verticalement intégrés et que leur position sur le marché de détail a donc une influence significative sur le marché de gros correspondant.
- 114 Les marchés de détail auxquels les utilisateurs finaux ont accès consistent en la fourniture de radiodiffusion sonore ou visuelle; les services peuvent être gratuits ou payants, diffusés en clair ou codés, accessibles par abonnement ou en payant pour chaque programme spécifique; des services interactifs peuvent également être disponibles.
- 115 Ces services peuvent être proposés sur des plates-formes analogiques ou numériques; les utilisateurs peuvent recevoir les programmes de radio et de télévision par le biais des réseaux de transmission terrestres (fixes ou mobiles), filaires (câble

³³ Voir cons. 6 de la Recommandation sur les marchés pertinents, op. cit. Cela s'explique par le fait que la demande des services en gros dérive de la demande de services de détail.

coaxial ou xDSL sur paire de cuivre)ou satellitaires. Le tableau ci-dessous répertorie les différentes plates-formes de radiodiffusion possibles.

Télévision/Radio				
Avec fil		Sans fil (éther)		
Câble coaxial	xDSL sur paire de cuivre	Fixe/portable	Hertzien terrestre mobile	Satellite
<i>analogique</i>	<i>numérique</i>	<i>analogique</i>	<i>numérique</i>	<i>numérique</i>
<i>numérique</i>		<i>numérique</i>		

C1 Pour ce qui est de l'offre de télévision, en fonction de la technologie de transmission et du canal de distribution, plusieurs types de diffusion peuvent être distingués:

115.1 diffusion analogique par voie terrestre;

115.2 diffusion numérique par voie terrestre

115.3 diffusion analogique sur un réseau câblé;

115.4 diffusion numérique sur un réseau câblé;

115.5 diffusion numérique sur un réseau DSL;

115.6 diffusion numérique par satellite

115.7 diffusion numérique sur un réseau mobile.

116 La télévision analogique terrestre est en voie de disparition et elle ne concerne qu'un nombre limité de chaînes. L'extinction des émetteurs analogiques est planifiée en 2008 en Communauté flamande³⁴ et en octobre 2011 en Communauté française.

117 La télévision numérique terrestre est en cours de développement. Actuellement, elle ne concerne que deux chaînes de la VRT (één et Ketnet/Canvas) et quatre de la RTBF (La Une, La Deux, RTBFSat et la chaîne d'expression allemande BRF-1). Il est prévu qu'à partir de 2008, un plus grand nombre de chaînes sera disponible. Pour la partie néerlandophone du pays, les téléspectateurs équipés d'un décodeur spécial auraient accès à 30 chaînes nationales et 12 chaînes régionales³⁴, pour la partie francophone le nombre de chaînes de la RTBF sera porté à 6, d'autres éditeurs seront ajoutés en 2012.

118 La diffusion analogique sur réseau câblé est en cours de remplacement par la diffusion numérique, considérée par les distributeurs comme plus efficace. Le nombre de chaînes disponibles par voie analogique est en diminution graduelle au fur et à mesure de l'enrichissement de l'offre numérique, de l'apparition d'un offre numérique Haute Définition et de l'accroissement des besoins en bande passante Internet + Téléphonie. Pour les utilisateurs, ces types de diffusion ne constituent donc pas une alternative.

³⁴ Article de "De Morgen": "Digitale tv via ether wordt concurrent voor kabel"

119 Du point de vue de l'utilisateur, le choix se pose donc entre la diffusion numérique sur un réseau câblé, la diffusion numérique sur réseau DSL et la diffusion numérique par satellite. Tout mode de diffusion possède une limite de capacité liée à la bande passante du médium qu'il utilise. La diffusion numérique hertzienne ne dispose que d'un nombre limité de fréquences limitant fortement le nombre de canaux pouvant être diffusés simultanément et ne pourra donc jamais offrir une diversité de chaînes aussi importante que les 3 autres modes de diffusion (ce qui justifie l'intervention du régulateur média dans la détermination des chaînes pouvant y accéder); elle n'est donc une alternative que pour une partie des utilisateurs. Actuellement, la diffusion numérique sur un réseau mobile est encore relativement marginale, sa capacité ne sera vraisemblablement pas supérieure au numérique terrestre et n'est dès lors pas considérée non plus comme une alternative complète aux autres types de diffusion.

2.2.3 Marchés pertinents de produits

2.2.3.1 Radiodiffusion par voie hertzienne numérique

120 Des fréquences relatives aux services de radiodiffusion (télévision) par voie terrestre numérique ont été attribuées aux Communautés ainsi qu'un bloc à l'Etat Fédéral. Ces fréquences peuvent être utilisées aussi bien pour une transmission analogique que numérique. Les blocs sont répartis comme suit :

Entité	VHF	UHF
État fédéral	1	0
Communauté française	7	27*
Communauté flamande	8	25
Communauté germanophone	1	6

* dont deux pour l'OTAN

Figure 2.2: Les blocs alloués aux différentes entités belges (source: IBPT)

121 Il existe actuellement un organisme de radiodiffusion télévisuelle relevant de la Communauté française – la RTBF – et un autre relevant de la Communauté flamande - la VRT. Ces deux organismes de radiodiffusion sont verticalement intégrés, c'est-à-dire qu'ils sont leurs propres éditeurs de chaînes, leurs propres agrégateurs et leurs propres diffuseurs.

122 La VRT diffuse deux chaînes (één et Ketnet/Canvas) par voie terrestre numérique, tandis que la RTBF compte en diffuser quatre (La Une, La Deux, RTBFSat et la chaîne allemande BRF-1). La VRT a lancé les émissions DVB-T en été 2004, commençant par la chaîne de sports Sporza. Cinq émetteurs couvrent le territoire flamand, Bruxelles, une partie de Wallonie et les régions limitrophes des pays voisins. Quant aux émissions numériques de la RTBF, il s'agit d'un réseau expérimental en cours d'installation (situation en juillet 2007). La RTBF diffuse seulement à Bruxelles un bouquet expérimental de BeTV.

- 123 L'offre est en principe gratuite (principe « free to air ») comme dans la plupart des pays européens, mais il faut que l'utilisateur final ait une antenne et un récepteur adaptés. Le prix d'une antenne est compris entre € 20 et € 50 et le celui d'un récepteur entre € 60 et € 80.
- 124 L'utilisateur final bruxellois peut capter ces émissions sur l'ensemble du territoire de Bruxelles-Capitale.

2.2.3.2 Radiodiffusion par réseau câblé

2.2.3.2.1 Situation dans le pays entier

- 125 Sur un territoire correspondant à deux tiers des ménages en Région flamande, l'opérateur Telenet est verticalement intégré et propose une offre de télévision numérique verticalement intégrée dupliquant totalement son offre analogique en y ajoutant des programmes supplémentaires et comprenant également l'édition de chaînes premium de cinéma, séries et sport.

Description du service	Tarif en euros*(TTC)
abonnement standard télévision + droits d'auteur	13,27 p.m.
abonnement numérique télévision + droits d'auteur	12,28 p.m.
digibox	139,00 achat
digibox pour clients internet et/ou téléphonie	99,00 achat
digicorder	249,00 achat ou 15,00 p.m.
digicorder pour clients internet et/ou téléphonie	199,00 achat ou 10,00 p.m.
installation Comfort Plus	50,00
installation Powerline	50,00
activation	50,00
PRIME Pack (2 choix et combiné)	de 14,95 à 26,95 p.m.
Family Packs (2 choix et combiné)	de 4,95 à 9,95 p.m.
Music Choice	4,95 p.m.
Passion (2 choix)	14,95 p.m.
BeTV	34,70 p.m.
Combo Packs (4 choix)	de 22,95 à 44,95 p.m.
FlexView	5,00 p.m.
* valables à partir du 1 ^{er} août 2007, tarif unique ou par mois (p.m.)	

Figure 2.3: Les principaux tarifs de Telenet (source: site Internet de Telenet)

- 126 Sur le territoire correspondant au dernier tiers des ménages en Région flamande, l'association Interkabel (regroupant les opérateurs Interelectra, Integan, PBE et WVEM), propose une offre dupliquant totalement son offre analogique en y ajoutant des programmes supplémentaires, verticalement intégrée sous la marque InDi. Cette association a également une offre de télévision à haute définition.

Description du service	Tarif en euros (TTC)
activation de la smartcard	25,00
paquet de base (comprenant 22 chaînes)	gratuit
INDI Plus Pakket* (comprenant 20 chaînes)	9,95 p.m.
Kinepolis tv-pakket*	19,95 p.m.
BeTV*	34,70 p.m.
INDI HD-intro*	4,95 p.m.
achat INDI HD-receiver	229,00
achat INDI HD-recorder	369,00

* à condition de souscrire un abonnement d'un an

Figure 2.4: Les principaux tarifs d'INDI (source: site Internet de la pbe)

- 127 L'association des opérateurs Voo (regroupant les opérateurs Brutélé et Tecteo) a une offre numérique limitée à quelques unes des chaînes diffusées en analogique plus quelques nouvelles chaînes mais en utilisant la plateforme BeTV qui offre son propre service directement aux utilisateurs finals. Les prix de l'abonnement dépendent de la localité où le client habite. Le tableau ci-dessous reprend les tarifs à payer à Bruxelles.

Description du service	Tarif en euros (TTC)
abonnement d'un mois	12,12 p.m.
abonnement de trois mois	36,38 p.3m.*
abonnement de six mois	69,65 p.6m.
abonnement de 12 mois	135,41 p.12m.
frais d'activation	35,00
décodeur	99,00

* apparemment, l'abonnement de trois mois coûte plus cher par mois que l'abonnement d'un mois ; il s'agit donc d'une réduction négative en fonction de la durée du contrat.

Figure 2.5: Les principaux tarifs de Voo (source: site Internet de la pbe)

- 128 Les opérateurs wallons Ideatel, Inatel, Interomosane, Seditel, Simogel et Telelux n'ont pas d'offre de radiodiffusion numérique propre et laissent le prestataire de service (packager) BeTV, dont ils sont actionnaires, offrir lui-même la télévision numérique à

leurs utilisateurs finals. Les clients de ces réseaux ont également accès à l'offre numérique de Voo (voir ci-dessus).

- 129 Les clients de l'opérateur bruxellois et louvaniste UPC, filiale à 100% de Telenet, ont accès à l'offre numérique de cette dernière ainsi qu'à celle de Be TV; UPC laisse donc BeTV- dont il n'est pas actionnaire - offrir ses services à ses utilisateurs finals.
- 130 L'opérateur bruxellois Coditel, qui dessert aussi les communes flamandes de Wemmel et Drogenbos, a une offre dupliquant totalement son offre analogique en y ajoutant programmes supplémentaires, une offre premium reprenant des chaînes thématiques et un certain nombre d'option dont une option HD. Jusqu'à présent Coditel fournissait à BeTV un canal lui permettant de commercialiser ses chaînes premium auprès des clients Coditel avec son propre décodeur. En octobre 2007, les deux parties ont annoncé un accord afin que les chaînes premium BeTV deviennent une option du bouquet Coditel sur le décodeur Coditel (accord similaire à celui de BeTV avec Telenet et InDi).

Description du service	Tarif en euros (TTC)
activation*	30,00
abonnement Coditel Plus	13,81 p.m.
abonnement Coditel Premium	19,90 p.m.
chaînes Disney	6,99 p.m.
chaînes HD	7,00 p.m.
chaînes Tout AB	10,00 p.m.
chaînes BeTV	37,70 p.m.
chaînes Fun	3,00 p.m.
chaîne Télémeéody	4,50 p.m.
chaîne Pink TV et chaîne Gay	10,00 p.m.
chaîne Charme	9,00 p.m.
chaînes Adultes	15,00 p.m.
décodeur	99,00 à l'achat ou 3,00 p.m.
décodeur enregistreur	299,00 à l'achat ou 10,00 p.m. (caution de 99,00 €)
frais de livraison*	10,00
* généralement fournis gratuitement	

Figure 2.6: Les principaux tarifs de Coditel (source: site Internet de Coditel)

- 131 L'opérateur WoluTV qui sous-traite les opérations techniques à UPC et dont l'offre est semblable à celle d'UPC à l'exception de l'offre Telenet qui n'est pas accessible sur ce réseau.

- 132 Le développement de l'offre numérique implique une réduction de l'offre analogique et, pour les utilisateurs, l'achat ou la location d'un décodeur. Sur pression des associations de consommateurs, les opérateurs Coditel et Telenet proposent un décodeur gratuit pour les chaînes numériques supprimées de l'offre analogique.

2.2.3.2 Situation en région bruxelloise

- 133 Si on se limite à la région bilingue de Bruxelles-Capitale, l'offre de services de télévision numérique sur le réseau câblé est effectuée par quatre câblodistributeurs; il s'agit des entreprises Coditel, Brutélé, UPC (repris par Telenet) et WoluTV qui couvrent le territoire des 19 communes. Brutélé qui s'est associée à Tecteo couvre dans la région de Bruxelles-Capitale les communes suivantes: Auderghem, Evere, Ixelles, Saint-Gilles, Uccle et Woluwe-St-Pierre. Coditel couvre les communes de Bruxelles (Bruxelles, Haeren, Laeken et Neder-Over-Heembeek), Molenbeek, Anderlecht, Watermael-Boitsfort, Saint Josse Ten Node. UPC couvre Etterbeek, Forest, Ganshoren, Jette, Koekelberg, Schaerbeek, Berchem Ste-Agathe. WoluTV assure la distribution de programmes de télévision et de radio par câble sur Woluwe-Saint-Lambert. Cette répartition du territoire de Bruxelles-Capitale entre les câblo-opérateurs est illustrée dans la **Figure 2.9**.

2.2.3.3 Radiodiffusion par voie bifilaire (xDSL)

- 134 Il n'existe qu'une seule offre de service de radiodiffusion par réseau bifilaire (télévision sur DSL), à savoir l'offre de Belgacom sous le nom de Belgacom TV. Cette offre couvre fin 2006 79,5% de la population. L'offre est verticalement intégrée et comprend l'édition de programmes de football exclusifs à la suite de l'acquisition des droits de retransmission des rencontres du championnat national belge.

- 135 Plusieurs formules sont possibles :

135.1 L'abonnement Classic+ pour 9,95 € par mois qui offre 76 chaînes de télévision et 8 chaînes radio ;

135.2 Les formules football comprenant l'abonnement All Foot pour 19,95 € par mois, l'abonnement My Club Away pour 7,95 € par mois et la formule Par per View pour 5,00 € par match ;

135.3 Les « bouquets » tels que le bouquet « Select » pour 14,95 € par mois et le bouquet « Movie » pour 14,95 € par mois (n'offrant pour l'instant que des chaînes de langue française) ;

135.4 La formule « Sur demande » qui fournit des films dont le prix varie entre 2,00 € et 4,50 € en fonction du film, RTL Forfait 7/7 pour 5,95 € par mois, VRT Net Gemist et les archives de VRT et VTM

- 136 Les offres de télévision par Internet (*streaming*) ne sont pas incluses dans le présent marché car elles ne relèvent pas de la définition actuelle de la télévision puisqu'elles ne sont accessibles qu'à partir d'ordinateurs personnels sans aucune garantie de qualité et à des définitions nettement plus basses.

2.2.3.4 Diffusion par satellite

137 Pour ce qui est de la diffusion par satellite, un certain nombre d'utilisateurs ont fait l'acquisition d'une parabole de réception de signaux satellites mais, dans la mesure où les chaînes publiques belges ne sont pas diffusées par ces satellites, il est difficile de les considérer comme des alternatives au câble ou à Belgacom TV. Active depuis janvier 2006, la plate-forme de satellite belge TV Vlaanderen peut être reçue sur le territoire de Bruxelles-Capitale mais elle ne diffuse que des programmes en néerlandais et n'est dans cette mesure pas substituable aux services des câblo-opérateurs ou de Belgacom TV.

2.2.3.5 Radiodiffusion mobile

138 Il n'existe actuellement que deux offres de télévision mobile basée sur l'utilisation des infrastructures GSM/GPRS et UMTS des opérateurs mobiles. Ces offres sont verticalement intégrées.

2.2.3.5.1 Offres de Proximus

139 Proximus a lancé les services 3G pour le grand public en septembre 2005 et offrait son service 3G Mobile TV gratuitement jusqu'au mois de janvier 2007. À partir du 1^{er} janvier 2007, ce service est payant. Les clients de ce service peuvent regarder 26 chaînes en direct, telles que RTL-TVI, Plug TV, Liberty TV, Canal Z, CNN, Eurosport et VTM³⁵.

140 Les tarifs de Mobile TV de Proximus :

Tarif en euros	Description du service (TTC)
0,49 par session	
2,99 par mois	abonnement de 1 heure à Mobile TV
7,99 par mois	accès illimité au chaînes standard de Mobile TV (le premier mois étant gratuit)
3,99 par 10 minutes	chaînes premium
9,99 par mois	abonnement de 1 heure à Mobile TV Premium
Les frais de connexion au portail d'environ € 0,50 par session de 60 minutes ne sont pas compris dans le prix.	

Figure 2.7: Les tarifs de Mobile TV de Proximus (source: Site Internet de Proximus)

³⁵ Site Internet de Proximus: Communiqué de presse du 1er décembre 2006

2.2.3.5.2 Offres de Mobistar

141 Le service de télévision mobile de Mobistar s'appelle Live TV et Vidéo. Il est accessible pour les clients abonnés et Tempo. Parmi les chaînes qu'ils offrent se trouvent VTM, JIM, Kanaal Z, Euronews, Liberty TV, Fashiontv, Mangas, Action, Trace:TV, TV5Monde et BBCWorld.

142 Les tarifs de Live TV de Mobistar :

Tarif en euros	Description du service (TTC)
0,49 par session	session de maximum 1 heure
En plus, il faut payer € 0,50 par session de maximum 1 heure ou 1 MB.	

Figure 2.8: Les tarifs de Live TV de Mobistar (source: Site Internet de Mobistar)

2.2.4 Marchés pertinents géographiques des produits de détail

2.2.4.1 Radiodiffusion par voie hertzienne numérique

143 Les zones de couverture des opérateurs ne peuvent être délimitées avec précision. Plus le récepteur est éloigné de l'émetteur, plus la probabilité augmente que la réception soit difficile, mais la qualité de la réception dépend aussi de la position et la sensibilité de l'antenne, des caractéristiques du bâtiment (le vitrage peut avoir un effet sur la qualité de réception) et d'autres facteurs. Il en résulte que, pour garantir une réception acceptable sur la totalité du territoire, plusieurs antennes-émetteurs sont utilisés dont les couvertures se superposent et couvrent aussi une partie des régions limitrophes. Par conséquent il y a également une superposition partielle des zones de couverture des deux opérateurs existants. De nouveaux opérateurs peuvent en outre avoir leur propre zone de couverture, différente de celle des deux opérateurs existants. Par conséquent, à défaut de critères permettant d'opérer une subdivision géographique du marché, celui-ci est réputé national.

144 La couverture géographique des réseaux de radiodiffusion dépend de la licence dont ils disposent; elle est nationale pour les chaînes radio de la RTBF et de la VRT, communautaire pour certains réseaux privés de radio (Contact, Energie, Nostalgie, etc) et locale pour d'autres types de radios (Judaïca, par exemple).

2.2.4.2 Radiodiffusion sur un réseau câblé

145 En principe, les marchés pertinents géographiques coïncident avec la topographie des réseaux des câblo-opérateurs. Ces marchés débordent donc les frontières de la région pour laquelle l'Institut est compétent.

146 Si l'on se cantonne à la région de Bruxelles-Capitale, quatre câblodistributeurs se répartissent le territoire comme suit :

- 146.1 Brutélé les communes d'Ixelles, d'Evere, d'Auderghem, de Saint-Gilles, d'Uccle et de Woluwé-Saint-Pierre;
- 146.2 Coditel les communes d'Anderlecht, de Bruxelles (Bruxelles, Laeken, Haeren et Neder-Over-Heembeek), de Molenbeek-Saint-Jean, de Saint-Josse-ten-Noode et de Watermael-Boitsfort;
- 146.3 Telenet (UPC) les communes d'Etterbeek, de Ganshoren, de Jette, de Koekelberg, de Schaerbeek, de Berchem-Sainte-Agathe et de Forest;
- 146.4 WoluTV la commune de Woluwé-Saint-Lambert.

147 La répartition est illustré dans la **Figure 2.9**.

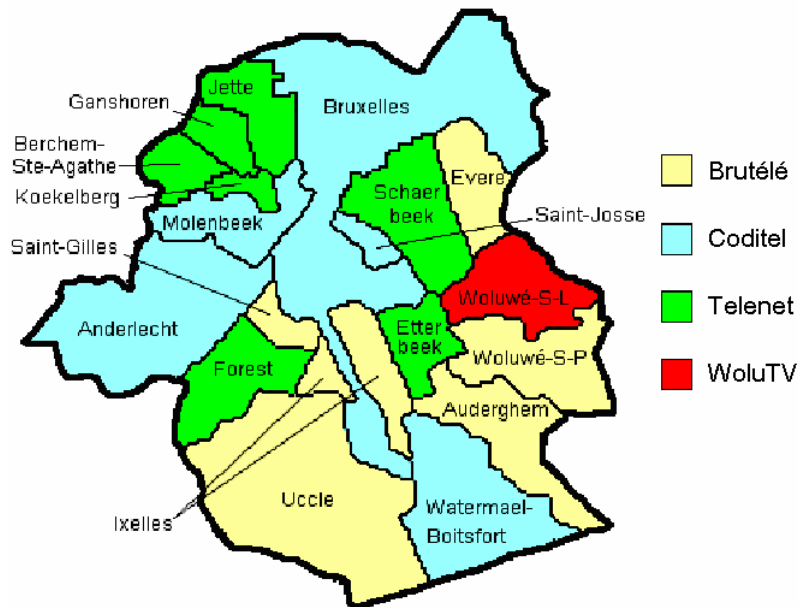


Figure 2.9: *Présence des réseaux câblés dans la région de Bruxelles-Capitale*

148 La couverture géographique des câblodistributeurs correspond à la couverture géographique de chacun des réseaux. Les réseaux de Brutélé, Coditel et UPC dépassent les frontières de la Région de Bruxelles-Capitale; les éventuels remèdes qui seront appliqués ne seront toutefois applicables que pour les communes qui appartiennent à la Région.

2.2.4.3 Radiodiffusion par voie bifilaire (xDSL)

149 Belgacom couvre tout le territoire de Bruxelles-Capitale avec son offre de télévision sur xDSL. À l'instar de ce qui a été écrit dans le paragraphe 148, la couverture géographique du réseau de Belgacom est nationale même si les remèdes qui seront éventuellement décidés par l'IBPT ne porteront que sur le territoire de la Région de Bruxelles-Capitale.

2.2.4.4 Radiodiffusion mobile

150 Les deux offres couvrent l'ensemble du territoire sans aucune différenciation, le marché est donc national.

2.2.5 Tests de substituabilité

151 Nous allons étudier les substituabilités suivantes:

151.1 substituabilité entre les radiodiffusions sonores (radio) et télévisuelle

151.2 substituabilité entre les diffusions par câble et par voie bifilaire (xDSL)

151.3 substituabilité entre la diffusion par voie satellitaire et les autres modes de radiodiffusion

151.4 substituabilité entre la diffusion par voie hertzienne numérique et les autres modes de radiodiffusion

151.5 substituabilité entre la diffusion par voie mobile et les autres modes de radiodiffusion

151.6 substituabilité entre le marché de la radiodiffusion et le marché de l'accès au débit binaire.

2.2.5.1 Substituabilité entre les radiodiffusions sonore et télévisuelle

152 Les services de radiodiffusion sonore et ceux de télévision constituent des marchés différents puisque les premiers ne diffusent que des signaux sonores et les seconds des signaux sonores et visuels; ces services ne sont pas considérés comme interchangeables par l'ensemble de la population, même si, dans certains cas, ils peuvent se compléter (diffusion simultanée de concerts par exemple).

153 Actuellement, le vecteur principal de la radiodiffusion sonore reste l'hertzien analogique. Dans l'usage actuel, les chaînes radio accessibles par le câble ou par l'xDSL ne semblent en effet pas être la raison principale de la souscription à un abonnement chez un fournisseur de services mais sont plutôt subsidiaires à une offre de service de télévision.

- 154 Un certain nombre de stations de radio émettent des programmes sur le territoire de Bruxelles-Capitale; ceux-ci sont tous différents et ne sont donc pas substituables du point de vue de l'utilisateur final.
- 155 Actuellement, le vecteur principal de la radiodiffusion sonore reste l'hertzien analogique. Dans l'usage actuel, les chaînes radio accessibles par le câble ou par l'xDSL ne semblent en effet pas être la raison principale de la souscription à un abonnement chez un fournisseur de services mais sont plutôt subsidiaires à une offre de service de télévision.
- 156 Pour la radiodiffusion, il n'y a pas de substituabilité au niveau de l'offre puisque, par définition, chaque radio propose des programmes différents sur une bande de fréquence spécifique.

C1 L'Institut en conclut que la radiodiffusion sonore et télévisuelle ne font pas partie du même marché.

2.2.5.2 Substituabilité entre les diffusions par câble et par voie bifilaire (xDSL)

- 157 L'utilisateur final bruxellois, s'il veut disposer également des chaînes publiques belges, a donc le choix entre le télédistributeur qui dessert la commune dans laquelle il est installé et l'offre de Belgacom TV. Le tableau ci-dessous répertorie les prix des offres disponibles.

Opérateur	Formule	Prix en € TTC (par mois ou par unité)
Belgacom	Classic	9,95 p.m.
Belgacom	Select	14,95 p.m.
Belgacom	Movies	14,95 p.m.
Belgacom	All Foot	19,95 p.m.
Coditel	Plus	13,81 p.m.
Coditel	Premium	17,50 p.m.
UPC	Offre de base	146,60 p.12 m.
Voo (Brutélé)	Tv Bruxelles	13,36 p.m.
WoluTV	WoluTV	36,85 p.3 m.

Figure 2.10: Prix des offres disponibles sur les réseaux filaires

- 158 L'examen des prix montre que les prix sont globalement comparables pour ce qui concerne l'offre de télévision de base. Toutefois, si on la compare à l'offre d'un câblodistributeur, l'offre de Belgacom TV est moins souple pour ce qui concerne la

possibilité de disposer en même temps d'un canal consacré à la diffusion d'un programme et d'un canal consacré à l'enregistrement d'un autre programme. De plus, il n'est actuellement possible de ne raccorder qu'un seul récepteur de télévision pour Belgacom TV alors que les télédistributeurs par câble permettent d'en raccorder de deux à quatre par raccordement. Enfin, actuellement, le téléspectateur qui voudrait s'abonner aux programmes de BeTV doit obligatoirement passer par le câble tandis que Belgacom TV offre des exclusivités en matière de football.

- 159 BeTV est disponible sur les réseaux des câblo-opérateurs. Voo donne accès à toutes les formules de BeTV (BeTV Premium, BeTV Bouquets et BeTV Options tandis que Coditel, UPC et WoluTV ne transmettent que la formule BeTV Premium.

2.2.5.2.1 Substituabilité du point de vue de la demande

- 160 Une augmentation significative et durable du prix d'un de ces services entraînerait vraisemblablement la mutation d'un certain nombre d'utilisateurs vers un autre service mais impliquerait des investissements relativement significatifs puisqu'il faut investir dans un décodeur pour accéder aux services de BelgacomTV et le raccordement et la mise en marche d'un câble comportent aussi des frais.

- 161 La substituabilité du point de vue de la demande existe, mais à l'heure actuelle cette substituabilité reste faible entre les deux produits. Il y a dès lors lieu d'examiner la substituabilité du point de vue de l'offre.

2.2.5.2.2 Substituabilité du point de vue de l'offre

- 162 D'un point de vue de l'offre, l'IBPT considère que le degré de substituabilité n'est pas extrêmement élevé puisque BelgacomTV n'a pas accès à la diffusion des programmes de BeTV et les câblo-opérateurs n'ont pas accès aux matches de foot pour lesquels Belgacom a acquis l'exclusivité.

<p>C2 En conclusion, l'IBPT estime que le marché de détail de la télévision par câble et de la télévision par xDSL n'appartiennent pas a priori au même marché de produits en raison des différents contenus et des switching costs significatifs pour l'utilisateur. Cette conclusion peut évidemment évoluer et n'engage pas l'IBPT (ni évidemment des autorités de concurrence) lors d'analyses futures éventuelles.</p>

2.2.5.3 Substituabilité entre la diffusion par voie satellitaire et les autres modes de diffusion

2.2.5.3.1 Substituabilité du point de vue de la demande

- 163 Pour ce qui est de la diffusion par satellite, un certain nombre d'utilisateurs ont fait l'acquisition d'une parabole de réception de signaux satellites mais, dans la mesure où les chaînes publiques belges ne sont pas diffusées par ces satellites, il est difficile de les considérer comme des alternatives au câble ou à Belgacom TV. Active depuis janvier 2006, la plate-forme de satellite belge TV Vlaanderen peut être reçue sur le

territoire de Bruxelles-Capitale mais elle ne diffuse que des programmes en néerlandais et n'est dans cette mesure pas substituable aux services des câblo-opérateurs ou de Belgacom TV.

2.2.5.3.2 *Substituabilité du point de vue de l'offre*

164 D'un point de vue de l'offre, l'IBPT considère que le degré de substituabilité n'est pas suffisant puisqu'il est peu probable que les câblo-opérateurs et les opérateurs de satellites puissent attirer les mêmes agrégateurs ou éditeurs de chaînes pour pouvoir offrir une gamme de chaînes comparable. Le choix des chaînes qu'ils offrent est inhérent à leur fonctionnement.

C3 En conclusion, l'IBPT estime que la substituabilité le marché de détail de la radiodiffusion par voie satellitaire avec un autre mode de radiodiffusion est insuffisante pour les inclure dans un même marché.

2.2.5.4 **Substituabilité entre la diffusion par voie hertzienne numérique et les autres modes de diffusion**

2.2.5.4.1 *Substituabilité du point de vue de la demande*

165 Les deux radiodiffuseurs télévisuels par voie hertzienne numérique sont la RTBF et la VRT. La RTBF diffuse quatre chaînes et la VRT en diffuse deux. Puisque ces deux institutions sont subventionnées, elles peuvent offrir ce service sans recourir à un abonnement. Un utilisateur final doit seulement acheter une antenne spéciale et il peut capter les émissions de ces deux radiodiffuseurs. Le grand avantage de la diffusion par voie hertzienne est la gratuité, le grand inconvénient est le nombre réduit de chaînes. Il est donc peu probable que quelqu'un qui prise l'éventail de chaînes que les distributeurs filaires lui offrent, résilie son abonnement lors d'une augmentation non provisoire du prix pour se contenter de l'offre de la RTBF et la VRT.

2.2.5.4.2 *Substituabilité du point de vue de l'offre*

166 La bande passante étant une ressource rare, il est peu concevable que la RTBF et la VRT puissent diffuser autant de chaînes que les opérateurs de réseaux filaires. En plus, cela mettrait en question la gratuité du service. Si ce service est subventionné et gratuit, les autres opérateurs accuseront l'État de discriminer à leur détriment. Si le service est payant, la RTBF et la VRT doivent mettre en œuvre un système d'abonnement ou d'accès conditionnel.

2.2.5.4.3 *Conclusion*

167 L'Institut avait déjà écarté la substituabilité entre la radiodiffusion par voie satellitaire et celle par voie hertzienne numérique (voir conclusion C3). En outre, il est arrivé à la conclusion que ce mode de diffusion n'est pas substituable aux autres modes de radiodiffusion

C4 En conclusion, l'IBPT estime que le marché de détail de la radiodiffusion par voie hertzienne numérique est insuffisamment substituable avec un autre mode de radiodiffusion pour les inclure dans un même marché.

2.2.5.5 Substituabilité entre la diffusion par voie mobile et les autres modes de diffusion

168 Via leur partenaire international, Vodafone pour Proximus et Orange pour Mobistar, les opérateurs GSM offrent des services de télévision sur réseau mobile à leurs abonnés qui disposent d'un téléphone 3G dans une zone couverte par le réseau 3G. Proximus offre 29 chaînes et Mobistar 11. Aucun des deux opérateurs n'offre les chaînes publiques belges et, dans cette mesure, aucun n'offre un service comparable à celui des câblodistributeurs ou de BelgacomTV.

2.2.5.5.1 Conclusion

C5 En conclusion, l'IBPT estime que le marché de détail de la radiodiffusion par voie mobile est insuffisamment substituable avec un autre mode de radiodiffusion pour les inclure dans un même marché.

2.2.5.6 Substituabilité entre la radiodiffusion et l'accès au débit binaire

169 L'utilisateur final n'ayant pas connaissance du type d'offre de gros qui est utilisée pour lui fournir son service de détail, il y a lieu d'étudier si une substituabilité existe sur le marché des services de radiodiffusion et le marché de l'accès de gros à un débit binaire.

2.2.5.6.1 Substituabilité du point de vue de la demande

170 Les services du marché 18 permet à un prestataire de services de radio- et télédiffusion d'offrir ses services aux utilisateurs finals de l'opérateur de réseau. Or, l'accès au débit binaire est la fourniture d'un service d'infrastructure d'accès aux opérateurs de réseau qui peuvent, eux, éventuellement fournir un service de diffusion aux prestataires de services de radio ou de télévision. L'offre d'accès au débit binaire ne se situe donc pas au même niveau dans la chaîne de valeur que l'offre de diffusion, et ne peut se substituer à celle-ci. En cas d'augmentation légère mais durable du prix de l'offre de diffusion, un prestataire de services de radio ou de télédiffusion ne pourra se tourner vers une offre bitstream sans effectuer des investissements importants nécessaires pour devenir lui-même opérateur de réseau ou fournisseur d'accès Internet.

2.2.5.6.2 Substituabilité du point de vue de l'offre

171 Un opérateur verticalement intégré qui fournit une offre d'accès binaire est en mesure de fournir, et fournit probablement déjà, une offre de diffusion sur le marché aval. Cette situation découle de l'intégration verticale de l'opérateur, et non d'un

phénomène de substitution du côté de l'offre qui serait susceptible de faire entrer le service de diffusion dans le même marché que l'offre d'accès binaire en l'absence d'une substituabilité du côté de la demande.

2.2.5.6.3 Conclusion

C6 En conclusion, l'IBPT estime que le marché des services de radiodiffusion n'est substituable avec le marché de gros de l'accès au débit binaire.

2.3 Caractérisation du marché de détail

Les marchés de détail considérés consistent en la fourniture de services de radiodiffusion sonore ou télévisuelle sur le territoire de la Région de Bruxelles-Capitale; ces marchés n'appartiennent pas à la liste des marchés sélectionnés par la Commission européenne dans la Recommandation sur les marchés pertinents. L'IBPT estime toutefois utile de caractériser ces marchés de détail afin d'analyser en amont les services de gros pertinents.

2.3.1 Principaux facteurs structurants du marché

172 La fourniture de services de détail de radiodiffusion sonore est assurée par des stations ou réseaux radio qui disposent chacun d'une infrastructure complète et de bandes de fréquences dédiées; l'accès à l'infrastructure et à la fourniture du service dépend de l'obtention d'une licence qui est octroyée par les Communautés, y compris pour ce qui est du territoire de Bruxelles-Capitale. Il n'y a donc pas lieu pour l'IBPT de poursuivre l'analyse de ce marché de détail puisqu'il n'aurait aucune compétence réglementaire à y exercer.

173 La fourniture de services de détail de radiodiffusion télévisuelle sur la Région de Bruxelles-Capitale peut être le fait de différents types de sociétés: des sociétés intégrées verticalement qui créent, produisent et diffusent du contenu, c'est le cas par exemple de la RTBF et de la VRT qui produisent des émissions radio ou télé qu'elles diffusent par voie hertzienne ou satellitaire. Il y a également des sociétés qui créent du contenu et le font diffuser par d'autres, comme la RTBF et la VRT diffusées par le câble ou BelgacomTV ou comme BeTV qui a un contrat exclusif de diffusion de ses programmes par le biais du réseau câblé de télédistribution. Certaines sociétés ont un rôle de simples agrégateurs de contenus et proposent des bouquets de chaînes qui sont produites par d'autres et diffusées par eux-mêmes (Voo, Telenet, Belgacom TV, par exemple) ou par d'autres (bouquets BeTV).

174 Le marché global des services de radiodiffusion télévisuelle à destination des utilisateurs finaux sur le territoire de Bruxelles-Capitale comprenait au 30 juin 2005 396.261 raccordements actifs au réseau câblé de télédistribution répartis comme suit :

Câblodistributeur	Nombre de clients	Part de marché
Coditel	136.163	34,36%
UPC	133.162	33,60%
Brutélé	106.661	26,91%
WoluTV	20.275	5,11%

Figure 2.11: Répartition des abonnés aux câblodistributeurs en région bruxelloise (source : SPF Economie, PME, Classes moyennes et Energie, Le secteur belge de la télédistribution)

175 Belgacom TV comptait au premier trimestre 2007 149.491 clients, dont la répartition géographique n'est pas connue, seulement la répartition linguistique : 50% de francophones et 50% de néerlandophones.

176 La couverture territoriale est complète pour les câblodistributeurs et pour Belgacom TV sur le territoire de Bruxelles-Capitale.

177 Depuis quelques années, les câblo-opérateurs ont tenté de consolider leur position sur le marché en développant des offres combinées télévision-internet (offres "double play" d'UPC, par exemple), voire des offres combinées télévision-internet-téléphone (offres "triple play" de Voo ou Coditel, par exemple). L'offre de Belgacom combine au moins la télévision et internet puisqu'une connexion internet à haut débit sur xDSL est nécessaire pour accéder aux services de Belgacom TV.

178 Il est toutefois à noter que le marché ne voit pas apparaître de concurrents qui proposeraient des offres alternatives sur les réseaux des opérateurs en place, en recourant par exemple au dégroupage de la boucle locale de l'opérateur Belgacom.

179 Le marché de détail n'est donc pas particulièrement dynamique.

2.4 Identification des services de gros

180 Partant des services de détail en aval, on peut identifier en amont les services de gros pertinents:

180.1 diffusion numérique par voie terrestre

180.2 diffusion sur un réseau câblé;

180.3 diffusion sur un réseau bifilaire xDSL;

180.4 diffusion sur un réseau mobile.

3 Service de gros des services de radiodiffusion par voie hertzienne terrestre numérique

3.1 Définition du marché pertinent

3.1.1 Marché pertinent de produits de gros

181 En théorie, il est concevable que les fournisseurs sur ce marché, à savoir la RTBF et la VRT, diffusent des bouquets composés par des agrégateurs indépendants tels que BeTV (voir section 5.1.1). Il sera montré ci-dessous que cette hypothèse n'est pas valide.

3.1.1.1 *Existence du marché de gros et traitement de l'autofourniture*

182 Pour l'instant, il n'existe pas de marché marchand de gros de services de radiodiffusion par voie hertzienne terrestre. Les deux entreprises qui offrent ce service aux utilisateurs finals, à savoir la RTBF et la VRT, sont verticalement intégrées.

183 Le choix des chaînes diffusées par les opérateurs numériques terrestres ne leur appartient pas mais est une décision des gouvernements compétents. En conséquence un opérateur numérique terrestre ne peut légalement répondre positivement à une demande d'accès de la part d'un agrégateur ou d'un éditeur de chaîne ; il ne peut donc être considéré comme un fournisseur sur le marché 18 puisqu'il ne dispose d'aucune liberté commerciale.

184 Il s'ensuit que, tant que les gouvernements compétents décident du choix des chaînes diffusées, il est exclu qu'un marché marchand se réalise. Le marché marchand est vide à l'heure actuelle et le restera à l'avenir tant que le pouvoir décisionnel ne sera pas aux mains des opérateurs concernés.

185 À ce sujet, il est intéressant de noter que le gouvernement flamand a l'intention d'imposer une séparation structurelle du parc d'émetteurs qui serait géré par un gestionnaire indépendant habilité à diffuser les signaux d'autres fournisseurs de contenu. Dans la mesure où cette restructuration aura un impact sur la radiodiffusion sonore et télévisuelle dans la région de Bruxelles-Capitale, l'Institut suivra de près ce développement.

3.1.2 Conclusion

C7 Les services de gros de radiodiffusion par voie hertzienne terrestre numérique, qui sont pour l'instant entièrement fournis en interne, n'appartiennent pas au marché 18.

4 Service de gros des services de radiodiffusion par réseau bifilaire

4.1 Définition du marché pertinent

4.1.1 Marché pertinent de produits de gros

186 Pour l'instant, il n'y a pas de marché marchand de gros correspondant, la seule offre (de Belgacom TV) est totalement intégrée.

187 Les opérateurs alternatifs, qui offrent des services d'accès à l'Internet et qui théoriquement pourraient concurrencer Belgacom sur ce marché, en sont complètement absents, contrairement à ce qui se passe dans des pays voisins. En effet, les opérateurs alternatifs qui font usage de l'offre de débit binaire pour atteindre leurs clients, doivent avoir accès au bus vidéo du DSLAM pour pouvoir distribuer du contenu audiovisuel, ce qui n'est pas le cas aujourd'hui. Cette restriction ne s'applique évidemment pas aux opérateurs alternatifs qui passent par le dégroupage, mais le nombre de clients accessible par cette voie-ci est apparemment trop restreint pour lancer un service de radiodiffusion.

188 Néanmoins, il est tout à fait envisageable que Belgacom offre les mêmes services que les câblo-opérateurs à l'égard des agrégateurs comme BeTV.

4.1.1.1 *Existence du marché de gros et traitement de l'autofourniture à l'intérieur d'une société verticalement intégrée*

189 Comme écrit ci-dessus, il n'existe pas de marché marchand de gros, les seules transactions sur ce marché concernent donc l'autofourniture au sein de Belgacom.

190 Dans ce cas, on peut seulement mener à bien l'analyse du marché à partir de la définition et l'analyse du marché de détail comme la Commission l'a indiqué dans ses commentaires sur le cas HU/2004/0096 : « [...] the fact that at the wholesale level no transactions are taking place on the merchant market (i.e. no sales to independent third parties) does not exclude the possibility to analyse the relevant market. In fact, the absence of such transactions merely indicates that all supply on the relevant market, [...] is captive, i.e. provided internally by vertically integrated mobile network operators. In such a case the structure of the supply at the wholesale level (e.g. market shares of the undertakings active on the relevant market) is derived from

supply at the retail level, and the relevant market would need to be analysed on the basis of the competitive conditions at the retail level. »

4.1.1.2 *Test de monopoleur hypothétique*

191 Un agrégateur qui veut atteindre les clients d'un opérateur d'un réseau bifilaire ne peut passer par un autre opérateur d'un réseau bifilaire ou d'un réseau câblé, à moins qu'il puisse convaincre ses clients finals de changer de fournisseur de télédistribution. Vu la conclusion C5, ceci est très peu probable.

192 Puisque le marché marchand n'existe pas pour l'instant, le test du monopoleur hypothétique ne peut s'appliquer qu'à un niveau théorique. La question qui se pose est de savoir si Belgacom TV pourrait augmenter son prix au-dessus du niveau de prix qu'on demanderait sur un marché concurrentiel sans perdre trop de clients à ses concurrents. Or, un agrégateur qui veut atteindre les clients de Belgacom TV n'a d'autre choix que de passer par lui. Tant que le prix demandé par Belgacom TV lui offre encore une marge suffisante, il a intérêt à faire distribuer ses services par cet opérateur.

4.1.1.3 *Conclusion*

C8 Les services de gros de radiodiffusion par voie de réseau bifilaire forment un marché distinct.
--

4.1.2 **Marché pertinent géographique des produits de gros**

193 Actuellement, Belgacom TV n'est pas encore disponible partout en Belgique bien que l'offre atteigne déjà 80 % des Belges, majoritairement les résidents des grandes villes et que l'opérateur déclare qu'il met tout en œuvre pour que de plus en plus de personnes puissent bénéficier de ce service.

194 Toutes les offres de gros de l'opérateur de réseau Belgacom sont indifférenciées géographiquement. Il n'existe aucun paramètre spécifique à une éventuelle offre de gros qui nécessite une segmentation géographique du marché. D'autre part la demande potentielle est également nationale puisque les programmes dans les différentes langues sont offerts généralement sur l'ensemble du pays.

4.1.3 **Conclusion**

C9 Les services de gros de radiodiffusion par voie de réseau bifilaire forment un marché national distinct baptisé 18a.

4.2 Pertinence du sous-marché

195 Avant de conclure si le sous-marché en question est pertinent ou non, l'Institut a fait une analyse de ce sous-marché afin de déterminer quelles sont les barrières à l'entrée et quelle est l'évolution derrière ces barrières.

4.2.1 Principaux facteurs structurants du marché

196 L'ensemble du marché de la télévision par réseaux câblé et bifilaire, numérique et analogique confondus, est en Belgique de 4 165 000 raccordements représentant une pénétration de plus de 95% des ménages. Actuellement 590 000 de ces raccordements sont utilisés pour la télévision numérique, soit 14,16%. Le premier facteur structurant est la conversion de l'ensemble de ces raccordements à la télévision numérique sachant que les réseaux par voie hertzienne terrestre numérique ou mobile ne possèdent pas de capacité suffisante pour concurrencer les réseaux filaires. La part de marché de l'offre sur réseau bifilaire tend à s'accroître au détriment de la part de marché de la télévision sur câble et cette part de marché est encore plus importante si on ne considère que la télévision numérique. Dans ce cas, l'utilisateur final doit cependant se satisfaire de l'offre Internet de Belgacom.

197 Le deuxième facteur structurant du marché est l'éventuel souhait de l'utilisateur final de donner la priorité de son choix à une offre triple play. Si c'était le cas – ce qui ne peut à l'heure actuelle être validé – les opérateurs voix/internet seraient obligés d'entrer sur le marché de la télévision sur réseau bifilaire sous peine de perdre la quasi-totalité de leur clientèle étant donné la pénétration de la télévision par câble et réseau bifilaire en Belgique.

4.2.1.1 Principaux opérateurs du marché

198 Le marché de détail ne compte qu'un seul opérateur fournisseur de services: Belgacom.

4.2.1.2 Taille du marché et parts de marché

199 La marché de détail représente fin 2006 139.665 utilisateurs finals; le marché marchand de gros est quand à lui inexistant.

4.2.1.3 Dynamique concurrentielle sur le marché

4.2.1.3.1 Marché de détail

200 Il est très difficile à un autre opérateur xDSL d'entrer sur le marché de la télévision sur DSL car :

- 200.1 Les droits demandés par les principales chaînes généralistes sont élevés, ce qui a comme conséquence qu'il faut un nombre de clients suffisamment grand pour être rentable. Cette condition pourrait néanmoins être remplie par un câblo-opérateur désirant étendre la couverture de son réseau et utilisant le dégroupage.
- 200.2 En outre, pour avoir une offre suffisamment attrayante, l'opérateur xDSL doit offrir une gamme de chaînes plus ou moins comparable aux autres opérateurs de réseaux, qu'ils soient bifilaires ou câblés. Cela fait augmenter les économies d'échelle et par conséquent élève les barrières à l'entrée. Encore une fois, un câblo-opérateur existant pourrait potentiellement entrer sur ce marché en passant par le dégroupage.
- 200.3 Il est impossible pour un opérateur de réseau bifilaire alternatif (à Belgacom) de rentabiliser le coût du dégroupage sur la totalité du territoire national. Dès lors, en l'absence d'offre bitstream adaptée au service de radiodistribution, une telle offre concurrente à celle de Belgacom, ne pourrait qu'être géographiquement restreinte et n'atteindrait par conséquent pas les effets d'échelle nécessaires pour rivaliser avec celle de Belgacom. Les câblo-opérateurs pourraient néanmoins utiliser le dégroupage pour étendre leur zone de couverture.

4.2.1.3.2 *Marché de gros*

- 201 Le marché de gros est pour l'instant inexistant, Belgacom n'offrant pas un service de gros spécifique à la transmission de signaux audiovisuels.

4.2.1.4 **Conclusion intermédiaire**

C10 L'opérateur Belgacom a pour l'instant une part de marché de 100 pour cent sur son réseau. Il est peu probable que d'autres acteurs – hormis les câblo-opérateurs existants -- entrent sur ce marché à l'horizon de l'analyse. Cependant le marché reste extrêmement petit.

4.2.2 **Analyse prospective du marché et développements technologiques**

- 202 Le marché va se développer sur une base de plus grands débits d'accès – VDSL2 – afin d'augmenter le nombre de canaux visibles simultanément sur le même raccordement et pour la transmission d'émissions de Haute Définition. Une telle évolution augmentera la difficulté de l'émergence de concurrence en l'absence d'offre bitstream adaptée au service de radiodiffusion.

4.2.3 Test des trois critères

4.2.3.1 Barrières à l'entrée

- 203 Les barrières à l'entrée sont d'ordre structurel et très élevées parce que, pour rendre un service de transmission de contenu audiovisuel, il est nécessaire d'avoir un réseau ramifié qui permet d'atteindre un nombre suffisant de téléspectateurs.
- 204 Si la situation sans régulation ex ante est considérée, le constat s'impose que l'opérateur historique est le seul qui dispose d'un réseau suffisamment ramifié. Un autre opérateur qui voudrait dupliquer un tel réseau, même partiellement, serait confronté à des investissements tels qu'il ne pourrait jamais concurrencer l'opérateur historique de façon rentable.
- 205 S'il est tenu compte de la régulation existante, le dégroupage de la boucle locale diminue les barrières à l'entrée sans pour autant les rendre insignifiantes. Pour que la connexion à un répartiteur soit rentable, il faut disposer d'un nombre suffisant de clients dans la zone desservie par ce répartiteur. Les risques que le nouvel arrivant doit prendre pour se lancer dans une telle entreprise sont élevés et seul un opérateur possédant déjà une masse critique de clients pourrait s'y aventurer. L'accès au débit binaire diminuerait cette barrière et pourrait constituer une marche sur l'échelle d'investissement, mais, dans l'état actuel des choses, cet accès ne permet pas la radiodiffusion.
- 206 Si les nouveaux entrants veulent offrir une même gamme de programmes que Belgacom et les câblo-opérateurs, ils sont presque obligés de constituer leur propre bouquet, puisque BeTV, le seul agrégateur indépendant, offre un bouquet plutôt complémentaire au bouquet offert par les télédistributeurs déjà établis. La mise en place d'une division qui s'occupe de l'agrégation des chaînes, du paiement des droits à tous les parties intéressées et de la gestion des abonnés est une barrière supplémentaire à celle que constitue le déploiement d'un réseau étendu. Un câblo-opérateur existant, avec des accords déjà en place, pourrait cependant utiliser le dégroupage ou potentiellement l'accès au débit binaire afin d'atteindre d'autres clients finals avec une offre triple play.
- 207 L'Institut estime que les barrières à l'entrée sont importantes, mais non infranchissables pour un câblo-opérateur existant désirant étendre sa zone de couverture et ayant recours au dégroupage ou au bitstream.

4.2.3.2 Aspects dynamiques

- 208 Le marché de l'IPTV est petit et en forte évolution. L'Institut estime que ce marché évolue vite et qu'il n'est pas possible, pour l'instant, de conclure que le deuxième critère (absence d'évolution) est rencontré.

4.2.3.3 Efficacité relative du droit de la concurrence et de la réglementation ex ante complémentaire

209 Comme il a été écrit supra, aucun agrégateur indépendant n'est intéressé à atteindre ses utilisateurs finals à travers le réseau bifilaire. Dans ces conditions, l'Institut est d'avis que le droit de la concurrence est suffisant pour résoudre les problèmes qui pourront surgir sur le sous-marché en question, et que l'imposition d'une régulation spécifique sur ce sous-marché serait disproportionnée.

210 L'IBPT estime dès lors qu'une réglementation ex ante spécifique n'est pas un complément valable à l'application du droit de la concurrence. L'IBPT considère que le troisième critère n'est pas rencontré.

4.2.4 Conclusion

C11 Les services de gros de radiodiffusion par voie de réseau bifilaire n'est pas un marché pertinent qui rencontre les trois critères.

5 Service de gros des services de radiodiffusion par câble

5.1 Définition du marché pertinent

5.1.1 Les clients

211 Si les canaux de distributions sont variés, en revanche, le nombre d'agrégateurs non intégré qui sont actifs sur les marchés marchands amont est limité. Le principal est pour l'instant BeTV. Il offre les formules suivantes :

211.1 BeTV Premium qui comprend 6 chaînes ;

211.2 BeTV Bouquets qui offre 6 bouquets (Documentaires, Enfant, Divertissement, Sport, Cool et Sélection) totalisant 42 chaînes ;

211.3 BeOptions qui offre 6 formules (Pink TV, Infos, Cinéma, Sensations, Disney Channel et Charme) comprenant 15 chaînes ;

211.4 La formule « Be à la séance » qui offre un film à 4,50 €.

212 Du côté néerlandophone, l'agrégateur Prime, lié à Telenet, offre 7 chaînes (One, Action, Movies & Series, Fezztival, Sport, Sport 2 et Carrousel). Il n'est distribué qu'en Flandre par Telenet et de façon réduite (seulement les chaînes One, Sport et Action) par les autres câblo-opérateurs.

213 Ces agrégateurs offrent des chaînes contre le paiement d'un abonnement. Ils ont donc financièrement intérêt à avoir une audience aussi large que possible. En revanche, ces agrégateurs sont aussi liés à certains opérateurs des réseaux par le biais de leur actionariat (les câblo-opérateurs sont les actionnaires de BeTV) ce qui n'est pas sans influencer leurs décisions quant à offrir leurs bouquets sur certains réseaux de télédistribution.

5.1.2 Marché pertinents de produits de gros

214 Les opérateurs Voo, Ideatel, Inatel, Interrosane, Seditel, Simogel et Telelux ont une offre de gros au bénéfice du prestataire de service (packager) BeTV dont ils sont actionnaires, c'est-à-dire qu'ils diffusent les programmes de BeTV sur leurs réseaux.

215 UPC a une offre de gros au bénéfice du prestataire de service (packager) BeTV.

216 Coditel avait une offre de gros au bénéfice du prestataire de service BeTV mais ne couvrant pas la totalité de la demande de cette dernière, c'est-à-dire ne couvrant que les chaînes éditées par BeTV et non les chaînes de tiers incluses dans ses bouquets.

5.1.2.1 Substituabilité entre produits des différents opérateurs de réseau par câble

217 Etant donné qu'il n'y a pas de recouvrement entre les zones de couverture des différents opérateurs par câble, il n'y a pas de substituabilité de la demande. Le client d'un câblo-opérateur n'a donc pas le choix de s'abonner auprès d'un autre câblo-opérateur puisque ce dernier ne couvre pas la même zone géographique.

218 Pour la même raison il n'y a pas substituabilité de l'offre étant donné qu'un opérateur par câble ne peut pas envisager d'installer un réseau là où un autre opérateur est déjà installé.

5.1.2.2 Substituabilité entre produits de gros de diffusion par voie de réseau bifilaire et les autres modes de radiodiffusion

219 Il a déjà été énoncé que la substituabilité sur le marché de détail aval est un point de départ pour déterminer s'il existe une substituabilité sur le marché de gros. Le marché de la radiodiffusion par câble forme un marché de détail distinct. Sur le marché de gros un agrégateur indépendant qui veut atteindre le public d'un câblo-opérateur doit forcément passer par celui-ci. Il ne peut passer par le réseau xDSL ou les ondes hertziennes pour atteindre ce public. Le fournisseur d'une transmission sur un réseau câblé peut donc être considéré comme fournissant, sur le marché de gros, un service de transmission non substituable avec d'autres services de diffusion, tel que l'xDSL.

5.1.2.3 Conclusion

C12 Les services de gros de radiodiffusion par voie de réseau câblé forment des marchés distincts.
--

5.1.3 Marchés pertinents géographiques des produits de gros

220 En principe, tout agrégateur qui veut faire diffuser ces produits peut s'adresser à tout câblo-opérateur. Néanmoins, ce qui intéresse l'agrégateur est d'atteindre un public.

221 La segmentation géographique du marché de gros est identique à celle du marché de détail, c'est à dire correspondant à la couverture géographique de chaque opérateur.

5.1.4 Conclusion

C13 Les services de gros de radiodiffusion par voie de réseau câblé forment un ensemble de marchés limités à la couverture géographique de chaque opérateur regroupés sous la dénomination 18b.

5.2 Pertinence du sous-marché

222 Avant de conclure si le sous marché en question est pertinent ou non, l'Institut a fait une analyse de ce sous-marché afin de déterminer quelles sont les barrières à l'entrée et quelle est l'évolution derrière ces barrières,

5.2.1 Principaux facteurs structurants du marché

223 L'ensemble du marché de la télévision par réseaux câblé et bifilaire, numérique et analogique confondus, est de 4 165 000 raccordements représentant une pénétration de plus de 95% des ménages. Actuellement 590 000 de ses raccordements sont utilisés pour la télévision numérique, soit 14,16%. Le premier facteur structurant est la conversion de l'ensemble de ces raccordements à la télévision digitale sachant que les réseaux par voie hertzienne terrestre numérique ou mobile ne possèdent pas de capacité suffisante pour concurrencer les réseaux filaires. La part de marché de l'offre sur réseau bifilaire tend à s'accroître au détriment de la part de marché de la télévision sur câble. Cette tendance est encore plus forte pour ce qui concerne la télévision numérique. Dans ce cas, l'utilisateur final doit cependant se satisfaire de l'offre Internet de Belgacom. .

5.2.1.1 Principaux opérateurs du marché

224 Dans la région de Bruxelles-Capitale, quatre câblo-opérateurs sont actifs : Brutélé, Coditel, UPC (filiale de Telenet) et WoluTV. Ils se répartissent le territoire (voir **Figure 2.9**).

225 Les câblo-opérateurs sont en même temps aussi des agrégateurs, Ils ne dépendent donc guère d'autres agrégateurs pour pouvoir offrir à leurs clients une gamme de chaînes suffisamment large. Le seul agrégateur indépendant qui opère sur le marché est BeTV (voir paragraphe 230).

5.2.1.2 Taille du marché et parts de marché

226 Le marché de détail de la télévision numérique sur câble est de 450.000 utilisateurs finals. 118.000 de ces utilisateurs finals sont clients du seul prestataire de service (packager) présent sur le marché 18, BeTV

227 Sur leur propre réseau, les câblodistributeurs ont une part de marché de 100 %.

5.2.1.3 Dynamique concurrentielle sur le marché

5.2.1.3.1 Marché de détail

228 Le nombre de connexions au câble continue de croître faiblement mais le marché est saturé. La dynamique du marché est actuellement de convertir les utilisateurs finals à la technologie numérique.

229 L'association d'opérateurs Interkabel a lancé une offre de télévision Haute définition sous la marque InDi. Il est certain que les autres opérateurs de réseau câblé suivront à brève échéance.

5.2.1.3.2 Marché de gros

230 Le marché de gros est limité aux relations entre un prestataire de services (packager), BeTV, et des opérateurs de réseau câblé qui sont également ses actionnaires, à l'exception de deux opérateurs qui assurent aux utilisateurs finals la même prestation sans être actionnaires de BeTV.

231 Lors de la présentation de ses résultats 2006, le prestataire de services (packager) BeTV a signalé que la gestion des utilisateurs finals était une opération coûteuse et faisant double emploi avec celle des opérateurs de réseau câblé. On peut en déduire qu'il souhaite sortir du métier de prestataire de détail pour se concentrer sur celui d'éditeur de chaînes premium (comme il le fait pour les opérateurs Telenet et InDi) et d'opérateur de la plateforme numérique.

232 Il est donc possible que ce sous-marché de gros disparaisse à court terme.

5.2.2 Test des trois critères

5.2.2.1 Barrières à l'entrée

233 Jusqu'à la fin 2002, il existait une importante barrière réglementaire, à savoir que chaque câbloopérateur avait le monopole dans la commune où il s'était établi. Cette barrière a été supprimée quand le Ministre bruxellois de la Recherche Scientifique a autorisé les quatre câblo-opérateurs actifs à Bruxelles d'exercer leurs activités sur tout le territoire de la Région de Bruxelles-Capitale, et ce, pour une durée de neuf années. Ces autorisations reposent sur l'arrêté royal du 9 août 2002 relatif à l'exploitation d'un réseau de radiodistribution et de télédistribution dans la Région bilingue de Bruxelles-Capitale. Néanmoins, bien que cette barrière ait été levée, il n'est toujours pas possible pour un autre câblo-opérateur d'entrer sur ce marché.

234 En outre, il reste toujours les barrières structurelles même pour les quatre câblo-opérateurs admis dans la Région bilingue de Bruxelles-Capitale. Le câblo-opérateur qui voudrait desservir une nouvelle commune ou un nouveau quartier devrait dupliquer le réseau du câblo-opérateur qui y est déjà établi. Ceci requerrait des investissements considérables et irrécupérables. Il est donc peu probable que cela se produise.

235 En conséquence, l'Institut estime que le premier critère est rempli.

5.2.2.2 Aspects dynamiques

236 En dépit de l'autorisation, décrite dans le paragraphe 233, les câblo-opérateurs opèrent exclusivement dans les communes où ils étaient déjà actifs avant 2002. Il n'existe donc pas de concurrence intra-plateforme.

237 En ce qui concerne la concurrence inter-plateforme, cette évolution est difficilement prévisible. Le satellite s'adresse à un public particulier – amateurs de services télévision étrangers ou de bouquets thématiques – et est plutôt complémentaire. Le développement de la TNT, qui est gratuite, pourra mettre une pression sur les prix des câblo-opérateurs mais il n'offre pour l'instant, et seulement du côté néerlandophone, qu'un nombre limité de chaînes. La seule plate-forme concurrente qui offre un bouquet similaire est le réseau xDSL dont le seul exploitant est Belgacom. Le fait que, sur cette plate-forme, la télédistribution et l'accès à Internet sont toujours offerts conjointement peut être une barrière pour tous les téléspectateurs qui ne veulent pas s'abonner aux services Internet de Belgacom. Néanmoins, Belgacom a la capacité technique et financière, et la volonté déclarée, d'introduire un service d'IPTV partout sur le territoire belge, en concurrence avec le câble. Cette évolution vers l'ubiquité de Belgacom TV pourrait changer la donne rapidement sur le marché de gros de la diffusion.

238 L'IBPT estime donc que le deuxième critère (absence d'évolution) n'est pas rencontré.

5.2.2.3 Efficacité relative du droit de la concurrence et de la réglementation ex ante complémentaire

239 Comme il a été écrit supra, Be TV, le seul agrégateur indépendant est devenu une filiale de Voo où il est encore distributeur. Sur les autres réseaux câblés, il n'exerce qu'une activité d'éditeur de chaînes.

240 Actuellement il n'existe aucune régulation ex ante sur ce marché. Ce marché se caractérise par ailleurs par la forte imbrication du marché de contenu et du marché des services de transmission. Ces deux marchés sont inséparables: dans la pratique, les contrats conclus entre les fournisseurs de contenu et les câblo-opérateurs ne distinguent pas entre le service de mise à disposition de contenus (par l'éditeur) et le service de mise à disposition de services de transmission (par le câblo-opérateur).

Les agrégateurs de contenus sont les câblo-opérateurs eux-mêmes. Enfin et surtout, l'IBPT n'a relevé aucune réclamation ou plainte relative au marché de fourniture de services de transmission. Ceci démontre que le marché, avec le droit de la concurrence en toile de fond, suffit sans qu'une régulation ex ante spécifique ne soit nécessaire. Il convient de rappeler que le processus d'analyse de marchés introduit par la Directive 2002/21/EC est conçu pour garantir que la régulation ex ante, lorsqu'elle existe déjà, soit enlevée dès que possible, et qu'aucune nouvelle régulation ex ante ne soit imposée sur un marché si cette régulation n'est pas absolument nécessaire. L'objectif du cadre réglementaire européen est la disparition à terme de toute réglementation ex ante, pour laisser la place à l'application du droit de la concurrence pour gérer d'éventuels dysfonctionnements du marché. Dans le cas présent, aucune régulation ex ante n'existe en Belgique sur ce marché et l'IBPT n'a relevé aucun dysfonctionnement manifeste rendant absolument nécessaires l'imposition d'une régulation ex ante spécifique.

241 L'IBPT estime dès lors que la réglementation ex ante n'est pas un complément valable au droit de la concurrence et considère que le troisième critère n'est pas rencontré.

5.2.3 Conclusion

C14 Les services de gros de radiodiffusion par voie de réseau câblé forment un marché non pertinent, qui ne rencontre pas les trois critères.

6 Service de gros des services de radiodiffusion par réseau mobile

6.1 Définition du marché pertinent

6.1.1 Marché pertinents de produits de gros

242 Il n'existe actuellement pas d'offre de gros.

243 Pour avoir une idée de la puissance sur le marché, l'autofourniture doit donc être prise en compte.

6.1.1.1 Tests de substituabilité

244 Il n'existe actuellement pas de marché marchand de gros et le service en question est donc entièrement fourni à l'intérieur d'entreprises verticalement intégrées.

6.1.1.2 Test du monopoleur hypothétique

245 Les normes de transmission du service de télévision mobile ne sont pas supportées par les postes de télévision de salon contrairement aux autres services de télévision. Une demande d'accès au réseau mobile ne viserait donc pas le même public. Il s'ensuit que l'agrégateur qui veut atteindre ce public n'a pas d'autre choix que de passer par les opérateurs mobiles. Le marché de radiodiffusion par réseau mobile n'est donc pas substituable avec les marchés de radiodiffusion par une autre technologie.

6.1.1.3 Substituabilité entre produits des différents opérateurs

6.1.1.3.1 Substituabilité du point de vue de la demande

246 Sur le marché de détail, le service de télévision mobile est lié aux autres services offerts par l'opérateur de réseau mobile. Toutefois ces autres services sont suffisamment similaires pour que l'utilisateur final trouve la satisfaction de ses besoins chez chacun des opérateurs de réseau mobile. De plus, il n'existe pas de barrière à la migration en raison de la portabilité du numéro d'appel mobile. Les offres de services

de radiodiffusion des différents opérateurs de réseau mobile sont donc substituables entre elles.

247 Par contre, sur le marché de gros, un agrégateur qui veut atteindre la clientèle d'un des deux opérateurs mobiles qui offrent la télévision mobile, ne peut pas s'adresser à l'autre opérateur. Tant que l'utilisateur ne considère pas la disponibilité d'une offre de télévision mobile comme un facteur décisif dans le choix de l'opérateur mobile, l'agrégateur doit forcément s'adresser à l'opérateur chez qui ses clients potentiels sont abonnés.

6.1.1.3.2 *Substituabilité du point de vue de l'offre*

248 Un opérateur mobile ne peut fournir des services audiovisuels qu'à ses propres clients. Il n'a pas les moyens techniques pour atteindre les clients des autres opérateurs mobiles.

6.1.1.3.3 *Conclusion*

C15 Les réseaux des opérateurs mobiles qui fournissent des services audiovisuels constituent des marchés distincts.

6.1.1.4 **Conclusion**

249 Les services de gros de radiodiffusion par réseau mobile forment un marché distinct..

6.1.2 **Marchés pertinents géographiques des produits de gros**

250 Etant donné que les offres de détail sont nationales, les éventuelles offres de gros n'ont aucune raison de se différencier sur le plan géographique. Le marché de gros est donc national.

6.1.3 **Conclusion**

C16 Les services de gros de radiodiffusion par réseau mobile forment un marché national distinct baptisé 18c.

6.2 Pertinence du sous-marché

251 Avant de conclure si le sous marché en question est pertinent ou non, l'Institut a fait une analyse de ce sous-marché afin de déterminer quelles sont les barrières à l'entrée et quelle est l'évolution derrière ces barrières,

6.2.1 Principaux facteurs structurants du marché

252 La technologie utilisée actuellement le limite aux opérateurs mobiles, l'émergence de nouveaux opérateurs ne pourra se faire qu'avec de nouvelles technologies.

6.2.1.1 Principaux opérateurs du marché

253 Il existe deux opérateurs sur le marché de détail aval : Belgacom Mobile et Mobistar.

254 Il n'y a pas d'opérateurs sur le marché marchand de gros. Les services de diffusion de continu audiovisuel aux utilisateurs finals sont complètement fournis en interne.

6.2.1.2 Taille du marché et parts de marché

255 Par définition, les deux opérateurs mobiles ont une part de marché de 100 pour cent sur leur réseau. Peu de données sont disponibles sur l'évolution du nombre des clients et de l'évolution des chiffres d'affaires sur ce marché.

6.2.1.3 Dynamique concurrentielle sur le marché

6.2.1.3.1 Marché de détail

256 Après le lancement du service pour le grand public, Proximus avait permis à ses clients de regarder la télévision gratuitement jusqu'à fin décembre 2006. Après cette date, le service est devenu payant.

257 Les tarifs de base sont à peu près les mêmes : € 0,49 par session en sus du prix de la connexion au portail qui s'élève à € 0,50 par session de 60 minutes. Belgacom Mobile prévoit d'autres formules (un abonnement d'une heure et un accès illimité) que Mobistar n'offre pas.

6.2.1.3.2 *Marché de gros*

258 Le marché marchand correspondant est actuellement inexistant puisque tous les services sont fournis en interne.

6.2.1.4 *Conclusion intermédiaire*

C17 Les deux opérateurs mobiles ont une part de marché de 100 pour cent sur leur propre réseau. Comme il n'existe pas actuellement un marché marchand des services en question, tout relève de l'autofourniture.

6.2.2 **Autres facteurs impactant la concurrence sur le marché**

259 Les réseaux mobiles constituent une infrastructure difficilement duplicable. À cela, il faut ajouter le prix des licences et la disponibilité de fréquences. Le déploiement d'un réseau assez performant requiert aussi des investissements non négligeables.

6.2.2.1 *Conclusion intermédiaire*

C18 Les réseaux mobiles constituent une infrastructure qui est difficilement duplicable. Un agrégateur qui veut s'adresser aux utilisateurs finals de services de radiodiffusion mobile doit passer par un des trois opérateurs existants pour autant qu'ils aient déployé un réseau assez performant pour pouvoir supporter ce trafic supplémentaire.

6.2.3 **Analyse prospective du marché et développements technologiques**

260 La situation actuelle est probablement transitoire. La dynamique du marché est à terme l'utilisation de la technologie DVB-H (ou éventuellement une autre technologie équivalente) pour laquelle plusieurs opérateurs de la télévision par réseau fixe (RTBF, VRT, Belgacom, Telenet, Voo) ont manifesté de l'intérêt. Néanmoins aucun plan d'investissement n'a été rendu public dans ce domaine.

261 On ne peut encore déterminer si la télévision mobile sera un complément à la télévision fixe ou un concurrent.

6.2.4 Test des trois critères

6.2.4.1 Barrières à l'entrée

262 Le sous-marché de la radiodiffusion par réseau mobile présente des barrières à l'entrée – aussi bien structurelles que réglementaires – très élevées. Non seulement un nouvel entrant doit déployer un réseau mobile qui couvre le pays entier, un investissement substantiel et irrécupérable, mais il doit aussi avoir l'autorisation d'utiliser les fréquences ad hoc allouées. Une régulation d'accès, comparable à celle qui existe sur le marché 11 et 12 pour les réseaux fixes, n'existe pas pour les réseaux mobiles. La conséquence en est que seuls les trois opérateurs mobiles existants peuvent opérer sur ce marché.

263 L'IBPT estime que le premier critère est rempli.

6.2.4.2 Aspects dynamiques

264 Deux opérateurs ont déjà lancé des services sur le marché de détail aval. Cependant, ce marché est encore petit, et certaines évolutions importantes (notamment l'introduction de la DVB-H) sont susceptibles d'avoir un impact majeur sur le développement du marché.

265 Compte tenu de l'évolution prévisible du marché, l'IBPT est d'avis qu'il est prématuré de conclure que le deuxième critère (absence d'évolution) est rempli.

6.2.4.3 Efficacité relative du droit de la concurrence et de la réglementation ex ante complémentaire

266 Aux services de radiodiffusion que les deux opérateurs offrent sur le marché de détail correspondent seulement des opérations d'autofourniture sur le marché amont de radiodiffusion de contenu audiovisuel. Aucun agrégateur indépendant n'est pour l'instant actif sur ce marché. Actuellement il n'existe aucune régulation ex ante sur ce marché (qui n'existe pas par ailleurs en dehors de l'autofourniture). L'IBPT n'a relevé aucune réclamation ou plainte relative au marché de fourniture de services de transmission de contenus audiovisuels sur les réseaux mobiles. Ceci démontre que le marché, avec le droit de la concurrence en toile de fond, suffit sans qu'une régulation ex ante spécifique ne soit nécessaire. Il convient de rappeler que le processus d'analyse de marchés introduit par la Directive 2002/21/EC est conçu pour garantir que la régulation ex ante, lorsqu'elle existe déjà, soit enlevée dès que possible, et qu'aucune nouvelle régulation ex ante ne soit imposée sur un marché si cette régulation n'est pas absolument nécessaire. L'objectif du cadre réglementaire européen est la disparition à terme de toute réglementation ex ante, pour laisser la place à l'application du droit de la concurrence pour gérer d'éventuels dysfonctionnements du marché. Dans le cas présent, aucune régulation ex ante n'existe en Belgique sur ce marché et l'IBPT n'a relevé aucun dysfonctionnement manifeste rendant absolument nécessaire l'imposition d'une régulation ex ante

spécifique. Vu cette situation-là, l'Institut est d'avis que le droit de la concurrence devrait pouvoir résoudre les problèmes qui peuvent surgir sur le sous-marché en question.

267 En conséquence, l'IBPT est d'avis que le troisième critère n'est pas rempli

6.2.5 Conclusion

C19 Le marché des services de gros de radiodiffusion par voie de réseau mobile ne remplit pas tous les trois critères. L'IBPT en conclut que ce n'est pas un marché qui doit être régulé ex ante.

7 Aspects procéduraux et signatures

7.1 Procédure de consultation

7.1.1 Consultation nationale

7.1.1.1 *Les modalités et résultats de la consultation*

268 Section à compléter dans une version ultérieure du document.

7.1.2 Saisine du Conseil de la concurrence

7.1.2.1 *Modalités et résultats de la consultation du Conseil de la concurrence*

269 Section à compléter dans une version ultérieure du document.

7.1.3 La consultation européenne

7.1.3.1 *Modalités et résultats de la consultation européenne*

270 Section à compléter dans une version ultérieure du document.

7.2 Entrée en vigueur

271 Cette décision entrera en vigueur (± 30 jours après la publication).

Annexe A: Résumé des réactions à la consultation nationale

272 Section à compléter dans une version ultérieure du document.

Annexe B: Avis du Conseil de la concurrence

273 Section à compléter dans une version ultérieure du document.

Annexe C: Réaction de l'IBPT à l'avis du Conseil de la concurrence

274 Section à compléter dans une version ultérieure du document.

Annexe D: Remarques de la Commission européenne

275 Section à compléter dans une version ultérieure du document.