

**INSTITUT BELGE DES SERVICES POSTAUX
ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS**

I B P T

**DÉCISION DU CONSEIL DE L'IBPT
DU 24 SEPTEMBRE 2014
CONCERNANT LES SERVICES TELEPHONIQUES NATIONAUX ACCESSIBLES
AU PUBLIC EN POSITION DETERMINEE POUR LES UTILISATEURS
RESIDENTIELS ET NON RESIDENTIELS**

VERSION PUBLIQUE

Table des matières

LISTE DES FIGURES	6
LISTE DES TABLEAUX	9
0 SYNTHÈSE DE LA DÉCISION	10
0.1 AVERTISSEMENT	10
0.2 LES SERVICES TÉLÉPHONIQUES NATIONAUX ACCESSIBLES AU PUBLIC EN POSITION DÉTERMINÉE POUR LES UTILISATEURS RÉSIDENTIELS ET NON RÉSIDENTIELS	10
0.2.1 <i>Définition du marché pertinent</i>	10
0.2.1.1 Marché de produits pertinent	10
0.2.1.2 Marché géographique pertinent	10
0.2.2 <i>Acteurs du marché</i>	11
0.2.3 <i>Test des trois critères</i>	11
0.2.3.1 1er critère : barrières à l'entrée	11
0.2.3.2 2ème critère : évolution vers une situation de concurrence effective	11
0.2.3.3 3ème critère - efficacité exclusivement du droit de la concurrence	12
0.2.4 <i>Suppression des obligations</i>	12
1 INTRODUCTION	13
1.1 CONTEXTE ET BASE LÉGALE	14
1.1.1 <i>Cadre européen</i>	14
1.1.2 <i>Cadre belge</i>	17
1.1.3 <i>Principes du cadre réglementaire européen</i>	17
1.1.4 <i>Méthodologie relative à la définition des marchés pertinents</i>	19
1.1.4.1 Définition des marchés pertinents	20
1.1.4.1.1 Substituabilité du côté de la demande	21
1.1.4.1.2 Substituabilité du côté de l'offre	21
1.1.4.2 Définition des marchés géographiques	23
1.1.5 <i>Possibilité de régulation ex ante des marchés définis</i>	25
1.1.6 <i>Méthodologie relative à l'analyse des marchés pertinents</i>	26
1.1.6.1 Principes généraux	26
1.1.6.1.1 Position dominante simple	26
1.1.6.1.2 Position dominante conjointe	28
1.1.6.1.3 Analyse prospective	29
1.1.6.1.4 Conclusion	29
1.1.7 <i>Méthodologie relative à l'imposition des obligations appropriées</i>	29
1.1.7.1 Obligations de gros	31
1.1.7.1.1 Non-discrimination	31
1.1.7.1.2 Transparence	32
1.1.7.1.3 Séparation comptable	32
1.1.7.1.4 Accès à des ressources de réseau spécifiques et leur utilisation	32
1.1.7.1.5 Contrôle des prix et obligations relatives au système de comptabilisation des coûts	33
1.1.7.2 Obligations de détail	34
1.2 PROCÉDURES DE CONSULTATION	35
1.2.1 <i>Consultation nationale</i>	35
1.2.1.1 Base légale	35
1.2.1.2 Méthode et résultats de la consultation	35
1.2.2 <i>Consultation de l'Autorité belge de la Concurrence</i>	35
1.2.2.1 Base légale	35
1.2.2.2 Méthode et résultats de la consultation	36
1.2.3 <i>La consultation des autres régulateurs des Communautés</i>	36
1.2.3.1 Base légale	36
1.2.3.2 Méthode et résultats de la consultation	36
1.2.4 <i>La consultation européenne</i>	37
1.2.4.1 Base légale	37
1.2.4.2 Méthode et résultats de la consultation	37

2	PRESENTATION GENERALE DES MARCHES DE DETAIL DES SERVICES TELEPHONIQUES NATIONAUX EN POSITION DETERMINEE POUR UNE CLIENTELE RESIDENTIELLE ET NON RESIDENTIELLE	38
2.1	INTRODUCTION ET CHAÎNE DE VALEUR DES SERVICES TÉLÉPHONIQUES	38
2.2	MODES DE FOURNITURE.....	38
2.3	ACTEURS DU MARCHÉ.....	39
2.3.1	<i>Opérateurs fournissant des services téléphoniques par accès direct.....</i>	<i>39</i>
2.3.2	<i>Opérateurs fournissant des services téléphoniques par sélection/présélection</i>	<i>40</i>
2.3.3	<i>Opérateurs fournissant des services téléphoniques de type « unmanaged VoIP ».....</i>	<i>40</i>
2.4	COMPARAISON DES PRIX	41
2.4.1	<i>Pour la clientèle résidentielle</i>	<i>41</i>
2.4.1.1	<i>Avec redevances d'abonnement/location de la ligne</i>	<i>42</i>
2.4.1.2	<i>Sans redevances d'abonnement/location de la ligne.....</i>	<i>44</i>
2.4.2	<i>Pour les utilisateurs non résidentiels</i>	<i>46</i>
2.4.3	<i>Comparaison de prix internationale</i>	<i>48</i>
2.4.4	<i>Principales offres conjointes</i>	<i>50</i>
3	DEFINITION DU MARCHÉ.....	55
3.1	MARCHÉS DE PRODUITS PERTINENTS	55
3.1.1	<i>Introduction</i>	<i>55</i>
3.1.2	<i>Tests de substituabilité</i>	<i>55</i>
3.1.2.1	Substituabilité entre les raccordements téléphoniques en positions déterminées et les services téléphoniques publics en position déterminée	56
3.1.2.1.1	Substitution du côté de la demande	56
3.1.2.1.2	Substitution du côté de l'offre.....	58
3.1.2.1.3	Décision	59
3.1.2.2	Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle.....	59
3.1.2.2.1	Substituabilité du côté de la demande	60
3.1.2.2.2	Substituabilité du côté de l'offre.....	60
3.1.2.2.3	Décision	61
3.1.2.3	Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée par commutation de circuits et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée par commutation de paquets.....	62
3.1.2.3.1	Substituabilité du côté de la demande	63
3.1.2.3.2	Substituabilité du côté de l'offre.....	65
3.1.2.3.3	Décision	65
3.1.2.4	Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée via (pré)sélection et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée via accès direct	65
3.1.2.4.1	Substituabilité du côté de la demande	65
3.1.2.4.2	Substituabilité du côté de l'offre.....	65
3.1.2.4.3	Décision	65
3.1.2.5	Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public « fixe vers fixe » et les services téléphoniques accessibles au public « fixe vers mobile »	66
3.1.2.5.1	Substituabilité du côté de la demande	66
3.1.2.5.2	Substituabilité du côté de l'offre.....	69
3.1.2.5.3	Décision	69
3.1.2.6	Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée et les services téléphoniques accessibles au public en position non déterminée	69
3.1.2.6.1	Substituabilité du côté de la demande	69
3.1.2.6.2	Substituabilité du côté de l'offre.....	74
3.1.2.6.3	Décision	74
3.1.2.7	Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée et les services téléphoniques "peer to peer"	75
3.1.2.7.1	Substituabilité du côté de la demande	75
3.1.2.7.2	Substituabilité du côté de l'offre.....	75
3.1.2.7.3	Décision	76
3.1.3	<i>Résultats du test de substituabilité.....</i>	<i>76</i>

3.1.4	<i>La problématique des offres conjointes</i>	76
3.2	MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES PERTINENTS.....	79
3.3	DÉCISION	82
4	TEST DES TROIS CRITERES	83
4.1	INTRODUCTION	83
4.2	1ER CRITÈRE: BARRIÈRES À L'ENTRÉE	84
4.2.1	<i>Barrières législatives et réglementaires</i>	85
4.2.2	<i>Barrières structurelles</i>	85
4.2.3	<i>Conclusion 1er critère</i>	92
4.3	2ÈME CRITÈRE : ÉVOLUTION VERS UNE SITUATION DE CONCURRENCE EFFECTIVE.....	92
4.3.1	<i>Description du marché</i>	93
4.3.1.1	Taille du marché.....	93
4.3.1.1.1	Marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle	94
4.3.1.1.2	Marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle	95
4.3.1.2	Parts de marché	96
4.3.1.2.1	Parts de marché du marché résidentiel.....	97
4.3.1.2.2	Parts de marché du marché non résidentiel	98
4.3.1.3	Concentration du marché	99
4.3.1.4	Conclusions de la partie taille du marché, parts du marché et concentration.....	100
4.3.2	<i>Dynamique sur le marché</i>	100
4.3.2.1	L'importance croissante des offres conjointes.....	100
4.3.2.1.1	Offres conjointes sur le marché résidentiel	100
4.3.2.1.2	Offres conjointes sur le marché de la clientèle non résidentielle	101
4.3.2.2	Importance croissante des câblo-opérateurs.....	102
4.3.2.3	Baisse de popularité du C(P)S.....	103
4.3.2.4	Dynamique CPS vs. dynamique (un)managed voip.....	104
4.3.2.4.1	L'avenir du Voip (tant résidentiel que non résidentiel)	105
4.3.2.5	Volume en hausse des appels fixe vers mobile	106
4.3.2.6	Evolution des prix de détail.....	108
4.3.2.7	Etude comparative internationale des tarifs non résidentiels	111
4.3.2.7.1	Retail outlet.....	113
4.3.2.7.2	Local Production Company.....	115
4.3.3	<i>Dynamique sur les marchés connexes</i>	117
4.3.3.1	Évolution sur le marché de la téléphonie mobile.....	118
4.3.3.2	Évolution relative aux services téléphoniques <i>peer-to-peer</i>	122
4.3.3.2.1	Description	122
4.3.3.2.2	Évolution	123
4.3.4	<i>Conclusions 2ème critère</i>	128
4.4	3ÈME CRITÈRE - EFFICACITÉ EXCLUSIVEMENT DU DROIT DE LA CONCURRENCE	130
4.5	CONCLUSION DU TEST DES TROIS CRITÈRES.....	131
5	SUPPRESSION D'OBLIGATIONS.....	133
5.1	OBLIGATIONS ACTUELLES APPLICABLES À BELGACOM.....	133
5.2	SUPPRESSION DES OBLIGATIONS	133
5.3	PASSAGE DE LA RÉGLEMENTATION SECTORIELLE AU DROIT DE LA CONCURRENCE	134
6	ENTREE EN VIGUEUR ET VALIDITE DE LA PRESENTE DECISION, RECOURS ET SIGNATURE	135
6.1	ENTRÉE EN VIGUEUR ET DURÉE DE VALIDITÉ DE LA PRÉSENTE DÉCISION.....	135
6.1.1	<i>Entrée en vigueur</i>	135
6.1.2	<i>Durée de validité de la présente décision</i>	135
6.2	VOIES DE RECOURS	135
6.3	SIGNATURES.....	136
	ANNEXES DE L'ANALYSE DES MARCHES 3/03 ET 5/03.....	137

ANNEXE A: SYNTHÈSE DES CONTRIBUTIONS DES OPÉRATEURS DANS LE CADRE DE LA CONSULTATION PUBLIQUE.....	138
ANNEXE B: AVIS DE L'AUTORITÉ BELGE DE LA CONCURRENCE	140
ANNEXE C: AVIS DES RÉGULATEURS MÉDIAS	141
ANNEXE D: NOTIFICATION À LA COMMISSION EUROPÉENNE.....	143
ANNEXE E: OFFRES CONJOINTES	148
CONSIDÉRATIONS INTRODUCTIVES	148
INDICATEURS.....	149
<i>Économies (de gamme) propres à la clientèle</i>	<i>149</i>
<i>Économies sur les frais de transaction et les autres avantages du consommateur.....</i>	<i>150</i>
<i>Transfert de la puissance sur le marché.....</i>	<i>150</i>
<i>Frais de migration</i>	<i>152</i>
<i>Symétrie en parts de marché et pénétration des offres conjointes</i>	<i>152</i>
CONCLUSION.....	153

Liste des figures

Figure 1: chaîne de valeurs dans le secteur des services téléphoniques en position déterminée	38
Figure 2: Poids relatifs des opérateurs CPS, exprimé en nombre de clients (Source : IBPT, 31 décembre 2013).....	40
Figure 3: comparaison des prix de la téléphonie fixe (y compris la redevance d'abonnement/location de la ligne) pour la clientèle résidentielle sur la base d'un profil à faible consommation, surtout pendant les heures creuses, en euros et sur base mensuelle (source : sites Internet des opérateurs, IBPT, 2014).....	42
Figure 4: comparaison des prix de la téléphonie fixe pour la clientèle résidentielle sur la base d'un profil à consommation moyenne, surtout durant les heures creuses, en euros et sur base mensuelle (source : sites Internet des opérateurs, IBPT, 2014).	43
Figure 5: comparaison des prix de la téléphonie fixe pour la clientèle résidentielle sur la base d'un profil à consommation moyenne, surtout durant les heures pleines, en euros et sur base mensuelle (source : sites Internet des opérateurs, IBPT, 2014).	44
Figure 6: comparaison des prix de la téléphonie fixe pour la clientèle résidentielle (seulement les coûts de communication) sur la base d'un profil à faible consommation, surtout durant les heures creuses, en euros et sur base mensuelle (source : sites Internet des opérateurs, IBPT, 2014).....	45
Figure 7: comparaison des prix de la téléphonie fixe pour la clientèle résidentielle (seulement les coûts de communication) sur la base d'un profil à consommation moyenne, surtout durant les heures creuses, en euros et sur base mensuelle (source: sites Internet des opérateurs, IBPT, 2014).....	45
Figure 8: comparaison des prix de la téléphonie fixe pour la clientèle résidentielle (seulement les coûts de communication) sur la base d'un profil à consommation moyenne, surtout durant les heures pleines, en euros et sur base mensuelle (source: sites Internet des opérateurs, IBPT, 2014).....	46
Figure 9: comparaison des tarifs pour un utilisateur non résidentiel de profil 1 (hors TVA) (Source : sites Internet des opérateurs, IBPT, 2014).....	48
Figure 10: comparaison des tarifs pour un utilisateur non résidentiel de profil 2 (hors TVA) (Source : sites Internet des opérateurs, IBPT).....	48
Figure 11: Aperçu du prix minimum et maximum observé dans les cinq pays, par profil, téléphonie fixe (Source : calculs propres, données provenant des sites Internet des opérateurs entre le 6 et le 30 août 2013, prix TVA comprise, EUR PPP)	49
Figure 12: Part des abonnés résidentiels à la téléphonie fixe achetant la téléphonie fixe dans le cadre d'une offre groupée (Source: IBPT, 2014)	54
Figure 13: Évolution du nombre de raccordements CPS (source: IBPT, 2014).....	57
Figure 14: Évolution des tarifs de terminaison d'appel moyens en eurocents (Source : Situation du secteur des communications électroniques 2012).....	67
Figure 15: part de la destination des appels depuis un appareil fixe (Source: IBPT, 2012)	68
Figure 16: comparaison de l'évolution entre les prix F2M et F2F moyens (Source : IBPT, 2014).....	68
Figure 17: Évolution des prix moyens en Belgique pour les appels fixes et mobiles (en eurocents) (Source : IBPT)	70
Figure 18: proportion des ménages belges en ce qui concerne le raccordement téléphonique fixe ou mobile (Source: E-COMMUNICATIONS AND TELECOM SINGLE MARKET HOUSEHOLD SURVEY, European Commission, March 2014)	71
Figure 19: comparaison entre l'utilisation fixe et mobile (source : Ofcom).....	72
Figure 20: Abonnés mobiles actifs résidentiels – professionnels (MVNO compris).....	73
Figure 21: Évolution des abonnements fixes et mobiles dans l'UE des 27 (Source: Ecorys, Idate en ICRI).....	74

Figure 22: Évolution du nombre d'abonnements groupés au cours de la période 2009-2013 (source : IBPT, 2014).....	77
Figure 23: Pénétration large bande dans l'UE (décembre 2013) (Source: agenda numérique pour l'Europe (Commission européenne)).....	80
Figure 24: Évolution avec/ sans lignes voix pour Belgacom (Source : IBPT).....	89
Figure 25: Évolution du trafic vocal fixe 2006-2012 : résidentiel - non résidentiel (Source: IBPT, 2014).....	94
Figure 26: Marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle, en volume (Source: IBPT, 2014).....	95
Figure 27: Marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle, en valeur (Source: IBPT, 2014).....	95
Figure 28: Marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle, en volume (Source: IBPT, 2014).....	96
Figure 29: Marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle, en valeur (Source: IBPT, 2014).....	96
Figure 30: Part de marché de Belgacom sur le marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle, en volume (Source: IBPT, 2014).....	97
Figure 31: Part de marché de Belgacom sur le marché résidentiel des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle, en valeur [Source: IBPT, 2014).....	97
Figure 32: Part de marché de Belgacom sur le marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle, en volume (Source: IBPT, 2014).....	98
Figure 33: part de marché de Belgacom sur le marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle, en valeur (Source: IBPT, 2014).....	98
Figure 34: Évolution de l'indice IHH entre 2006 et 2013 (Source: IBPT, 2014).....	99
Figure 35: popularité des offres groupées pour les utilisateurs résidentiels (Source : IBPT, 2014).....	101
Figure 36: évolution du nombre de minutes Managed VoB des opérateurs alternatifs (in milliers de minutes).....	103
Figure 37: Nombre de numéros CPS (Source: situation du secteur des communications électroniques 2013).....	104
Figure 38: Comparaison de l'évolution cps vs (un)managed voip sur le marché de détail pour les clients résidentiels, exprimée en minutes (Source : IBPT).....	105
Figure 39: Comparaison de l'évolution cps vs (un)managed voip sur le marché de détail pour les clients non résidentiels, exprimée en minutes (Source : IBPT).....	105
Figure 40: évolution du nombre d'appels de fixe à mobile (millions de minutes) (Source: IBPT, 2014).....	107
Figure 41: Évolution du prix moyen par minute d'appel fixe (eurocent/minute) (cabines téléphoniques non comprises) (Source: IBPT, 2014).....	108
Figure 42: Évolution du prix moyen par minute d'appel fixe vers fixe (F2F) et appareils mobiles (F2M) (euro /minute, cabines téléphoniques non comprises) (Source IBPT, 2014).....	109
Figure 43: ARPU téléphonie fixe pour les utilisateurs résidentiels et non résidentiels (Source: IBPT, 2014).....	110
Figure 44: nombre de portages dans le marché de la téléphonie fixe en 2012-2013 (Source: IBPT, 2014).....	110
Figure 45: comparaison internationale prix moyen des 3 principaux fournisseurs de téléphonie fixe non résidentielle de type 'local-based individual business', en euros par mois.....	112

Figure 46: comparaison internationale du prix le moins cher pour la téléphonie fixe non résidentielle de type 'local-based individual business', en euros par mois.....	113
Figure 47: comparaison internationale des 3 offres les moins chères pour la téléphonie fixe non résidentielle de type 'local-based individual business', en euros par mois	113
Figure 48: comparaison internationale prix moyen des 3 principaux fournisseurs de téléphonie fixe non résidentielle de type 'Retail outlet', en euros par mois, février-mars 2014	114
Figure 49: comparaison internationale prix moyen des offres les moins chères de téléphonie fixe non résidentielle de type 'Retail outlet', en euros par mois, février-mars 2014	115
Figure 50: comparaison internationale prix moyen des 3 fournisseurs les moins chers de téléphonie fixe non résidentielle de type 'Retail outlet', en euros par mois, février-mars 2014	115
Figure 51: comparaison internationale prix moyen des 3 principaux fournisseurs de téléphonie fixe non résidentielle de type 'Cheapest Local Production Company', en euros par mois	116
Figure 52: comparaison internationale prix moyen des fournisseurs les moins chers de téléphonie fixe non résidentielle de type 'Cheapest Local Production Company', en euros par mois	117
Figure 53: comparaison internationale prix moyen des 3 fournisseurs les moins chers de téléphonie fixe non résidentielle de type 'Cheapest Local Production Company', en euros par mois	117
Figure 54: proportion entre communications téléphoniques fixes et mobiles, en millions de minutes (Source: IBPT, 2014)	119
Figure 55: nombre de numéros portés pour la téléphonie mobile (Source: IBPT, 2014)	120
Figure 56: Volume de minutes vocales initiées sur le réseau téléphonique fixe et mobile (Source: IBPT, situation du secteur des communications électroniques	122
Figure 57: Comparaison entre la croissance (prévue) des utilisateurs de téléphonie mobile, lignes de téléphone fixes et utilisateurs VOIP OTT dans UE5, exprimée en millions d'utilisateurs (Source: Rapport 'Future electronic communications markets subject to ex-ante regulation), Ecorys, le 18 septembre 2013, 69	124
Figure 58: Utilisation moyens et services de télécommunications (Source: étude consommateurs UCL-IBPT, 2014)	125
Figure 59: Fréquence d'utilisation de la téléphonie via l'Internet pour les appels nationaux en 2014 (Source: enquête sur les consommateurs UCL-IBPT, 2014)	125
Figure 60: Evolution de la pénétration large bande mobile en Belgique, via GSM (IBPT, 2014).....	127
Figure 61: Evolution de la pénétration large bande mobile en Belgique, via PC (IBPT, 2014).....	128
Figure 62: Présentation schématique de la situation où un produit groupé (téléphonie vocale et accès large bande) appartient à deux marchés.....	153

Liste des tableaux

Table 1: Décision concernant la substitution au niveau de l'offre et de la demande	23
Table 2: Données d'appel d'un utilisateur résidentiel de profil 1	42
Table 3: Données d'appel d'un utilisateur résidentiel de profil 2	43
Table 4: Données d'appel d'un utilisateur résidentiel de profil 3	43
Table 5: répartition du nombre d'appels et de minutes vers les appareils fixes et mobiles, durant les heures pleines et creuses, sur la base du profil OCDE, pour les clients non résidentiels.....	48
Table 6: répartition du nombre d'appels et de minutes vers les appareils fixes et mobiles, durant les heures pleines et creuses, sur la base du profil OCDE, pour les clients non résidentiels.....	48
Table 7: Aperçu des principales offres groupées avec téléphonie fixe (Source: les sites Internet des opérateurs, août 2013)	52
Table 8: Résultats des tests de substituabilité.....	76
Table 9: Synthèse des indicateurs pour ou contre l'apparition d'un marché pertinent d'offres conjointes.....	78
Table 10: Comparaison de la définition géographique dans l'UE (Source : Cullen International, juillet 2014)	82
Table 11: Évolution de l'indice IHH entre 2006 et 2013 (Source: IBPT, 2014).....	99
Table 12: Évolution du nombre de numéros de présélection (source: IBPT, 2014)	104
Table 13: comparaison des minutes F2F et F2M entre 2011 et 2012 (Source: IBPT)....	109
Table 14: différence dans le nombre de portations avant et après l'introduction de la loi télécom.....	111
Table 15: profil d'appels local-based individual business.....	111
Table 16: profil d'appel retail outlet.....	114
Table 17: profil d'appel local production company.....	116
Table 18: Évolution du nombre de portages suite à la loi du 10 juillet 2012 portant des dispositions diverses en matière de communications électroniques.....	120
Table 19: tableau récapitulatif régulation marché 3 & 5 dans tous les pays de l'UE (Source: Cullen International, 30 juillet 2014).....	132
Table 20: Obligations imposées conformément à la décision du 6 novembre 2008.....	133
Table 21: obligations imposées par la décision du 11 août 2006 et supprimées par la présente décision.....	134

0 Synthèse de la décision

0.1 Avertissement

1. La présente synthèse a uniquement pour objectif de faciliter la lecture de la présente décision par les différentes parties concernées. Elle ne remplace en aucun cas le contenu de la décision proprement dite et ne constitue en rien une interprétation de la présente décision, qui demeure le seul texte à valeur juridique.

0.2 Les services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour les utilisateurs résidentiels et non résidentiels

0.2.1 Définition du marché pertinent

0.2.1.1 Marché de produits pertinent

2. Le tableau suivant résume les tests de substitution.

Services	Subst.
Substituabilité entre les raccordements téléphoniques en positions déterminées et les services téléphoniques publics en position déterminée	<input type="checkbox"/>
Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle	<input type="checkbox"/>
Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée par commutation de circuits et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée par commutation de paquets	<input checked="" type="checkbox"/>
Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle via (pré)sélection et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle via accès direct	<input checked="" type="checkbox"/>
Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public « fixe vers fixe » et les services téléphoniques accessibles au public « fixe vers mobile »	<input checked="" type="checkbox"/>
Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée et les services téléphoniques accessibles au public en position non déterminée	<input type="checkbox"/>
Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée et les services téléphoniques « peer to peer »	<input type="checkbox"/>

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

0.2.1.2 Marché géographique pertinent

4. La portée géographique des deux marchés correspond au territoire belge.

0.2.2 Acteurs du marché

5. Le tableau ci-dessous énumère les acteurs principaux pour les marchés résidentiel et non résidentiel.

	M3 (résidentiel)	M5 (non résidentiel)
Belgacom	X	X
Telenet	X	X
Numericable	X	X
Brutélé	X	X
Tecteo/WIN	X	X
Mobistar	X	
Base Company	X	
Mobistar Entreprises		X
BT Worldwide		X
Colt Technology Services		X
Verizon Business		X

0.2.3 Test des trois critères

0.2.3.1 1er critère : barrières à l'entrée

6. Les barrières à l'entrée dépendent fortement du mode de fourniture du service téléphonique. Néanmoins, la tendance vers les offres groupées reste la plus grande barrière pour les opérateurs alternatifs. Pour entrer sur le marché en tant qu'opérateur « *multiple play* », il faut en effet posséder de moyens techniques et financiers considérables. L'IBPT en conclut qu'il existe des barrières sur les marchés des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée tant pour les utilisateurs résidentiels que non résidentiels.

0.2.3.2 2ème critère : évolution vers une situation de concurrence effective

7. On note une diminution des tarifs par minute, et ce surtout à la suite du lancement des offres forfaitaires.
8. Ces offres forfaitaires comprennent très souvent des minutes (gratuites) « *fixed-to-mobile* » (F2M) alors que dans la décision de l'IBPT du 6 novembre 2008¹ ces tarifs F2M trop élevés ont été l'une des raisons de réguler encore davantage ces marchés (vu que les coûts sous-jacents avaient alors déjà sensiblement diminué).
9. L'entrée sur le marché d'opérateurs *unmanaged voip*, avec des tarifs bien inférieurs à ceux des opérateurs utilisant le PSTN, ou du réseau *managed voip*, combinée à la pénétration de la large bande déjà élevée en Belgique, peut aussi faire augmenter le niveau de concurrence.

1 Décision de l'IBPT du 6 novembre 2008 relative à la définition des marchés, à l'analyse des conditions de concurrence, à l'identification des opérateurs puissants sur le marché et à la détermination des obligations appropriées pour les marchés 3 et 5 sélectionnés dans la recommandation de la Commission Européenne du 11 février 2003 : services téléphoniques nationaux accessibles en position déterminée pour les utilisateurs résidentiels et non résidentiels.

10. Certaines interventions de réglementation de l'IBPT sur d'autres marchés (par ex. les décisions concernant le marché des lignes louées et de la radiodiffusion) génèrent également des effets positifs.
11. Enfin, une certaine pression est également exercée sur les prix de marchés connexes (en raison de la téléphonie mobile et des services peer-to-peer).
12. Les caractéristiques du marché peuvent donc laisser supposer une évolution vers une situation de concurrence effective.

0.2.3.3 3ème critère - efficacité exclusivement du droit de la concurrence

13. Vu que le deuxième critère n'a pas été rempli, l'examen du troisième critère est superflu.

0.2.4 Suppression des obligations

14. L'IBPT estime dès lors approprié de supprimer les mesures existantes visant Belgacom, telles qu'imposées dans la décision de l'IBPT du 6 novembre 2008.

1 Introduction

1. Le 17 décembre 2007, la Commission européenne a adopté la seconde version de sa recommandation concernant les marchés de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une régulation 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 (ci-après la recommandation 2007).² Cette recommandation remplace l'ancienne recommandation du 11 février 2003.
2. La Commission ne considère plus les marchés de détail précédents 3 (services téléphoniques accessibles au public en position déterminée) et 5 (services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour les utilisateurs résidentiels et non résidentiels) comme des marchés entrant en considération pour une réglementation ex ante.
3. Dans la note explicative de la recommandation de 2007³ la Commission explique qu'il y a lieu de réexaminer les marchés sur lesquels des obligations ont été imposées : *"The underlying principle therefore is that remedies that have been imposed should stay in place until a new market analysis is due and is undertaken. [...] "NRAs should undertake a new market analysis in order to both maintain, amend or withdraw remedies imposed following an SMP finding, irrespective of whether the relevant market remains or has been removed from the Recommendation."*⁴
4. Le 6 novembre 2008, l'IBPT a adopté une décision relative à la définition des marchés, à l'analyse des conditions de concurrence, à l'identification des opérateurs puissants sur le marché et à la détermination des obligations appropriées pour les marchés 3 et 5 sélectionnés dans la Recommandation de la Commission Européenne du 11 février 2003 : services téléphoniques nationaux accessibles en position déterminée pour les utilisateurs résidentiels et non résidentiels (ci-après "décision d'analyse de marché du 6 novembre 2008").
5. Dans la décision d'analyse de marché du 6 novembre 2008, l'IBPT a conclu que Belgacom disposait d'une puissance significative sur les marchés des services

2 Recommandation 2007/879/CE de la Commission du 17 décembre 2007 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante conformément à la Directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques, *JOCE L* 344 du 28 décembre 2007, 65-69.

3 Note explicative SEC(2007) 1483/2 de la Commission à la recommandation de la Commission du 17 décembre 2007 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante conformément à la Directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques, C(2007) 5406, 49.

4 "Par conséquent, le principe sous-jacent consiste à ce que les remèdes imposés soient maintenus jusqu'à ce qu'il soit temps pour une nouvelle analyse de marché et de l'entamer. [...] "Les ARN doivent, après la constatation d'une puissance significative sur le marché, effectuer une nouvelle analyse de marché afin de conserver, modifier ou retirer les remèdes imposés, que le marché pertinent continue d'exister ou non ou soit supprimé ou non de la recommandation. " (traduction libre)

téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et non résidentielle. Avant de décider s'il y a lieu de continuer à réguler ces marchés, l'IBPT doit donc :

- 5.1 vérifier si la définition de ces marchés résultant de la décision d'analyse du marché du 6 novembre 2008 reste d'application;
 - 5.2 appliquer le test des trois critères afin de vérifier si ces marchés peuvent faire l'objet d'une régulation ex ante ;
 - 5.3 établir s'il y a des opérateurs puissants sur les marchés concernés et, le cas échéant, déterminer les obligations à leur imposer.
6. Le présent projet de décision vise à analyser si la situation sur les marchés belges de services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour les utilisateurs résidentiels et non résidentiels a entre-temps changé pour voir si la régulation de ces marchés est toujours nécessaire.

1.1 Contexte et base légale

1.1.1 Cadre européen

7. 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 :
- 7.1 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) ⁵;
 - 7.2 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) ⁶;
 - 7.3 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)⁷;
 - 7.4 Directive 2002/22/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 concernant le service universel et les droits des utilisateurs au regard des réseaux et services de communications électroniques (Directive Service universel) ⁸;
 - 7.5 Directive 2002/58/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 juillet 2002 concernant le traitement des données à caractère personnel et la

5 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 (J.O. L 108 du 24 avril 2002, 33-50).

6 Directive 2002/20/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à l'autorisation de réseaux et de services de communications électroniques (J.O.C.E. 24 avril 2002, L 108/21-32).

7 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 (24 avril 2002, L 108/7 7-20).

8 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 (JOCE 24 avril 2002, L 108/51-57).

protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques (Directive Vie privée et communications électroniques)⁹.

8. Le Parlement européen et le Conseil de l'Union européenne ont ensuite modifié en 2009 certains passages des Directives susmentionnées, notamment au moyen des deux Directives suivantes :

8.1 Directive 2009/136/CE du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 modifiant la Directive 2002/22/CE concernant le service universel et les droits des utilisateurs au regard des réseaux et services de communications électroniques, Directive 2002/58/CE concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques et le Règlement (CE) n° 2006/2004 relatif à la coopération entre les autorités nationales chargées de veiller à l'application de la législation en matière de protection des consommateurs¹⁰ ;

8.2 Directive 2009/140/CE du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 modifiant les directives 2002/21/CE relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques, 2002/19/CE relative à l'accès aux réseaux de communications électroniques et aux ressources associées, ainsi qu'à leur interconnexion et 2002/20/CE relative à l'autorisation de réseaux et de services de communications électroniques¹¹.

9. La Commission européenne a complété ce cadre réglementaire notamment par la :

9.1 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 électroniques¹² ;

9.2 Les lignes directrices 2002/C 165/03 de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du

9 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 (J.O.C.E. 31 juillet 2002, L 201/37-47)

10 Directive 2009/136/CE du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 modifiant la Directive 2002/22/CE concernant le service universel et les droits des utilisateurs au regard des réseaux et services de communications électroniques, la Directive 2002/58/CE concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques et le Règlement (CE) n° 2006/2004 relatif à la coopération entre les autorités nationales chargées de veiller à l'application de la législation en matière de protection des consommateurs, JOCE L 337 du 18 décembre 2009, 11-36.

11 Directive 2009/140/CE du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 modifiant les directives 2002/21/CE relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques, 2002/19/CE relative à l'accès aux réseaux de communications électroniques et aux ressources associées, ainsi qu'à leur interconnexion et 2002/20/CE relative à l'autorisation de réseaux et de services de communications électroniques, JOCE L 337 du 18 décembre 2009, 37-69.

12 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; JOCE. L 249 du 17 septembre 2002, n° 21-26.

cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques (les lignes directrices)¹³ ;

9.3 La recommandation de la Commission européenne du 11 février 2003¹⁴ 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 électroniques¹⁵ ;

9.4 La recommandation de la Commission européenne du 17 décembre 2007 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une régulation 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 électroniques¹⁶. Dans la nouvelle version de la recommandation, la Commission a supprimé un grand nombre de marchés par rapport à la précédente, notamment les marchés de services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour les utilisateurs résidentiels et non résidentiels ;

9.5 La recommandation de la Commission du 15 octobre 2008 concernant les notifications, délais et consultations prévus par l'article 7 de la Directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques¹⁷.

10. L'ORECE¹⁸ (ancien ERG¹⁹) et l'IRG²⁰ ont établi des lignes directrices visant à harmoniser et à mieux étayer la définition du marché, l'analyse de dominance et la détermination des obligations. Parmi les documents pertinents figurent :

13 Lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques, JOCE C 165 du 11 juillet 2002, n° 6-31.

14 Remplacée par la recommandation de la Commission du 17 décembre 2007, *infra*.

15 Recommandation 2003/311/CE 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, JOCE L 114 du 8 mai 2003, 0045-0049.

16 Recommandation 2007/879/CE de la Commission du 17 décembre 2007 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante conformément à la Directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques, JOCE L 344 du 28 décembre 2007, 65-69.

17 Recommandation de la Commission du 15 octobre 2008 concernant les notifications, délais et consultations prévus par l'article 7 de 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, C(2008) 5925.

18 The Body of European Regulators for Electronic Communications.

19 The European Regulators Group.

20 The Independent Regulators Group.

- 10.1 ERG (03) 09rev3: ERG working paper on the SMP concept for the new regulatory framework, septembre 2005;
- 10.2 ERG (06) 33 : Revised Draft ERG Common Position on the approach to Appropriate Remedies in the ECNS regulatory framework;
- 10.3 ERG (08) 20 Common Position on Geographic Aspects of Market Analysis;
- 10.4 BoR (10) 64 : BEREC report on impact of bundled offers in wholesale and retail market definitions.

1.1.2 Cadre belge

- 11. La loi belge d'application à la présente analyse de marché est la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques.²¹ À partir de maintenant, il sera fait référence à cette loi comme la 'loi télécoms'.
- 12. Les missions et compétences générales de l'IBPT sont définies dans la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et des télécommunications belges.
- 13. Lors de l'élaboration de décisions relatives aux réseaux de communications électroniques, il convient également de tenir compte de l'accord de coopération du 17 novembre 2006 entre l'État fédéral, la Communauté flamande, la Communauté française et la Communauté germanophone relatif à la consultation mutuelle lors de l'élaboration d'une législation en matière de réseaux de communications électroniques, lors de l'échange d'informations et lors de l'exercice des compétences en matière de réseaux de communications électroniques par les autorités de régulation en charge des télécommunications ou de la radiodiffusion et la télévision.

1.1.3 Principes du cadre réglementaire européen

- 14. Afin de garantir une concurrence effective sur les marchés de communications électroniques, le cadre réglementaire européen contraint les autorités réglementaires nationales à imposer des obligations aux opérateurs de communications électroniques puissants sur un marché pertinent. Le concept de « puissance » est équivalent au concept de « position dominante » en droit de la concurrence. La directive cadre a mis en place une procédure de définition du marché et une procédure d'analyse de marché inspirées du droit de la concurrence. Ces procédures sont exécutées par chaque autorité réglementaire nationale (ARN) avec l'implication de la Commission européenne, de l'ORECE et des ARN des autres Etats membres.²²
- 15. L'article 15 de la Directive Cadre stipule que : « *Après consultation publique, y compris celle des autorités réglementaires nationales et en tenant le plus grand compte de l'avis de l'ORECE, la Commission adopte, conformément à la procédure de consultation visée à l'article 22, paragraphe 2, une recommandation sur les marchés pertinents de produits et de services [...].* » La recommandation recense « les

²¹ M.B. lundi 20 juin 2005, 28070.

²² Article 15 de 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.

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 ».

16. Conformément à l'article 15, la Commission européenne a adopté la « Recommandation sur les marchés pertinents de produits et de services » en 2003.²³ Ces marchés pertinents ont été définis par la Commission européenne sur la base de l'Annexe I de la Directive Cadre, avant la modification par la Directive 2009/140/CE, qui indique les marchés pertinents devant figurer dans la première recommandation. Une deuxième recommandation a été adoptée le 17 décembre 2007²⁴.
17. L'article 16 de la Directive Cadre prescrit ce qui suit: « *Les autorités réglementaires nationales effectuent une analyse des marchés pertinents en prenant en considération les marchés recensés dans la recommandation et en tenant le plus grand compte des lignes directrices.* »
18. Dans le cadre de leur tâche de définition des marchés pertinents, les ARN doivent tenir compte des définitions de marché comprises dans la recommandation concernant les marchés pertinents et des circonstances de marché nationales.²⁵ La Commission européenne explique que la liste des marchés pertinents identifiés dans la recommandation n'est pas nécessairement exhaustive compte tenu des circonstances nationales qui varient d'un État membre à l'autre.²⁶ La Commission européenne envisage en effet la possibilité que le contexte national puisse amener les ARN à identifier des marchés pertinents additionnels ou à effectuer un découpage plus fin de certains marchés pertinents. La Commission considère également que lorsqu'une ARN identifie une situation contraire aux intérêts du consommateur, l'ARN a la possibilité de définir un nouveau marché.
19. L'ARN devra ensuite s'assurer²⁷ que ce type de marché (i) est défini sur la base des principes du droit de la concurrence comme fixés dans le cadre de la publication de la Commission concernant la définition du marché pertinent pour le droit de la concurrence communautaire, (ii) est conforme aux lignes directrices de la

23 Recommandation 2003/311/CE 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.

24 Recommandation 2007/879/CE de la Commission européenne du lundi 17 décembre 2007 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante conformément à la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques.

25 Voir article 15,3 de la Directive Cadre, op. cit.

26 Notice explicative SEC(2007) 1483/2 de la Commission européenne accompagnant la Recommandation de la Commission européenne du 17 décembre 2007 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante conformément à la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques, p. 11.

27 Note explicative SEC(2007) 1483/2 de la Commission européenne à la recommandation de la Commission du 17 décembre 2007 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante conformément à la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques. Voir aussi considérant 17 de la recommandation de 2007, p. 11.

Commission concernant les analyses de marché et (iii) répond au test des trois critères déterminé par la Commission dans le cadre de la recommandation de 2007.²⁸

20. Enfin, 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 significative sur le marché » (ci-après les « lignes directrices »), ce qu'a fait la Commission européenne en 2002²⁹. Les lignes directrices rappellent les principes méthodologiques applicables à la définition des marchés, l'analyse des marchés et la détermination des obligations. Elles stipulent également que les ARN doivent procéder à une analyse prospective et dynamique des marchés³⁰.

1.1.4 Méthodologie relative à la définition des marchés pertinents

21. Cette section présente les différentes étapes suivies par l'IBPT pour la définition des marchés de communications électroniques pertinents. Elle n'entend pas se substituer de manière générale ni aux lignes directrices de la Commission européenne, ni à la recommandation sur les marchés pertinents, ni au droit communautaire de la concurrence.
22. Il y a lieu de rappeler ce qui figure au considérant 16 de la recommandation de 2007 : « *Le recensement de marchés en vertu de la présente recommandation ne porte pas préjudice à la définition de marchés dans le cadre d'affaires spécifiques en droit de la concurrence. En outre, la portée de la réglementation ex ante n'influence pas la portée des activités qui peuvent être analysées au titre du droit de la concurrence.* » Le Conseil de la concurrence a également déclaré à ce sujet dans sa décision dans l'affaire BASE/Belgacom Mobile : « *Le Conseil souhaite souligner qu'il est préférable que l'autorité de concurrence, en l'occurrence le Conseil, et les autorités de régulation, notamment l'IBPT, adoptent des approches similaires en matière d'analyse de marché. Cependant, l'analyse par le Conseil se fait obligatoirement en fonction des faits spécifiques de chaque dossier et sa tâche est, par sa nature, différente de celle des régulateurs. L'application concrète des méthodes d'analyse de marché peut conduire à des résultats différents selon la nature du problème de concurrence en cause*³¹. » (traduction libre). Enfin, les lignes directrices de la Commission éclaircissent ce qui suit : « *Bien que les ARN et les autorités de la concurrence examinant les mêmes questions dans les mêmes circonstances et avec les mêmes objectifs devraient en principe aboutir aux mêmes conclusions, il ne peut être exclu, compte tenu des différences exposées ci-dessus et, en particulier, du champ plus large de l'évaluation des ARN, que les marchés définis*

28 Critères définis à l'article 2 de la recommandation de 2007 et expliqué plus avant au point 2.2 des motifs de la recommandation de 2007.

29 Lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques, JOCE C 165 du 11 juillet 2002.

30 Voir point 26 des lignes directrices, op. cit.

31 Décision du Conseil de la concurrence du 26 mai 2009, dans l'affaire CONC -- P/K-05/0065 : BASE/BMB,16.

aux fins du droit de la concurrence et ceux définis aux fins de la réglementation sectorielle ne soient pas toujours identiques »³².

1.1.4.1 Définition des marchés pertinents

23. 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.
24. Selon la jurisprudence de la Cour de Justice de l'Union européenne, 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 cause.³³ La Cour de Justice estime à ce propos 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.³⁴
25. 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, à court ou très court terme, leur ligne de produit ou offriraient les produits ou les services concernés sans encourir d'importants coûts supplémentaires.
26. 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.³⁵ 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 régulation en matière de prix, et représente l'unique fournisseur du service ou du groupe de services en question. Cette augmentation hypothétique des prix est communément désignée par le test d'« augmentation des prix relatifs » – ou test SSNIP (*small significant non-transitory increase in price*). Il s'agit généralement d'une augmentation de l'ordre de 5 % à 10 % pendant une période d'un an. Le test SSNIP est un fil

32 Lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques, 28.

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

34 Voir par exemple : Affaire n° C-333/94 P, Tetra Pak contre Commission, Recueil 1996, p. I-5951, point 13; affaire n° 66/86, Ahmed Saeed, Recueil 1989, p. 803, points 39-40; affaire United Brands contre Commission, Recueil 1978, p. 207, points 22 à 29 et 12.

35 Comme recommandé au point 40 des lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques.

conducteur utile à l'analyse, mais ne peut pas être utilisé comme une procédure générale de définition des marchés.

1.1.4.1.1 Substituabilité du côté de la demande

27. 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 :
 - 27.1 **Les caractéristiques techniques d'un produit ou d'un service** sont systématiquement analysées en premier car elles définissent effectivement (c'est-à-dire de manière objective) les propriétés des produits.
 - 27.2 **L'usage d'un produit ou d'un service par un utilisateur** est central parce que l'interchangeabilité des produits dépend en grande partie de leur utilisation et des attentes des utilisateurs. Ainsi, des produits ayant des caractéristiques différentes, mais correspondant à une même utilisation, peuvent être considérés comme substituables du côté de la demande. À 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.
 - 27.3 **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 côté 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.
28. Les critères mentionnés ci-dessus ne sont pas limitatifs. S'ils sont pertinents, d'autres critères pourront être utilisés, comme le contexte de réglementation, les normes utilisées, la perception de la marque d'un produit par les utilisateurs finals.
29. En dernier lieu, l'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, l'on a pu constater une migration des utilisateurs finals d'offres bas débit vers les offres haut débit. Ce type de phénomène ne traduit pas nécessairement une substituabilité du côté de la demande. Une migration technologique de ce type est unidirectionnelle et n'est pas (ou peu) motivée par des variations tarifaires de type « SSNIP » (ici, il s'agit de substituabilité asymétrique). Elle est motivée surtout par les services additionnels offerts par la nouvelle technologie (ici : vitesses supérieures).

1.1.4.1.2 Substituabilité du côté de l'offre

30. La substitution du côté de 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 communautaire³⁶ et la pratique décisionnelle de la Commission européenne³⁷ 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. Le principe suivant vaut également : « *Une substituabilité du côté de l'offre purement hypothétique ne suffit pas aux fins de la définition du marché* ». ³⁸ Les ARN doivent tenir compte des éléments suivants :

- 30.1 Les coûts globaux d'adaptation de la production au produit en question sont relativement négligeables.
 - 30.2 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.³⁹
 - 30.3 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 fixes à cause de contrats de fourniture de longue durée, etc.).
31. Pour éviter une segmentation excessive des marchés, la Commission européenne retient parfois une acception plus large de la substituabilité du côté de l'offre. Dans ces cas-là, la Commission européenne examine uniquement la capacité d'une entreprise à adapter ses capacités pour fournir un service. Si la modification de l'outil de production n'exige pas d'investissements ni de délais importants, la Commission européenne intègre dans un seul et même marché des produits A et des produits B qui ne seraient pas substituables du côté 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).⁴⁰ 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

36 Dans l'affaire n° IV/M126 - 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. L'autogestion d'une cantine par une entreprise ou une administration n'est pas un service offert sur le marché de la prestation de services en matière de restauration. Elle ne représente pas une alternative pour les clients recherchant une restauration collective fournie par un tiers.* »

37 Voir point 98 de la Publication COM 2000/C 291/01 de la Commission du 13 octobre 2000 - Lignes directrices sur les restrictions verticales JOCE C 291, 13 octobre 2000, 1-44: « *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.* »

38 Lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques, 6.

39 Voir également l'arrêt prononcé dans l'affaire n°C-333/94, Tetra Pak contre la CE, Recueil 1996, I-5951, point 19. Comme indiqué plus haut, les investissements nécessaires doivent aussi être réalisés dans un délai raisonnable.

40 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.

marchés. Le régulateur doit donc s'interroger sur l'utilité finale d'une segmentation fine du marché.⁴¹

32. Dans la segmentation des marchés de produits, la Cour de Justice 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 au niveau de la demande est établie, il n'est alors pas indispensable dans la pratique de procéder à la substituabilité au niveau de l'offre, les deux fournisseurs étant déjà sur le même marché de produits. Dans la 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.
33. Ce raisonnement est élaboré dans le tableau de décision suivant.

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

Table 1: Décision concernant la substitution au niveau de l'offre et de la demande

1.1.4.2 Définition des marchés géographiques

34. Comme précisé par la Commission européenne dans la Communication sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence⁴² et dans les Lignes directrices de la Commission européenne sur l'analyse du marché⁴³, un marché géographique pertinent est « *le territoire sur lequel les entreprises concernées sont engagées dans la fourniture ou la demande des produits ou services en cause, où elles sont exposées à des conditions de concurrence similaires ou suffisamment homogènes et qui se distingue des territoires voisins sur lesquels les conditions de concurrence sont sensiblement différentes* ».
35. La Commission européenne ajoute : « *La définition du marché géographique n'implique pas que les conditions de concurrence entre négociants ou prestataires de services soient parfaitement homogènes. Il suffit qu'elles soient similaires ou suffisamment homogènes et, par voie de conséquence, seuls les territoires sur*

41 Voir aussi § 116-124 de la décision du Conseil de la concurrence dans l'affaire CONC -- P/K-05/0065 : BASE/BMB du 26 mai 2009, p. 20-21: « *Contrairement à l'avis de l'auditeur, le Conseil estime qu'il n'est pas nécessaire de retenir un marché plus restreint. Rien n'empêche d'examiner le comportement d'une entreprise sur un seul segment du marché pertinent (la téléphonie mobile), pour autant que la position dominante soit établie sur ce marché pertinent selon les critères juridiques appropriés* ». (traduction libre)

42 § 8 de la Communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence, JO C 372 du 9 décembre 1997, 5-13.

43 Lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques, § 56.

lesquels les conditions de concurrence sont « hétérogènes » ne peuvent être considérés comme constituant un marché uniforme".⁴⁴

36. Ensuite, elle précise ce qui suit concernant la méthode de délimitation géographique du marché pertinent :

« La délimitation du marché géographique s'effectue suivant les mêmes principes que ceux indiqués ci-dessus pour l'appréciation des possibilités de substitution du côté de l'offre et de la demande en cas d'augmentation des prix relatifs. »⁴⁵

et ensuite:

« En conséquence, en ce qui concerne la substitution du côté de la demande, les ARN doivent apprécier principalement les préférences des consommateurs, ainsi que leurs habitudes d'achat sur le plan géographique. Ainsi, des raisons linguistiques peuvent expliquer pourquoi certains services ne sont pas disponibles ou commercialisés dans des régions de langues différentes. En ce qui concerne la substitution du côté de l'offre, lorsqu'il peut être établi que des opérateurs qui ne sont pas encore actifs ou présents sur le marché en cause décideront d'y entrer à court terme en cas d'augmentation des prix relatifs, il convient d'étendre la définition du marché de manière à y inclure ces opérateurs 'extérieurs'. »⁴⁶

37. Ensuite, il convient encore de souligner que la Commission européenne a également précisé ce qui suit concernant les critères dont il faut tenir compte pour la délimitation géographique des marchés :

« First, the Common Position should further underline the necessity to analyse the actual conditions of competition in order to arrive at the definition of geographic markets. We acknowledge that market analysis for the purpose of ex-ante regulation is carried out on a forward-looking basis. In that regard, potential competition and evidence on structural factors, such as barriers to entry or the number of operators, can inform regulators on the areas where to focus their analysis, but market definition cannot be based primarily on such type of evidence. For the purpose of market definition, constraints by actual competitors are the most relevant elements to be assessed⁴⁷. Accordingly, market delineation should be based on the actual conditions of competition, reflected by the behavior of the market players and the effect of their behavior on market structure. (...) we consider that more emphasis should be given to the criteria

44 En particulier Deutsche Bahn contre la Commission, § 92. Affaire T-229/94.

45 Lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques, §57.

46 Lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques, §58.

47 Comme stipulé par la communication de la Commission sur la définition du marché pertinent : « La définition d'un marché, au niveau tant des produits que de sa dimension géographique, doit permettre de déterminer s'il existe des concurrents réels, capables de restreindre le comportement des entreprises en cause ou de les empêcher d'agir indépendamment des pressions qu'exerce une concurrence effective. »

which reflect the actual conditions of competition in the market as compared to the criteria which reflect potential competition. ».⁴⁸

38. 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.⁴⁹ L'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.
39. La note explicative de la recommandation de 2007⁵⁰ stipule en outre :

*« However, investment in alternative infrastructure is often uneven across the territory of a Member State, and in many countries there are now competing infrastructures in parts of the country, typically in urban areas. Where this is the case, an NRA could in principle find sub-national geographic markets ».*⁵¹

1.1.5 Possibilité de régulation ex ante des marchés définis

40. Comme indiqué par la Commission européenne dans la recommandation de 2007, trois critères sont utilisés pour déterminer les marchés pouvant être soumis à une réglementation ex ante⁵². Ces critères sont cumulatifs : il suffit que l'un d'eux ne soit pas rempli pour que le test soit négatif et que le marché ne puisse pas être régulé ex ante. Ces critères sont les suivants :

- 40.1 Le premier critère consiste à déterminer si un marché présente des barrières à l'entrée élevées qui ne sont pas provisoires. Deux types de barrières peuvent être distingués : les barrières structurelles et les barrières légales ou réglementaires.

48 Opinion de la Commission européenne sur La " ERG draft Common Position on geographic aspects of market analysis", 20 juin 2008: *Premièrement, le point de vue commun doit continuer à souligner la nécessité d'analyser les conditions de concurrence actuelles pour en arriver à définir les marchés géographiques. Nous reconnaissons qu'une analyse de marché visant une régulation ex-ante est effectuée de manière prospective. Dans cette optique, la concurrence potentielle et la preuve en matière de facteurs structurels, comme les barrières à l'entrée ou le nombre d'opérateurs, peuvent clairement indiquer à quel niveau ils doivent axer leur analyse, mais une définition de marché ne peut pas être essentiellement basée sur une telle preuve. Concernant la définition du marché, la pression exercée par les concurrents actuels est l'élément le plus pertinent à examiner. Par conséquent, la délimitation du marché devrait être basée sur les conditions de concurrence actuelles, qui sont reflétées par le comportement des acteurs du marché et l'effet de leur comportement sur la structure du marché. (...) nous estimons que l'accent devrait être davantage mis sur les critères reflétés par les conditions de concurrence actuelles sur le marché par rapport aux critères reflétant cette concurrence potentielle*" (traduction libre).

49 Lignes directrices, point 59. 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 août 1999, p. 0014-0023.

50 Note explicative SEC(2007) 1483 de la Commission accompagnant la Recommandation de la Commission du 17 décembre 2007 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante conformément à la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques.

51 *« Les investissements dans les infrastructures alternatives sont cependant souvent répartis de manière inégale sur le territoire d'un Etat Membre, et dans beaucoup de pays, il existe actuellement des infrastructures qui se font concurrence l'une l'autre dans certaines parties du pays, généralement en zone urbaine. Là où c'est le cas, une ARN devrait en principe pouvoir déterminer des marchés géographiques sous-nationaux »* (traduction libre)

52 Considérants 5 à 14 de la recommandation de 2007. Voir aussi partie 2.2 de la Note explicative de la recommandation de 2007.

- 40.2 Le deuxième critère consiste à déterminer si les caractéristiques d'un marché présagent une évolution vers une situation de concurrence effective ; ce critère est dynamique et prend en compte un certain nombre d'aspects structurels et comportementaux, qui permettent de savoir si, sur la période considérée, le marché va devenir plus concurrentiel. 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.
- 40.3 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.
41. La Commission recommande expressément que les ARN veillent à remplir cumulativement les critères susmentionnés⁵³ lors de la désignation des autres marchés que ceux repris dans la recommandation. La Commission précise en outre que pour les marchés énumérés dans la recommandation l'ARN peut choisir de ne pas mener de procédure d'analyse de marché « *si elle montre que le marché en question ne satisfait à aucun des trois critères* ». ⁵⁴ Enfin, il est rappelé que la Cour d'appel de Bruxelles a estimé que l'IBPT n'était pas obligé d'effectuer le test des trois critères pour un marché cité par la Commission européenne dans sa recommandation.⁵⁵

1.1.6 Méthodologie relative à l'analyse des marchés pertinents

42. Cette section présente les différentes étapes suivies par l'IBPT pour l'analyse des marchés de communications électroniques pertinents. Elle n'entend pas se substituer de manière générale ni aux lignes directrices de la Commission européenne, ni à la recommandation sur les marchés pertinents, ni au droit communautaire de la concurrence.

1.1.6.1 Principes généraux

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

1.1.6.1.1 Position dominante simple

44. L'article 14.2, § 1er, de la Directive Cadre stipule : « *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*

53 Article 2 de la recommandation de 2007.

54 Considérant 17 de la Recommandation de 2007.

55 En l'espèce le marché 12 de la Recommandation de 2003, vu que la Commission avait estimé que ce marché entrait en considération pour la régulation. (Bruxelles, 7 mai 2009, point 166-167)

mesure appréciable, de manière indépendante de ses concurrents, de ses clients et, en fin de compte, des consommateurs. »

45. L'article 14.3 de la Directive Cadre stipule que : « *Lorsqu'une entreprise est puissante sur un marché particulier (le premier marché), elle peut également être désignée comme puissante sur un marché étroitement lié (le second marché), 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. Par conséquent, des mesures visant à prévenir cet effet de levier peuvent être appliquées sur le second marché conformément aux articles 9, 10, 11 et 13 de la directive 2002/19/CE (Directive « accès »), et lorsque ces mesures se révèlent insuffisantes, des mesures conformes aux dispositions de l'article 17 de la directive 2002/22/CE (Directive « service universel ») peuvent être imposées. »*
46. Dans une analyse ex ante, la puissance sur le marché se mesure essentiellement à la possibilité que l'entreprise concernée a « *d'augmenter ses prix en restreignant sa production sans enregistrer une baisse significative de ses ventes ou de ses recettes* ». ⁵⁶
47. Une position dominante sera déterminée à l'aide d'un certain nombre de critères. Parmi ces critères, les parts de marché sont souvent utilisées comme indicateur de puissance sur le marché⁵⁷. Les lignes directrices de la Commission européenne rappellent plusieurs principes à ce sujet ⁵⁸:
 - 47.1 Bien qu'en soi, une part de marché importante ne suffise pas pour pouvoir parler d'une puissance significative sur le marché⁵⁹, il est invraisemblable que des entreprises détenant une part de marché inférieure à 25% occupent une position dominante individuelle sur le marché en question ; ("une position dominante individuelle n'est généralement à craindre que pour des entreprises dont la part de marché dépasse 40 %") ;
 - 47.2 La présence de parts de marché très élevées (à savoir plus de 50%) - suffit, sauf circonstances exceptionnelles, à établir l'existence d'une position dominante ;
 - 47.3 Une entreprise « ayant une part de marché élevée peut être présumée constituer une entreprise puissante, c'est-à-dire bénéficier d'une position dominante, si cette part est restée stable dans le temps » : l'érosion progressive de la part de marché peut indiquer que le marché devient plus concurrentiel, mais n'empêche pas de conclure que l'entreprise qui occupe cette position est une entreprise puissante.

56 Voir point 73 des Lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques.

57 Voir point 75 des lignes directrices, op. cit.

58 Ibidem.

59 Voir point 78 des lignes directrices, op. cit.

48. En complément du calcul de la part de marché, les lignes directrices citent également les différents critères⁶⁰ permettant d'évaluer en détail le marché pertinent pour ensuite pouvoir conclure à l'existence ou non d'une position dominante sur ce marché:
- 48.1 la taille globale de l'entreprise ;
 - 48.2 le contrôle d'une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer ;
 - 48.3 les avancées ou la supériorité technologiques ;
 - 48.4 l'absence ou la faible présence de contre-pouvoir des acheteurs ;
 - 48.5 l'accès facile ou privilégié aux marchés des capitaux et aux ressources financières;
 - 48.6 la diversification des produits et/ou des services (par exemple, offre groupée de produits ou services) ;
 - 48.7 les économies d'échelle ;
 - 48.8 les économies de gamme ;
 - 48.9 l'intégration verticale ;
 - 48.10 l'existence d'un réseau de distribution et de vente très développé ;
 - 48.11 l'absence de concurrence potentielle ;
 - 48.12 des entraves à l'expansion.
49. Cette liste n'est ni exhaustive, ni cumulative. Autrement dit, la position dominante pourra « être le résultat d'une combinaison des critères susmentionnés, qui, pris séparément, ne sont pas nécessairement déterminants ». ⁶¹
50. La dominance peut être limitée par l'existence :
- 50.1 de faibles barrières à l'entrée sur le marché ;
 - 50.2 de concurrents potentiels.
51. 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 accéder 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.

1.1.6.1.2 Position dominante conjointe

52. L'article 14.2, alinéa deux, de 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.

60 Ibidem.

61 Voir point 79 des lignes directrices, op. cit.

53. L'annexe II de la Directive Cadre stipule que deux entreprises, ou plus, peuvent occuper conjointement une position dominante dès lors que, même s'il n'existe entre elles aucun lien structurel ou autre, elles opèrent dans un marché qui est caractérisé par une absence de concurrence effective et au sein duquel aucune entreprise prise isolément ne dispose d'une puissance significative.
54. L'annexe II de la Directive Cadre dresse de surcroît une liste indicative et non limitative de critères non cumulatifs pour apprécier la position dominante conjointe : faible élasticité de la demande, parts de marché similaires, importantes barrières juridiques ou économiques à l'entrée, intégration verticale avec refus collectif d'approvisionnement, absence de contre-pouvoir des acheteurs, absence de concurrence potentielle.

1.1.6.1.3 Analyse prospective

55. 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»⁶². Lorsque la Commission européenne a recensé les 18 marchés de la Recommandation de 2003, elle a également utilisé une analyse prospective. En effet, les trois critères utilisés par la Commission européenne (présence de barrières élevées et non provisoires à l'entrée, caractère dynamique du marché, capacité du droit de la concurrence à instaurer à lui seul une concurrence effective sur le marché) nécessitent une analyse prospective.
56. En outre, les lignes directrices de la Commission précisent qu'aux fins de l'analyse de marché en vertu de l'article 16 de la Directive Cadre, les autorités réglementaires nationales «*[doivent] procéder à une évaluation structurelle prospective du marché pertinent, en se fondant sur les conditions du marché existantes*». Les ARN devront donc chercher à savoir si un marché sera potentiellement concurrentiel dans le futur et si une éventuelle absence de concurrence effective est susceptible de perdurer, «*en tenant compte de l'évolution escomptée ou prévisible du marché pendant une période d'une durée raisonnable*».⁶³

1.1.6.1.4 Conclusion

57. Sur la base de l'ensemble des analyses, l'IBPT conclura si 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.

1.1.7 Méthodologie relative à l'imposition des obligations appropriées

58. L'objectif de cette section est de présenter les différentes étapes de la démarche que peut suivre l'IBPT pour l'imposition des obligations appropriées dans le cadre de l'analyse des marchés de communications électroniques pertinents. Elle

62 Voir Considérant 27 de 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.

63 Lignes directrices, op. cit. point 20.

n'entend pas se substituer de manière générale ni aux lignes directrices de la Commission européenne, ni à la recommandation sur les marchés pertinents, ni au droit communautaire de la concurrence.

59. 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 obligations prévues dans la Directive Accès. Sur les marchés de détail, les ARN doivent privilégier les obligations de la Directive Accès⁶⁴. Si l'ARN présume que celles-ci ne seraient pas suffisantes pour réaliser les objectifs du nouveau cadre réglementaire, elle peut alors imposer des obligations prévues par l'article 17 de la Directive Service universel.
60. En revanche, lorsqu'il ressort de l'analyse que le marché est effectivement concurrentiel, les obligations visées aux articles 58 - 65/2 de la loi du 13 juin 2005 doivent être supprimées.
61. Lors de la sélection des mesures imposées aux opérateurs puissants, l'IBPT, s'efforce, conformément à la législation nationale et communautaire, notamment l'article 5 de la loi télécoms, l'article 8 de la directive Cadre et l'article 8(4) de la directive Accès, d'identifier les obligations au regard des objectifs du nouveau cadre réglementaire. L'IBPT veille en particulier à ce que les obligations proposées soient justifiées et proportionnées aux objectifs et aux problèmes de marché identifiés. A cet effet, l'IBPT choisira les obligations qu'il estime nécessaires et suffisantes pour atteindre le ou les objectifs visés, sans aller plus loin que ce qui n'est strictement nécessaire pour traiter le problème.
62. Les objectifs énoncés à l'article 8 de la Directive Cadre et repris aux articles 6 à 8 de la loi sur les télécommunications sont :
 - 62.1 la promotion de la concurrence dans la fourniture des réseaux de communications électroniques, des services de communications électroniques et des ressources et services associés⁶⁵
 - 62.2 le développement du marché intérieur⁶⁶

64 Ce point de vue a été confirmé dans un arrêt de la Cour d'appel de Bruxelles du 1er juin 2007, R.G. 2006/AR/2154, (plus précisément les points 24 et 25 de cet arrêt).

65 Voir article 8.2 de 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. Selon la Directive Cadre, les ARN doivent réaliser cet objectif de la manière suivante:

- a) en veillant à ce que les utilisateurs, y compris les personnes handicapées, les personnes âgées et les personnes ayant des besoins sociaux spécifiques, retirent un bénéfice maximal en termes de choix, de prix et de qualité;
- b) en veillant à ce que la concurrence ne soit ni faussée, ni entravée dans le secteur des communications électroniques, y compris pour la transmission de contenu;
- c) en encourageant des investissements efficaces en matière d'infrastructure, et en soutenant l'innovation; et
- d) en encourageant l'utilisation et la gestion efficaces des radiofréquences et des ressources de numérotation.

66 Selon l'article 8.3 de la Directive Cadre, les ARN doivent réaliser cet objectif :

- 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 ;

62.3 le soutien des intérêts des citoyens de l'Union européenne⁶⁷.

63. Il convient encore de signaler que la Directive détermine aussi expressément qu'il incombe aux autorités réglementaires nationales d'appliquer un certain nombre de principes de régulation, à savoir l'amélioration d'une concurrence basée sur l'infrastructure⁶⁸, ainsi que l'amélioration de l'efficacité des investissements⁶⁹.
64. Pour réaliser ces objectifs, les ARN peuvent imposer des obligations plus ou moins contraignantes. 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 universel⁷⁰. 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 possibilité d'imposer des obligations supplémentaires, en plus des obligations prévues dans la Directive Accès, peut se voir imposer un veto par la Commission européenne.

1.1.7.1 Obligations de gros

65. Les articles 9 à 13 de la Directive Accès, transposés dans les articles 58 à 62 de la loi télécoms, énumèrent les obligations normales que l'IBPT peut appliquer sur un marché de gros ou de détail. Ces obligations portent sur :

1.1.7.1.1 Non-discrimination

66. En vertu de l'article 58 de la loi télécoms, des obligations de non-discrimination peuvent être imposées aux opérateurs désignés comme opérateur puissant.

« Art. 58. En ce qui concerne l'accès, l'Institut peut, conformément à l'article 55, §§ 3 et 4/1, imposer des obligations de non-discrimination.

Les obligations de non-discrimination font notamment en sorte que les opérateurs appliquent des conditions équivalentes dans des circonstances équivalentes aux

d) en coopérant entre elles ainsi qu'avec la Commission et l'ORECE en toute transparence, afin d'assurer le développement de pratiques réglementaires cohérentes et l'application cohérente de la présente directive et des directives particulières.

67 Selon la Directive Cadre, les ARN doivent réaliser cet objectif de la manière suivante:

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 des personnes handicapées, des personnes âgées et des personnes ayant des besoins sociaux spécifiques;

f) en garantissant l'intégrité et la sécurité des réseaux de communications publics;

g) en favorisant la capacité des utilisateurs finals à accéder à l'information et à en diffuser, ainsi qu'à utiliser des applications et des services de leur choix.

68 Directive, article 8.5 c.

69 Directive Cadre, article 8.5 d.

70 Voir article 16 de 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.

autres entreprises fournissant des services équivalents, et qu'ils fournissent aux autres des services et informations dans les mêmes conditions et avec la même qualité que celles qu'ils assurent pour leurs propres services, ou pour ceux de leurs filiales ou partenaires. »

1.1.7.1.2 Transparence

67. 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 (conformément à l'article 59, §2, de la loi télécoms). En général, l'IBPT détermine les obligations de transparence concernant l'accès en vertu desquelles les opérateurs devront rendre publiques certaines informations. L'IBPT précise les informations à fournir, le niveau de détail requis et les modalités de publication⁷¹.

1.1.7.1.3 Séparation comptable

68. La séparation comptable concerne 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 à mettre en œuvre pour la séparation comptable sont définies plus avant par l'IBPT (conformément à l'article 60, §1er, alinéa deux de la loi télécoms).

1.1.7.1.4 Accès à des ressources de réseau spécifiques et leur utilisation

69. L'article 61, §1er de la loi télécoms contient une liste non-exhaustive des obligations concernant l'accès. Un opérateur puissant sur un marché de gros ou de détail peut se voir imposer :
- 69.1 d'accorder à des tiers l'accès à des éléments et/ou ressources de réseau spécifiques, y compris l'accès à des éléments de réseau qui ne sont pas actifs et/ou l'accès dégroupé à la boucle locale, notamment afin de permettre la sélection et/ou la présélection des opérateurs et/ou l'offre de revente des lignes d'abonné;
 - 69.2 de négocier de bonne foi avec les opérateurs qui demandent un accès;
 - 69.3 de ne pas retirer l'accès aux ressources lorsqu'il a déjà été accordé;
 - 69.4 d'offrir des services en gros spécifiés en vue de la revente à des tiers;
 - 69.5 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;

71 Art. 59. §1er de la loi télécoms : *“L'Institut peut, conformément à l'article 55, §§ 3 et 4/1, imposer les obligations de transparence concernant l'accès, en vertu desquelles les opérateurs doivent rendre publiques certaines informations, définies par l'Institut, telles qu'entre autres des informations comptables, des spécifications techniques, des caractéristiques de réseau, des exigences et conditions de fourniture et d'utilisation, ainsi que les tarifs.”* L'IBPT précise les informations à fournir, le niveau de détail requis et les modalités de publication.”

- 69.6 sans préjudice de l'application des articles 25 à 28 de fournir une possibilité de colocalisation ou d'autres formes de partage des ressources [fourniture de ressources associées];
 - 69.7 de fournir les services spécifiques nécessaires pour garantir aux utilisateurs l'interopérabilité des services de bout en bout, y compris les ressources destinées aux services de réseaux intelligents ou permettant l'itinérance sur les réseaux mobiles;
 - 69.8 de fournir l'accès à des systèmes d'assistance opérationnelle ou à des systèmes logiciels comparables, nécessaires en vue de garantir une concurrence équitable dans le cadre de la fourniture de services;
 - 69.9 d'interconnecter des réseaux ou des ressources de réseau.
 - 69.10 de fournir l'accès à des services associés comme les services d'information sur l'identité, la localisation et la présence de l'abonné.
70. En vertu de l'article 12§2 de la Directive Accès et de l'article 61, §2 de la loi télécoms, les ARN doivent prendre en considération les éléments suivants dans la définition des obligations concernant l'accès:
- 70.1 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/ou d'accès concerné, y compris la viabilité d'autres produits d'accès en amont, tels que l'accès aux gaines;
 - 70.2 le degré de faisabilité de la fourniture d'accès proposée, compte tenu de la capacité disponible;
 - 70.3 l'investissement initial réalisé par le propriétaire des ressources, sans négliger les risques inhérents à l'investissement;
 - 70.4 la nécessité de préserver la concurrence à long terme, en apportant une attention particulière à la concurrence économiquement efficace fondée sur les infrastructures;
 - 70.5 le cas échéant, les éventuels droits de propriété intellectuelle pertinents;
 - 70.6 la fourniture de services paneuropéens.

1.1.7.1.5 Contrôle des prix et obligations relatives au système de comptabilisation des coûts

71. Enfin, conformément à l'article 62 de la loi télécoms, des obligations en matière de contrôle des prix et de systèmes de comptabilisation des coûts peuvent être imposées aux entreprises désignées comme puissante:

“§ 1er. L'Institut peut, conformément à l'article 55, paragraphes 3 et 4/1, imposer des obligations liées à la récupération des coûts et au contrôle des prix, y compris des obligations concernant l'orientation des prix en fonction des coûts et des obligations concernant les systèmes de comptabilisation des coûts, pour la fourniture de types particuliers d'interconnexion et/ou d'accès, lorsqu'il ressort d'une analyse du marché que l'opérateur concerné peut, en l'absence de concurrence efficace,

maintenir des prix à un niveau excessivement élevé, ou comprimer les prix, au détriment des utilisateurs finals.

Lorsque l'Institut impose une de ces obligations à un opérateur, les coûts pris en compte sont les coûts liés à la fourniture d'une prestation efficace. Afin d'encourager l'opérateur à investir dans les réseaux de nouvelle génération, l'Institut tient compte des investissements qu'il a réalisés, et lui permet une rémunération raisonnable du capital adéquat engagé, compte tenu de tout risque spécifiquement lié à un nouveau projet d'investissement particulier."

72. 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.

1.1.7.2 Obligations de détail

73. L'article 17, §1er de la Directive Service universel, repris par l'article 64 de la loi télécoms⁷², permet l'imposition immédiate d'obligations sur un marché de détail lorsque :

73.1 à la suite d'une analyse du marché effectuée conformément à l'article 16 de la Directive Cadre, une ARN constate qu'un marché de détail donné, déterminé conformément à l'article 15 de la Directive Cadre, n'est pas en situation de concurrence réelle;

73.2 l'ARN conclut que les obligations imposées par les articles 9 à 13 de la Directive Accès ne permettraient pas de réaliser les objectifs fixés à l'article 8 de la Directive Cadre.

74. L'emploi du conditionnel au deuxième alinéa indique qu'il ne faut pas attendre l'échec des obligations de gros pour pouvoir imposer des obligations de détail (si celles-ci s'avèrent justifiées et appropriées aux termes de l'évaluation prospective du marché).

75. Les obligations visées par l'article 17 de la Directive Service universel et par l'article 64 de la loi télécoms portent sur les interdictions:

75.1 de demander des prix excessifs ;

75.2 d'entraver l'accès au marché ;

75.3 d'utiliser des prix d'éviction restreignant la concurrence ;

75.4 d'appliquer des préférences injustifiées pour certains utilisateurs finals ;

75.5 de grouper des services de manière injustifiée.

76. L'article 17, § 2, de la Directive Service universel, stipule ce qui suit: « *Les autorités réglementaires nationales peuvent appliquer à ces entreprises des mesures*

72 L'article 64, § 1er, de la loi télécoms stipule: "Si l'Institut constate que les obligations imposées en vertu des articles 58 à 62 ne permettraient pas de réaliser les objectifs fixés par les articles 6 à 8, il peut imposer, conformément à l'article 55, §§ 3 et 4/1, une ou plusieurs des obligations visées au deuxième alinéa aux opérateurs désignés comme des opérateurs disposant d'une puissance significative sur un marché de détail donné."

d'encadrement des tarifs de détail, des mesures visant à maîtriser certains tarifs ou des mesures visant à moduler les tarifs en fonction des coûts ou des prix sur des marchés comparables, afin de protéger les intérêts des utilisateurs ».

1.2 Procédures de consultation

1.2.1 Consultation nationale

1.2.1.1 Base légale

77. La consultation publique est basée sur :
- 77.1 l'article 6 de la Directive Cadre ;
 - 77.2 l'article 19 de la loi du 17 janvier 2003, qui stipule que : *“Le Conseil offre à toute personne directement et personnellement concernée par une décision la possibilité d'être entendue au préalable”* ;
 - 77.3 l'article 140 de la loi télécoms, qui oblige l'IBPT à tenir une consultation publique, lorsqu'un projet de décision de l'IBPT pourrait avoir des conséquences importantes pour un marché pertinent. Conformément à l'alinéa 4 de l'article 140, les modalités de la consultation et celles relatives à la publicité des résultats sont précisées dans un arrêté royal.⁷³

1.2.1.2 Méthode et résultats de la consultation

78. Du 29 janvier au 3 mars 2014 s'est tenue une consultation publique sur le projet de décision du Conseil de l'IBPT du 14 janvier 2014. Les opérateurs suivants ont envoyé une contribution: Belgacom. Les contributions reçues sont synthétisées à l'annexe A.

1.2.2 Consultation de l'Autorité belge de la Concurrence

1.2.2.1 Base légale

79. L'article 16 §1er de la Directive porte sur la collaboration avec les autorités chargées de la concurrence. Cette disposition a été transposée par l'article 55, §§4 et 4/1 de la loi télécoms.

“§4. L'Institut soumet ses décisions renvoyant à ce paragraphe à une concertation préalable avec l'Autorité belge de la concurrence. L'Autorité belge 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, l'avis de l'Autorité belge de la concurrence n'est plus requis.

§4/1. L'Institut envoie ses décisions renvoyant à ce paragraphe, au préalable à l'Autorité belge de la concurrence, qui dans les trente jours, à partir de l'envoi du projet de décision par l'Institut, émet un avis concernant la question de savoir si les décisions projetées par l'Institut sont conformes aux objectifs visés par le droit de la

73 Arrêté royal du 26 janvier 2006 relatif aux modalités des consultations publiques organisées par l'article 140 de la loi télécoms M.B. 1er mars 2006, 12342.

concurrence. Passé ce délai, l'avis de l'Autorité belge de la concurrence n'est plus requis."

1.2.2.2 Méthode et résultats de la consultation

80. Le 30 avril 2014, l'IBPT a transmis le projet de décision à l'Autorité belge de la Concurrence. Cette dernière a rendu son avis le 26 mai 2014. L'Annexe B contient une synthèse des principaux arguments de cet avis.

1.2.3 La consultation des autres régulateurs des Communautés

1.2.3.1 Base légale

81. L'accord de coopération a été approuvé par tous les gouvernements concernés le 17 novembre 2006 et entériné par le pouvoir législatif de l'État fédéral (le 28 décembre 2008), de la Communauté flamande (le 4 mai 2007), de la Communauté germanophone (le 25 juin 2007) et de la Communauté française (le 4 septembre 2007). Il est entré en vigueur le 29 septembre 2007.⁷⁴
82. L'article 3 de l'accord de coopération du 17 novembre 2006 mentionne les projets de décision qui doivent être remis aux autres régulateurs :

« Art. 3. Chaque projet de décision d'une autorité de régulation relatif aux réseaux de communications électroniques est transmis par cette autorité aux autres autorités de régulation énumérées à l'article 2, 2°, du présent accord de coopération.

Les autorités de régulation consultées font part de leurs remarques à l'autorité de régulation qui a transmis le projet de décision dans les quatorze jours civils. Dans ce délai, chacune des autorités de régulation consultées peut demander que la Conférence des Régulateurs du secteur des Communications électroniques (ci-après dénommée la CRC) soit saisie du projet de décision. Cette demande d'envoi immédiat à la CRC est motivée.

L'autorité de régulation concernée prend en considération les remarques qui lui sont fournies par les autres autorités de régulation et leur envoie le projet de décision modifié. Ces dernières disposent, après réception du projet de décision modifié, d'un délai de 7 jours civils pour demander que la CRC soit saisie du projet de décision modifié. »

1.2.3.2 Méthode et résultats de la consultation

83. Le projet de décision a été envoyé par porteur ou par recommandée au CSA, au Medienrat et au VRM le jeudi 3 juillet 2014. Aucun régulateur communautaire

⁷⁴ Accord de coopération du 17 novembre 2006 entre l'Etat fédéral, la Communauté flamande, la Communauté française et la Communauté germanophone relatif à la consultation mutuelle lors de l'élaboration d'une législation en matière de réseaux de communications électroniques, lors de l'échange d'informations et lors de l'exercice des compétences en matière de réseaux de communications électroniques par les autorités de régulation en charge des télécommunications ou de la radiodiffusion et la télévision; source: Moniteur belge, 18 décembre 2006, 75371-75375.

n'avait d'observations sur le present projet de décision, ce qui a été communiqué à l'IBPT par lettre le 8 juillet par le VRM et le 15 juillet par le CSA. L'IBPT n'a pas reçu de réponse de la part du Medienrat. Ces lettres sont insérées à l'annexe C.

1.2.4 La consultation européenne

1.2.4.1 Base légale

84. L'article 7, § 3, de la Directive Cadre (transposé par l'article 141 de la loi télécoms) prévoit la consultation de la Commission européenne, de l'ORECE et des autorités réglementaires nationales dans les termes suivants:

« 3. Sauf disposition contraire dans les recommandations ou les lignes directrices arrêtées conformément à l'article 7 ter au terme de la consultation visée à l'article 6, dans les cas où une autorité réglementaire nationale a l'intention de prendre une mesure qui :

a) relève de l'article 15 ou 16 de la présente directive, ou de l'article 5 ou 8 de la directive 2002/19/CE (Directive Accès); et

b) qui aurait des incidences sur les échanges entre les États membres,

elle met à disposition de la Commission, de l'ORECE et des autorités réglementaires nationales des autres États membres, simultanément, le projet de mesure ainsi que les motifs sur lesquels la mesure est fondée, conformément à l'article 5, paragraphe 3, et en informe la Commission, l'ORECE et les autres autorités réglementaires nationales. Les autorités réglementaires nationales, l'ORECE et la Commission ne peuvent adresser des observations à l'autorité réglementaire nationale concernée que dans un délai d'un mois. Le délai d'un mois ne peut pas être prolongé. »

1.2.4.2 Méthode et résultats de la consultation

85. Le projet de décision a été soumis à la Commission européenne le 11 août 2014.
86. Le 11 septembre 2014, la Commission a informé par lettre l'IBPT qu'elle n'avait pas d'observations. Cette lettre est insérée à l'annexe D. Suite à une lettre de l'IBPT avec quelques remarques mineures, la Commission a envoyé un corrigendum le 22 septembre. Celui-ci est également inséré à l'annexe D.

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

2.1 Introduction et chaîne de valeur des services téléphoniques

87. Les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée comprennent notamment les services de communication vocale à destination d'une ou plusieurs personnes et les services de communications vers un fournisseur de services, à destination d'une ou plusieurs personnes.
88. Sur les marchés de détail des services téléphoniques pour les utilisateurs résidentiels et non résidentiels⁷⁵ la réglementation exerce une influence sur les marchés situés en aval. C'est selon l'approche "*modified greenfield*"⁷⁶ que sont analysés les marchés. Les relations sont représentées dans le schéma ci-dessous:

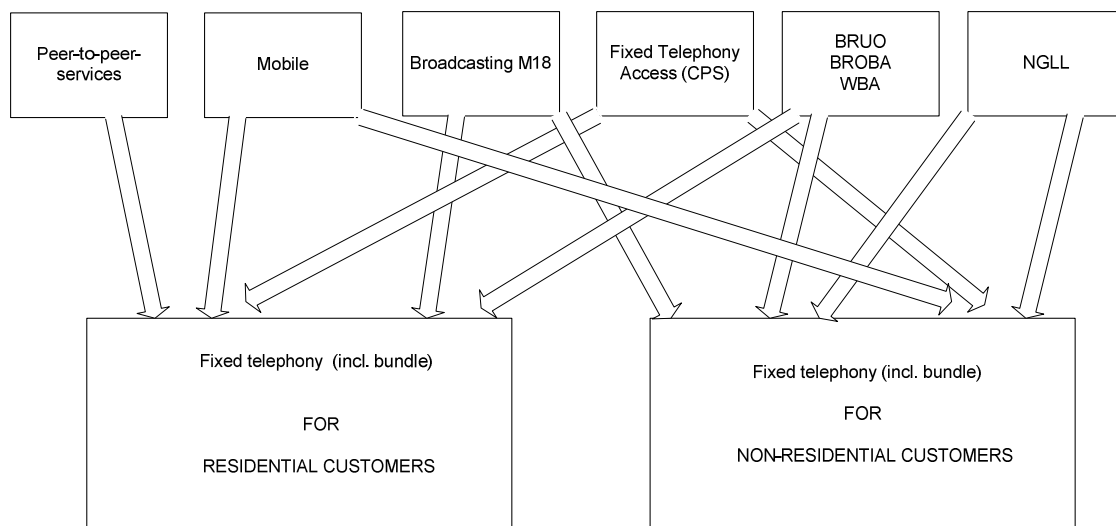


Figure 1: chaîne de valeurs dans le secteur des services téléphoniques en position déterminée

89. Sur la figure 1, nous remarquons que de très nombreux marchés et décisions ont une influence sur les marchés de détail de la téléphonie fixe. Tous ces facteurs sont abordés en détail plus loin dans le texte.
90. Dans cette partie, l'IBPT décrit d'abord les modes de fourniture du service téléphonique et esquisse ensuite les principales offres et opérateurs présents sur le marché.

2.2 Modes de fourniture

91. Il existe deux technologies permettant de fournir les services téléphoniques fixes: la téléphonie par commutation de circuits et la téléphonie par commutation de

⁷⁵ Y compris les services téléphoniques qui sont vendus dans une offre groupée.

⁷⁶ Dans l'approche "*modified greenfield*", il n'est pas tenu compte de la réglementation existante sur le marché analysé mais bien de la réglementation sur d'autres marchés, dans la mesure où cette réglementation ne dépend pas du résultat de l'analyse du marché qui est revu.

paquets (principalement via *Voice over IP*). D'autre part, il existe différentes manières de fournir des services téléphoniques fixes:

- 91.1 offrir des services téléphoniques avec l'accès au réseau téléphonique public, que celui-ci soit en bande étroite ou sur large bande (accès direct) ; ce type d'offre peut reposer soit sur un réseau propre, soit sur des offres de gros ;
- 91.2 offrir des services téléphoniques via un code de (pré)sélection permettant au titulaire d'un accès au réseau téléphonique de choisir le réseau téléphonique public par lequel il établit ses appels téléphoniques ; cette option de (pré)sélection n'est disponible que pour les clients avec accès téléphonique via Belgacom ;
- 91.3 offrir les services téléphoniques sur la base de la technologie VoIP via une connexion Internet pour les appels sortants (« *unmanaged VoIP* », avec ou sans attribution d'un numéro d'appel à l'utilisateur).

2.3 Acteurs du marché

2.3.1 Opérateurs fournissant des services téléphoniques par accès direct

92. Sur le marché résidentiel, parmi les opérateurs fournissant des services téléphoniques par accès direct sur base de leur propre réseau, on peut principalement citer l'opérateur historique Belgacom et les câblo-opérateurs Telenet en Flandre et sur une petite partie de Bruxelles, Tecteo sur une partie de la Wallonie, Brutélé sur une partie de la Wallonie et sur une partie de Bruxelles et Numericable sur une partie de Bruxelles et certaines communes de sa périphérie.
93. Jusqu'il y a peu, Mobistar s'adressait entre autres au marché résidentiel. Ces offres reposaient sur des produits de gros de Belgacom (dégrouper de la boucle locale et accès à un débit binaire). Depuis le 22 mai 2013, Mobistar a cessé de vendre les produits de ligne fixe (pour le marché résidentiel).
94. Alpha Networks (sous le nom de Billi) propose des offres *dual play* et *triple play* basées sur le dégroupage. Ses services ne sont disponibles que dans quelques communes.
95. Base Company⁷⁷ propose via SNOW une offre *triple play* sans faire usage des produits de gros réglementés. Cette offre est basée sur une offre de gros commerciale de Belgacom.
96. Sur le marché non résidentiel, outre Belgacom, des opérateurs comme Mobistar Entreprise Services SA⁷⁸, Telenet SA, Numericable, Tecteo (Voo) et des opérateurs internationaux comme BT Worldwide Ltd, COLT Technology Services SA ou Verizon Business SA proposent des services téléphoniques à une clientèle essentiellement composée de moyennes et grandes entreprises, souvent filiales de groupes internationaux.

77 Le 17 avril 2013, KPN Group Belgium a changé de nom pour s'appeler 'Base Company'.

78 En 2010, Base Company a vendu sa division business à Mobistar

2.3.2 Opérateurs fournissant des services téléphoniques par sélection/présélection

97. Un certain nombre d'acteurs proposent des services téléphoniques sans détenir d'infrastructures d'accès au client final ou sans infrastructures d'accès très étendues: Digiweb Telecom, Orange Business Belgium, Scarlet (filiale de Belgacom), IP Nexia⁷⁹.
98. Certains acteurs détenant des infrastructures d'accès au réseau téléphonique dans certaines zones géographiques fournissent également des services téléphoniques via la présélection ou la sélection dans les zones où ils ne sont pas présents avec leur propre infrastructure d'accès.⁸⁰ C'est le cas de BT, Colt, Mobistar, Mobistar Enterprise Services, Telenet et Verizon Business. Belgacom aussi dispose d'un code de sélection/présélection.

[Figure confidentielle]

Figure 2: Poids relatifs des opérateurs CPS, exprimé en nombre de clients (Source : IBPT, 31 décembre 2013)

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

99. Ces dernières années, d'autres opérateurs sont arrivés sur le marché du "*unmanaged VoIP*". Ces derniers offrent un service de trafic sortant basé sur un accès Internet. *Unmanaged VoIP* est caractérisé par le fait que le fournisseur VoIP offre ses services sur la base d'un accès (public) à Internet, et que ceux-ci ne sont généralement pas groupés avec l'accès à Internet (large bande) aux clients finals.
100. L'accès aux clients finals est réalisé via une connexion à Internet large bande existante des utilisateurs finals. Un accès Internet existant est donc utilisé par le fournisseur VoIP, qui n'offre pas de *managed service*, comme "accès au réseau". La connexion Internet du client, c'est-à-dire la connexion physique y compris la connectivité Internet, est généralement fournie par un tiers indépendant.
101. Svanto, Digiweb Telecom, IP Nexia (uniquement en business) sont des exemples d'opérateurs "*unmanaged voip*".

79 Toledo Telecom a annoncé en avril 2013 qu'elle changeait son nom en 'IP Nexia'.

80 Le CS/CPS permet aux utilisateurs qui disposent d'un raccordement Belgacom de choisir un autre fournisseur de services téléphoniques que pour l'accès au réseau téléphonique.

2.4 Comparaison des prix

2.4.1 Pour la clientèle résidentielle

102. Le présent chapitre esquisse les prix des services de communication en position déterminée accessibles au public pour les utilisateurs résidentiels, disponibles en octobre 2013.
103. Depuis un certain nombre d'années, le marché est dominé par des offres forfaitaires. Le lancement de '*Happy Time XL*' par Belgacom s'inscrit ainsi dans le prolongement de toute une série d'offres similaires de Belgacom même mais aussi d'autres opérateurs (Telenet, Voo, Numericable). La particularité de ces offres est souvent les appels gratuits illimités durant les heures creuses.
104. Afin de disposer d'une base de comparaison solide permettant de comparer les différents plans tarifaires de manière pertinente, trois profils de consommateurs ont été élaborés ; ceux-ci présentent tous une consommation déterminée de l'utilisateur final.
105. Après application d'un profil déterminé à tous les plans tarifaires d'un opérateur, l'étude a ensuite vérifié (par opérateur) quel était le plan tarifaire le moins onéreux pour ce profil déterminé. L'offre la moins onéreuse par opérateur pour un profil déterminé est incluse dans la comparaison des prix. La recherche des tarifs a été exécutée fin octobre 2013.
106. Les minutes d'appel sont, pour chaque profil, réparties selon la nature de l'appel (fixe/mobile) et la période (heures pleines/creuses/week-end), pour lesquelles les opérateurs facturent souvent des tarifs différenciés.
107. Il est tenu compte des options en ce qui concerne le nombre de minutes d'appel (par ex. pour un montant supplémentaire fixe, le client peut appeler de manière illimitée le week-end). Un tarif standard avec option est considéré comme un plan tarifaire distinct et comprend dans la description le nom de l'option précédée du mot « avec » (par ex. Plan tarifaire X avec « Illimité le week-end »).
108. Les résultats obtenus sont présentés de deux manières. Dans un premier temps, les résultats sont présentés en avec le coût d'abonnement ou de la location de la ligne.⁸¹ Ensuite, les résultats obtenus pour les profils sont encore une fois affichés mais cette fois uniquement en tenant compte des coûts de communication nationale (2.4.1.2). Cette fois-ci les frais de la location de la ligne ou le coût d'abonnement ne sont donc pas pris en compte. Dans cette dernière présentation, les câblo-opérateurs Telenet, Voo et Numericable n'entrent pas en ligne de compte car leur redevance d'abonnement/frais de location de la ligne comprend déjà à chaque fois un certain nombre de minutes (souvent des minutes gratuites durant les heures creuses). Comme il est impossible de faire une distinction entre frais de la location/l'abonnement et les minutes d'appel proprement dites de ces câblo-opérateurs, ils sont dans un premier temps présentés ensemble.

81 La location de la ligne : Le coût à payer par le consommateur pour pouvoir disposer d'une ligne de téléphonie fixe ou large bande, indépendamment de son abonnement

109. Les frais uniques, comme les frais d'installation et d'activation, n'ont pas été pris en compte.

2.4.1.1 Avec redevances d'abonnement/location de la ligne

110. La figure 3 compare le niveau des prix des différents plans tarifaires en ce qui concerne le profil 1, soit une faible consommation où les données d'appel sont reprises dans le tableau ci-dessous.

Profil 1 : Faible consommation (25 appels)					
	Destination	Nombre d'appels	Heures pleines	Heures creuses et week-end	Durée d'un appel (en minutes)
60%	Fixe	15	40%	60%	5
40%	Mobile	10	55%	45%	2

Table 2: Données d'appel d'un utilisateur résidentiel de profil 1

111. Cette figure permet de déduire que le coût mensuel d'une faible consommation se situe entre € 2,38 et € 25,74. L'on remarque immédiatement que les opérateurs *unmanaged voip* offrent le tarif le plus bas. Il doit cependant être mentionné que l'abonnement Internet large bande n'a pas été pris en compte pour ces opérateurs. À noter également que les tarifs de Telenet et de Belgacom sont très proches.

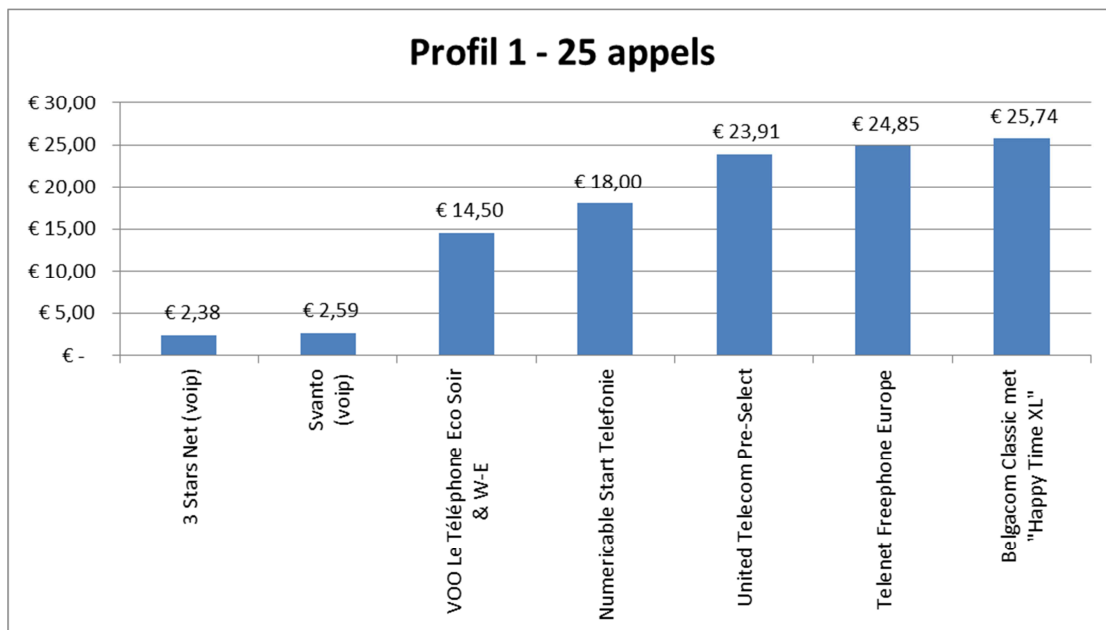


Figure 3: comparaison des prix de la téléphonie fixe (y compris la redevance d'abonnement/location de la ligne) pour la clientèle résidentielle sur la base d'un profil à faible consommation, surtout pendant les heures creuses, en euros et sur base mensuelle (source : sites Internet des opérateurs, IBPT, 2014)

112. La figure ci-dessous compare les niveaux de prix des différents plans tarifaires en ce qui concerne le profil 2, soit une utilisation moyenne, avec surtout des appels établis durant les heures creuses (souvent le week-end) (voir Table 3).

Profil 2 : Consommation moyenne, heures creuses et week-end (70 appels)					
	Destination	Nombre d'appels	Heures pleines	Heures creuses Week-end	Durée d'un appel (en minutes)
75%	Fixe	53	30%	70%	5
25%	Mobile	17	35%	65%	2

Table 3: Données d'appel d'un utilisateur résidentiel de profil 2

113. Cette figure permet de déduire que le coût mensuel d'une consommation moyenne se situe entre €6,87 et €30,93.

114. La figure ci-dessous montre que dans ce cas de figure les opérateurs *unmanaged voip* s'avèrent également être les moins chers sur le marché. Belgacom propose aussi le tarif le plus élevé pour ce profil.

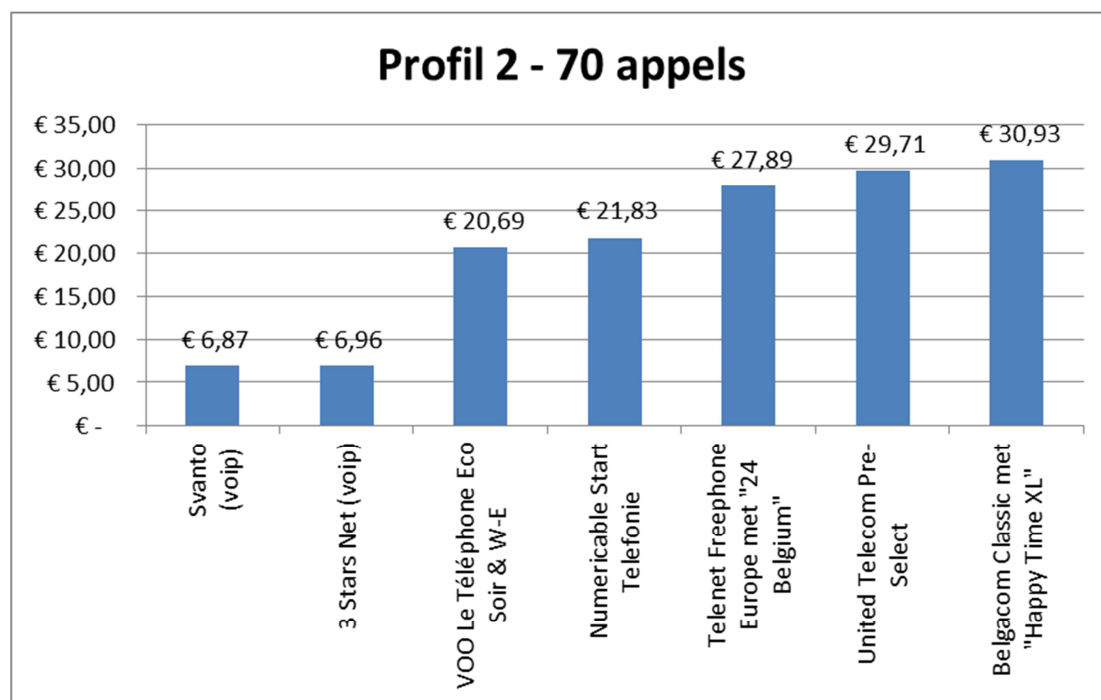


Figure 4: comparaison des prix de la téléphonie fixe pour la clientèle résidentielle sur la base d'un profil à consommation moyenne, surtout durant les heures creuses, en euros et sur base mensuelle (source : sites Internet des opérateurs, IBPT, 2014).

115. Le tableau ci-dessous compare les niveaux de prix des différents plans tarifaires en ce qui concerne le profil 3.

Profil 3 : Consommation moyenne, principalement en journée durant la semaine (70 appels)					
	Destination	Nombre d'appels	Heures pleines	Heures creuses Week-end	Durée d'un appel (en minutes)
75%	Fixe	53	60%	40%	5
25%	Mobile	17	60%	40%	2

Table 4: Données d'appel d'un utilisateur résidentiel de profil 3

116. Cette figure permet de déduire que le coût mensuel d'une faible consommation se situe entre 6,87 et 33,87 €.

117. La figure ci-dessous montre que, pour ce profil où les appels sont davantage passés durant les heures pleines, les opérateurs *unmanaged voip* se distinguent encore plus des autres du fait que les prix de l'*unmanaged voip* ne font pas de distinction entre les heures pleines et les heures creuses.

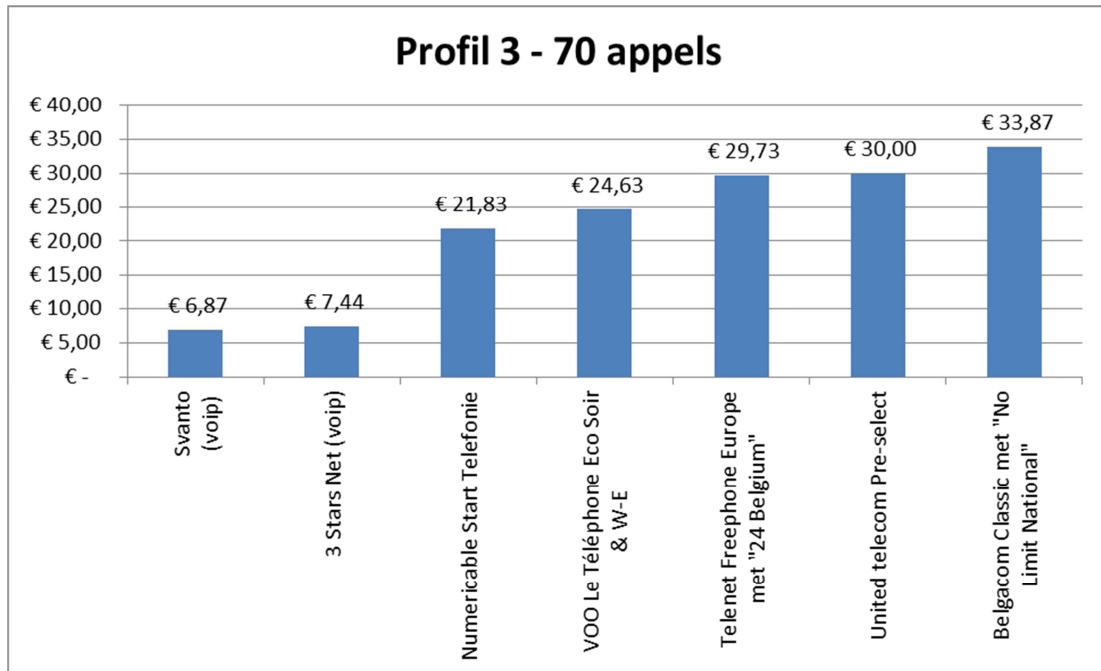


Figure 5: comparaison des prix de la téléphonie fixe pour la clientèle résidentielle sur la base d'un profil à consommation moyenne, surtout durant les heures pleines, en euros et sur base mensuelle (source : sites Internet des opérateurs, IBPT, 2014).

2.4.1.2 Sans redevances d'abonnement/location de la ligne

118. Dans les figures qui suivent, les prix sont à nouveau affichés pour les 3 profils, mais seulement pour les opérateurs dont les coûts de communication peuvent être renseignés de manière isolée, donc sans tenir compte des éventuelles minutes d'appel qui devraient déjà être reprises dans la redevance d'abonnement/de la location de la ligne.

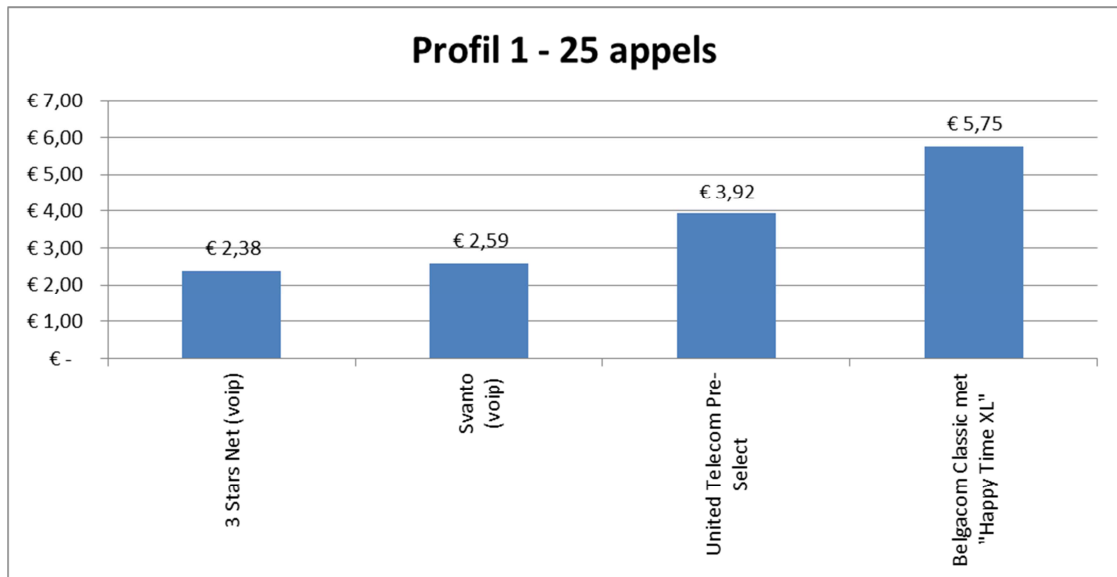


Figure 6: comparaison des prix de la téléphonie fixe pour la clientèle résidentielle (seulement les coûts de communication) sur la base d'un profil à faible consommation, surtout durant les heures creuses, en euros et sur base mensuelle (source : sites Internet des opérateurs, IBPT, 2014)

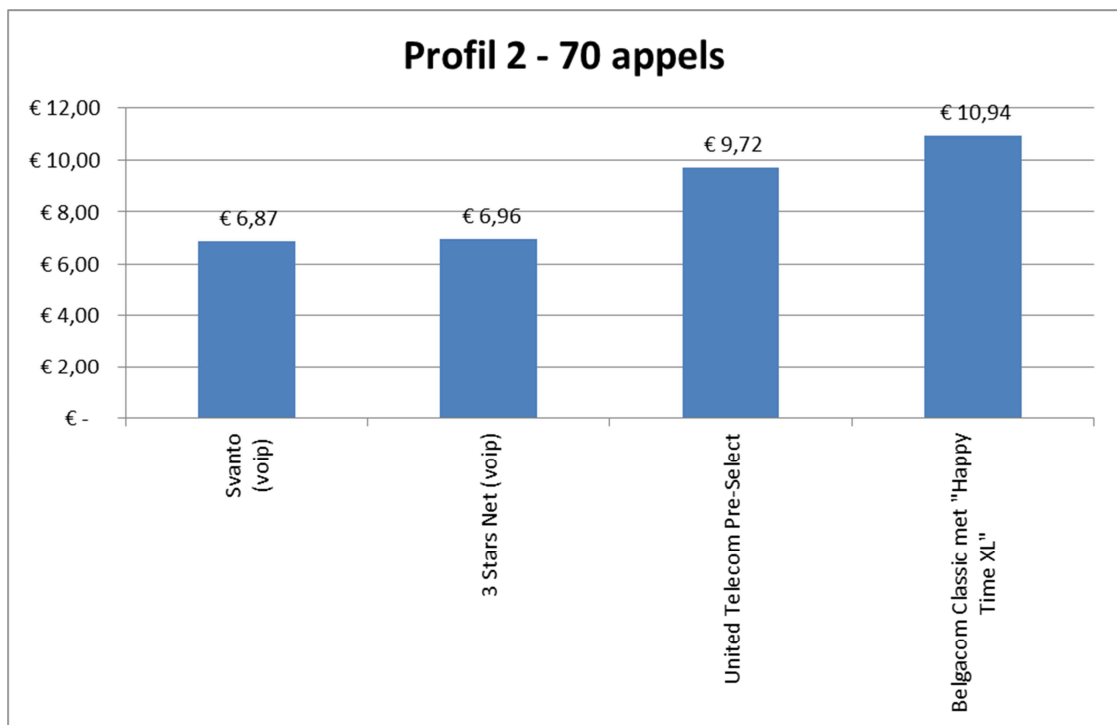


Figure 7: comparaison des prix de la téléphonie fixe pour la clientèle résidentielle (seulement les coûts de communication) sur la base d'un profil à consommation moyenne, surtout durant les heures creuses, en euros et sur base mensuelle (source: sites Internet des opérateurs, IBPT, 2014)

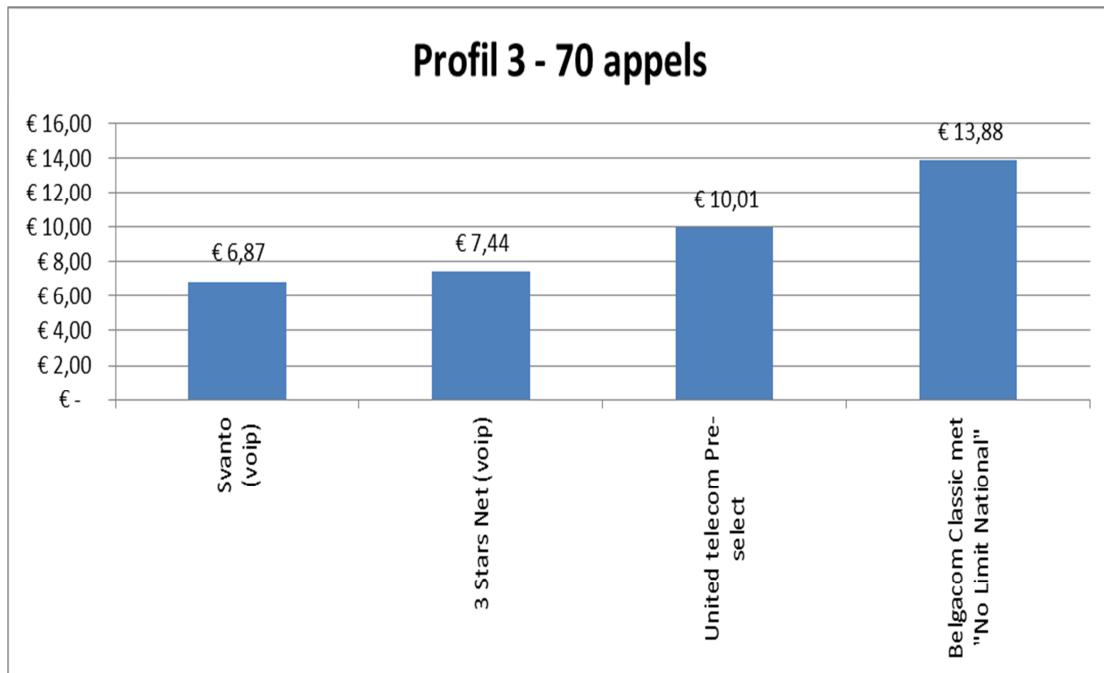


Figure 8: comparaison des prix de la téléphonie fixe pour la clientèle résidentielle (seulement les coûts de communication) sur la base d'un profil à consommation moyenne, surtout durant les heures pleines, en euros et sur base mensuelle (source: sites Internet des opérateurs, IBPT, 2014)

119. Il est à noter que les différences sont évidemment plus petites. Cependant, les opérateurs *unmanaged-voip* sont également moins chers que les autres opérateurs, même sans tenir compte des redevances d'abonnement ou de location de la ligne (c'est le cas dans les 3 profils).
120. Belgacom propose chaque fois les tarifs les plus chers et ce également abstraction faite des redevances d'abonnement/location de la ligne.

2.4.2 Pour les utilisateurs non résidentiels

121. Nous esquissons ci-dessous les tarifs des services de communication nationale en position déterminée vers les postes fixes et mobiles pour les utilisateurs non résidentiels.
122. Les opérateurs actifs sur le marché des services téléphoniques de la clientèle non résidentielle proposent généralement aux grandes entreprises des tarifs différenciés. En particulier, certains opérateurs proposent à leur clientèle non résidentielle plusieurs types de plans tarifaires en fonction de leurs besoins en services téléphoniques et de leurs profils d'appels.
123. Par conséquent, les offres de services téléphoniques pour ces grandes entreprises ne sont généralement pas publiques. C'est pourquoi seuls les tarifs principaux des petites et moyennes entreprises sont examinés dans le présent document tout en faisant abstraction des grandes entreprises.
124. Tout comme pour les utilisateurs résidentiels, il a été choisi d'établir des profils pour les utilisateurs non résidentiels.

125. Pour le nombre d'appels et de minutes et leur répartition sur les heures pleines et creuses et vers des appareils fixes et mobiles, l'IBPT s'est basé sur une étude de l'OCDE.⁸² La première comparaison tarifaire effectuée se base sur 100 appels par mois (par utilisateur unique), la seconde se base sur 260 appels par mois par utilisateur unique.
126. Pour cette simulation, il a été choisi d'opter pour une entreprise de 15 travailleurs⁸³. L'IBPT opte pour cette méthode afin d'éviter de prendre en compte certains plans tarifaires limitant le nombre de minutes d'appel vers des numéros mobiles. C'est par exemple le cas pour 'Belgacom Classic' (restriction de 1000 minutes d'appel vers des numéros mobiles). Si nous comparions le comportement d'appel moyen d'un seul utilisateur final professionnel, normalement ce dernier ne devrait pas dépasser ce plafond. Mais comme notre comparaison porte sur 15 utilisateurs, l'offre 'Belgacom Classic' ne peut plus être choisie.
127. Belgacom présente sur son site Internet de très nombreuses offres de téléphonie fixe.⁸⁴ Lorsque le montant de facturation engagé par mois augmente, le client peut choisir un paquet avec des tarifs inférieurs. Pour Belgacom, nous avons choisi l'offre 'Value Pack Professional' et l'offre 'Value Pack Company' qui nécessitent respectivement un montant de facturation minimum de 70 et 500 euros. Verizon Business distingue également ses tarifs sur la base du montant de facturation minimum. Pour Verizon Business il a été tenu compte des tarifs valables pour un montant de facturation minimum de 200 euros. Nous obtenons ainsi la meilleure comparaison possible. Pour les autres opérateurs représentés, ces montants de facturation minimums ne s'appliquent pas.
128. Comme il n'est pas possible de distinguer chez Telenet (offre *Freephone Europe*) la redevance d'abonnement des minutes de communication proprement dites, il n'a pas été tenu compte de Telenet pour cette simulation tarifaire⁸⁵.
129. Enfin, il doit encore être signalé que cette simulation n'a pas tenu compte de la différence de détermination des heures creuses et pleines exactes chez les différents opérateurs. Si, par exemple, chez un opérateur A, les heures creuses débutent en semaine à 17h et que chez un opérateur B, elles ne commencent qu'à 18h, il n'a pas été tenu compte de cette différence.

La figure ci-dessous établit une comparaison des prix entre les différents plans tarifaires du profil 3 (voir **[Figure confidentielle]**

130. Figure 9).

	nombre d'appels	nombre d'appels en heures creuses	nombre d'appels en heures pleines	nombre de minutes en heures creuses	nombre de minutes en heures pleines
--	-----------------	-----------------------------------	-----------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------

82 "REVISION OF THE METHODOLOGY FOR CONSTRUCTING TELECOMMUNICATION PRICE BASKETS" (<http://www.oecd.org/sti/broadband/48242089.pdf>), 2010.

83 Les entreprises qui s'adressent uniquement aux grandes entreprises (par ex. Colt, BT) n'ont donc pas été prises en considération pour l'exercice.

84 Voir <http://www.belgacom.be/nl/particulieren/producten-en-diensten/orphans/plain-topic/prijslijst-en-tarieven.html>

85 Les autres câblo-opérateurs (Brutélé, Tecteo et Numericable) ne sont pas non plus repris dans la comparaison, parce qu'ils ne proposent pas une solution de téléphonie fixe aux entreprises.

fixe	69	21	48	102,3	158,7
mobile	31	10	21	53,7	110,4

Table 5: répartition du nombre d'appels et de minutes vers les appareils fixes et mobiles, durant les heures pleines et creuses, sur la base du profil OCDE, pour les clients non résidentiels

[Figure confidentielle]

Figure 9: comparaison des tarifs pour un utilisateur non résidentiel de profil 1 (hors TVA) (Source : sites Internet des opérateurs, IBPT, 2014)

La **[Figure confidentielle]**

131. Figure 9 montre que les tarifs se situent entre [confidentiel] et [confidentiel]. L'offre de [confidentiel] saute d'emblée aux yeux, par son tarif bas. Le plan tarifaire de [confidentiel] se situe de l'autre côté, car il est un peu plus élevé que l'offre *carrier Preselect* de [confidentiel].
132. Le tableau ci-dessous répartit le nombre d'appels sur la base d'un profil d'un utilisateur non résidentiel qui effectue 260 appels par mois (par utilisateur unique).

	nombre d'appels	nombre d'appels en heures creuses	nombre d'appels en heures pleines	nombre de minutes en heures creuses	nombre de minutes en heures pleines
fixe	189	47	141	74,5	468
mobile	71	16	55	124,54	340,34

Table 6: répartition du nombre d'appels et de minutes vers les appareils fixes et mobiles, durant les heures pleines et creuses, sur la base du profil OCDE, pour les clients non résidentiels

[Figure confidentielle]

Figure 10: comparaison des tarifs pour un utilisateur non résidentiel de profil 2 (hors TVA) (Source : sites Internet des opérateurs, IBPT)

La **[Figure confidentielle]**

133. Figure 10 montre que les prix d'un profil pour 260 appels par mois pour un utilisateur non résidentiel sont encore plus éloignés. Les prix varient de [confidentiel] pour l'offre de [confidentiel] à [confidentiel] pour l'offre [confidentiel] (où le client utilise les lignes PSTN/ISDN de Belgacom). L'offre [confidentiel] est pour cette simulation de 15 travailleurs presque l'offre la moins chère (montant de facturation total de [confidentiel], alors que le montant de facturation minimum pour cette offre s'élève à [confidentiel] euros).

2.4.3 Comparaison de prix internationale

134. En 2013, l'IBPT a effectué une étude de benchmarking des prix de détail de la téléphonie mobile, la téléphonie fixe, l'Internet large bande et les produits de télévision en Belgique par rapport aux pays voisins. Cette étude ne concernait que la clientèle résidentielle.

135. La Figure 11 illustre le positionnement des opérateurs belges par rapport aux pays voisins en ce qui concerne les tarifs de détail de la téléphonie fixe (les tarifs ont été recherchés au mois d'août 2013).
136. La figure reflète la situation des opérateurs belges – repris dans cette étude de prix – par rapport aux prix dans les pays voisins. La flèche verticale noire représente par profil tous les prix compilés des opérateurs pour les 5 pays de l'exercice de comparaison. La flèche relie le prix minimum (point inférieur de la flèche) au prix maximum (point supérieur de la flèche) pour une utilisation donnée. Chaque carreau rouge représente un niveau de prix observé d'une offre belge. Plus les carreaux rouges sont situés bas sur la flèche verticale, plus intéressant est le prix des offres belges par rapport aux pays voisins. Plus les carreaux rouges sont situés haut sur la flèche, plus élevé sera le prix moyen payé par un consommateur belge choisi aléatoirement pour un usage donné.
137. La téléphonie fixe est souvent offerte en combinaison avec l'Internet ou la télévision. Pour cette étude, seules des offres isolées ont toutefois été recherchées. Cet exercice de comparaison donne ainsi une image moins représentative pour la téléphonie fixe étant donné qu'elle ne reflète pas de manière tout à fait correcte l'achat réel de la téléphonie fixe.⁸⁶

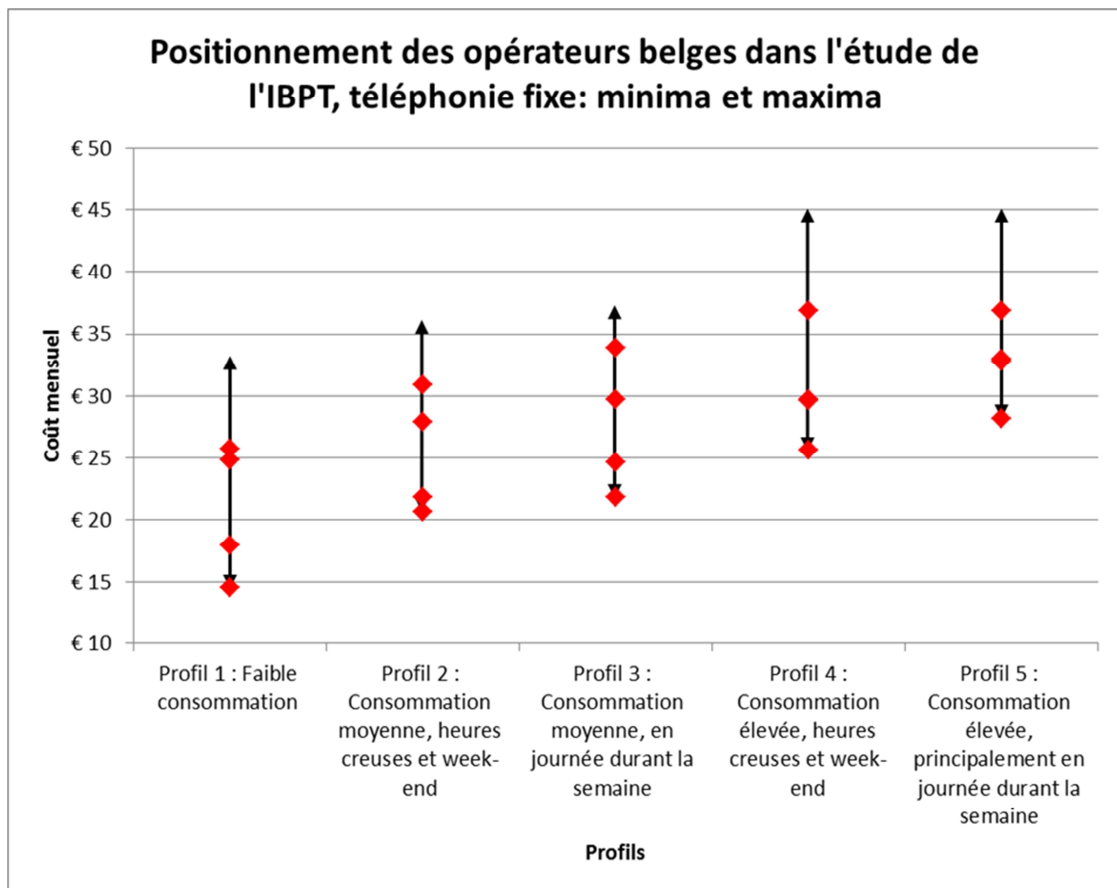


Figure 11: Aperçu du prix minimum et maximum observé dans les cinq pays, par profil, téléphonie fixe (Source : calculs propres, données provenant des sites Internet des opérateurs entre le 6 et le 30 août 2013, prix TVA comprise, EUR PPP)

86 Sur tous les ménages possédant un abonnement téléphonique fixe, en 2012 72% l'achetaient dans le cadre d'une offre groupée. Les 28% restants achètent la téléphonie fixe comme produit 'stand alone' (voir figure 12) .

138. Une moyenne pondérée est calculée par profil utilisateur. Cette moyenne est obtenue en multipliant les plans tarifaires les moins onéreux par profil d'un même pays par la part de marché⁸⁷ qu'un opérateur déterminé possède sur le marché. Elle indique ce qu'un utilisateur final répondant à un profil déterminé devrait dépenser en moyenne dans un pays.
139. Concernant la téléphonie fixe, les plans tarifaires belges les moins onéreux pour tous les profils occupent la position la plus basse et à une position près, la position la plus basse dans le classement des prix. A cet égard, il convient de souligner qu'il n'est pas possible d'obtenir tous les plans tarifaires sur l'ensemble du territoire.
140. Il peut être déduit de l'observation de tous les plans tarifaires belges que la Belgique occupe une position favorable dans le groupe des pays examinés. La Belgique a le prix moyen pondéré le plus bas pour trois des cinq profils (profils 2, 4 et 5). Elle cède la première place à la France dans les profils 1 et 3. Un consommateur belge paierait plus dans tous les profils utilisateurs aux Pays-Bas et au Royaume-Uni. L'Allemagne est parfois moins chère, parfois plus chère.
141. En dépit des (légères) hausses de prix appliquées par les deux principaux opérateurs du marché, la position de la Belgique par rapport aux pays voisins s'est améliorée ou est restée identique depuis l'étude de prix de 2012⁸⁸ - à l'exception du profil 1.
142. Comme les profils 4 et 5 de l'étude de prix de 2013 apparaissent moins souvent, ils n'ont pas été examinés au chapitre 2.4.1.

2.4.4 Principales offres conjointes

143. L'on observe sur le marché la commercialisation d'offres groupées ou d'offres "conjointes", incluant des services téléphoniques et d'autres services tels que des services large bande et des services de télévision. Actuellement, outre des packs *dual play* et *triple play*, les opérateurs offrent également des packs *quadruple play* (téléphonie fixe, large bande, télévision, téléphonie mobile). Il existe plusieurs combinaisons entre les différents produits télécoms, qui peuvent à nouveau être subdivisés selon les options proposées. Par exemple, la téléphonie fixe peut être combinée avec des options Internet avec une vitesse différente et/ou des possibilités de téléchargement.
144. La Table 7 donne un aperçu des principales offres groupées (*dual play*, *triple play* et *quadruple play*) avec téléphonie fixe pour la clientèle résidentielle qui sont actuellement disponibles sur le marché (la recherche a été effectuée en août 2013).
145. Le coût d'un plan tarifaire pour la téléphonie fixe contient les coûts mensuels récurrents suivants, si d'application :

87 Les parts de marché renseignées dans les rapports annuels des opérateurs et les données des régulateurs nationaux, telles que communiquées par Ofcom sur leur site Internet. Il s'agit en l'occurrence des parts de marché communes (post-paid/pre-paid) en nombre de minutes d'appel. Les parts de marché sont rééchelonnées vers 100 (c.-à-d.: les parts de marché des opérateurs dans un pays déterminé sont adaptées afin de totaliser 100%). Les parts de marché sont basées sur le nombre total d'utilisateurs actifs par opérateur et non sur le nombre d'utilisateurs par plan tarifaire (ces chiffres ne sont pas disponibles).

88 Étude de prix de l'IBPT 2012 : <http://www.ibpt.be/public/files/fr/20944/Prijzenstudie+FR.pdf>

- 145.1 le coût d'abonnement du plan tarifaire ;
- 145.2 les coûts liés aux minutes d'appel non comprises dans l'abonnement⁸⁹. Les minutes d'appel sont, pour chaque profil, réparties selon la nature de la connexion (fixe/mobile) et la période (heures pleines/creuses/week-end), pour lesquelles les opérateurs facturent souvent des tarifs différenciés. Pour déterminer l'importance relative du trafic on-net, l'étude se base sur la part de marché de l'opérateur en question ;
- 145.3 la location de la ligne (soit le coût à payer par le consommateur pour pouvoir disposer d'une ligne de téléphonie fixe ou large bande, indépendamment de son abonnement) ;
- 145.4 la location de l'équipement ou son achat unique si l'achat est plus avantageux (l'équipement est amorti sur une période de 36 mois).
- 145.5 pour les offres *quadruple-play*, la redevance d'abonnement pour la composante téléphonie mobile la moins onéreuse est également prise en compte si celle-ci n'est pas comprise dans l'offre groupée. Le nombre de minutes d'appel, de SMS, et les données mobiles comprises diffèrent fortement par plan tarifaire et opérateur.

89 Y compris les frais de connexion, le cas échéant.

2P (TV+ TF)	Belgacom	Belgacom "Pack Telephony + TV"	35,75 €
2P (TV+ TF)	Voo	Voo "Pack Duo"	28,95 €
2P (BB+ TF)	Belgacom	Belgacom "Internet Overal/Partout + Telephony Start" 50	51,79 €
2P (BB+ TF)	Voo	Voo "Pack Duo NET TEL Un Peu" 30	35,45 €
2P (BB+ TF)	Belgacom	Belgacom "Internet Overal/Partout + Telephony Comfort" 50	59,79 €
2P (BB+ TF)	Belgacom	Belgacom "Internet Overal/Partout + Telephony Maxi" 50	71,79 €
2P (BB+ TF)	Snow	Snow "2-pack Internet et Telephone" 30	41,70 €
3P (BB+ TV + TF)	Belgacom	Belgacom "Internet Overal/Partout + TV+ Telephony Start" 50	67,26 €
3P (BB+ TV + TF)	Voo	Voo "Pack Trio un Peu" 30	55,45 €
3P (BB+ TV + TF)	Telenet	Telenet "Whop" 60	63,50 €
3P (BB+ TV + TF)	Numericable	Numericable "Triple Play Start"	51,00 €
3P (BB+ TV + TF)	Belgacom	Belgacom "Internet Overal/Partout + TV+ Telephony Comfort" 50	72,26 €
3P (BB+ TV + TF)	Belgacom	Belgacom "Internet Overal/Partout + TV+ Telephony Maxi" 50	84,26 €
3P (BB+ TV + TF)	Snow	Snow "3-pack"30	45,70 €
3P (BB+ TV + TF)	Voo	Voo "Pack Trio Beaucoup" 40	65,45 €
3P (BB+ TV + TF)	Voo	Voo "Pack Trio Passionnement" 50	73,95 €
3P (BB+ TV + TF)	Voo	Voo "Pack Trio A La Folie" 70	83,95 €
3P (BB+ TV + TF)	Telenet	Voo "Pack "Whoppa" 120	70,60 €
3P (BB+ TV + TF)	Voo	Voo "Pack Trio Fiber 100" 100	103,95 €
3P (BB+ TV + TF)	Numericable	Numericable "Triple Play Extra"	58,83 €
3P (BB+ TV + TF)	Numericable	Numericable "Triple Play Max"	72,83 €
4P (BB+ TV + VT + TM)	Belgacom	Belgacom "Internet Overal/Partout + TV + Telephony Start + Mobile"	87,26 €
4P (BB+ TV + VT + TM)	Belgacom	Belgacom "Internet Overal/Partout + TV + Telephony Comfort + Mobile"	82,26 €
4P (BB+ TV + VT + TM)	Belgacom	Belgacom "Internet Overal/Partout + TV + Telephony Maxi + Mobile"	94,26 €
4P (BB+ TV + VT + TM)	Telenet	Telenet "Whoppa & King"	85,60 €
4P (BB+ TV + VT + TM)	Telenet	Telenet "Whop & King"	75,35 €
4P (BB+ TV + VT + TM)	Voo	Voo "Pack Trio Beaucoup & Toudou"	77,45 €
4P (BB+ TV + VT + TM)	Voo	Voo "Pack Trio Passionnement & Toudou"	85,95 €
4P (BB+ TV + VT + TM)	Voo	Voo "Pack Trio A La Folie & Toudou"	95,95 €
4P (BB+ TV + VT + TM)	Voo	Voo "Pack Trio Un Peu & Toudou"	67,45 €
4P (BB+ TV + VT + TM)	Voo	Voo "Pack Trio Fiber 100 & Toudou"	115,95 €
4P (BB+ TV + VT + TM)	Numericable	Numericable "Triple play Start & Mobile Start"	55,95 €
4P (BB+ TV + VT + TM)	Numericable	Numericable "Triple play Extra & Mobile Start"	63,78 €
4P (BB+ TV + VT + TM)	Numericable	Numericable "Triple play Max & Mobile Start"	77,78 €

Table 7: Aperçu des principales offres groupées avec téléphonie fixe (Source: les sites Internet des opérateurs, août 2013)

146. Le succès de ces offres groupées trouve son origine tant auprès des consommateurs que des producteurs⁹⁰ (traduction libre) :
- 146.1 *Opter pour une offre groupée présente principalement deux avantages pour les consommateurs : un prix et des coûts de transaction inférieurs. Les coûts de transactions inférieurs découlent du fait que les offres multiplay sont plus confortables que des abonnements distincts, car elles offrent un guichet unique pour tous les besoins en matière de communications. Les utilisateurs n'ont donc qu'à régler une facture unique au lieu d'une facture séparée pour chacun des services auxquels ils s'abonnent. L'autre principale raison expliquant la tendance des utilisateurs à choisir les offres groupées est que celles-ci sont généralement proposées à un prix réduit, comparé à un bouquet équivalent de services indépendants. Le prix inférieur ressemble aux coûts de productions inférieurs provenant de la réutilisation de l'infrastructure (par exemple le modem DSL peut être utilisé pour la voix et rend donc obsolètes les équipements PSTN dans le MDF).*
- 146.2 *Du point de vue des opérateurs, ce point est plus complexe, puisque les offres groupées sont une sorte d'épée à double tranchant pour eux. L'aspect positif est que les offres groupées peuvent être produites à des coûts inférieurs et donc un opérateur peut proposer une offre plus compétitive. Pour cette raison, le service vocal dans une offre groupée large bande/voix est habituellement basé sur le VoB et non le PSTN. Mais d'un autre côté, en regroupant un service hautement concurrentiel (par ex. la large bande) et un service qui l'est moins (par ex. l'accès vocal), les opérateurs courent le risque d'exporter la concurrence par les prix au marché adjacent jusqu'alors moins intensément concurrentiel.*
- 146.3 *Malgré ces risques pour les activités des opérateurs, il y a aussi un certain nombre de très bonnes raisons pour eux de rassembler différents services en offres groupées.*
- 146.4 *Comme les opérateurs se développent via les offres groupées, cela leur permet d'améliorer le taux d'utilisation de leurs infrastructures et de réaliser des économies d'échelle et de gamme.*
- 146.5 *Enfin, via les offres groupées, les opérateurs peuvent non seulement exporter la concurrence par les prix d'un marché à un autre, mais aussi améliorer la réputation d'une marque ou (la puissance de marché) dont ils disposent pour un marché de produits sur des marchés adjacents qui font partie d'une offre groupée.*
147. A cause d'une popularité croissante des bundles, il ressort de la Figure 12 qu'en 2012, seulement 28% de la clientèle résidentielle achète toujours pas de la téléphonie fixe en dehors d'une offre conjointe. Cependant, la croissance des produits multiple play n'était pas aussi grande que les années précédentes.

90 Source : ECORYS, IDATE en ICRI, Future electronic communications markets subject to ex-ante regulation, Final report, 18 septembre 2013.

148. De plus, nous constatons que le *triple play* est la formule groupée la plus prisée et que leur achat continue d'augmenter d'année en année par rapport au *double play*. Le *quadruple play*, combinant l'achat de téléphonie fixe, d'Internet, de la téléphonie mobile et de la télévision, est aussi de plus en plus prisé.

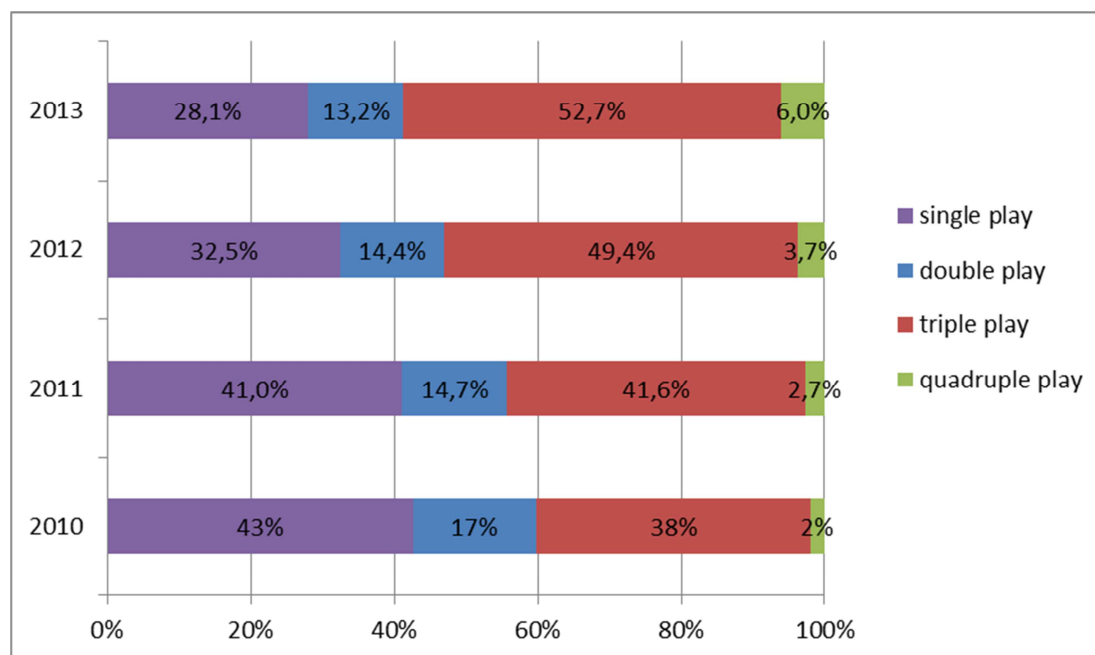


Figure 12: Part des abonnés résidentiels à la téléphonie fixe achetant la téléphonie fixe dans le cadre d'une offre groupée (Source: IBPT, 2014)

3 Définition du marché

3.1 Marchés de produits pertinents

3.1.1 Introduction

149. Les marchés de détail reconnus comme non concurrentiels par l'IBPT lors de l'analyse de marché du 6 novembre 2008 sont:
- 149.1 les services téléphoniques locaux et/ou nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle ;
 - 149.2 les services téléphoniques locaux et/ou nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle ;
150. Il est nécessaire d'établir si ces deux marchés sont toujours bien distincts, si les limites de ces marchés ont évolué et si les technologies utilisées et les architectures de services téléphoniques en position déterminée sont substituables. De même il est utile d'examiner si le marché ne doit pas être subdivisé en fonction de différents paramètres des appels. Il convient également de réexaminer la substituabilité entre les services téléphoniques en position déterminée et en position non déterminée.
151. L'IBPT a analysé la substituabilité entre les services et les produits suivants:
- 151.1 les raccordements téléphoniques en positions déterminées et les services téléphoniques publics en position déterminée;
 - 151.2 les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle;
 - 151.3 les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée par commutation de circuits et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée par commutation de paquets;
 - 151.4 les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle via (pré)sélection et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée via accès direct ;
 - 151.5 les services téléphoniques accessibles au public « fixe vers fixe » et les services téléphoniques accessibles au public « fixe vers mobile »;
 - 151.6 les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée et les services téléphoniques accessibles au public en position non déterminée;
 - 151.7 les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée et les services téléphoniques "peer-to-peer";

3.1.2 Tests de substituabilité

3.1.2.1 Substituabilité entre les raccordements téléphoniques en positions déterminées et les services téléphoniques publics en position déterminée

3.1.2.1.1 Substitution du côté de la demande

152. La décision d'analyse de marché de l'IBPT du 31 janvier 2013 relative à l'accès au réseau téléphonique public⁹¹ énumère un certain nombre de raisons pour lesquelles il n'existe pas de possibilité de substitution du côté de la demande :
- 152.1 les deux services présentent des caractéristiques différentes : les services téléphoniques concernent les services de commutation et de transmission alors que l'accès concerne la possibilité de téléphoner ou d'être appelé et d'avoir accès à Internet ;
 - 152.2 Le CS/CPS permet aux utilisateurs qui disposent d'un raccordement Belgacom de choisir un autre fournisseur de services téléphoniques que pour l'accès au réseau téléphonique.
153. Il est raisonnable de supposer concrètement que ces deux produits ne se substituent pas l'un à l'autre: strictement parlant, l'accès ne peut pas remplacer des services téléphoniques et l'inverse est également de mise.
154. L'on peut cependant se demander si les deux produits peuvent en règle générale être offerts sous forme d'offre groupée. Des évolutions pointant dans la direction de services groupés (accès et services) peuvent être identifiées. Il y avait d'une part l'offre Discovery Line de Belgacom⁹² où un tarif d'accès inférieur entraîne des prix supérieurs pour les services téléphoniques, même ceux qui dépendent du CS/CPS, et d'autre part les formules de plusieurs opérateurs de réseau permettant pour une redevance d'abonnement supérieure (ou un supplément à l'abonnement normal) de téléphoner gratuitement à certains moments et vers certaines destinations.
155. Quoi qu'il en soit, l'évolution vers une situation où l'accès et les services téléphoniques sont pratiquement tous groupés ne s'est pas encore produite.

91 Décision du Conseil de l'IBPT du 31 janvier 2013 relative à la définition des marchés, à l'analyse des conditions de concurrence, à l'identification des opérateurs puissants sur le marché et à la détermination des obligations appropriées pour le marché 1 de la liste de la recommandation de la Commission européenne du 17 décembre 2007, accès au réseau téléphonique public en position déterminée, p. 47.

92 Cette offre n'est plus proposée aux nouveaux clients depuis 2010.

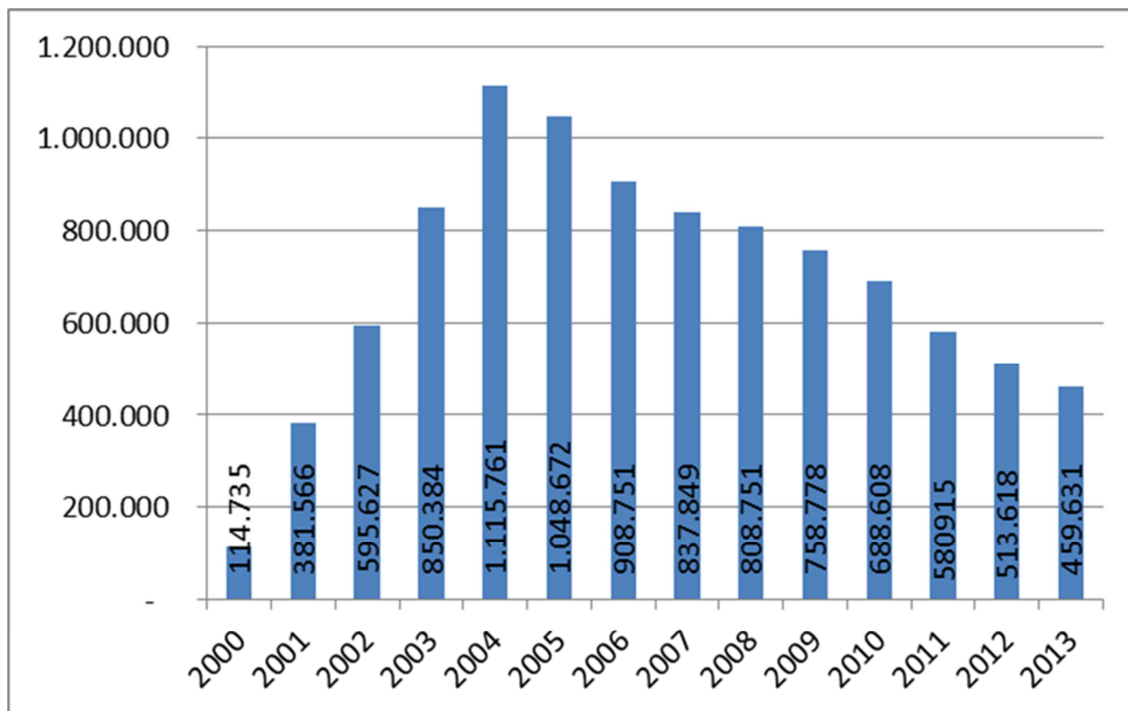


Figure 13: Évolution du nombre de raccords CPS (source: IBPT, 2014)

156. Même si le nombre de raccords CPS recule déjà depuis quelques années (voir Figure 13), il y a eu tout de même en 2013 plus de 459.000 raccords sur lesquels un CPS a été activé. En 2013, cela revenait à environ 10 % du nombre total d'abonnés qui achètent un accès téléphonique en position déterminée et plus que 16% du nombre total d'accès téléphoniques chez Belgacom. En août 2013, 17 codes C(P)S étaient encore attribués à 11 entreprises. Ceci démontre que la demande des clients et des prestataires de pouvoir séparer l'accès et les services téléphoniques est toujours relativement importante.
157. Tant que le CS/CPS continuera d'exister, un client de Belgacom pourra acheter relativement facilement ses appels auprès d'un autre prestataire de services.
158. Le constat est cependant différent pour les autres réseaux car les installations CS/CPS ne sont pas disponibles. Lors de l'évaluation ou du passage à par exemple un réseau câblé sera avantageux, il est non seulement tenu compte de la location de la ligne mais également des coûts des communications escomptés. Vu que de nombreux utilisateurs ont la possibilité de passer sur le réseau de Belgacom, il est maintenu comme conclusion que ces deux produits ne peuvent pas encore être considérés comme une offre groupée.
159. Cette situation correspond à celle décrite par la Commission européenne dans l'Exposé des motifs de la Recommandation de 2007 (traduction libre):

« Les services téléphoniques sont généralement fournis sous forme d'offres couplant accès et communications. Des options et formules diverses peuvent être proposées aux utilisateurs finals en fonction de leurs habitudes de consommation ou de leur profil d'appels. Bien que de nombreux utilisateurs finals semblent préférer acheter tant l'accès que les appels sortants chez le même opérateur, d'autres utilisateurs choisissent, pour la totalité ou une partie de leurs appels sortants, des opérateurs distincts de celui fournissant l'accès (et la réception d'appels). Un opérateur qui

tenterait d'augmenter le prix des appels sortants au-dessus du prix concurrentiel de marché serait confronté à la perspective que ses utilisateurs finals choisissent des fournisseurs de services alternatifs. Les utilisateurs finals peuvent choisir relativement facilement des fournisseurs alternatifs par le biais de préfixes courts (en sélection du transporteur par abonnement ou par une solution prépayée) ou par le biais d'une présélection du transporteur. Alors que les opérateurs qui fournissent l'accès sont en concurrence sur le marché des appels sortants, il ne semble pas que les opérateurs qui fournissent les appels sortants, via la sélection ou la présélection du transporteur, entreraient systématiquement sur le marché de l'accès en réponse à une augmentation faible, mais non transitoire et significative des prix de l'accès. En conséquence, il est possible d'identifier des marchés de détail séparés pour l'accès et pour les appels sortants. »⁹³

160. Dans le cadre des informations échangées concernant la capacité à imposer l'obligation du service de connectivité vocale ("*Voicestream*") sur le marché 1 (marché d'accès à la téléphonie fixe)⁹⁴, Belgacom a déclaré qu'elle était disposée à offrir de façon proactive le C(P)S sur ses *access gateways* dans le premier LEX scripté.⁹⁵ Il peut donc être déduit de l'attitude de Belgacom qu'il existe une demande séparée au niveau du gros pour les raccordements téléphoniques et les communications téléphoniques. Cette demande distincte au niveau du gros permet donc de conclure à l'existence d'une demande distincte au niveau du détail.

3.1.2.1.2 Substitution du côté de l'offre

161. Il est clair que les prestataires qui offrent uniquement des services téléphoniques ne peuvent pas commencer du jour au lendemain à fournir l'accès. Pour ce faire, ils ont en effet besoin d'une boucle locale, ce qui nécessite des investissements considérables, même s'il est tenu compte des mesures visant à faciliter l'accès comme le dégroupage. D'autre part, le secteur téléphonique est tellement structuré que les fournisseurs d'accès peuvent toujours offrir des services téléphoniques et le font également.
162. De plus, l'IBPT souligne que presque toutes les ARN européennes considèrent le marché de l'accès au réseau téléphonique et celui des services téléphoniques comme des marchés distincts⁹⁶. ACM (avant : OPTA) étant une exception, puisque dans son analyse des marchés de détail de la téléphonie fixe pour acheteurs résidentiels et non résidentiels, enregistrée par la Commission européenne en tant que cas NL/2008/0821, il s'est fondé sur un marché pertinent englobant à la fois

93 Note explicative SEC(2007) 1483 accompagnant la Recommandation de la Commission 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.

94 Décision du Conseil de l'IBPT du 31 janvier 2013 relative à la définition des marchés, à l'analyse des conditions de concurrence, à l'identification des opérateurs puissants sur le marché et à la détermination des obligations appropriées pour le marché 1 de la liste de la recommandation de la Commission européenne du 17 décembre 2007, accès au réseau téléphonique public en position déterminée.

95 Belgacom, lettre du 17 février 2011 et présentation "Fixed Voice Access (market 1/2007), comments from Belgacom and from Competition Council on BIPT's market analysis", 29 avril 2011.

96 Cullen International, novembre 2013.

le raccordement et les communications. La Commission a émis une remarque concernant cette approche :

“The Commission is not convinced that arguments and evidence put forward by OPTA demonstrate conclusively that retail access and calls are part of the same product market at this stage. Although a significant number of end users in the Netherlands use bundled services there is still a large number of retail customers (currently 32% of customers) that choose unbundled services (i.e. access and calls provided separately). [...] In addition, end-users which have opted for a flat fee bundle can relatively easily react to an increase of the price beyond the competitive price that bundle by the means of carrier (pre-) selection.”

3.1.2.1.3 Décision

Les raccordements téléphoniques et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée ne doivent pas être inclus dans le même marché pertinent.

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

163. La première recommandation sur les marchés pertinents (2003) distinguait les marchés de services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et les marchés de services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle. Dans l'Exposé des motifs de la Recommandation de 2003, la Commission européenne a déclaré: « *On distingue couramment le marché d'affaires et le marché résidentiel du fait que les modalités contractuelles d'accès et de prestation de services peuvent être variables sur ces deux marchés.* »⁹⁷ La recommandation de 2007⁹⁸ n'a plus repris les marchés de détail relatifs aux services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et la clientèle non résidentielle.
164. Il convient de souligner que la recommandation concernant les marchés pertinents de 2007 ne mentionne encore qu'un seul marché de détail, soit celui de l'accès au réseau téléphonique public en position déterminée pour la clientèle

97 Exposé des motifs de la Recommandation de la Commission 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, source: http://ec.europa.eu/information_society/policy/ecom/doc/library/recomm_guidelines/relevant_markets/nl1_2003_4_97.pdf, 16.

98 Recommandation 2007/879/CE de la Commission du 17 décembre 2007 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante conformément à la Directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques, JOCE L344 du 28 décembre 2007, n° 344.

résidentielle et non résidentielle. La Commission a estimé que du point de vue de l'accès il n'y avait pas de grande différence entre l'accès pour un utilisateur résidentiel et l'accès pour un utilisateur non résidentiel, et n'a donc pas fixé de marché distinct pour ces catégories. Toutefois, l'IBPT a fait une distinction entre accès à faible capacité et à haute capacité dans sa décision d'analyse de marché du 31 janvier 2013 relative au réseau téléphonique public.⁹⁹

165. L'IBPT examinera si la segmentation entre la clientèle résidentielle et non résidentielle correspond encore aux caractéristiques du marché belge.

3.1.2.2.1 Substituabilité du côté de la demande

166. Il est généralement admis que la séparation des marchés liés à la clientèle résidentielle des marchés de la clientèle non résidentielle est une frontière floue, notamment pour certaines professions libérales et pour les artisans. Toutefois, les offres non résidentielles et les offres résidentielles répondent souvent à des besoins différents et ont des niveaux tarifaires différents.
167. Au niveau des caractéristiques, la segmentation entre la clientèle résidentielle et la clientèle non résidentielle peut être dans certains cas aisée. En effet la demande résidentielle est différente avec, par exemple, une attention toute particulière donnée aux tarifs heures creuses qui ne présentent pas d'intérêt pour une majorité de clients non résidentiels.
168. Sur le plan des usages, l'IBPT constate des différences entre les clientèles résidentielle et non résidentielle. Les attentes des clients résidentiels en termes de qualité de service et de services supplémentaires sont ainsi généralement inférieures à celles des clients non résidentiels.
169. Il existe par ailleurs des services supplémentaires adaptés aux usages des entreprises, comme par exemple :
- 169.1 la facturation ventilée par département ou centre de coûts pour un meilleur contrôle des factures;
 - 169.2 Toute une série de fonctions augmentant la productivité et l'accessibilité des employés, comme faire sonner simultanément le téléphone fixe et le GSM, la déviation et le renvoi d'appels, le PABX¹⁰⁰ qui détecte si le GSM est occupé ou non;
170. Du côté de la demande, la substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public à destination de la clientèle résidentielle et les services téléphoniques accessibles au public à destination de la clientèle non résidentielle est insuffisante pour les intégrer dans le même marché pertinent.

3.1.2.2.2 Substituabilité du côté de l'offre

99 Décision du Conseil de l'IBPT du 31 janvier 2013 relative à la définition des marchés, à l'analyse des conditions de concurrence, à l'identification des opérateurs puissants sur le marché et à la détermination des obligations appropriées pour le marché 1 de la liste de la recommandation de la Commission européenne du 17 décembre 2007, accès au réseau téléphonique public en position déterminée, p. 75.

100 Private Automatic Branch eXchange, central téléphonique.

171. Dans l'exposé des motifs de la première recommandation sur les marchés pertinents, la Commission européenne rappelle : *"En outre, il [sera] en principe impossible pour une entreprise approvisionnant le marché d'affaires de s'adapter à une augmentation de prix de la part d'un monopoleur hypothétique sur le marché résidentiel car les caractéristiques économiques de la prestation proposée à ces deux types de clientèle peuvent être nettement différentes."*¹⁰¹ Un opérateur spécialisé en matière de marchés non résidentiels ne pourra pas s'adresser à une clientèle résidentielle sans mettre en place des modifications sur le plan opérationnel (IT, facturation...), un service marketing et un service après-vente s'adressant à la clientèle résidentielle. Inversement, pour s'adresser à un marché non résidentiel, un opérateur spécialisé en marché résidentiel devrait consentir des investissements au niveau du support technique et des possibilités (davantage de canaux de communications simultanées) et dans une meilleure qualité de service que pour les offres résidentielles.
172. Les opérateurs font une distinction claire entre leurs offres résidentielles et leurs offres non résidentielles (le critère étant généralement la facturation sur un numéro de TVA), car certaines offres résidentielles prévoient dans leurs conditions générales qu'elles ne sont pas accessibles aux clients non résidentiels (par ex. les conditions de l'offre Belgacom 'Happy Time XL' stipulent : *"Maximum 1 Happy Time XL par client et utilisation uniquement à des fins privées "*)¹⁰² tandis que les plans tarifaires non résidentiels ne sont souvent pas accessibles aux clients résidentiels.
173. De plus, la présence sur le marché d'opérateurs qui s'adressent uniquement à une clientèle non résidentielle (par exemple, BT Worldwide Ltd, COLT Technology Services SA et Verizon Business SA) montre qu'il existe un marché spécifique nécessitant une approche commerciale ciblée et des moyens différents.
174. Du point de vue de l'offre, la substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public à destination de la clientèle résidentielle et les services téléphoniques accessibles au public à destination de la clientèle non résidentielle est insuffisante pour les intégrer dans le même marché pertinent.

3.1.2.2.3 Décision

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

101 "Exposé des motifs de la recommandation de la Commission 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", 19.

102 Voir: <http://www.belgacom.be/fr/particuliers/produits-et-services/telephonie-fixe/telephoner-gratuitement-avec-happy-time-xl.html?tabnav=1>

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

175. La téléphonie par technologie de commutation de circuits, la technologie utilisée traditionnellement, maintient une ligne ouverte pour la durée d'une communication, ce qui garantit généralement une qualité de communication continue mais entraîne dans un même temps une utilisation inefficace de la largeur de bande.
176. Par contre, la technologie par commutation de paquets découpe les communications en paquets voix, qui peuvent se déplacer via plusieurs routes de l'émetteur au destinataire.
177. Il arrive qu'une combinaison des deux technologies soit utilisée dans un réseau. La première et dernière partie de la connexion est établie à l'aide d'une technologie utilisée traditionnellement et d'appareils téléphoniques ordinaires, mais le trafic est acheminé selon le protocole IP le plus efficace sur l'épine dorsale du réseau.
178. La technologie de la téléphonie par commutation de paquets peut présenter des différences à l'usage suite à quelques caractéristiques techniques :
 - 178.1 La numérisation de la voix, la suppression éventuelle du silence et sa scission en paquets peut dégrader la qualité du signal vocal à l'émission;
 - 178.2 La transmission via des réseaux de commutation de paquets entraîne par nature des délais de transmission et surtout des variations de ces délais, ainsi que des pertes de paquets qui peuvent être préjudiciables à la qualité du signal à la réception. Il existe des mécanismes de priorisation qui peuvent être utilisés pour garantir que les paramètres restent à des valeurs telles que la qualité de réception soit correcte.
179. Toutefois, la qualité du signal peut également être meilleure que pour une téléphonie traditionnelle par commutation de circuits lorsque la connexion Internet large bande sous-jacente (largeur de bande) est bonne.
180. Il existe deux types de services de commutation de paquets:
 - 180.1 Les services "*managed VoIP*" ou "*VoB (Voice over Broadband)*" pour lesquels l'opérateur exerce un contrôle sur la connexion Internet large bande sous-jacente. L'opérateur peut ainsi garantir la qualité de la communication (via un mécanisme QoS (*quality of service*) donnant ainsi la priorité à la voix par rapport à d'autres services). Un service VoB "*managed*" est fourni par le propre fournisseur de large bande; l'abonné utilise ce type de service exactement de la même manière qu'un service PSTN/ISDN; il y a une connexion permanente sur la ligne étant donné que la connexion est identifiée à hauteur du réseau large bande à l'aide de l'adresse MAC du modem/routeur; l'identification à l'aide du numéro E164 est effectuée sur le réseau téléphonique. C'est la manière dont les câblo-opérateurs fournissent entre autres des services téléphoniques.

- 180.2 Un deuxième type concerne les services *"unmanaged VoIP"*. Il s'agit de services pouvant être utilisés sur n'importe quelle connexion disposant d'un accès Internet (services nomades¹⁰³). L'identification de la ligne est effectuée à l'aide d'un login et un mot de passe. La ligne est également identifiée par un numéro E164. Il est possible d'établir des appels sortants sous forme **"voice-out"** depuis le service *"unmanaged voip"* vers tout abonné du réseau téléphonique public.
181. Les services *"managed voip"* et *"unmanaged voip"* peuvent être combinés si l'opérateur du service *"managed VoIP"* redirige les appels vers un service *"unmanaged VoIP"* pour bénéficier des avantages de chacun d'eux : une bonne qualité de service et le nomadisme.
182. Les deux technologies (commutation par circuits et paquets) supportent les téléphones ordinaires avec interface RJ11. Pour être compatibles avec les téléphones ordinaires, les services « *(un)managed VoIP* » nécessitent un adaptateur, qui est déjà intégré dans certains téléphones récents.

3.1.2.3.1 *Substituabilité du côté de la demande*

183. Les offres de téléphonie en mode paquet permettent aux utilisateurs finals de disposer des mêmes possibilités d'utilisation que du téléphone traditionnel (en mode circuit) car il n'existe aucune restriction dans les destinations d'appel possibles (la technologie en mode paquet permet d'appeler n'importe quel numéro). Les utilisateurs ne sont d'ailleurs généralement pas en mesure de différencier un service téléphonique en mode paquet et un service téléphonique en mode circuit. L'exemple le plus frappant est celui de l'opérateur Telenet qui a lancé son service dans le mode circuit pour ensuite l'étendre en mode paquet sans que l'utilisateur ne sache quelle est la technologie qu'il utilise.
184. La conclusion est identique lorsqu'il s'agit de *"unmanaged VoIP"*. La technologie du côté de l'appelant est identique et l'IBPT ne peut pas, a priori et sans élément de preuve, exclure ces services du marché des services téléphoniques au motif que la qualité à la réception serait inférieure. Une telle exclusion a priori serait incompatible avec le principe de neutralité technologique.
185. Dans tous les cas de figure, la différence éventuelle de qualité qui peut exister entre services résulte non pas de la technologie utilisée, mais des choix de l'opérateur qui met en oeuvre cette technologie. Des différences de qualité peuvent également se produire entre des opérateurs offrant des services téléphoniques sur le réseau téléphonique commuté (commutation de circuits).
186. L'IBPT constate qu'actuellement, les services *"unmanaged VoIP"* ne détiennent en Belgique que de petites parts de marché (voir plus loin Figure 38 et Figure 39). Pourtant, ces dernières années, des opérateurs *"unmanaged voip"* sont venus s'ajouter, augmentant ainsi leur popularité, en dépit des parts de marché actuellement faibles.

103 Nomadisme: Lorsqu'un utilisateur est joignable via un numéro de téléphone classique à 10 chiffres, en principe, l'endroit où il se trouve n'a pas d'importance, pour autant qu'il dispose d'une connexion large bande (mobile).

187. Depuis l'AR du 24 mars 2009¹⁰⁴, tous les numéros E-164 (et donc aussi les numéros *(un)managed VoIP*) peuvent être transférés. Une modification à l'article 43 de l'AR numérotation¹⁰⁵ permet aux opérateurs offrant des services de communications électroniques nomades d'exploiter ces services à l'aide des numéros géographiques existants des abonnés.

188. Actuellement, il n'est donc plus nécessaire de demander un nouveau bloc de numéros séparé pour fournir un service nomade. De la sorte, les opérateurs qui commercialisent des offres de *"unmanaged VoIP"* ne sont plus exclus du processus de portabilité des numéros¹⁰⁶. Cela pourrait expliquer l'augmentation du nombre d'entreprises proposant des services *"unmanaged voip"*.

189. En outre, le nouvel article 107, §1er/1 de la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques prévoit que tous les opérateurs qui fournissent des services de communications électroniques doivent prévoir l'accès aux services d'urgence.

Art. 107 *"§ 1er/1. Les entreprises fournissant des services téléphoniques accessibles au public prennent, le cas échéant, en concertation avec les entreprises qui fournissent les réseaux publics de communications électroniques sous-jacents, toutes les mesures nécessaires pour garantir un accès ininterrompu aux services d'urgence."*¹⁰⁷

190. Ces 2 facteurs font donc en sorte que ces opérateurs *"unmanaged VoIP"* soient considérés par l'utilisateur final comme des substituts à la téléphonie fixe traditionnelle vu qu'ils n'ont plus besoin des deux pour atteindre tous les services possibles.

191. La Commission européenne a également conclu à cette substituabilité dans son exposé des motifs de la Recommandation de la liste des marchés pertinents¹⁰⁸ en 2007(traduction libre):

« Jusqu'à présent, l'expérience dans la procédure d'analyse du marché montre que les services voice over broadband (VoB) deviennent de plus en plus disponibles à travers l'UE. La substituabilité entre VoB et téléphonie bas débit dépend d'un certain nombre de facteurs, comme les caractéristiques du produit, la numérotation, la qualité du service, les prix, la pénétration large bande etc. Dans des pays où la pénétration large bande est significative, les services VoB peuvent exercer une contrainte concurrentielle sur les services de téléphonie bas débit, pour autant qu'il soit impossible pour l'opérateur historique d'appliquer une discrimination des prix entre les consommateurs qui ont uniquement une connexion bas débit et les

104 Arrêté royal du 24 mars 2009 modifiant diverses dispositions de l'arrêté royal du 27 avril 2007 relatif à la gestion de l'espace de numérotation national et à l'attribution et au retrait des droits d'utilisation de numéros, http://www.bipt.be/public/files/fr/1193/3075_fr_24_mars_2009.pdf

105 ibidem.

106 Grâce au développement de la portabilité des numéros, les utilisateurs finals peuvent rapidement changer de fournisseur de services téléphoniques sans devoir supporter les coûts entraînés par le changement d'un numéro de téléphone.

107 Loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques, article 107.

108 Explanatory Note SEC(2007) 1483 Accompanying document to the Commission Recommendation on Relevant Product and Service Markets within the electronic communications 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 communications networks and services, 23.

consommateurs qui ont aussi une connexion large bande. Là où la substituabilité existe, les services VoB devraient être traités comme faisant partie des marchés d'appel de détail. »

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

3.1.2.3.2 Substituabilité du côté de l'offre

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

3.1.2.3.3 Décision

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

3.1.2.4 Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée via (pré)sélection et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée via accès direct

3.1.2.4.1 Substituabilité du côté de la demande

194. Les services téléphoniques via l'accès téléphonique direct et ceux offerts via un code d'accès sont utilisables depuis le même équipement téléphonique de l'utilisateur final. Il n'y a aucune différence de manipulation entre le service lié à l'accès direct et à la présélection. Dans le cadre la sélection appel par appel, il faut d'abord composer un code ou un numéro avant le numéro de son correspondant, mais cette opération peut être automatisée dans la mémoire du téléphone. Les deux services (via l'accès téléphonique direct d'une part, CS et CPS¹⁰⁹ d'autre part) permettent d'établir des appels avec tout abonné du réseau téléphonique public avec une qualité comparable étant donné que le mode d'accès au service n'affecte pas la qualité du service offert (voir test de substituabilité des technologies).
195. Du côté de la demande, la substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée via (pré)sélection et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée via accès direct est suffisante pour les intégrer dans le même marché pertinent.

3.1.2.4.2 Substituabilité du côté de l'offre

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

3.1.2.4.3 Décision

109 CS: Carrier select; CPS: Carrier Pre Select.

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

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

3.1.2.5.1 Substituabilité du côté de la demande

197. Les services téléphoniques fixe vers fixe et les services téléphoniques fixe vers mobile ont généralement les mêmes caractéristiques.
198. Auparavant, les tarifs "fixe vers mobile" étaient bien plus chers que les tarifs "fixe vers fixe" à cause de la grande différence entre les charges de terminaison fixes et mobiles. Suite à la baisse des tarifs MTR imposée par l'IBPT par la décision du 29 juin 2010 sur le marché de la terminaison d'appel mobile¹¹⁰ la différence entre les tarifs de terminaison d'appel mobile et fixe s'est réduite de manière significative.¹¹¹
- 198.1 Alors que le tarif de terminaison d'appel mobile moyen s'élevait encore à 11,1 eurocents en 2007, il a entre-temps chuté pour atteindre les 2,9 eurocents en 2012 (une baisse supplémentaire jusqu'à 1,08 eurocents a eu lieu le 1er janvier 2013)).
- 198.2 Le tarif de terminaison d'appel moyen fixe est passé de 1,12 eurocents en 2007 à 0,70 eurocents en 2013.
199. La figure ci-dessous illustre cette tendance où la différence entre le tarif de terminaison d'appel fixe et moyen se réduit d'année en année. Entre 2012 et 2013, la différence entre MTR et FTR est devenue très limitée.

110 Décision du Conseil de l'IBPT du 29 juin 2010 concernant la terminaison d'appel sur des réseaux mobiles individuels.

111 Source : Situation du secteur des communications électroniques 2012.

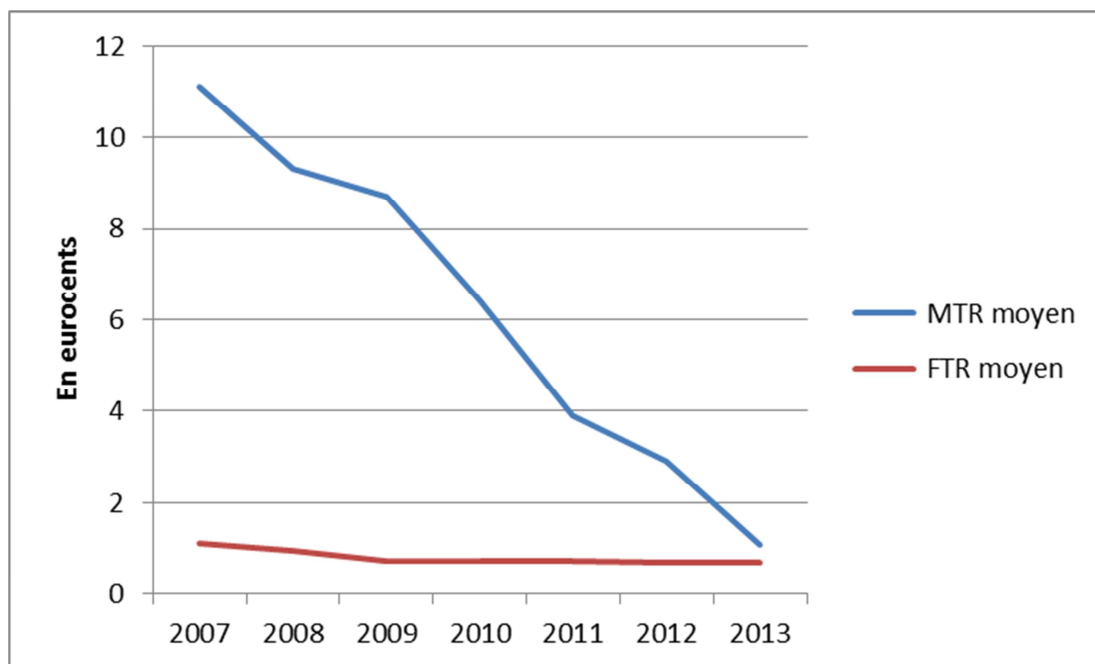


Figure 14: Évolution des tarifs de terminaison d'appel moyens en eurocents (Source : Situation du secteur des communications électroniques 2012)

200. Cette baisse des tarifs de terminaison d'appel mobile a également eu un impact sur le marché de détail de la téléphonie fixe. Un certain nombre d'opérateurs incluent dans leurs offres pour un tarif fixe des minutes gratuites vers les appareils mobiles. En septembre 2011, Belgacom a lancé Happy Time XL permettant de téléphoner gratuitement en soirée et pendant le week-end et ce tant vers des lignes fixes que mobiles. Telenet a lancé peu après une offre similaire (*'Freephone Europe'* depuis novembre 2011) pour la téléphonie fixe permettant de téléphoner gratuitement en soirée et le week-end vers des lignes fixes et mobiles, même si les appels vers des lignes mobiles sont 'limités' à 1000 minutes (> 30 min/jour). Numericable propose une formule « *Téléphone extra* » (19,90 euro par mois) qui inclut les appels le soir et les week-ends vers les mobiles nationaux.
201. Sur le marché non résidentiel, Belgacom offre une formule Bizz avec des minutes gratuites vers un mobile. Telenet propose la même offre Freephone Europe, avec l'option '24-mobile' ou non, à ses clients non résidentiels.
202. Bien qu'en règle générale, cela revient toujours moins cher de téléphoner d'une ligne fixe vers une autre ligne fixe que vers un appareil mobile, l'IBPT fait remarquer que ces deux services de communications sont "interchangeables". Si les communications entre postes fixes coûtent moins cher que depuis un appareil fixe vers un appareil mobile, l'utilisateur final téléphonera probablement d'abord vers des lignes fixes. Toutefois, lorsque cela revient moins cher d'appeler des appareils mobiles, l'utilisateur final préférera peut-être téléphoner d'un appareil fixe vers un appareil mobile. C'est le cas lorsque l'utilisateur final dispose d'un forfait d'appels vers des appareils mobiles et souhaite l'utiliser avant l'expiration de son forfait.

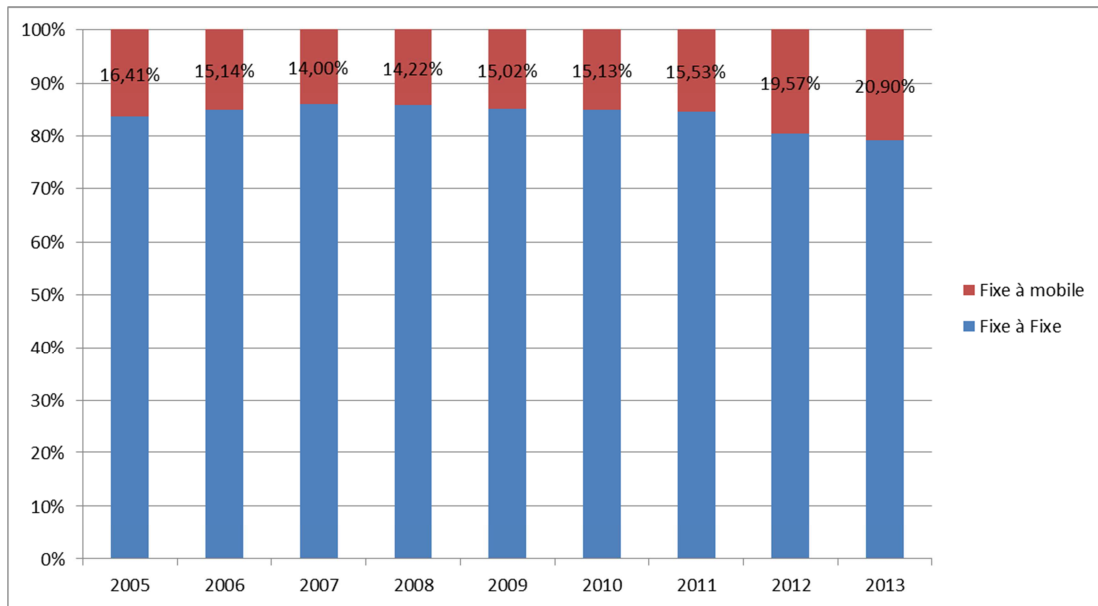


Figure 15: part de la destination des appels depuis un appareil fixe (Source: IBPT, 2012)

203. La Figure 15 montre que la part du nombre d'appels d'appareils fixes vers mobiles augmente proportionnellement aux communications de ligne fixe.

204. Il ressort de la Figure 16 que le prix de détail moyen des appels entre téléphones fixes (F2F) d'une part et entre appareils fixes et mobiles (F2M) d'autre part a fortement baissé ces dernières années. Alors que le prix des communications entre appareils fixes est à peu près resté identique, le prix moyen des communications F2M a connu une tendance clairement à la baisse. Vu que le tarif moyen F2M reste environ 2,7 fois plus élevé que le tarif moyen F2F, l'IBPT estime que la substituabilité du côté de la demande entre les services téléphoniques fixe vers mobile et les services téléphoniques fixe vers fixe était insuffisante pour les intégrer dans le même marché pertinent.

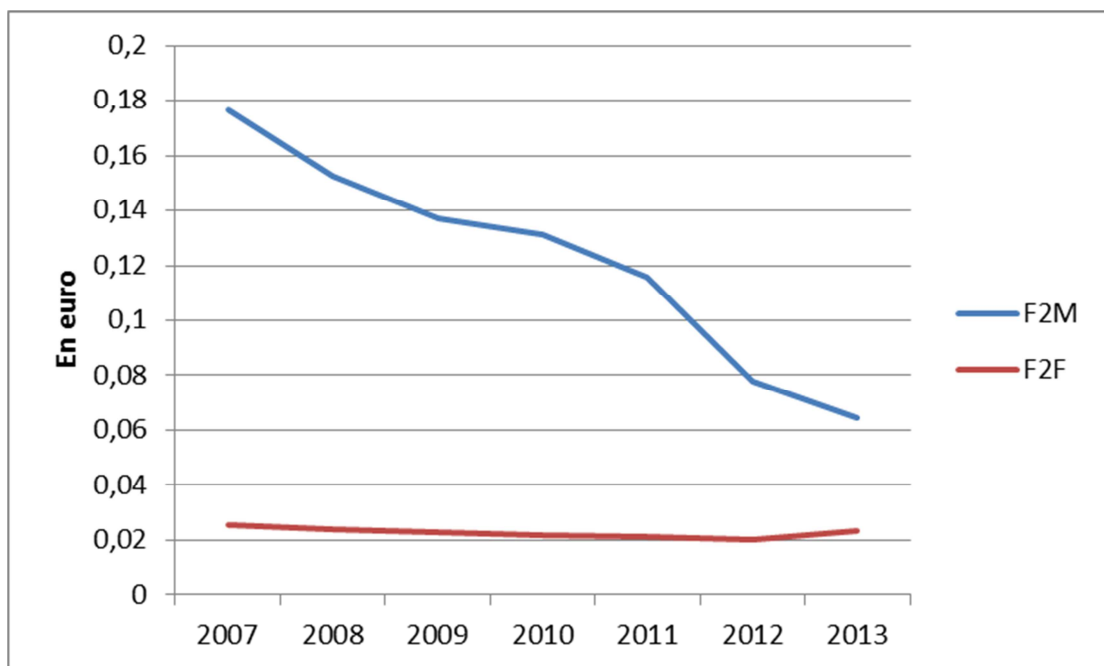


Figure 16: comparaison de l'évolution entre les prix F2M et F2F moyens (Source : IBPT, 2014)

3.1.2.5.2 Substituabilité du côté de l'offre

205. Les fournisseurs de services téléphoniques fixes proposent tous les services téléphoniques fixe vers fixe et fixe et mobile. Dans l'hypothèse où un opérateur ne fournirait que des services téléphoniques fixe vers fixe, il serait en mesure de fournir rapidement des services téléphoniques fixe vers mobile. L'interconnexion avec les opérateurs de réseau téléphonique public mobile est réglementée, ce qui garantit aux opérateurs de réseaux fixes de pouvoir fournir des services téléphoniques vers les abonnés mobiles. En outre, il n'est pas indispensable d'être interconnecté avec (tous) les opérateurs mobiles pour offrir des services fixe vers mobile. Il peut en effet suffire d'être interconnecté avec un opérateur, par exemple Belgacom qui offre un service de transit vers les trois opérateurs mobiles.
206. Dans son exposé des motifs de la recommandation du 17 décembre 2007 sur la liste des marchés pertinents, la Commission européenne a repris les appels entre lignes fixes d'un côté et les appareils fixes vers les appareils mobiles d'un autre côté dans un même marché : *"Also on the basis of supply-substitution both markets include fixed-to-fixed as well as fixed-to-mobile calls"*¹¹²

3.1.2.5.3 Décision

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

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

207. Dans son exposé des motifs de la recommandation de 2007, la Commission européenne est arrivée à la conclusion suivante : *"In the initial Recommendation, a general division was made between services provided at fixed locations and those provided to non-fixed locations. Overwhelmingly, despite some moves towards hybrid or converged offerings, this distinction is considered to be still valid, because there is as yet insufficient evidence that the pricing of mobile services (to non-fixed locations) systematically constrains the pricing of services to fixed locations (or vice versa)."*¹¹³
L'IBPT examinera ci-après si cette conclusion est toujours valable pour le marché belge.

3.1.2.6.1 Substituabilité du côté de la demande

208. La raison principale pour laquelle les utilisateurs finals préfèrent la téléphonie mobile à la téléphonie fixe est surtout la mobilité. Un abonné souhaitant utiliser

112 Explanatory Note SEC(2007) 1483 Accompanying document to the Commission Recommendation on Relevant Product and Service Markets within the electronic communications 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 communications networks and services, p. 23.

113 Explanatory Note SEC(2007) 1483 Accompanying document to the Commission Recommendation on Relevant Product and Service Markets within the electronic communications 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 communications networks and services, 20.

des services téléphoniques en position non déterminée (ci- après mobile), lors de ses déplacements par exemple, ne pourra pas se satisfaire de services à partir d'un accès fixe. La mobilité est la caractéristique essentielle offerte aux utilisateurs de services mobiles. Cette mobilité est absente du service téléphonique en position déterminée.

209. Il est à noter qu'à leur domicile, certains abonnés passent des appels depuis un appareil mobile, même lorsqu'ils se trouvent à proximité d'un poste fixe. Les appels mobile vers fixe, passés depuis le domicile de l'abonné et à proximité d'un poste fixe, s'expliquent principalement par l'utilisation facile du répertoire du téléphone mobile (peu de personnes disposent d'un répertoire à jour sur leur téléphone fixe).

210. Indépendamment de cet élément, l'appel depuis un poste mobile restera généralement plus cher qu'un appel entre téléphones en position déterminée.

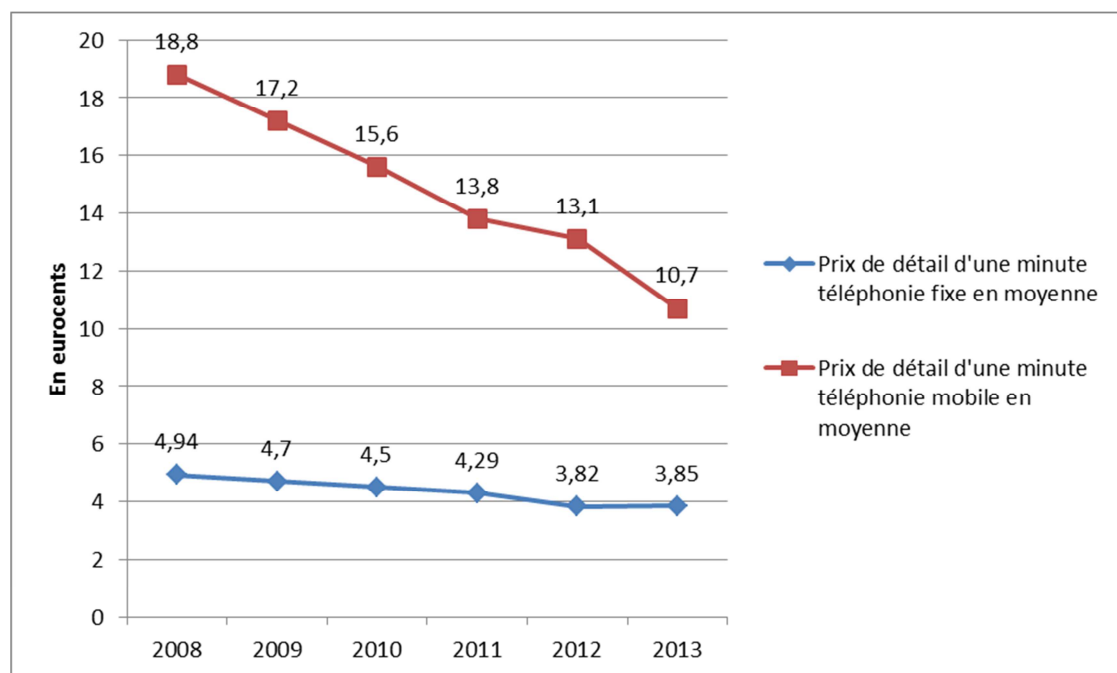


Figure 17: Évolution des prix moyens en Belgique pour les appels fixes et mobiles (en eurocents) (Source : IBPT)

211. Il peut être déduit de la figure ci-dessus que le prix de détail moyen d'un appel d'un poste fixe vers un poste mobile est environ 2,8 fois supérieur à un appel entre lignes fixes (sans distinction entre la clientèle résidentielle et non résidentielle). Cela peut s'expliquer par les frais de départ d'appel plus élevés depuis un poste mobile.

212. Un client désirant établir des appels de son domicile pourra en principe avoir recours à des services téléphoniques mobiles.

213. L'opérateur mobile Mobistar a lancé en février 2007 l'option *Mobistar At Home* pour les abonnés qui utilisent leur GSM à domicile : 40 heures d'appel par mois vers des lignes fixes nationales pour un montant fixe de 10 euros, mais cette offre remporte un succès limité.

214. Toutefois, la plupart des utilisateurs finals, lorsqu'ils disposent d'un raccordement téléphonique fixe (67% des ménages belges (2013)), préfèrent passer des communications fixes. De plus, la qualité attendue des communications téléphoniques (et le nombre de dérangements escompté) constitue un facteur encourageant à opter pour la téléphonie fixe au lieu de la téléphonie mobile.
215. Un autre avantage qualitatif d'un service téléphonique en position déterminée est qu'il s'agit d'un service commun pour tout un ménage. La demande concerne un service disponible pour tous même si l'un des habitants est absent. Par contre, un service téléphonique mobile est un service s'adressant à une seule personne. Toutefois, lorsque les clients résidentiels utilisent peu les services téléphoniques ou lorsqu'ils font partie d'un ménage composé d'une seule personne, ils choisissent souvent de ne disposer que d'un abonnement de téléphonie mobile, vu qu'ils ne doivent pas partager d'appareil avec d'autres membres du ménage.

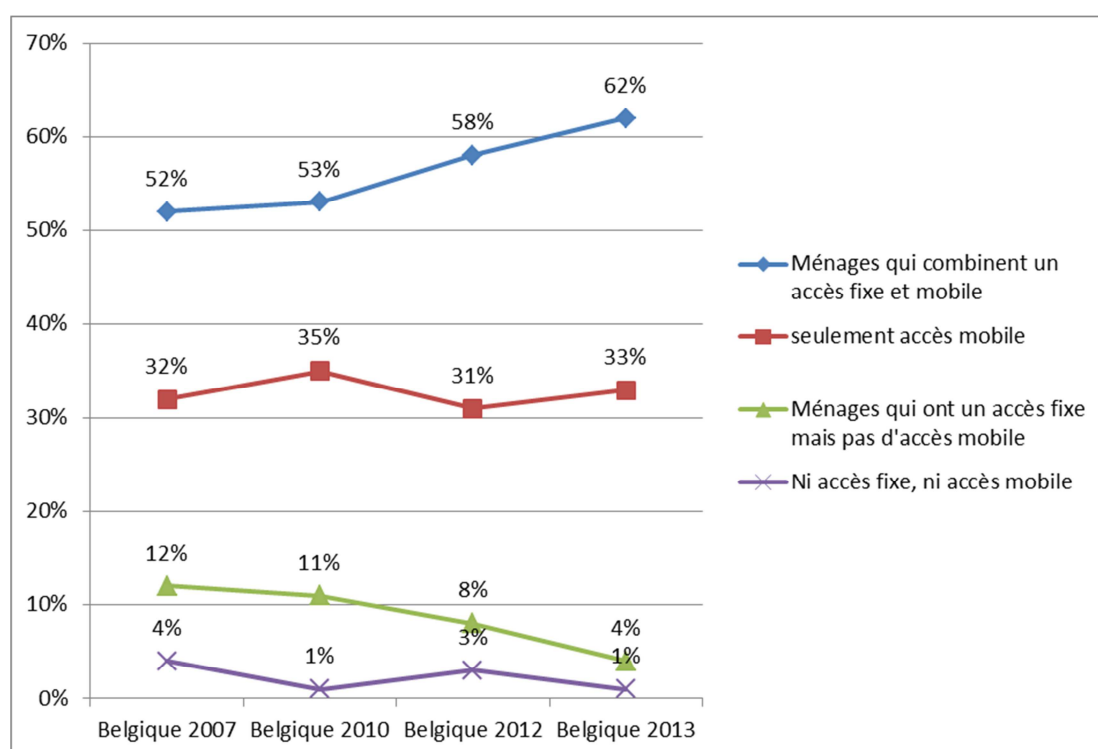


Figure 18: proportion des ménages belges en ce qui concerne le raccordement téléphonique fixe ou mobile (Source: E-COMMUNICATIONS AND TELECOM SINGLE MARKET HOUSEHOLD SURVEY, European Commission, March 2014)

216. Il ressort de la Figure 18 qu'en 2013, quelque 33% des ménages disposaient uniquement d'un téléphone mobile et que plus de 60% disposaient tant d'un téléphone fixe que mobile.
217. Le pourcentage de ménages ayant uniquement un téléphone mobile n'a pas connu de fortes variations entre 2007 et 2013. Le pourcentage de ménages ayant à la fois un téléphone fixe et un téléphone mobile est passé de 52% en 2007 à 62% en 2013.

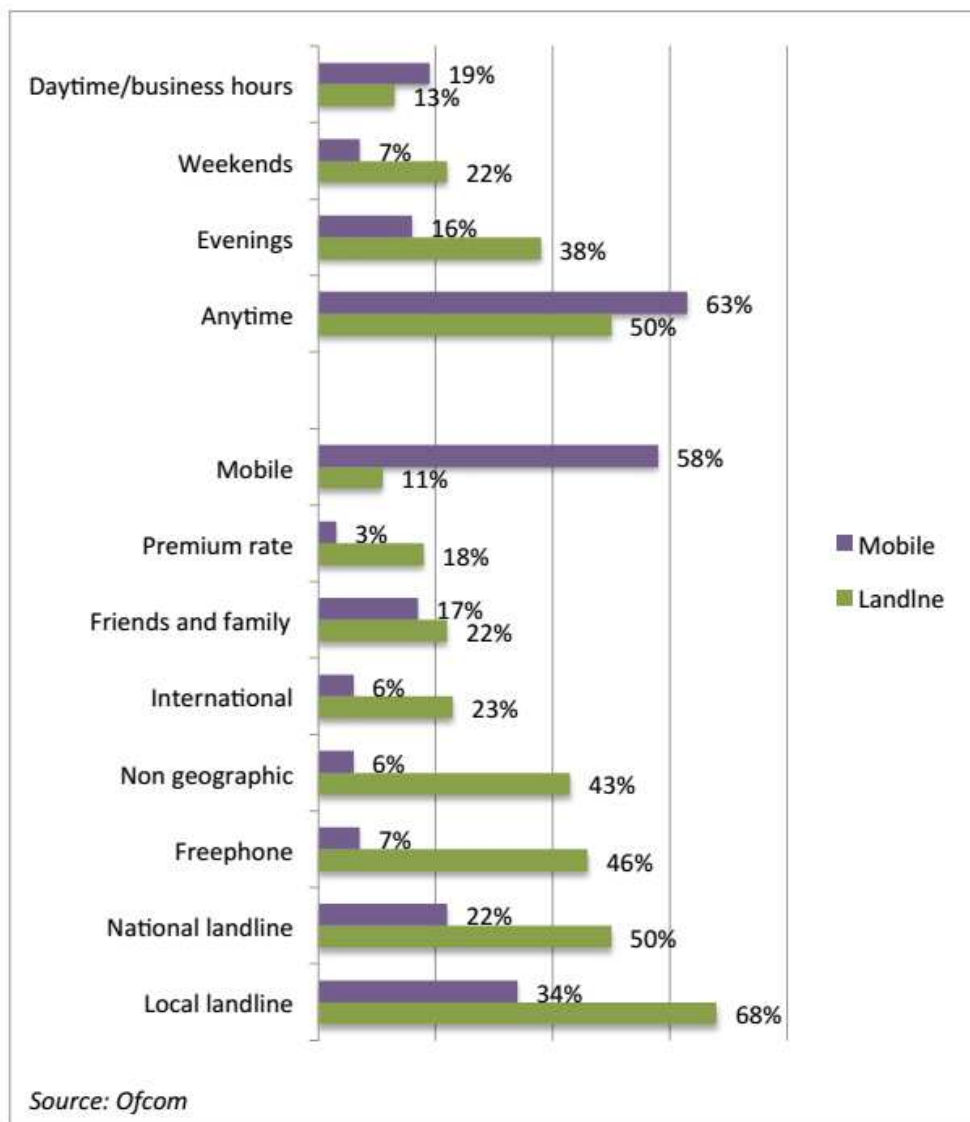


Figure 19: comparaison entre l'utilisation fixe et mobile (source : Ofcom)

218. Il ressort de l'étude réalisée par Ofcom (voir figure ci-dessus) que les consommateurs utilisent leur téléphone mobile pour d'autres types d'appels et à d'autres moments de la journée que leur téléphone fixe. Il y a par exemple bien plus de chances que les consommateurs utilisent leur téléphone mobile pour appeler d'autres téléphones mobiles. Cela ne signifie pas que les appels mobiles remplacent les appels fixes pour tous les types d'appels. Au contraire, les consommateurs semblent décider pour chaque appel distinct s'ils utiliseront leur téléphone mobile ou leur téléphone fixe. Il peut en être déduit que les utilisateurs résidentiels ne considèrent en grande partie pas le téléphone mobile comme (suffisamment) substituable, mais plutôt comme complémentaire.
219. Il peut en être déduit qu'une grande partie des utilisateurs résidentiels ne considère pas le téléphone mobile comme (suffisamment) substituable, mais plutôt comme complémentaire.

220. Il ressort de la figure ci-dessous qu'il n'y a pas non plus de glissement notable sur le marché non résidentiel du nombre d'abonnés fixes actifs vers plus d'abonnés mobiles.

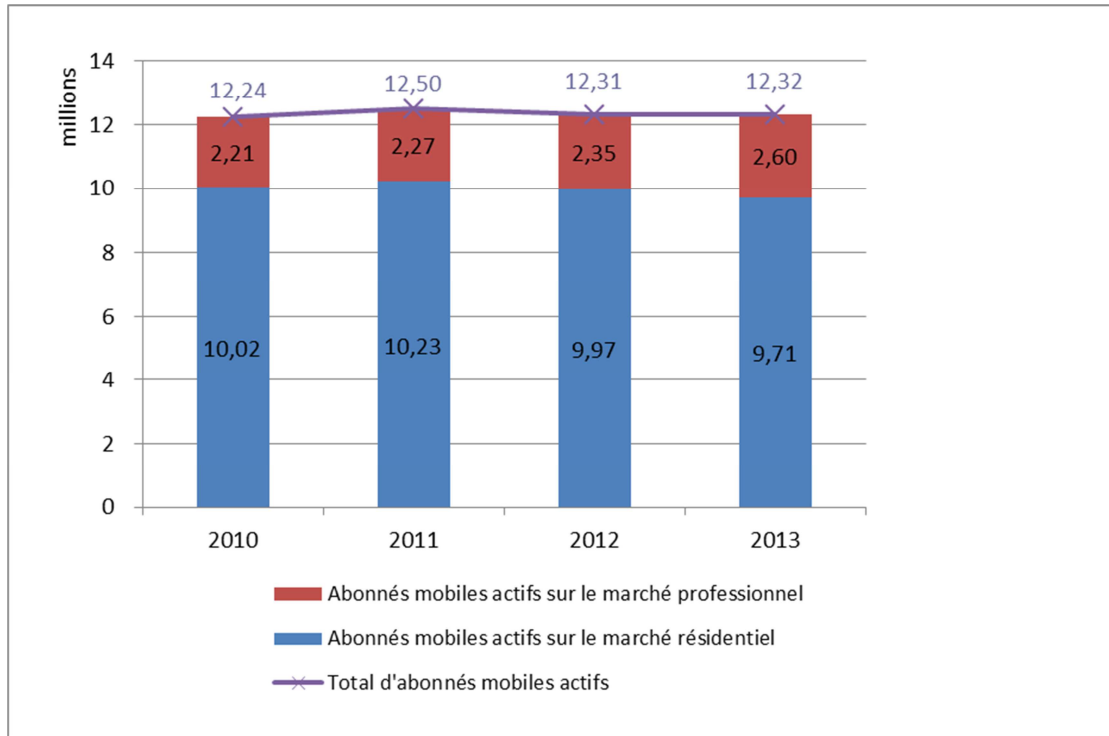


Figure 20: Abonnés mobiles actifs résidentiels – professionnels (MVNO compris)¹¹⁴

221. Si le prix de la téléphonie fixe devait augmenter légèrement mais de manière significative (5 à 10%), il n'est pas nécessairement dit que beaucoup d'utilisateurs finals passeront à la téléphonie mobile.

222. La substituabilité du point de vue de la demande entre les services de détail sur les réseaux téléphoniques publics mobiles et les services de détail sur les réseaux téléphoniques publics fixes est donc insuffisante pour les inclure dans un même marché pertinent. La migration des services fixes vers les services mobiles s'explique en grande partie par une évolution des usages (besoins accrus de la population en termes de mobilité, facilité d'utiliser son téléphone mobile avec un annuaire intégré). Il n'est donc en ce moment pas question d'une substituabilité à part entière.

223. Par conséquent, l'IBPT estime que la substituabilité du côté de la demande entre un service de téléphonie fixe et un service de téléphonie mobile reste insuffisante et ce, en dépit de la forte baisse des tarifs de téléphonie mobile.

224. Telle est également la conclusion de la plupart des autres ARN européennes. A ce jour (janvier 2014), seulement les régulateurs Autrichiens (RTR) et Finlandais (FICORA) ont inclus les services de communication fixe et mobile dans le même marché.¹¹⁵

114 Source : situation du secteur des communications électroniques 2012.

115 Source : Cullen International, janvier 2014.

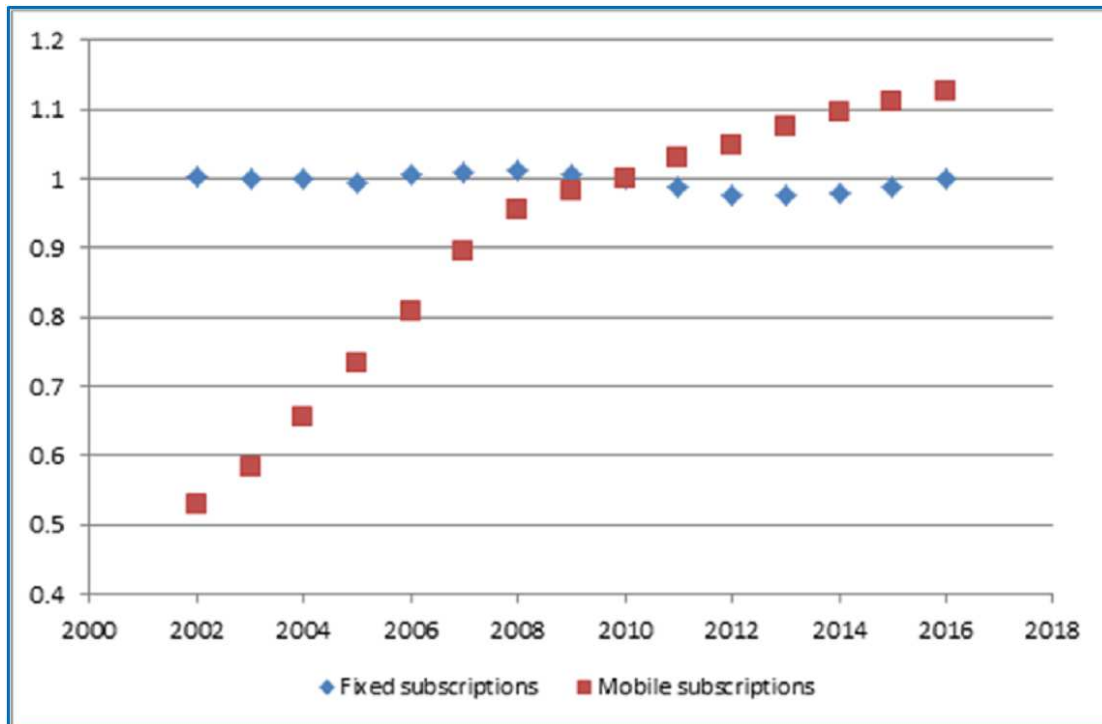


Figure 21: Évolution des abonnements fixes et mobiles dans l'UE des 27 (Source: Ecorys, Idate en ICRI)¹¹⁶

225. La Figure 21 montre que le nombre d'abonnements mobiles dans l'UE des 27 augmente fortement entre 2002 et 2008. À partir de ce moment-là, la croissance des abonnements mobiles a diminué, ce qui indique une saturation du marché. Le nombre de lignes téléphoniques fixes n'a pas été influencé par cette augmentation. Comme il ressort des prévisions, de nombreux ménages disposeront encore d'un raccordement fixe dans les années à venir.

3.1.2.6.2 Substituabilité du côté de l'offre

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

227. Un opérateur de réseau téléphonique public mobile ne pourrait dès lors pas fournir de services téléphoniques fixes sans une adaptation conséquente de ses capacités de production. Par conséquent, il n'existe pas de substituabilité du côté de l'offre. Cette conclusion vaut aussi bien pour les services téléphoniques de la clientèle résidentielle que non résidentielle.

3.1.2.6.3 Décision

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

¹¹⁶ ECORYS, IDATE en ICRI, Future electronic communications markets subject to ex-ante regulation, Final report, 18 septembre 2013, 81.

3.1.2.7 Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée et les services téléphoniques “peer to peer”

3.1.2.7.1 Substituabilité du côté de la demande

228. Les services téléphoniques “peer to peer”¹¹⁷ sont basés sur un logiciel et l'utilisation d'un PC ou d'un téléphone avec fonctions “peer-to-peer”.
229. Les services *peer-to-peer* nécessitent également que l'appelé utilise également le même service chez le même fournisseur de services et soit pro-activement connecté au moment de l'appel. Il n'est donc pas possible d'établir un appel vers n'importe quel utilisateur du réseau téléphonique public à tout moment comme le permettent les autres services téléphoniques en position déterminée (notamment les services “unmanaged VoIP”).
230. Contrairement au service de “voice out”, tel que décrit dans le numéro en marge 180.2, les utilisateurs d'un service “peer-to-peer” peuvent seulement appeler d'autres utilisateurs du même service “peer-to-peer”.
231. Le *peer to peer* ne permet donc pas d'appeler n'importe quel utilisateur du réseau téléphonique public.
232. Les services “peer to peer” ne sont donc pas substituables aux services téléphoniques en position déterminée du point de vue de la demande.

3.1.2.7.2 Substituabilité du côté de l'offre

233. Un service téléphonique “peer to peer” utilise des serveurs qui enregistrent les utilisateurs du service et affichent leur état (connecté, non connecté, absent). La mise en communication consiste à des échanges d'information avec les logiciels correspondants sur les PC ou téléphones des utilisateurs, qui entrent ensuite en communication directe. Il n'est pas fait usage de centraux téléphoniques, de passerelles ou autres équipements utilisés par les opérateurs de communications électroniques.
234. La mise en oeuvre technique des services “peer to peer ” est totalement distincte de celle de services téléphoniques en position déterminée. Le fournisseur d'un service “peer to peer” doit donc faire de nouveaux investissements importants afin d'offrir la téléphonie accessible au public en position déterminée. Un fournisseur de services “peer-to-peer” devra entre autres investir dans les *switches* ou serveurs SIP, des *passerelles* vers le monde de la téléphonie traditionnelle. Un fournisseur de services *peer-to-peer* ne pourrait donc pas fournir à court terme des services téléphoniques publics en position déterminée sans devoir faire face à des coûts substantiels.
235. Les services “peer to peer” ne sont dès lors pas substituables aux services téléphoniques en position déterminée du point de vue de l'offre.

117 Un réseau *peer-to-peer* est généralement un réseau informatique où les ordinateurs connectés sont sur le même pied. L'exemple le plus connu est Skype même s'il existe de nombreuses alternatives comme Viber, VoipBuster.

3.1.2.7.3 Décision

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

236. Cette décision s'aligne sur la publication de la DG Information Society de la Commission européenne en 2004 dans un document d'information et de consultation sur le VoIP : *Commission Staff Working Document on The treatment of Voice over Internet Protocol (VoIP) under the EU Regulatory Framework (CE, 2004)*. Il y est clairement précisé que les services VoIP basés sur un logiciel (comme Skype et MSN) ne relevaient en principe pas du cadre réglementaire. Les services VoIP avec accès depuis et vers les numéros de téléphone E.164 traditionnels (comme *Skype in* et *out*) accessibles au public relèvent par contre bien de ce cadre.

3.1.3 Résultats du test de substituabilité

Substituabilité entre les raccordements téléphoniques en positions déterminées et les services téléphoniques publics en position déterminée	<input type="checkbox"/>
Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle	<input type="checkbox"/>
Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée par commutation de circuits et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée par commutation de paquets	<input checked="" type="checkbox"/>
Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle via (pré)sélection et les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle via accès direct	<input checked="" type="checkbox"/>
Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public « fixe vers fixe » et les services téléphoniques accessibles au public « fixe vers mobile »	<input checked="" type="checkbox"/>
Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée et les services téléphoniques accessibles au public en position non déterminée	<input type="checkbox"/>
Substituabilité entre les services téléphoniques accessibles au public en position déterminée et les services téléphoniques "peer-to-peer"	<input type="checkbox"/>

Table 8: Résultats des tests de substituabilité

3.1.4 La problématique des offres conjointes

237. Comme il a déjà été mentionné au chapitre 2.4.3, "Principales offres conjointes", il existe une forte tendance aux offres conjointes, contenant un paquet de différents produits (raccordement téléphonique, communications téléphoniques, accès à Internet, télévision et téléphonie mobile). Ces offres conjointes sont souvent proposées avec une réduction par rapport au prix du montant total des produits individuels. Il ressort de la Figure 12 du même chapitre qu'en 2013, 28% de la clientèle résidentielle n'achète toujours pas de téléphonie fixe dans le cadre d'une offre conjointe.

238. Les statistiques suivantes illustrent la tendance à l'acquisition d'une offre conjointe de services de communications électroniques sur le marché belge, à savoir entre 2009 et 2013 (Figure 22).

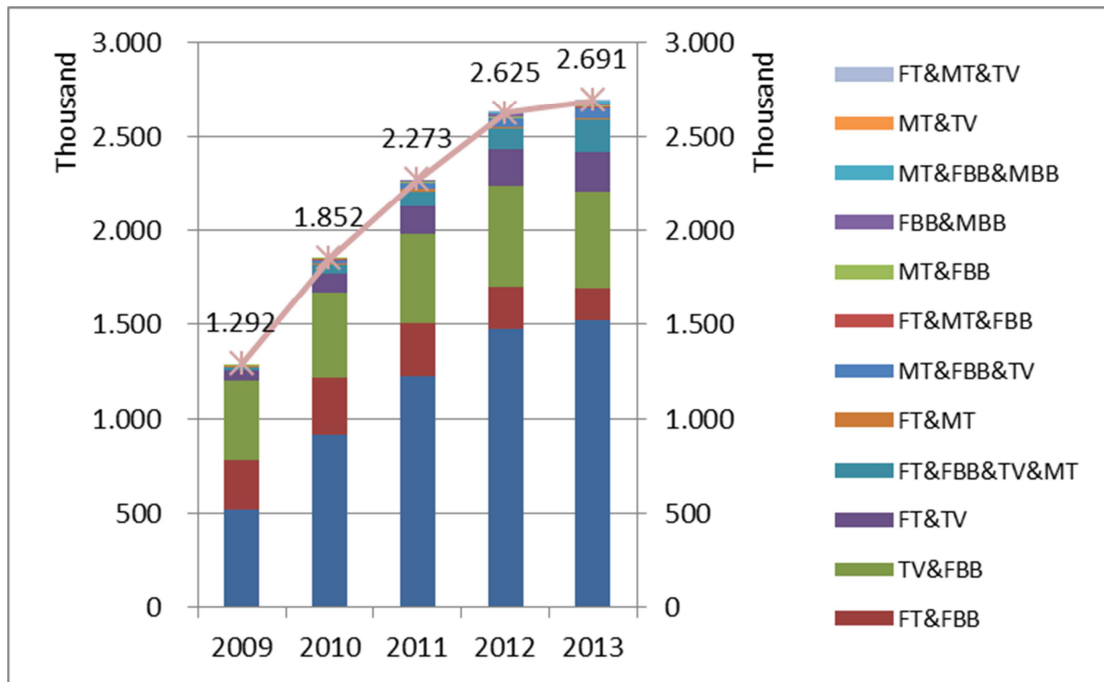


Figure 22: Évolution du nombre d'abonnements groupés au cours de la période 2009-2013 (source : IBPT, 2014)

239. Il peut être observé que le *dual play* 'téléphonie fixe et large bande' perd en popularité mais que le *triple play* 'téléphonie fixe, large bande et télévision' devient de plus en plus populaire. Cependant, la croissance des bundles en 2013 par rapport à 2012 n'est plus aussi spectaculaire que les années précédentes. La croissance est néanmoins lissée.

240. Bien que la pénétration croissante des produits groupés ne constitue pas en soi une raison suffisante pour distinguer un marché de détail séparé pour les offres conjointes¹¹⁸, la question se pose de savoir si un tel marché d'offres conjointes peut se développer durant la prochaine période de régulation. À cet égard, la Commission note ce qui suit dans sa recommandation de 2007 :

"If, in the presence of a small but significant non-transitory increase in price there is evidence that a sufficient number of customers would "unpick" the bundle and obtain the service elements of the bundle separately, then it can be concluded that the service elements constitute the relevant markets in their own right and not the bundle"¹¹⁹.

241. Par conséquent, une pression insuffisante exercée par les produits individuels sur le prix de l'offre groupée pourrait entraîner la distinction d'un marché de détail séparé pour les produits groupés.

118 BEREC, BoR (10)64, Report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition, December 2010: « A high level of bundling penetration may raise the question of whether it would be appropriate to define a market as a bundle, but does not necessarily provide evidence in itself on the suitability of a bundled market definition. »

119 Explanatory Note SEC(2007) 1483 Accompanying document to the Commission Recommendation on Relevant Product and Service Markets within the electronic communications 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 communications networks and services, p. 16.

242. À l'aide des indicateurs figurant dans le rapport de l'ORECE « *Report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition* »¹²⁰, l'IBPT a examiné s'il pouvait être question d'un marché des offres groupées. Il est renvoyé à l'annexe E pour une restitution détaillée de cette analyse.
243. L'annexe E se penche sur certains indicateurs pouvant être utilisés pour déterminer s'il est judicieux de délimiter un marché pertinent d'offres conjointes. Le tableau ci-dessous reprend les conclusions tirées dans l'annexe E.

<i>Indicateur</i>	<i>Conclusion relative au marché des offres conjointes</i>
Avantages spécifiques à la clientèle	L'existence d'économies d'échelle constitue un indicateur de la présence éventuelle d'un marché d'offres conjointes.
Économies sur les coûts de transaction et autres avantages du consommateur	Le consommateur peut toujours trouver son intérêt dans la combinaison des offres de plusieurs fournisseurs.
Transfert de la puissance sur le marché	Le test SSNIP peut, à cause de l'effet de levier, conduire à la conclusion erronée qu'il est question d'un marché pertinent d'offres conjointes.
Frais de migration	L'absence de frais de migration spécifiques pour les offres conjointes est une indication contraire à l'existence d'un marché pertinent d'offres conjointes
Symétrie en parts de marché et pénétration des offres conjointes	L'asymétrie dans le développement des parts de marché n'indique pas l'existence d'un marché pertinent d'offres conjointes

Table 9: Synthèse des indicateurs pour ou contre l'apparition d'un marché pertinent d'offres conjointes

244. Lors de la comparaison des indicateurs mentionnés ci-dessus, l'IBPT est arrivé à la conclusion qu'il n'était pas encore judicieux de délimiter un marché pertinent d'offres conjointes.
245. Il peut être conclu des éléments qui précèdent que les services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée dans le cadre d'une offre conjointe peuvent être considérés comme appartenant au même marché que les services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée, achetés séparément. Le nombre de minutes d'appel via un poste téléphonique fixe qui font partie d'une offre conjointe sont donc comptés dans le calcul des parts de marché.

120 ORECE, BoR (10) 64, Report on bundled offers in retail and wholesale market definition, décembre 2010.

L'IBPT conclut que le marché de produits pertinent contient toutes les minutes d'appel à partir de services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée, qu'elles soient comprises individuellement ou non dans une offre conjointe.

3.2 Marchés géographiques pertinents

246. Conformément aux lignes directrices de la Commission, le marché géographique peut être défini comme « *le territoire sur lequel les entreprises concernées sont engagées dans la fourniture ou la demande des produits ou services pertinents, où elles sont exposées à des conditions de concurrence similaires ou suffisamment homogènes et qui se distingue des territoires voisins sur lesquels les conditions de concurrence sont sensiblement différentes* ». ¹²¹
247. Pour définir les marchés géographiques, l'on peut utiliser les critères de substituabilité du côté de la demande et de l'offre, combinés avec le test du monopoleur hypothétique. En pratique, la Commission européenne rappelle dans les lignes directrices relatives à la puissance significative sur le marché du 17 juillet 2002 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.¹²² L'on peut citer d'autres critères qui ont parfois été pris en compte dans certaines affaires en matière de concurrence: fonctionnalités de services, norme (GSM par exemple), tarification, pratiques commerciales.
248. En Belgique, l'offre de services téléphoniques de Belgacom à destination des clientèles résidentielle et non résidentielle est disponible sur l'ensemble du territoire. Cette ubiquité existe car le réseau de l'opérateur historique couvre l'ensemble du territoire.
249. Une conséquence de cette ubiquité et du fait que Belgacom a été désignée puissante sur le marché national de l'accès téléphonique est que les services téléphoniques fournis peuvent être proposés via sélection/présélection sur l'ensemble du territoire.
250. En outre, vu la large couverture du pays par les réseaux à large bande (DSL, câble), les services téléphoniques de type « *managed VoIP* » et « *unmanaged VoIP* » sont disponibles eux aussi sur la quasi-totalité du territoire belge.
251. Comparé à juin 2013, la pénétration large bande par personne a enregistré une hausse de 32,6% à 33,6% (juin 2013).

121 Voir point 56 des Lignes directrices

122 Voir Décision 1999/573/CE de la Commission du 20 mai 1999 relative à une procédure d'application de l'article 81 du traité CE (affaire IV/36.592 – Cégétel +4), JO n° L 218 du 18 août 1999, p. 0014-0023.

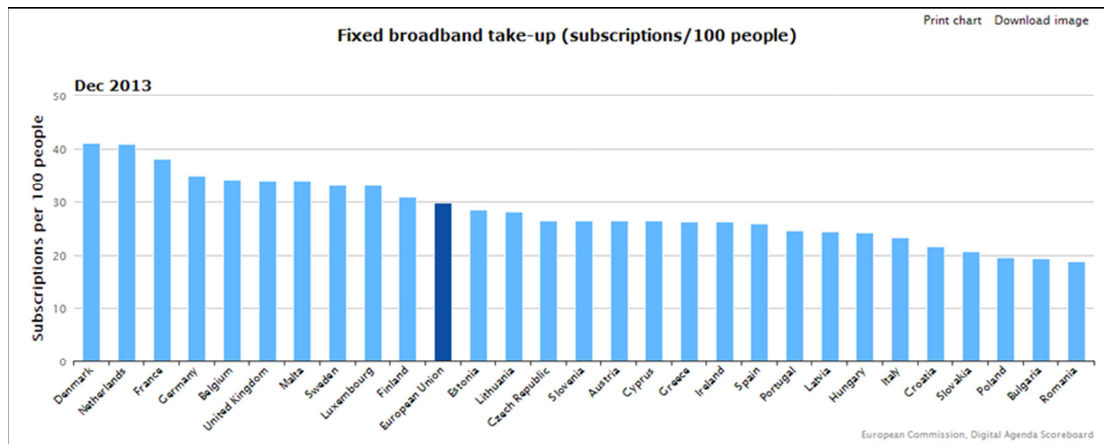


Figure 23: Pénétration large bande dans l'UE (décembre 2013) (Source: agenda numérique pour l'Europe (Commission européenne))

252. Sur le plan réglementaire, les dispositions applicables aux services téléphoniques le sont sur l'ensemble du territoire. Par exemple, les obligations relatives au service universel imposent à Belgacom de fournir un service téléphonique de base sur tout le territoire national. Ce faisant, Belgacom est dans un certain sens poussée à proposer des tarifs homogènes conformément à l'article 34§2 de l'annexe de la loi télécoms. Cet article prévoit que le prestataire du service universel ne peut appliquer des tarifs différents pour une même prestation que si ces différences sont basées sur des critères objectifs, transparents et non-discriminatoires. En l'occurrence, il semble de plus que Belgacom n'applique pas de tarifs différents pour un même service sur le territoire national.
253. S'il est indéniable que l'homogénéité du marché au niveau national s'explique en partie à des obligations réglementaires, l'Institut maintient cependant que la prise en compte de ces obligations est pertinente au niveau de la définition géographique du marché conformément au point 59 des lignes directrices de la Commission.¹²³
254. La majorité des opérateurs proposent leurs services sur l'ensemble du territoire avec des plans tarifaires valables pour l'ensemble du territoire. C'est le cas de Belgacom, des opérateurs CS/CPS, des opérateurs 'unmanaged VOIP' et des principaux opérateurs qui utilisent les offres wholesale de Belgacom pour proposer le *managed VoIP* (Base Company, EDPnet et jusqu'il y a peu Mobistar).
255. En ce qui concerne les entreprises ayant une zone de couverture plus limitée (comme Telenet, Numericable, Brutélé et Tecteo), il convient de rappeler « *the fact competitors have a supply area which is not national does not suffice to conclude*

123 Lignes directrices du 11 juillet 2002 de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance de marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques (2002/C 165/03), 13:

In the electronic communications sector, the geographical scope of the relevant market has traditionally been determined by reference to two main criteria (42):

(a) the area covered by a network (43); and

(b) the existence of legal and other regulatory instruments (44).

that there are distinct markets ». ¹²⁴ Il convient en effet d'analyser les conditions concurrentielles pour définir la portée géographique du marché. Pour définir un marché géographique, il faut en effet seulement que les conditions de concurrence soient suffisamment homogènes. ¹²⁵

256. Les stratégies commerciales des câblo-opérateurs peuvent différer et les offres sont différentes suivant les régions ; mais l'on constate que la réponse de Belgacom à ces différentes offres est nationale: 'Happy Time XL' de Belgacom est par exemple quasiment l'homologue national de 'Freephone Europe' de Telenet. L'IBPT constate donc que la différenciation géographique des offres câblo-opérateurs (dues au fait que ces opérateurs sont indépendants les uns des autres) ne se traduit pas par une différenciation géographique des offres des opérateurs à couverture nationale, qui continuent à leur opposer des offres nationales. La dynamique concurrentielle est donc suffisamment homogène pour conclure à l'existence d'un marché national.
257. Une segmentation géographique plus fine ne paraît pas réaliste. En effet, bien qu'un opérateur national puisse être le seul fournisseur dans une zone A et être en concurrence avec d'autres fournisseurs sur une autre zone B, segmenter un tel marché suivant les zones A et B ne rendrait pas compte des spécificités nationales des fournisseurs nationaux (politique tarifaire et commerciale, couverture de réseau et réglementation des offres de gros nationales). Une extrapolation de ce principe viserait alors à définir une nouvelle zone géographique dès que le nombre de fournisseurs est différent d'un territoire à l'autre et à chaque évolution de la couverture géographique des fournisseurs.
258. Tous les autres États membres sont quasiment arrivés à la même conclusion : une délimitation nationale du marché (voir Table 10).

Pays	Marché 3 (2003)		Marché 5 (2003)	
	National	Sous-national	National	Sous-national
Belgique	X		X	
Bulgarie	X		X	
Chypre	X		X	
Croatie	X		X	
Danemark	Test des 3 critères non concluant		X	
Allemagne	X		X	
Estonie	X		X	
Finlande		Régional		Régional
France	Test des 3 critères non concluant		Test des 3 critères non concluant	
Grèce	X		X	
Grande-	À l'exception de			

124 Explanatory Note SEC(2007) 1483 Accompanying document to the Commission Recommendation on Relevant Product and Service Markets within the electronic communications 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 communications networks and services, p. 12.

125 Communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence (97/C 372/03).

Bretagne	"la région de Hull"			
Hongrie		Régional		Régional
Italie	X		X	
Lettonie	X		X	
Lituanie	X		X	
Luxembourg	Test des 3 critères non concluant		Test des 3 critères non concluant	
Malte	X		X	
Pays-Bas	X		X	
Norvège	X		X	
Autriche	X		X	
Pologne	X		X	
Portugal	X		X	
Roumanie	X		X	
République tchèque	X		X	
Slovaquie	X		X	
Espagne	X		X	

Table 10: Comparaison de la définition géographique dans l'UE (Source : Cullen International, juillet 2014)

3.3 Décision

L'IBPT considère que les marchés pertinents sont :

- Le marché national des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle.
- Le marché national des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle.

4 Test des trois critères

4.1 Introduction

259. Lorsqu'une ARN énumère un marché qui n'est pas repris dans la liste des marchés de la recommandation de 2007¹²⁶, il est approprié, selon cette recommandation, d'examiner les caractéristiques du marché afin de déterminer si celui-ci est susceptible de faire l'objet d'une régulation ex ante. Cet examen se base sur le test des trois critères.¹²⁷
260. Ce n'est que si ces trois critères sont remplis cumulativement que le marché entre en considération pour une régulation ex ante.¹²⁸ Il suffit donc que l'un d'eux ne soit pas rempli pour que le test soit négatif et que le marché ne puisse pas être régulé ex ante. Ces critères sont les suivants :
261. 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 distinguées : les barrières structurelles et les barrières légales ou réglementaires.
262. Le deuxième critère consiste à déterminer si les caractéristiques d'un marché présagent une évolution vers une situation de concurrence effective ; ce critère est dynamique et prend en compte un certain nombre d'aspects structurels et comportementaux, qui permettent de savoir si, sur la période considérée, le marché va devenir plus concurrentiel . 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 autorités réglementaires nationales et régionales) et non comme une spéculation théorique.
263. 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.
264. Enfin, il peut être remarqué que la recommandation de 2007 précise encore ce qui suit :

"En ce qui concerne les premier et deuxième critères, les principaux indicateurs à considérer lors de l'évaluation sont analogues à ceux examinés dans le contexte d'une analyse de marché prospective. Il s'agit en particulier des indicateurs concernant les barrières à l'entrée en l'absence de réglementation (notamment l'ampleur des coûts irrécupérables), la structure du marché, les performances et la dynamique du marché, notamment des indicateurs comme les parts de marché et les

126 Recommandation 2007/879/CE de la Commission du 17 décembre 2007 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante conformément à la Directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques, JOCE L 344 du 28 décembre 2007, 65-69.

127 Considérants 5 à 14 de la recommandation de 2007. Voir aussi partie 2.2 de l'exposé des motifs de la Recommandation de 2007.

128 Considérant 14 et article 2 de la recommandation de 2007.

tendances en la matière, les prix du marché et les tendances en la matière, ainsi que l'étendue et la couverture des réseaux ou infrastructures en concurrence."¹²⁹

265. La Commission recommande expressément que les ARN veillent à remplir cumulativement les trois critères lors de la désignation d'autres marchés que ceux repris dans la recommandation.¹³⁰
266. La Commission précise en outre que l'ARN peut opter pour ne pas effectuer de procédure d'analyse de marché pour les marchés énumérés dans la Recommandation « *si elle constate que les trois critères ne sont pas remplis pour le marché en question* ». ¹³¹
267. Dans le texte qui suit, les marchés pertinents de services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et non résidentielle seront examinés séparément concernant la présence éventuelle d'entreprises puissantes sur le marché et la satisfaction au test des trois critères.
268. Vu les similitudes existant entre les deux marchés, il n'est pas toujours fait une séparation rigoureuse dans ce chapitre. Un grand nombre des remarques valables pour le marché résidentiel s'appliquent également au marché non résidentiel. Nous indiquons dès lors, le cas échéant, quel marché est concerné par un paragraphe ou alinéa.
269. Pour l'étude de ces critères, l'IBPT s'est entre autres basé sur le rapport du European Regulators Group (désormais : l'ORECE), intitulé "*Guidance on the application of the three criteria test*"¹³².

4.2 1er critère: barrières à l'entrée

270. Ce critère est précisé comme suit dans la recommandation de 2007 :

"Le premier critère réside dans la présence de barrières élevées et non provisoires à l'entrée, qu'elles soient de nature structurelle, légale ou réglementaire. [...]"

Les barrières structurelles découlent des caractéristiques initiales du niveau de la demande ou de la structure de coûts qui en découle créant des conditions asymétriques entre les opérateurs en place et les nouveaux arrivants, freinant ou empêchant l'entrée sur le marché de ces derniers. Ainsi, les barrières structurelles peuvent s'avérer élevées sur un marché caractérisé par des avantages de coûts absolus, des économies d'échelle et/ou de gamme massives, des contraintes de capacité et par des coûts irrécupérables importants. À l'heure actuelle, ce type de barrières entrave encore le déploiement et/ou la fourniture généralisée de réseaux d'accès local en positions déterminées. On est également en présence d'une barrière

129 Considérant 6 de la recommandation 2007/879/CE de la Commission du 17 décembre 2007 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante conformément à la Directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques, JOCE L344 du 28 décembre 2007, n° 344, 65-69.

130 Article 2 de la recommandation de 2007.

131 Considérant 17 de la Recommandation de 2007. Enfin, il est rappelé que la Cour d'appel de Bruxelles a estimé que l'IBPT n'était pas obligé d'exécuter le test des trois critères pour un marché énuméré par la Commission européenne, en l'espèce le marché 12 de la Recommandation de 2003 étant donné que la Commission avait estimé que ce marché entrait en considération pour la régulation. (Bruxelles, 7 mai 2009, point 166-167)

132 ERG Report (08) 21, Guidance on the application of the three criteria test

structurelle lorsque la fourniture de services requiert un élément de réseau qui ne peut être reproduit pour des raisons techniques ou seulement à un coût dissuasif pour les concurrents."

271. Les barrières légales ou réglementaires ne résultent pas de conditions économiques mais de mesures législatives, administratives ou d'autres actes des pouvoirs publics ayant un effet direct sur les conditions d'entrée et/ou la position des opérateurs sur le marché pertinent. On peut citer comme exemple de barrières légales ou réglementaires à l'entrée sur le marché la limitation du nombre d'entreprises ayant accès au spectre pour la fourniture de services sous-jacents, ou encore les contrôles des prix et les autres mesures de ce type appliquées aux entreprises, qui entravent non seulement l'entrée, mais aussi le positionnement des entreprises sur le marché. Les barrières légales ou réglementaires qui peuvent être supprimées dans un délai déterminé ne doivent normalement pas être considérées comme constituant une barrière économique à l'entrée qui permettrait de remplir le premier critère.¹³³ Dans son exposé des motifs de la recommandation de 2007, la Commission européenne déclare concernant les marchés de communications fixes :

"Wholesale regulation, including Carrier Selection and Carrier Pre-Selection obligations, significantly reduces the barriers to entering these markets. This is evidenced by large-scale market entry of alternative operators across Europe, to the detriment of incumbents which overall have been losing significant market share."

272. Il convient de vérifier si la situation que nous constatons actuellement en Belgique correspond aux constatations faites par la Commission européenne.

4.2.1 Barrières législatives et réglementaires

273. Au plan légal et réglementaire, l'entrée sur le marché est relativement aisée. Les principales exigences sont la notification des services avant de débiter leur exploitation et le paiement de redevances administratives. Le nombre d'opérateurs n'est nullement limité.
274. Pour les opérateurs désireux de déployer eux-mêmes leur propre infrastructure (d'accès ou longue distance), les droits de passage et les procédures pour les obtenir peuvent néanmoins représenter des barrières à l'entrée.

4.2.2 Barrières structurelles

275. Ci-dessous sont repris un certain nombre de faits qui montrent que des barrières à l'entrée existent encore sur les marchés de détail de la téléphonie, bien que certaines constatations doivent être nuancées.
276. Le fait que Belgacom dispose encore sur le marché d'accès à la téléphonie fixe de grandes parts de marché, respectivement 70% pour les offres à faible capacité et

133 Considérant 6, 8, 9 et 10 de la recommandation de 2007.

60% pour les offres à haute capacité¹³⁴, se traduit aussi par une avancée des opérateurs alternatifs en ce qui concerne l'achat des services de communication.

277. Par l'imposition d'une mesure CPS, l'IBPT essaie d'améliorer la situation de concurrence sur ce marché.¹³⁵ De ce fait, les barrières techniques et financières sont considérablement réduites car les opérateurs ne doivent plus faire d'investissements trop importants avant de pouvoir entrer sur ce marché. La solution d'accès via le CPS telle que règlementée maintient une certaine pression concurrentielle efficace même si le volume de clientèle utilisant le CPS a baissé (voir Table 12), en raison entre autres de la présence d'autres accès possibles au marché (BROBA, BRUO, ...), plus amplement décrits à partir du paragraphe 281.
278. Comme déjà démontré au chapitre 2.4.1, de plus en plus d'offres forfaitaires sont toutefois actuellement proposées. Pour les opérateurs CS/CPS il reste toutefois difficile d'introduire une offre forfaitaire, étant donné que tout dépassement du volume moyen des communications (tous clients confondus) pris en compte pour le business plan se paie au tarif d'interconnexion (c'est-à-dire aux coûts moyens) tandis que pour un opérateur d'accès ce dépassement se fait aux coûts marginaux pour le collecting ainsi que pour le terminating on-net. En heures creuses, ces coûts marginaux sont même nuls. Comme les offres forfaitaires sont populaires (cf. le succès de Happy Time XL de Belgacom, Freephone Europe de Telenet) il est plus difficile pour les opérateurs CPS d'être concurrentiels.
279. Le fait que les utilisateurs finals optent donc de plus en plus pour une offre groupée proposant outre la téléphonie fixe, également des services large bande et de télévision fait du C(P)S un produit commercial de moins en moins prometteur.
280. Le fait, pour un client CPS, de devoir être en relation avec deux fournisseurs et de recevoir deux factures (accès et services additionnels d'une part, communications d'autre part) avait aussi été considéré comme pas tout à fait satisfaisant pour la création de conditions de concurrence équitables entre l'opérateur historique et les autres opérateurs. En l'absence d'une offre de revente de l'abonnement opérationnelle, cette constatation reste valable.
281. Il est possible pour les opérateurs alternatifs de proposer aux entreprises, en plus du CPS, la téléphonie vocale de différentes manières. Outre le déploiement de leur propre réseau, ils peuvent utiliser pour ce faire par exemple l'offre de référence BRUO de Belgacom (produits dégroupés), l'offre de référence BROBA/WBA VDSL2 de Belgacom (accès bitstream) et l'offre de référence BROTSOLL de Belgacom (ligne louées). Ces possibilités sont examinées ci-dessous.

Via le réseau propre

134 Voir la décision du Conseil de l'IBPT du 31 janvier 2013 relative à la définition des marchés, à l'analyse des conditions de concurrence, à l'identification des opérateurs puissants sur le marché et à la détermination des obligations appropriées pour le marché 1 de la liste de la recommandation de la Commission européenne du 17 décembre 2007, accès au réseau téléphonique public en position déterminée, [chapitre 4.2.2.](#)

135 Voir la décision du Conseil de l'IBPT du 31 janvier 2013 relative à la définition des marchés, à l'analyse des conditions de concurrence, à l'identification des opérateurs puissants sur le marché et à la détermination des obligations appropriées pour le marché 1 de la liste de la recommandation de la Commission européenne du 17 décembre 2007, accès au réseau téléphonique public en position déterminée, [chapitre 5.4.2.](#)

282. Pour les opérateurs souhaitant opérer sur la base de leur propre réseau d'accès (à bande étroite ou large bande), les barrières à l'entrée sont très importantes. Le déploiement d'un réseau d'accès exige des ressources financières considérables et de tels frais liés aux investissements sur les réseaux sont difficiles à récupérer. En outre, le déploiement d'un réseau d'accès se heurte également aux contraintes en matière de travaux sur la voie publique. Dans les faits, seuls des opérateurs ayant disposé dans le passé de droits exclusifs disposent aujourd'hui d'un réseau d'accès couvrant de larges parties du territoire.

Via un accès dégroupé

283. Pour les opérateurs offrant des services téléphoniques sur la base de l'offre de référence de Belgacom pour le dégroupage (BRUO) ou l'accès bitstream (BROBA/WBA VDSL2), les barrières sont moins importantes que pour le déploiement d'un réseau d'accès propre car les produits de gros sont disponibles à un prix régulé. Ces produits sont conçus pour aider les opérateurs à gravir l'échelle des investissements. Le dégroupage de la boucle locale demande néanmoins des moyens non négligeables et, vu l'existence d'économies d'échelle, ne se justifie que lorsqu'un certain volume peut être atteint. L'IBPT fait remarquer que les opérateurs alternatifs n'offrent pas de services téléphoniques de façon isolée sur la base de l'offre de référence de BROBA/WBA VDSL2, ou de BRUO, mais plutôt dans le cadre d'offres groupées (accès téléphonique, services téléphoniques, accès Internet à large bande).

284. L'IBPT souhaite souligner que l'avenir de l'accès dégroupé n'est pas si prometteur en Belgique.

284.1 Premièrement, suite aux évolutions technologiques intervenues sur le réseau de Belgacom, les grands centraux perdent leur raison d'être et peuvent être remplacés par des centraux plus petits ou tout simplement être supprimés. Belgacom a annoncé au cours de son assemblée générale du 9 avril 2008 que dans le cadre de la modernisation de son réseau et du passage à la technologie IP, elle souhaitait fermer environ 10% à 15% de ses centraux (plus ou moins 65 au total). L'impact de la fermeture de 65 centraux est considérable. Bien qu'il s'agisse seulement de 10 à 15% du nombre de centraux, cela aura un impact sur 40% des lignes BRUO (et 14% des lignes BROBA).¹³⁶

284.2 En 2008, Analysys Mason a mené une étude, pour le compte de l'IBPT, sur la viabilité du dégroupage de la sous-boucle locale¹³⁷. Sur la base d'un modèle de business case, Analysys Mason a conclu que, dans les conditions actuelles du marché et en particulier sans interventions réglementaires, le business case du dégroupage de la sous-boucle locale est moins attrayant d'un point de vue commercial que le dégroupage.¹³⁸

136 Source : Consultation du Conseil de l'IBPT du 24 septembre relative à la fermeture des centraux http://www.bipt.be/public/files/fr/21029/Consultatie_sluiting-centrales_FR.pdf

137 Le dégroupage au niveau de la cabine de rue

138 Source : Addendum NGA 12 novembre 2008

285. Cependant, une série de décisions prises depuis 2008 ont contribué ou vont contribuer à faciliter l'entrée et l'expansion sur le marché de la large bande, par exemple via une baisse du prix LLU¹³⁹.

Via bitstream

286. Lorsqu'il est fait recours à l'offre BROBA, il reste également certaines barrières à l'accès car cela nécessite d'investir également dans la fourniture d'un service d'accès internet et présente des coûts minimaux de backhauling et de capacité Ethernet vers chacun des LEX où sont connectés des clients (ne fût-ce qu'un client).

287. Le 1er juillet 2011, la CRC a pris une décision permettant aux opérateurs alternatifs le *triple play*¹⁴⁰, ce qui devrait avoir un impact positif sur le marché des services téléphoniques. La fonctionnalité multicast en particulier doit favoriser l'offre des produits *multiplay* avec accès téléphonique, accès large bande et services de radiodiffusion.

288. Bientôt les opérateurs alternatifs utiliseront aussi les offres régulées pour la télévision et la large bande via les câblo-opérateurs.¹⁴¹ Bien que les mesures imposées aux câblo-opérateurs ne concernent pas directement les services voix, les opérateurs alternatifs pourraient néanmoins les utiliser pour proposer des services "*unmanaged VoIP*".

289. Plusieurs opérateurs alternatifs offrent le *managed VoIP* dans une offre conjointe¹⁴² via des plateformes xDSL sur la base de la régulation de BROBA/WBA et BRUO. Nous en retrouvons une forte indication dans la part croissante des lignes '*Without Voice*'¹⁴³ de Belgacom, également pour les applications résidentielles.¹⁴⁴

139 Décision du Conseil de l'IBPT du 9 novembre 2011 visant à corriger la décision du Conseil de l'IBPT du 3 août 2010 concernant la BRUO rental fee.

140 La décision de la CRC du 1er juillet 2011 concernant l'analyse des marchés large bande oblige Belgacom à donner l'accès aux opérateurs alternatifs à un produit bitstream qui comprend des fonctionnalités multicast.

141 Conformément aux décisions de la CRC du 1er juillet 2011 concernant l'analyse du marché radiodiffusion télévisuelle, respectivement sur les territoires néerlandophone, francophone, germanophone et la région bilingue de Bruxelles-Capitale.

142 La VoB n'est pratiquement jamais offerte seule mais bien dans le cadre d'une offre groupée avec accès à Internet. La possibilité de croissance de la VoB dépend de la pénétration de la large bande. En juillet 2013, la pénétration large bande fixe s'élevait en Belgique à 33,8% par rapport à une moyenne européenne de 29,4% (Source: Digital Agenda Scoreboard)

143 Cela signifie qu'un opérateur alternatif achète un produit chez Belgacom sans ligne téléphonique Belgacom fixe (donc seulement Internet).

144 L'utilisation de BRUO/BROBA/WBA VDSL2 pour les applications voix a également été reconnue dans la décision de la CRC du 1er juillet 2011 concernant l'analyse des marchés large bande.

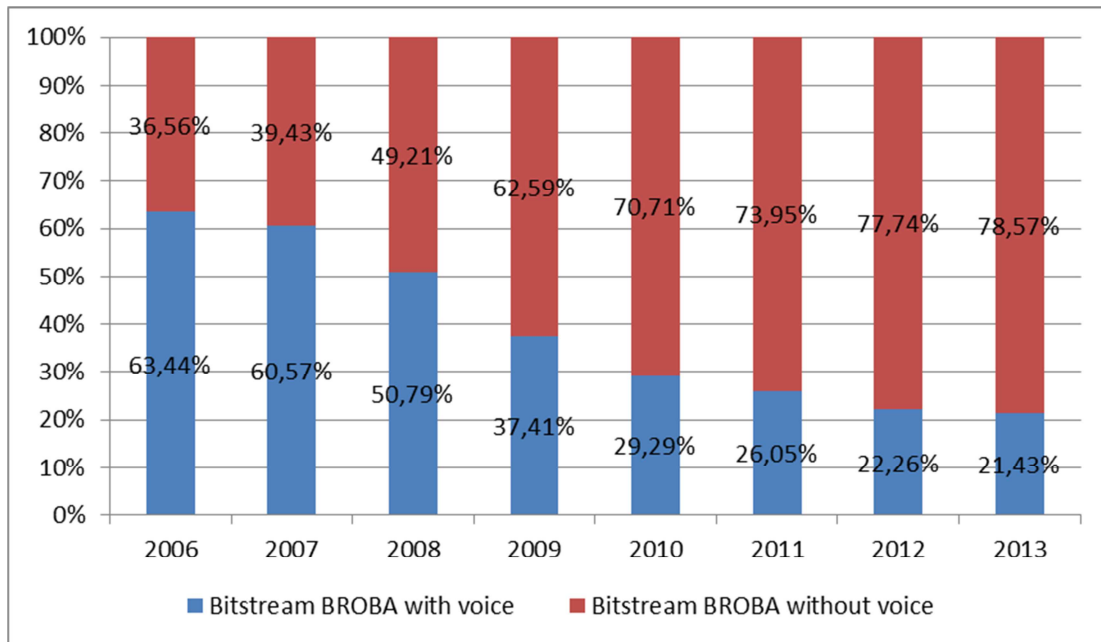


Figure 24: Évolution avec/ sans lignes voix pour Belgacom (Source : IBPT)

290. Les conclusions tirées de cette croissance doivent cependant être nuancées.

290.1 Premièrement une part croissante de lignes 'without voice' peut signifier deux choses : soit aucune téléphonie chez BGC, soit le VoIP chez un opérateur alternatif.

290.2 Deuxièmement, en valeur absolue, le volume total de lignes *without voice* reste limité (soit 112.373 lignes à la fin de 2012). Sur un total de 4.634.147 lignes d'accès (*managed VoB* compris) cela fait seulement 2,42%.

291. Entrer sur le marché via bitstream est surtout à cause de la croissance des produits *multiple play* une barrière d'entrée élevée parce que il faut faire des investissements dans un service d'accès internet pour pouvoir satisfaire à la demande de produits télécom.

Via les lignes NGLL

292. L'obligation qui pèse sur Belgacom de donner l'accès aux lignes NGLL¹⁴⁵ avec le choix de la technologie pour l'opérateur alternatif (tant que l'infrastructure classique est opérationnelle) fait en sorte que des solutions soient possibles sur le marché non résidentiel qui soient moins chères que les lignes louées classiques.

"Faute d'une telle obligation, les opérateurs alternatifs devraient supporter des coûts supérieurs (c'est-à-dire acheter à Belgacom du transport WDM/SDH sur de plus longues distances et plus cher) pour offrir un service équivalent à celui de Belgacom."

145 Voir Décision du Conseil de l'IBPT du 8 août 2013 relative à l'analyse de marché 7 (recommandation 2003) et du marché 6 (recommandation 2007): ensemble minimal des lignes louées (marché 7 (03)) et segments terminaux de lignes louées au niveau de gros (marché 6(07)), 157-159.

293. Les opérateurs alternatifs pourront utiliser ces lignes NGLL pour dupliquer les offres Explore de Belgacom, soit une offre qui combine les services voix, data et lignes louées pour les utilisateurs professionnels.
294. Ce moyen moins coûteux de connecter des clients peut avoir un impact positif sur le marché des services téléphoniques pour la clientèle non résidentielle.
295. Etant donné que l'offre de référence NGLL n'est pas encore opérationnelle, il n'est pas possible d'évaluer précisément l'impact de cette mesure sur le marché.
296. En outre, la barrière à l'entrée reste élevée parce que les offres *multiple play* ne cessent également de gagner en popularité auprès des utilisateurs professionnels, augmentant ainsi les coûts de l'opérateur alternatif pour pouvoir tout offrir.

Via unmanaged VoIP

297. Le fait que ces dernières années des opérateurs *VoIP unmanaged* sont cependant venus s'ajouter (par exemple Svanto (fondé en 2011), IP Nexia, Digiweb Telecom), indique que le marché peut être pénétré de cette manière. Pour ces opérateurs, il est relativement aisé d'entrer sur le marché avec des moyens limités et d'une manière entièrement indépendante de Belgacom.
298. Maintenant que la portabilité des numéros est également d'application à tous les opérateurs, donc aussi aux opérateurs *unmanaged VoIP*, les utilisateurs finals peuvent rapidement changer de fournisseur de services téléphoniques avec des contraintes limitées (comme par exemple remplir un formulaire d'autorisation). De plus, tous les opérateurs sont à présent obligés de fournir un accès aux services d'urgence. Cela contribue à la diminution des barrières à l'entrée vu que les utilisateurs finals ne doivent plus disposer de deux formes d'accès pour joindre les services d'urgence.
299. Une remarque doit cependant être formulée à ce propos, tout comme pour les services CPS (voir numéro en marge 279). Le succès des offres groupées avec la téléphone fixe freine en effet le développement de services voip unmanaged, parce que de plus en plus de clients aiment acheter autant de produits que possible au même fournisseur (offre groupée), comme le montre la Figure 22.

Barrière à l'entrée supplémentaires

300. De plus, d'autres barrières à l'entrée existent encore pour les opérateurs alternatifs. Celles-ci sont examinées ci-dessous.
301. Du fait qu'il existe déjà une relation commerciale avec la clientèle, Belgacom doit supporter un coût de recrutement des clients inférieur à celui d'un opérateur CPS (lequel perd toute relation commerciale avec le client qui décide de mettre fin à la présélection).
302. Pour attirer des clients supplémentaires, les opérateurs alternatifs doivent investir de plus dans de grandes campagnes de marketing, ce qui entraîne d'importantes dépenses à fonds perdus. Les dépenses à fonds perdus ont toutefois un impact bien plus faible sur les marchés de services téléphoniques que sur les marchés des services d'accès au réseau téléphonique public. En effet, un commutateur, des accords d'interconnexion et un système de facturation suffisent

pour être un opérateur de réseau actif sur les marchés des services téléphoniques. D'autre part, les revendeurs de services téléphoniques qui commercialisent les offres des opérateurs de services téléphoniques ne doivent pas consentir de dépenses importantes pour entrer ou se développer sur ce marché.

303. Malgré la possibilité de changer rapidement d'opérateur, une certaine partie des utilisateurs finals de PSTN sont confrontés à de hautes barrières à l'entrée pour passer de PSTN à VoIP¹⁴⁶ :
- 303.1 Premièrement, une partie des utilisateurs finals peut être inerte suite à des frais de recherche ou à l'asymétrie des informations;
- 303.2 Ensuite, certains utilisateurs non résidentiels utilisent toujours d'anciens systèmes téléphoniques PSTN qui ne fonctionneront pas avec des connexions VoIP ;
304. Toutefois, des prix inférieurs pour le *unmanaged* VoIP¹⁴⁷ et l'absence de nécessité d'abonnement pour l'accès téléphonique devraient pouvoir convaincre des ménages et des entreprises à passer à une solution *unmanaged* VoIP.
305. Les opérateurs qui disposent de volumes considérables, disposent de grandes économies d'échelle, vu que leurs coûts fixes peuvent être amortis sur un nombre important de minutes pour pouvoir réduire leur coût unitaire de production. Sur les marchés des services téléphoniques nationaux, Belgacom, dispose toujours de volumes significatifs; son réseau d'accès et de transport couvre le départ, l'acheminement et la terminaison de la majorité des appels nationaux. Belgacom bénéficie donc d'économies d'échelles significatives qui représentent un avantage concurrentiel important par rapport à ses concurrents sur les marchés des services téléphoniques nationaux. Les mesures applicables sur les marchés de gros sous-jacents, notamment l'orientation sur les coûts et la non-discrimination interne permettent de compenser l'existence d'économies d'échelle sur ces marchés mais seulement pour les services de gros achetés à Belgacom. Les opérateurs alternatifs ne bénéficient pas des mêmes économies d'échelle que Belgacom pour les coûts sur leur propre réseau. Les mesures applicables sur les marchés de gros ne permettent pas non plus de neutraliser les économies d'échelle dont Belgacom peut bénéficier sur les marchés de détail (p.ex. de moindres coûts unitaires de marketing, de publicité, de facturation...) grâce à un nombre de clients nettement supérieur.
306. Si l'on se base sur le même raisonnement que celui des économies d'échelle, les opérateurs ayant une gamme étendue de services de communications électroniques bénéficient, d'économies de gamme importantes. En effet, les coûts des infrastructures de réseaux nationales peuvent être répartis sur une gamme étendue de services qui sont fournis sur le territoire belge. Nous observons cependant que, dans le cadre de la stratégie d'offres conjointes de tous les opérateurs télécoms, les câblo-opérateurs ainsi que les opérateurs alternatifs sont en mesure de fournir à de nombreux niveaux une gamme étendue de services

146 ECORYS, IDATE en ICRI, Future electronic communications markets subject to ex-ante regulation, Final report, 18 septembre 2013.

147 Comme il ressort du chapitre 3.4 de cette décision.

(services téléphoniques fixes et mobiles, services d'accès au réseau téléphonique, services d'accès à Internet, services de diffusion des programmes télévisés). De même, les activités commerciales de ces opérateurs peuvent être mutualisées afin de réduire les coûts marketing et de commercialisation de chaque service. Toutefois, Belgacom dispose toujours du principal potentiel en économies de gamme. Ainsi, outre la téléphonie mobile précédemment citée, entre-temps Scarlet, Telindus (principal intégrateur de réseau), Skynet (un des principaux fournisseurs de services Internet) et BICS (spécialisé en services internationaux)¹⁴⁸ font également partie du groupe Belgacom.

307. Sur les marchés des services téléphoniques nationaux, les opérateurs verticalement intégrés (notamment Belgacom) contrôlent les infrastructures et les services de gros nécessaires aux autres opérateurs pour fournir des services téléphoniques équivalents à ceux qu'ils fournissent eux-mêmes sur les marchés de détail. Ceci implique qu'ils pourraient profiter de cette maîtrise des services de gros pour limiter la marge de manœuvre des autres opérateurs sur les marchés de détail. L'IBPT note néanmoins que la régulation actuelle des services de gros (terminaison, départ d'appels et accès large bande) limite cet avantage concurrentiel sur le marché.

4.2.3 Conclusion 1er critère

Les barrières à l'entrée dépendent fortement du mode de fourniture du service téléphonique. Néanmoins, la tendance vers les offres groupées reste la plus grande barrière pour les opérateurs alternatifs. Pour entrer sur le marché en tant qu'opérateur « *multiple play* », il faut en effet posséder de moyens techniques et financiers considérables. L'IBPT en conclut qu'il existe des barrières sur les marchés des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée tant pour les utilisateurs résidentiels que non résidentiels.

4.3 2ème critère : évolution vers une situation de concurrence effective

308. Ce critère est défini comme suit dans la recommandation de 2007:

"Même lorsqu'un marché est caractérisé par des barrières élevées à l'entrée, d'autres facteurs structurels peuvent indiquer que les entreprises présentes tendront vers un comportement effectivement concurrentiel au cours de la période visée. La dynamique du marché peut provenir par exemple d'évolutions technologiques ou de la convergence de produits et de marchés, qui peut donner lieu à des pressions concurrentielles entre opérateurs actifs sur des marchés de produits distincts. Cela peut aussi être le cas des marchés abritant un nombre limité, mais suffisant, d'entreprises qui se distinguent par leur structure de coûts et répondent à une demande élastique par rapport au prix. Il peut également arriver qu'un excès de

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

capacités sur un marché encourage des entreprises rivales à augmenter très rapidement leur production à chaque hausse de prix. Sur ces marchés, on peut observer une variation dans le temps des parts de marché et/ou des chutes de prix. Lorsque la dynamique du marché évolue rapidement, il convient d'apporter un soin particulier au choix du délai, afin que les évolutions pertinentes du marché soient visibles."¹⁴⁹

309. Les lignes directrices PSM exigent que les ARN évaluent si la compétition sur un marché est efficace (autrement dit s'il s'avère qu'aucun opérateur n'y jouit d'une position dominante, que ce soit à titre individuel ou conjoint). Cet aspect est vérifié via une évaluation prospective du marché, déterminant si le marché est potentiellement concurrentiel, en tenant compte des développements à prévoir.
310. Dans le cadre de ce critère, il convient d'observer les évolutions en termes de concentration du marché, de parts de marché et de prix.
311. Dans son exposé des motifs de la recommandation de 2007, la Commission européenne déclare concernant les marchés de communications fixes :

"Market entry of operators based on Carrier Selection, Carrier Pre-Selection and Wholesale Line Rental, in combination with VoB services in Member States where there is significant broadband penetration, implies that overall in the EU, retail fixed calls markets tend towards effective competition."
312. Il convient de vérifier si la situation que nous constatons actuellement en Belgique correspond aux constatations faites par la Commission européenne.

4.3.1 Description du marché

4.3.1.1 Taille du marché

149 Considérant 12 de la Recommandation de 2007.

313. Comme illustré dans les figures suivantes, les marchés de détail de services téléphoniques ont baissé en volume en Belgique d'année en année. Alors qu'en 2006, encore plus de 15 milliards de minutes d'appels étaient établies à l'aide de la ligne fixe, ce chiffre a entre-temps diminué de 24% pour atteindre approximativement 11,4 milliards de minutes en 2013.

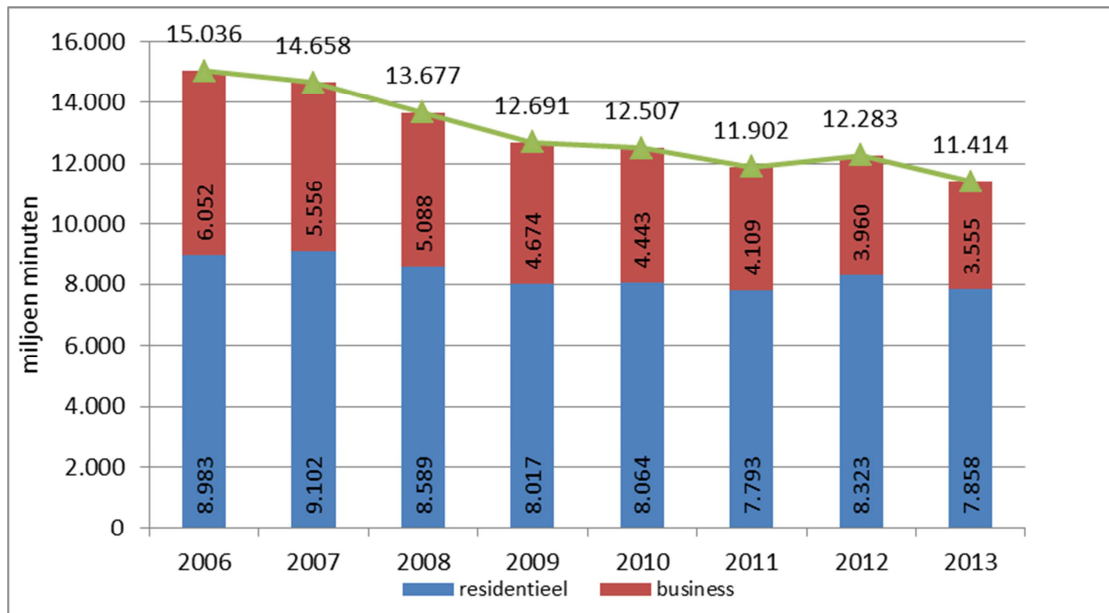


Figure 25: Évolution du trafic vocal fixe 2006-2012 : résidentiel - non résidentiel (Source: IBPT, 2014)

314. L'augmentation du volume en 2012 est sans doute due au succès des offres *triple play* comprenant la téléphonie fixe (comme on a pu le voir sur la Figure 22). Les nouveaux plans tarifaires lancés en 2012 où les appels entre fixe et mobile sont devenus moins chers peuvent aussi expliquer le succès de la téléphonie fixe.

315. Pour certaines offres, comme déjà mentionné précédemment, des minutes gratuites fixe vers mobile sont comprises, par exemple dans 'Happy Time XL' de Belgacom et 'Freephone Mobile' de Telenet.

316. L'augmentation n'est visible que chez les clients résidentiels, sur le marché non résidentiel, la diminution s'est poursuivie.

317. Ci-dessous l'évolution de la taille du marché, des parts de marché et le prix pour les deux marchés sont abordés séparément.

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

318. Nous pouvons observer sur la figure ci-dessous que le volume du marché résidentiel de la téléphonie fixe n'a cessé de chuter d'année en année en jusqu'à 6,9 milliards de minutes en 2013.

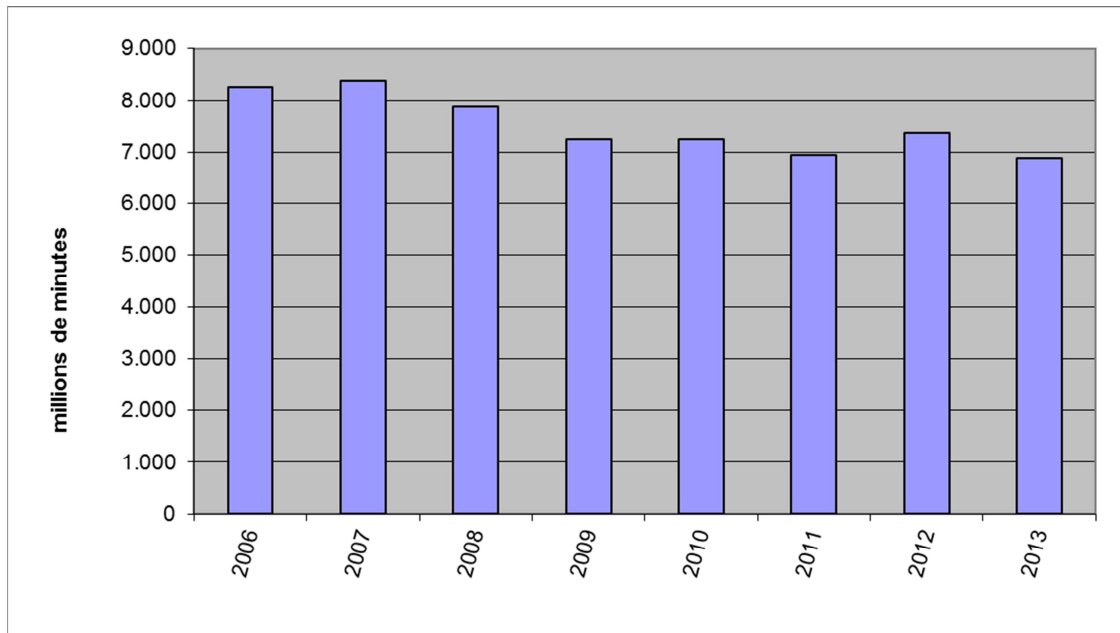


Figure 26: Marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle, en volume (Source: IBPT, 2014)

319. La Figure 27 reflète ce marché résidentiel mais exprimé cette fois en chiffres d'affaires. Nous pouvons observer qu'en l'espace de 8 ans, la taille du marché est devenue environ 2 fois plus petite.

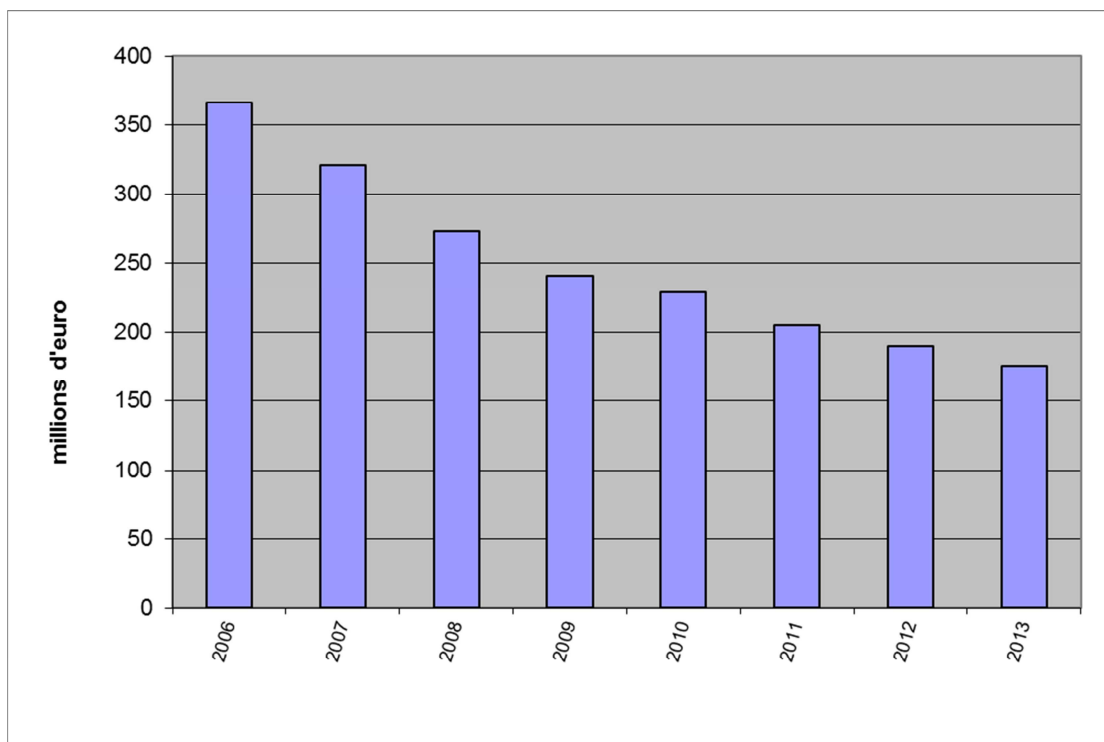


Figure 27: Marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle, en valeur (Source: IBPT, 2014)

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

320. Par analogie au marché de la clientèle résidentielle, la taille et l'évolution sur le marché des clients non résidentiels sont représentées ci-dessous. Comme le marché de la clientèle résidentielle, une compression du marché est ici observée, tant sur le plan du nombre de minutes d'appel (Figure 28) que sur le plan des chiffres d'affaires (Figure 29).

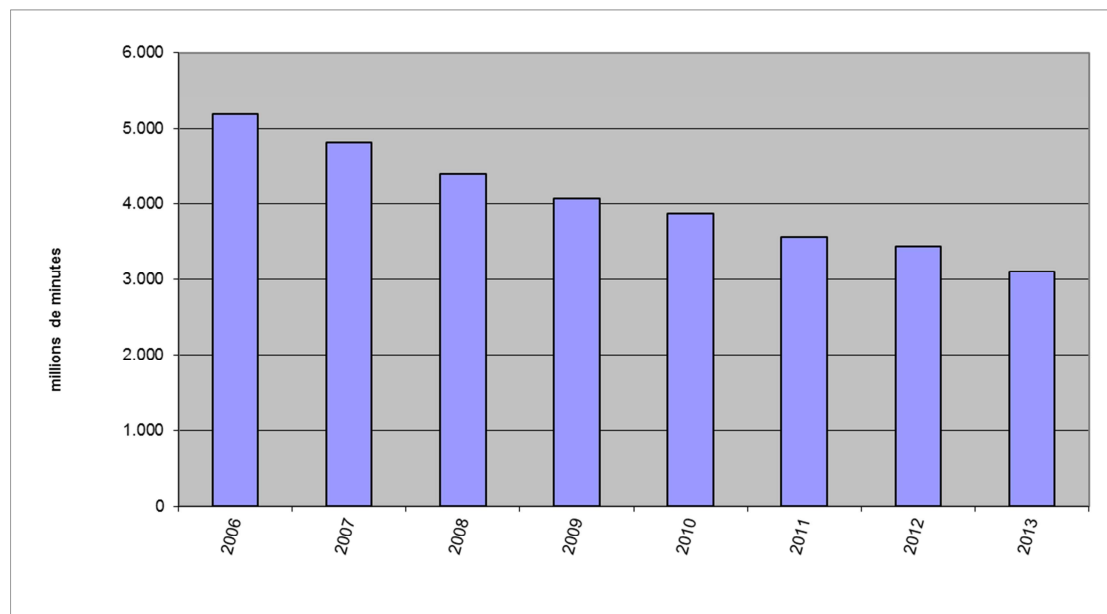


Figure 28: Marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle, en volume (Source: IBPT, 2014)

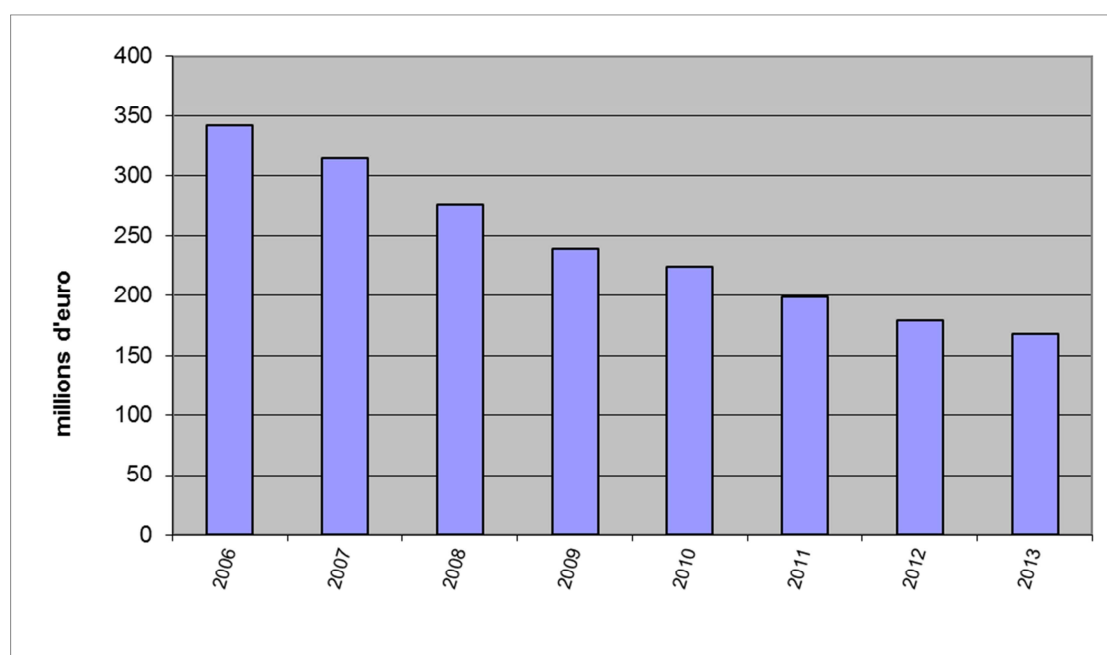


Figure 29: Marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle, en valeur (Source: IBPT, 2014)

4.3.1.2 Parts de marché

321. La part de marché des opérateurs alternatifs (y compris les câblo-opérateurs) augmente chaque année. En 2013, leur part de marché commune en termes de volume était d'environ 40%.

4.3.1.2.1 Parts de marché du marché résidentiel

322. Sur le marché résidentiel, la part de marché des opérateurs alternatifs a atteint pratiquement les 50% (exprimée en nombre de minutes d'appel, Figure 30).

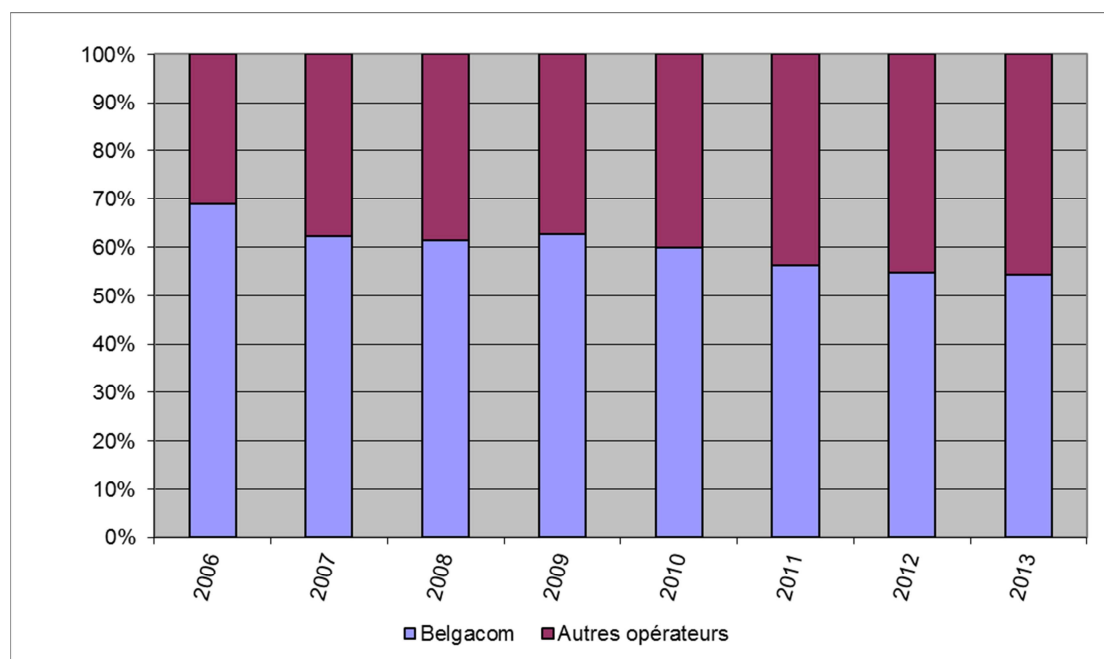


Figure 30: Part de marché de Belgacom sur le marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle, en volume (Source: IBPT, 2014)

323. La Figure 31 représente la part de marché des opérateurs alternatifs vis-à-vis de Belgacom, exprimée en chiffres d'affaires.

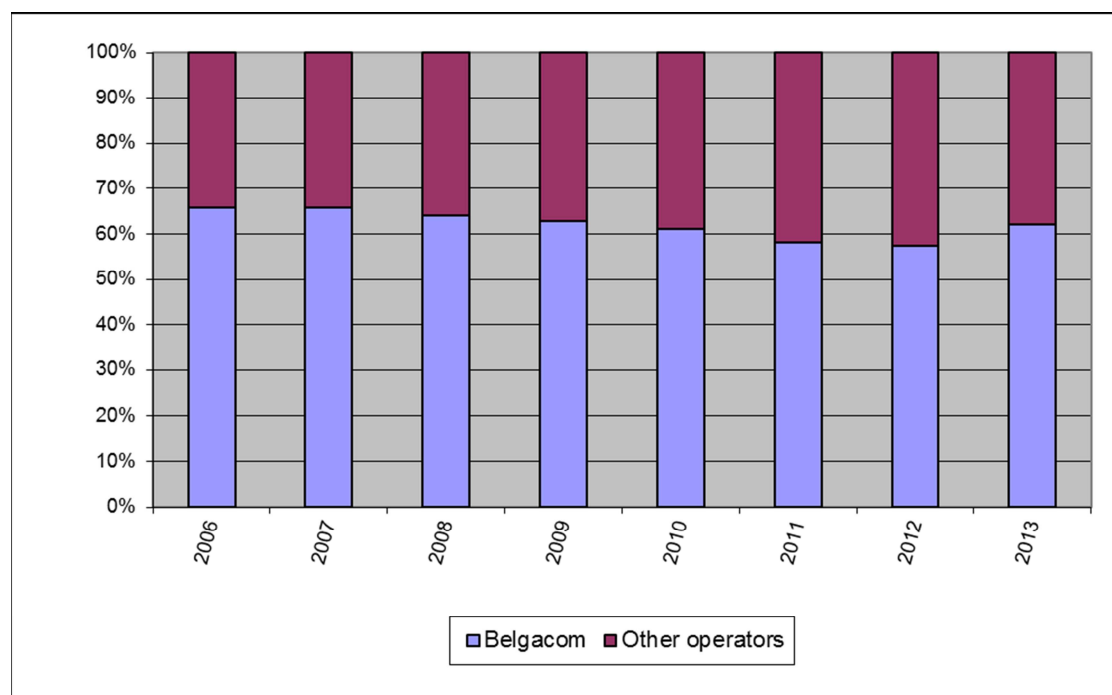


Figure 31: Part de marché de Belgacom sur le marché résidentiel des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle, en valeur [Source: IBPT, 2014]

4.3.1.2.2 Parts de marché du marché non résidentiel

324. La part de marché de Belgacom sur le marché de la clientèle non résidentielle reste importante. Nous observons que la part de marché des opérateurs alternatifs n'a pas ou pratiquement pas évolué ces dernières années.

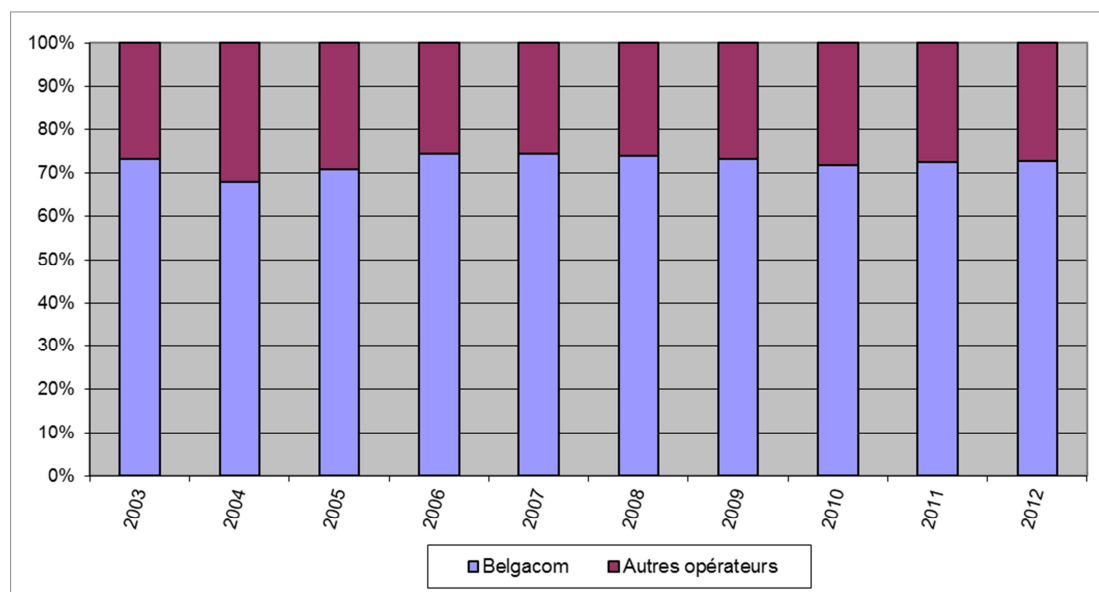


Figure 32: Part de marché de Belgacom sur le marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle, en volume (Source: IBPT, 2014)

325. La Figure 33 représente les parts de marché en volume. La Figure 33 représente les parts de marché en valeur.

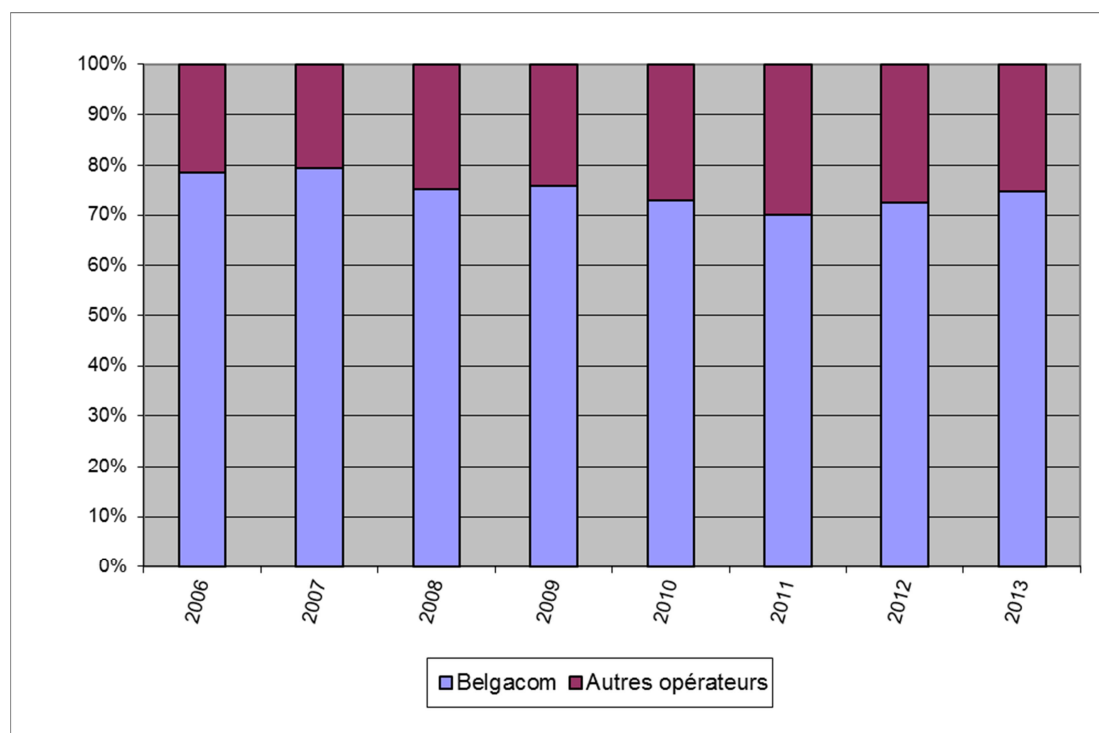


Figure 33: part de marché de Belgacom sur le marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle, en valeur (Source: IBPT, 2014)

4.3.1.3 Concentration du marché

326. Les parts de marché montrées dans le chapitre précédent permettent facilement de déduire que les marchés des services téléphoniques nationaux pour la clientèle non résidentielle sont plus concentrés que les marchés des services téléphoniques nationaux pour la clientèle résidentielle. C'est ce qui ressort aussi de l'indice HHI.
327. L'indice Herfindahl-Hirschman (IHH) (Figure 34) reflète la mesure dans laquelle un petit nombre d'entreprises représente une grande partie de la production. Il mesure la concentration du marché en additionnant les carrés des parts de marché de toutes les entreprises dans le secteur. Plus l'IHH d'un marché donné est élevé, plus la production est concentrée entre un petit nombre d'entreprises. D'une manière générale, lorsque le IHH est inférieur à 1 000, la concentration du marché est considérée comme faible, lorsqu'il est situé entre 1 000 et 1 800, elle est considérée comme moyenne et lorsqu'il est supérieur à 1 800, elle est considérée comme élevée¹⁵⁰.
328. Le tableau suivant montre l'évolution entre 2006 et 2013.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Marché résidentiel (en minutes)	5061	4281	4246	4574	4306	4062	3767	3813
Marché résidentiel (en chiffres d'affaires)	4715	4709	4550	4512	4390	3969	3787	4210
Marché non résidentiel (en minutes)	5636	5665	5586	5536	5346	5481	5543	5675
Marché non résidentiel (en chiffres d'affaires)	6231	6384	5786	5856	5456	5171	5343	5806

Table 11: Évolution de l'indice IHH entre 2006 et 2013 (Source: IBPT, 2014)

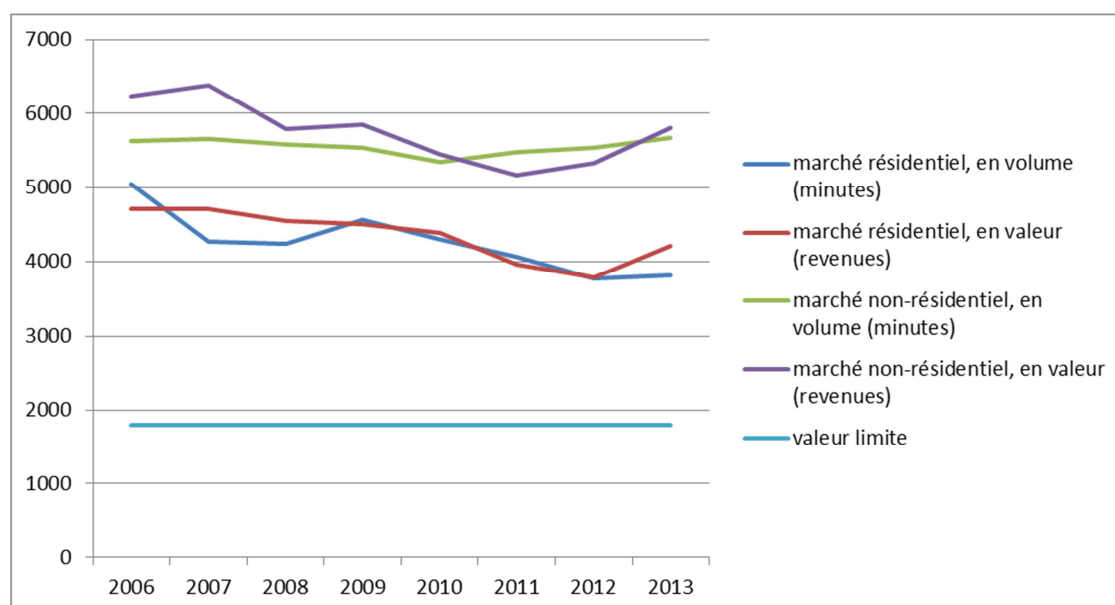


Figure 34: Évolution de l'indice IHH entre 2006 et 2013 (Source: IBPT, 2014)

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

329. La Figure 34 montre que la concentration du marché dépasse de loin le seuil (1800). Après une diminution de la concentration dans les années précédentes, une augmentation est à nouveau perceptible en 2013.

4.3.1.4 Conclusions de la partie taille du marché, parts du marché et concentration

330. Sur le marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public fournis en position déterminée pour la clientèle **résidentielle**, nous constatons, à l'exception de l'année 2012, une baisse progressive du nombre de minutes d'appel. Sur ce marché, la part de marché de l'opérateur actif principal, Belgacom, s'élève à plus de 50% tant en volume qu'en valeur en 2013, mais la part de marché de Belgacom diminuait incontestablement depuis quelques années mais a augmenté en 2013 en comparant les revenus de la téléphonie fixe de Belgacom par rapport des autres opérateurs.

331. Le marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle **non résidentielle** décroît encore plus vite. Sur ce marché, les parts de marché du principal opérateur actif, Belgacom, sont supérieures à 70% à la fois en volume et en valeur en 2013.

332. Les marchés sont très concentrés. Cette concentration a augmenté ces dernières années sur le marché non résidentiel.

4.3.2 Dynamique sur le marché

4.3.2.1 L'importance croissante des offres conjointes

4.3.2.1.1 Offres conjointes sur le marché résidentiel

333. Le nombre d'abonnés résidentiels d'offres conjointes avec services de téléphonie fixe est passé de 2.625.173 fin 2012 à 2.691.153 fin 2013. 72% des ménages belges achètent ainsi de la téléphonie fixe dans un bundle avec d'autres services télécom auprès du même fournisseur contre 68% un an plus tôt.

334. La Figure 35 établit que ce sont surtout les offres *triple play* basées sur la téléphonie fixe, la large bande et la télévision qui sont les plus populaires.

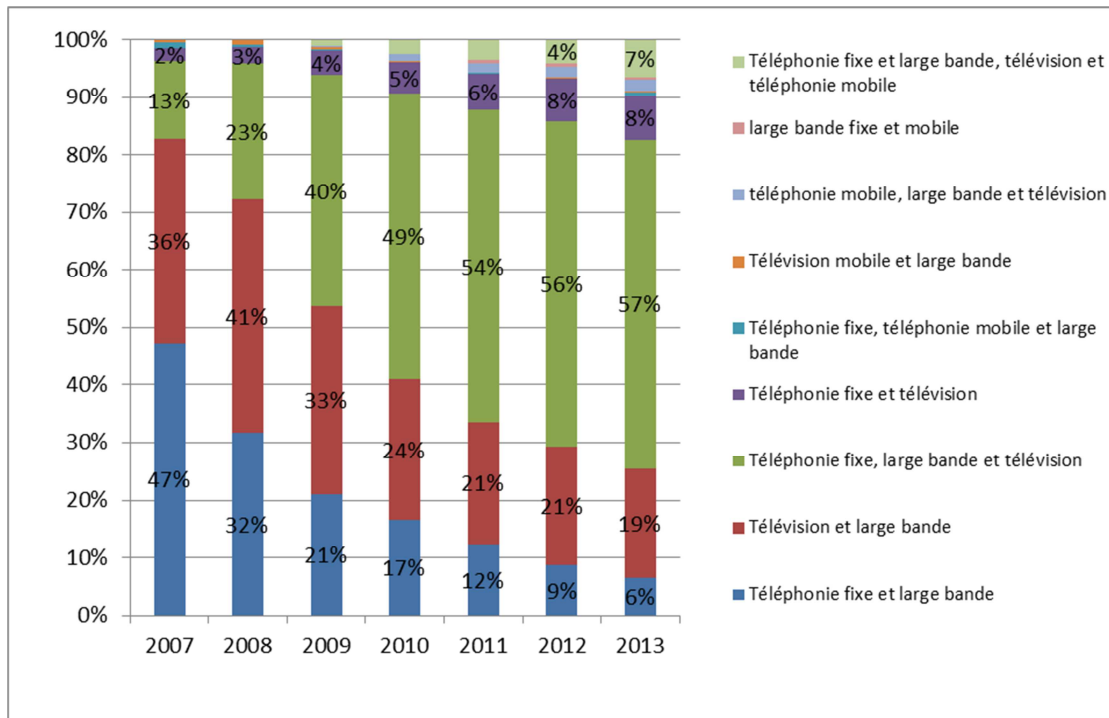


Figure 35: popularité des offres groupées pour les utilisateurs résidentiels (Source : IBPT, 2014)

335. L'IBPT s'attend à ce que cette tendance d'une demande plus importante de paquets groupés se poursuive à l'avenir. Comme déjà mentionné dans le numéro en marge 287 et suivants la CRC a déjà pour ce faire aussi pris une série de décisions qui doivent faire en sorte à l'avenir que les opérateurs alternatifs soient aussi capables de vendre des produits groupés.
336. Le 1er juillet la CRC a pris une décision permettant aux opérateurs alternatifs de faire du *triple play*¹⁵¹. La fonctionnalité multicast en particulier doit favoriser l'offre des produits *multiplay* avec accès téléphonique, accès large bande et services de radiodiffusion. En outre, les opérateurs alternatifs pourront aussi utiliser les offres régulées pour la télévision et la large bande via les câblo-opérateurs.¹⁵² Bien que les mesures imposées aux câblo-opérateurs ne concernent pas directement les services voix, les opérateurs alternatifs pourraient néanmoins les utiliser pour proposer des services "unmanaged VoIP".

4.3.2.1.2 Offres conjointes sur le marché de la clientèle non résidentielle

337. Les clients non résidentiels de grande taille se voient de plus en plus souvent proposer des solutions intégrées. Le passage à des produits tels qu'Explore avec son approche intégrée de la voix et des données est un exemple d'un tel développement. Unified Communications de Belgacom est un autre exemple de solution qui réunit plusieurs moyens de communication dans une même

151 La décision de la CRC du 1er juillet 2011 concernant l'analyse des marchés large bande oblige Belgacom à donner l'accès aux opérateurs alternatifs à un produit bitstream qui comprend des fonctionnalités multicast.

152 Conformément aux décisions de la CRC du 1er juillet 2011 concernant l'analyse du marché radiodiffusion télévisuelle, respectivement sur les territoires néerlandophone, francophone, germanophone et la région bilingue de Bruxelles-Capitale.

infrastructure convergente (téléphone, fax, e-mail, messagerie vocale, messagerie instantanée), de telle sorte que le client puisse communiquer de manière sûre et conviviale avec une même plateforme via plusieurs canaux. D'autres opérateurs télécoms proposent également des services similaires, comme BT Belgium avec BT Advise One.

338. La décision de l'IBPT du 8 août 2013 relative au marché des segments terminaux de lignes louées devrait faciliter le développement de telles offres par les concurrents de Belgacom, du fait de l'obligation faite à celle-ci de fournir des segments terminaux de nouvelle génération, basés sur la technologie Ethernet et qui permettent une capacité de transport moins coûteuse (du fait de l'utilisation plus importante d'éléments de réseau partagés par l'ensemble des services et de l'effet d'échelle qui s'en suit).
339. Comme indiqué entre autres dans le numéro en marge 281, pour les opérateurs, il est possible d'entrer sur le marché des services téléphoniques en position déterminée pour la clientèle résidentielle et non résidentielle de différentes manières via les obligations imposées sur les marchés situés en aval (BRUO, BROBA, BRotsoLL) ce qui devrait aussi faire évoluer le marché des services téléphoniques pour les utilisateurs non résidentiels.
340. Sur ces marchés de détail pertinents des services téléphoniques accessibles au public en position déterminée, le nombre d'acteurs est élevé. Cependant, Belgacom possède encore une part de marché importante et les opérateurs qui disposent d'une part de marché limitée sont assez nombreux. Les principales tendances principales du marché sont esquissées ci-dessous. Si nécessaire, une distinction est faite entre utilisateurs résidentiels et non résidentiels.

4.3.2.2 Importance croissante des câblo-opérateurs

341. Comme il ressort de la communication des câblo-opérateurs concernant l'évolution de leurs clients (voir numéro en marge 341.1 et 341.2), ce sont surtout les câblo-opérateurs qui prennent parts de marché à Belgacom. Cela peut être constaté dans le cadre des offres groupées, du fait que ces câblo-opérateurs occupent historiquement une position forte sur le plan des offres télévisées, dont ils profitent pour attirer des clients supplémentaires pour leurs offres groupées (avec téléphonie fixe).

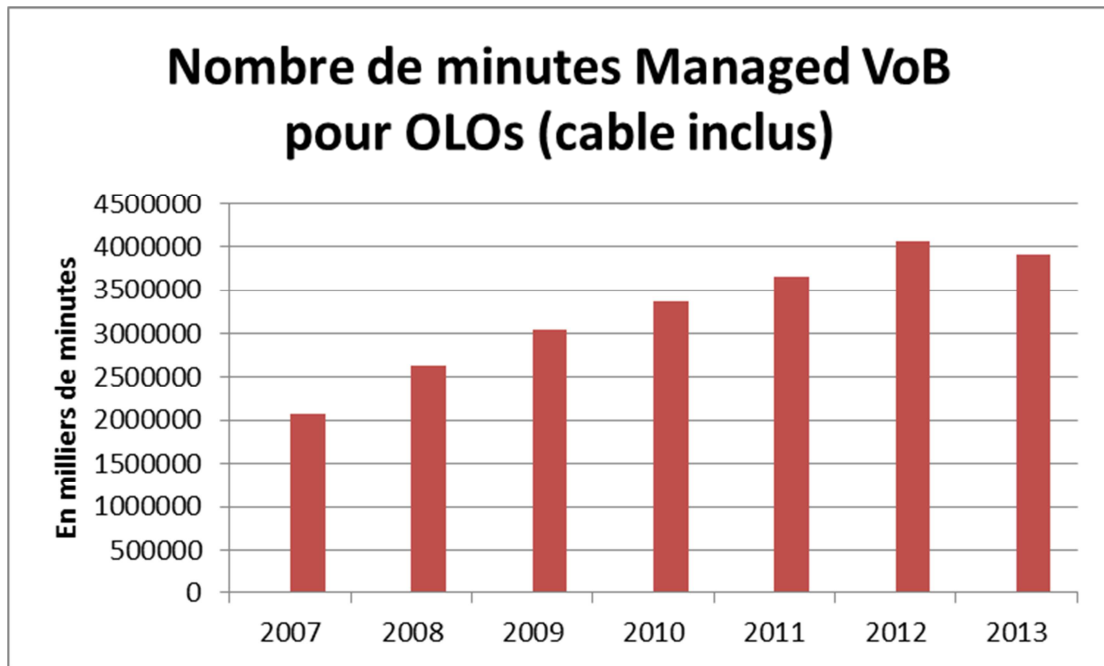


Figure 36: évolution du nombre de minutes Managed VoB des opérateurs alternatifs (in milliers de minutes)

341.1 Telenet Group Holding a rapporté au quatrième trimestre de 2013 : 1.065.000 clients de téléphonie fixe ¹⁵³ :

« En 2013, le nombre d'abonnés à la téléphone fixe a enregistré une augmentation nette de de 96 300, soit une hausse annuelle de 9%. Le 31 décembre 2013, nous avons 1 065 000 abonnés à la téléphonie fixe (+ 10% en un an). »

341.2 Tecteo a indiqué dans son rapport annuel de 2012 : « La marque grand public du Groupe poursuit sa progression du nombre d'abonnés, tant en télévision numérique qu'en internet et en téléphonie fixe. »

4.3.2.3 Baisse de popularité du C(P)S

342. Les statistiques montrent que l'utilisation de CPS diminue fortement, comme illustré par le tableau ci-dessous. Alors qu'en 2009, encore plus de 22% des lignes fixes de Belgacom étaient des numéros CPS, ce chiffre est désormais tombé à un peu plus de 16% fin 2013.

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
nombre de lignes fixes BGC	4.110.143	3.954.405	3.649.143	3.440.287	3.272.904	3.105.425	2.965.428	2.809.039
Numéros avec CPS	908.751	837.849	808.751	758.778	688.608	580915	513.618	459.631
Evolution CPS	-13,34%	-7,80%	-3,47%	-6,18%	-9,25%	-15,64%	-11,58%	-10,51%
% numéros CPS par rapport aux lignes fixes de Belgacom	22,11%	21,19%	22,16%	22,06%	21,04%	18,71%	17,32%	16,36%

153 Source : Communiqué de presse du 13 février 2014 <http://hugin.info/136600/R/1761536/596459.pdf>

Table 12: Évolution du nombre de numéros de présélection (source: IBPT, 2014)

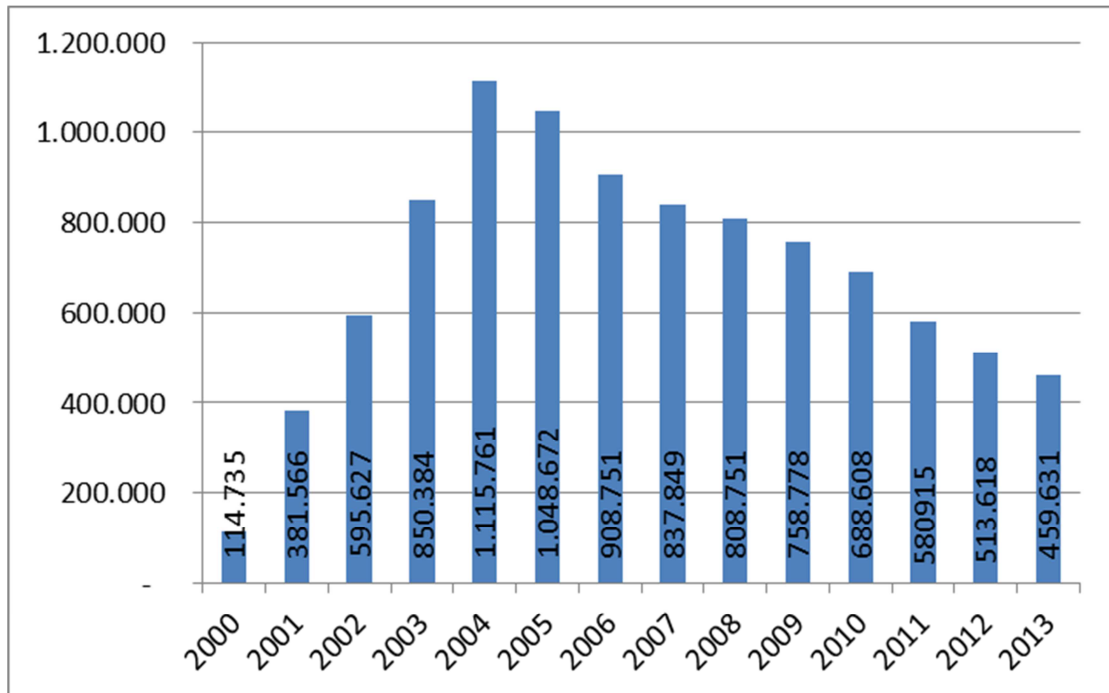


Figure 37: Nombre de numéros CPS (Source: situation du secteur des communications électroniques 2013)

343. Cette perte d'intérêt pour le CS/CPS pourrait dissuader les entreprises qui envisageraient d'entrer sur le marché par cette voie. Comme il ressort de la Figure 39, la CPS joue un rôle beaucoup plus important sur le marché non résidentiel que sur le marché résidentiel.

4.3.2.4 Dynamique CPS vs. dynamique (un)managed voip

344. Sur les figures ci-dessous (Figure 38 et Figure 39) nous avons comparé la baisse du nombre de minutes CPS et l'évolution du nombre de minutes *managed* et *unmanaged voip*.

345. Sur Figure 38 qui reflète la situation sur le marché pour les clients résidentiels - nous observons que la baisse des minutes CPS est largement compensée par une augmentation du nombre de minutes *managed voip*. En 2013, une diminution est à noter du nombre de minutes managed VoIP.

346. Sur le marché non résidentiel la chute du nombre de minutes CPS n'est pas suffisamment compensée par une augmentation du nombre de minutes *managed voip*.

347. Il est à noter que le nombre de minutes *unmanaged voip* est sensiblement inférieur pour les deux marchés (presque pas perceptible dans les figures ci-dessous).

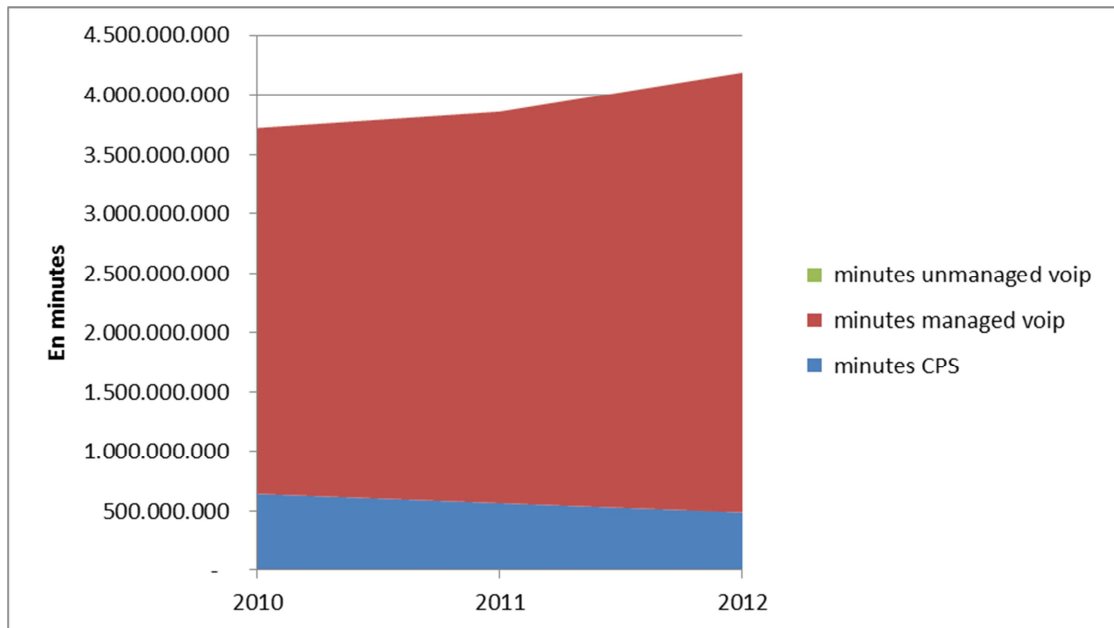


Figure 38: Comparaison de l'évolution cps vs (un)managed voip sur le marché de détail pour les clients résidentiels, exprimée en minutes (Source : IBPT)

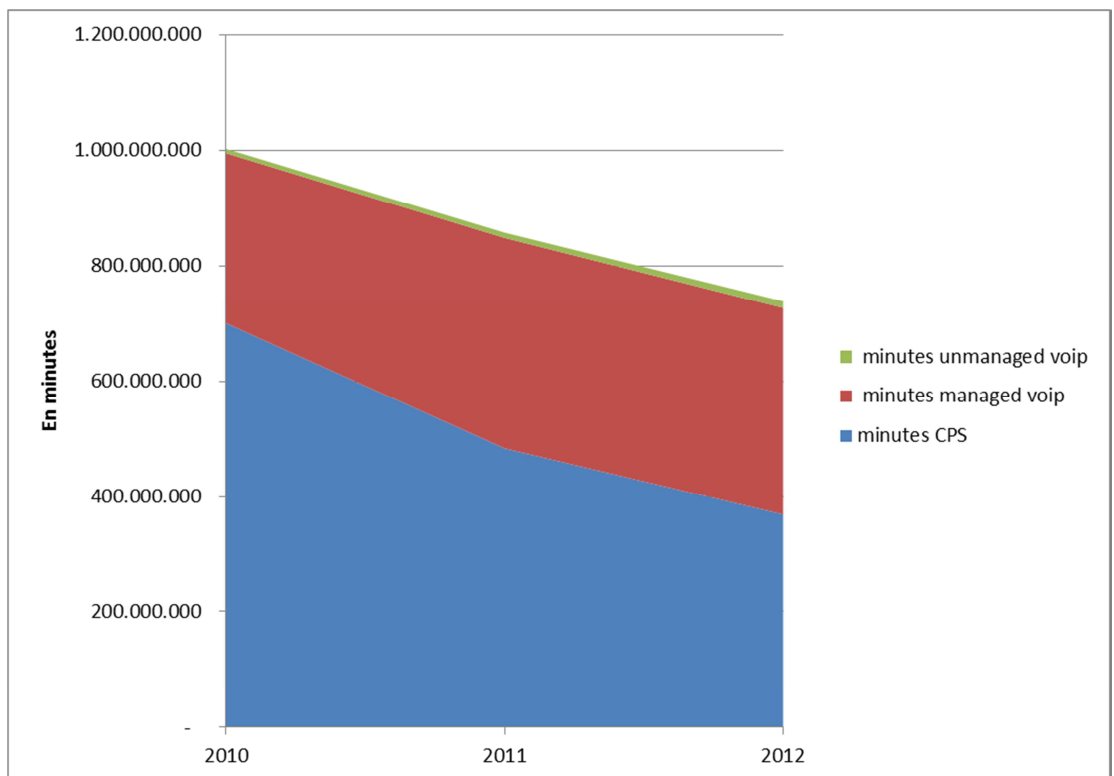


Figure 39: Comparaison de l'évolution cps vs (un)managed voip sur le marché de détail pour les clients non résidentiels, exprimée en minutes (Source : IBPT)

4.3.2.4.1 L'avenir du Voip (tant résidentiel que non résidentiel)

348. L'IBPT s'attend à ce que le *unmanaged VoIP* en Belgique convaincra de plus en plus de particuliers et d'entreprises. Cela intensifiera la concurrence. Telle est également la conclusion d'une étude d'Idate et de Cisco, d'un point de vue international:

Idate¹⁵⁴ :

"Voice services in the fixed network will be subject to intense competition from third party VoIP service providers."

Cisco¹⁵⁵:

"Globally, voice over IP (VoIP) is projected to be the fastest-growing residential Internet service, going from 560 million users in 2011 to 928 million users in 2016."

349. Un certain nombre de facteurs sont cités ci-après, qui peuvent contribuer à ce succès ou du moins accélérer le processus.

349.1 Les prix moins élevés (voir comparaison des prix au chapitre 4.3.2.6)

349.2 Le fait que tous les opérateurs soient obligés de fournir l'accès aux services d'urgence. Alors qu'auparavant, joindre les services d'urgence n'était possible que via les lignes PSTN/ISDN classiques, via *managed VoIP* ou via son téléphone mobile (et donc pas via *unmanaged Voip*), ce n'est plus le cas actuellement.

349.3 Grâce à l'AR du 24 mars 2009,¹⁵⁶ les opérateurs qui commercialisent des offres de *"unmanaged VoIP"* ne sont plus exclus du processus de portabilité des numéros (voir numéro en marge 188).

349.4 Le taux de pénétration au niveau du nombre de lignes large bande augmente d'année en année, et ce tant auprès de la clientèle résidentielle¹⁵⁷ que non résidentielle.¹⁵⁸

4.3.2.5 Volume en hausse des appels fixe vers mobile

350. Comme déjà mentionné au point 314, plusieurs nouveaux plans tarifaires ont été lancés en 2012 permettant de téléphoner sans limite principalement pendant les heures creuses, et souvent aussi vers des postes mobiles. Ces offres ont fortement attiré l'attention des utilisateurs finals comme le montre d'ailleurs Figure 40 où l'on peut observer entre 2011 et 2012 une hausse de près de 36% du nombre d'appels des postes fixes vers des postes mobiles.

154 Communications & Strategies: The challenges and opportunities of Next Generation Networks, Edited by Brigitte PREISSEL, Lorenzo PUPILLO & Jason WHALLEY (Q1 2008).

155 Cisco's VNI Forecast.

156 Arrêté royal du 24 mars 2009 modifiant diverses dispositions de l'arrêté royal du 27 avril 2007 relatif à la gestion de l'espace de numérotation national et à l'attribution et au retrait des droits d'utilisation de numéros.

157 Le nombre de ménages disposant d'une connexion Internet a légèrement augmenté par rapport à l'année précédente: 77,7 % en 2012 contre 76,5 % en 2011. (source: Eurostat)

158 96,7 % des entreprises belges sont connectées à Internet. Presque toutes les moyennes et grandes entreprises sont connectées à Internet. (Source : SPF Economie, Baromètre de la Société de l'Information (2013))

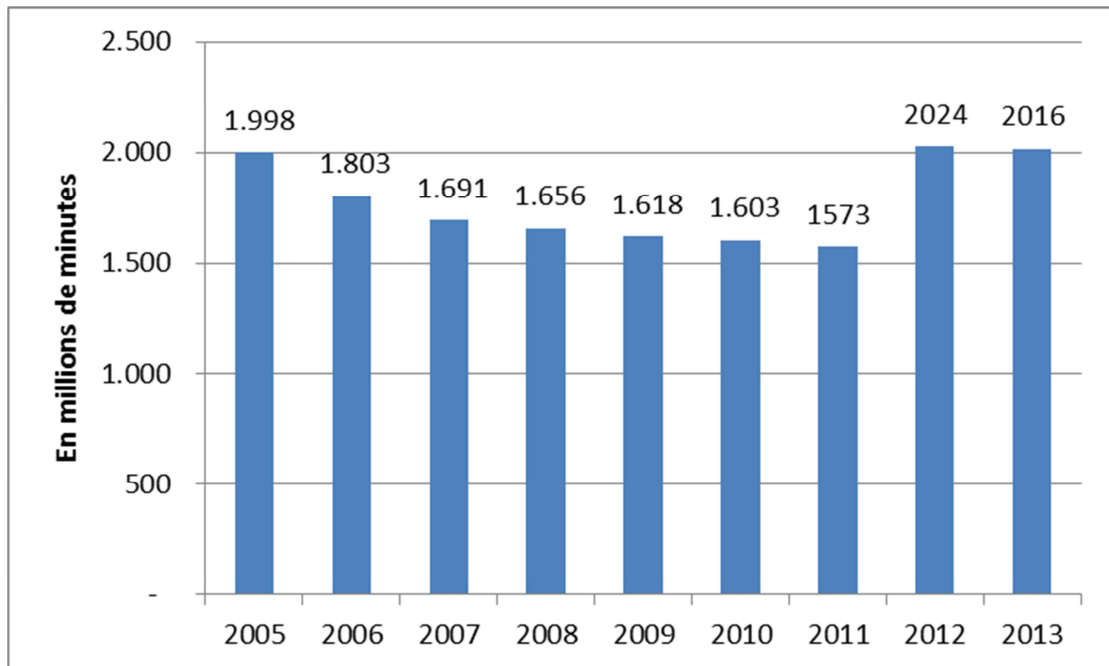


Figure 40: évolution du nombre d'appels de fixe à mobile (millions de minutes) (Source: IBPT, 2014)

351. La proportion d'appels vers les mobiles a connu une hausse particulièrement forte en 2012 avec statu quo en 2013. Cette hausse peut être attribuée au fait que les opérateurs fixes ont intégré la baisse des MTR (dont la symétrie totale était programmée le 1^{er} janvier 2013) dans leur stratégie, comme en témoigne l'introduction par Belgacom et Telenet de plans tarifaires comprenant des appels gratuits vers les mobiles durant certaines plages horaires (voir numéro en marge 200).
352. Dans la décision du 6 novembre 2008, l'IBPT avait imposé entre autres une obligation de comptabilisation des coûts¹⁵⁹. Cela signifiait concrètement que Belgacom, en tant qu'opérateur PSM, devait répercuter les baisses de tarif tant pour les terminaisons d'appels fixes que mobiles dans les prix de détail, au profil du client final.
353. Cette obligation a été imposée suite à la répercussion partielle ou tardive des diminutions tarifaires par Belgacom.
354. Le 29 juin 2010, l'IBPT a décidé de diminuer progressivement les tarifs de terminaison d'appel via un glidepath. Cette dernière diminution a eu lieu le 1^{er} janvier 2013.
355. Vu que les tarifs de terminaison d'appel mobile sont maintenant bas et que les principaux opérateurs ont intégré cette baisse dans leur stratégie tarifaire (ce que confirme l'analyse des prix à la section suivante), il est peu probable que ces opérateurs relèvent leurs tarifs F2M à leur niveau antérieur. Une des principales

159 Voir chapitre 4.3.2 de la décision de l'IBPT du 6 novembre 2008 relative aux services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle et non résidentielle.

raisons qui avaient conduit en 2008 à la conclusion que le marché n'évoluait pas vers une situation de concurrence effective a donc disparu.

4.3.2.6 Evolution des prix de détail

356. Nous observons sur la Figure 41 une diminution partielle du prix de détail moyen par minute d'appel fixe pour les utilisateurs résidentiels et non résidentiels mais une augmentation légère pour 2013 tant pour la téléphonie résidentielle que professionnelle.

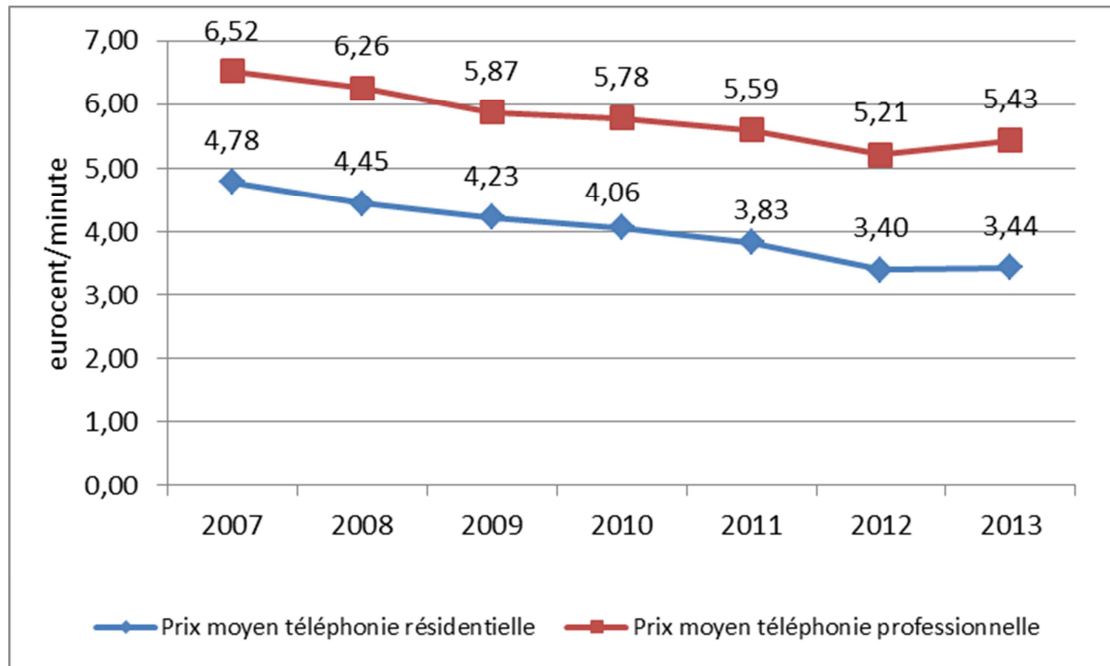


Figure 41: Évolution du prix moyen par minute d'appel fixe (eurocent/minute) (cabines téléphoniques non comprises) (Source: IBPT, 2014)

357. Dans la figure ci-dessous, l'évolution des prix de détail est encore une fois représentée, mais cette fois la distinction est faite, en plus de la distinction entre clients résidentiels et non résidentiels, entre destinations fixes et mobiles.

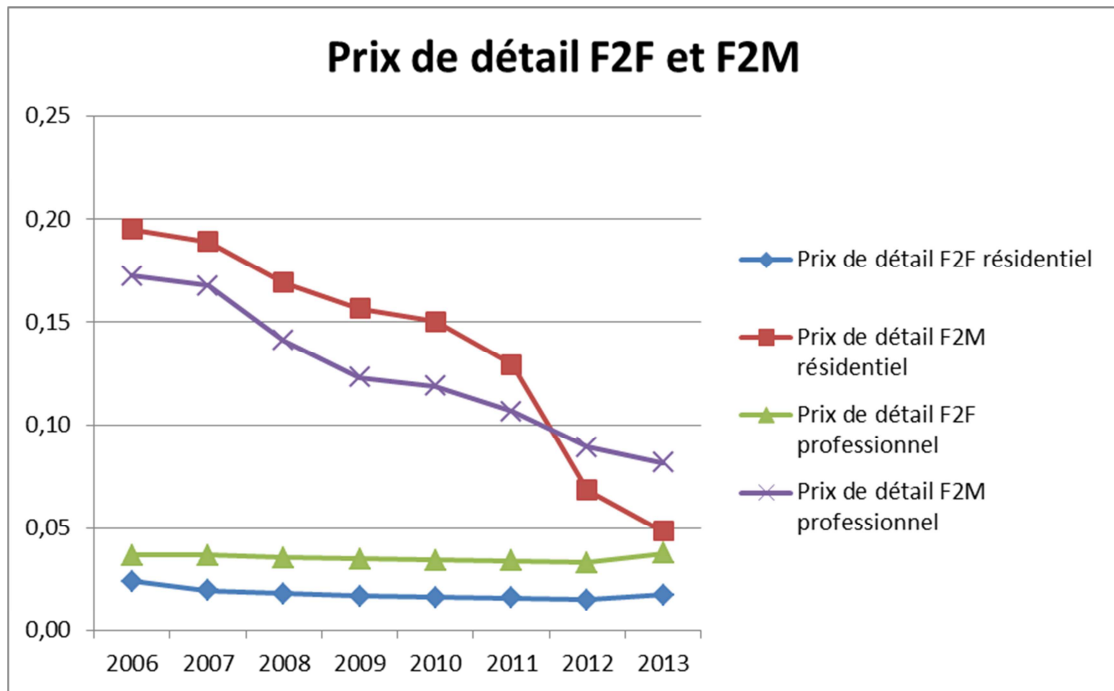


Figure 42: Évolution du prix moyen par minute d'appel fixe vers fixe (F2F) et appareils mobiles (F2M) (euro /minute, cabines téléphoniques non comprises) (Source IBPT, 2014)

358. Les diminutions suivantes entre 2011 et 2012 sont exprimées en pourcentage (Table 13). Nous remarquons que ce sont surtout les appels fixe vers mobile qui ont fortement diminué et surtout sur le marché résidentiel. C'est une conséquence du fait que les appels fixe vers mobile sont souvent compris dans les offres forfaitaires.

	F2F	F2M
Résidentiel	-4,08%	-47,05%
Non résidentiel	-2,9%	-16,38%

Table 13: comparaison des minutes F2F et F2M entre 2011 et 2012 (Source: IBPT)

359. Cela se traduit aussi par des ARPU moyens toujours plus décroissants. La figure ci-dessous représente les ARPU moyens pour l'ensemble du secteur. Nous remarquons que les ARPU moyens pour le marché résidentiel sont sensiblement inférieurs aux utilisateurs non résidentiels.

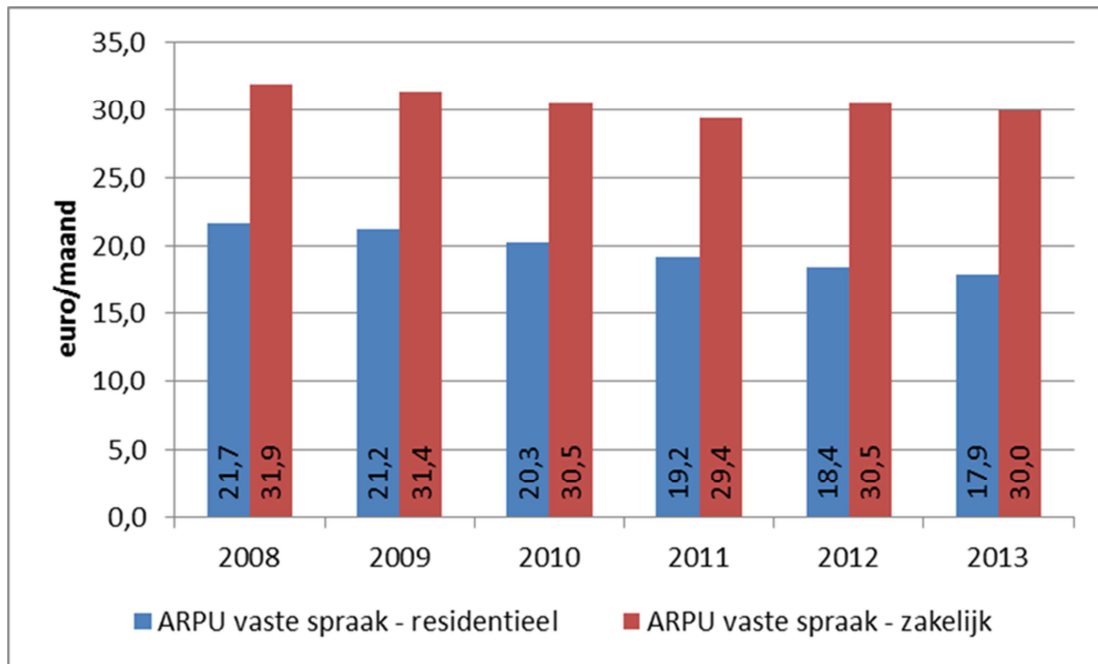


Figure 43: ARPU téléphonie fixe pour les utilisateurs résidentiels et non résidentiels (Source: IBPT, 2014)

360. La Figure 44 montre que les adaptations apportées par la loi du 12 juillet 2012 à la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques a eu un impact direct très léger sur le marché de la téléphonie fixe. Durant octobre et décembre de 2012, nous observons une augmentation claire du nombre de portages pour la téléphonie fixe (surtout en décembre 2012 avec le nombre maximum de portages de l'année). Ensuite, nous observons une chute du nombre de portages.

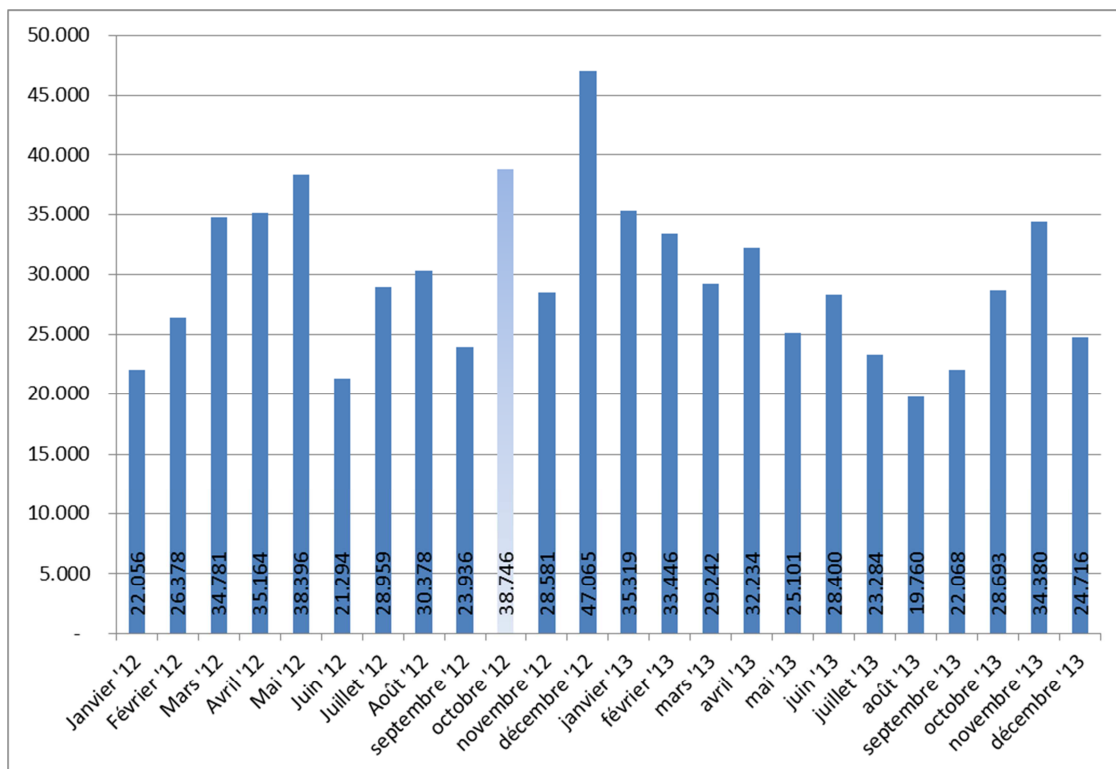


Figure 44: nombre de portages dans le marché de la téléphonie fixe en 2012-2013 (Source: IBPT, 2014)

	Par mois
nombre moyen de portages par mois après le 1er octobre 2012	30.069
nombre moyen de portages par mois avant le 1er octobre 2012	29.038
Effet	1.031

Table 14: différence dans le nombre de portations avant et après l'introduction de la loi télécom

4.3.2.7 Etude comparative internationale des tarifs non résidentiels

361. L'IBPT a fait réaliser une étude par la division Teligen de Strategy Analytics Ltd. (UK) qui a comparé le niveau des prix entre la Belgique et ses pays voisins (à l'exception du Luxembourg) pour ce qui concerne différents produits de télécommunications, à savoir la téléphonie fixe, la téléphonie mobile, l'Internet large bande, l'Internet mobile et ce, uniquement pour les professionnels et les PME. Le but de cette étude était d'évaluer la proportion des coûts en matière de télécommunications dans des types d'entreprises typiquement belges par rapport à ceux de ces mêmes types d'entreprises dans nos pays voisins. Cela signifie que l'on évalue ce qu'une entreprise belge paierait si elle opérait à l'étranger.
362. Pour cette étude¹⁶⁰, il a été fait appel à la méthodologie dite du panier. Cette méthodologie utilise des profils de consommation qui décrivent la manière dont un utilisateur théorique utilise un service ou une combinaison de services. La méthodologie de base sous-jacente a été déterminée au fil des ans par la division Teligen de Strategy Analytics pour les études de marché des prix de l'OCDE.
363. Les profils s'étendent d'entreprises ayant une faible consommation en matière de télécoms à des entreprises qui utilisent très souvent des produits de télécommunications.
364. Étant donné que le présent projet de décision porte uniquement sur les appels nationaux et ne prend pas en compte les appels vers des destinations internationales, nous ne pouvons utiliser pour le présent projet de décision que les résultats du « *local-based Individual Business* ». Ce « business » décrit un commerce individuel, qui opère essentiellement depuis une seule et même implantation, par exemple une boucherie ou un coiffeur. Ce type de commerce ne fait pas un usage intensif des communications.
365. Le profil d'appel de cet utilisateur, qui tient donc compte tant du volume d'appel que de la répartition des appels est repris ci-après.

	Nombre d'utilisateurs	Profil	Total d'appels/mois	% d'appels locaux	% d'appels nationaux	% F2M	Durée d'appel
Local-based individual business	1	Téléphonie fixe	40	50%	25%	25%	180 secondes

Table 15: profil d'appels local-based individual business

160

Le rapport de l'étude est publié sur le site web de l'IBPT : http://www.bipt.be/public/files/fr/21344/BIPT_Price_benchmark_FR.pdf

366. L'étude utilise les prix de produits « *standalone* » ou d'offres conjointes. Pour le présent projet de décision, il a toutefois été tenu compte uniquement des prix des produits « *standalone* » de téléphonie fixe.
367. L'étude est fondée sur des comportements d'achat purement rationnels qui se basent uniquement sur les prix et ne tiennent donc pas compte des éventuelles préférences en matière de marques ou de fournisseurs. Il a également été fait abstraction d'éventuelles différences en termes de qualité. Il n'a pas été tenu compte d'éventuelles négociations ou promotions. Seuls les coûts récurrents ont été pris en considération. Par conséquent, les frais de raccordements n'entrent par exemple pas en ligne de compte.
368. Toutes les données ont été collectées sur les sites Internet des opérateurs¹⁶¹ et ce, au cours de la période février/mars 2014.
369. Sur les schémas ci-dessous, l'on peut voir que la Belgique obtient un très bon score en ce qui concerne ce type d'entreprises en comparaison de ses pays voisins. Si l'on prend uniquement en considération les 3 plus grands opérateurs (en termes de part de marché), la Belgique obtient un meilleur score que tous ses pays voisins (Figure 45). Il en va de même lorsque l'on compare la moyenne des 3 offres les moins chères (Figure 46). Si l'on prend uniquement en considération les offres les moins chères, seuls les Pays-Bas font légèrement mieux que la Belgique (Figure 47).

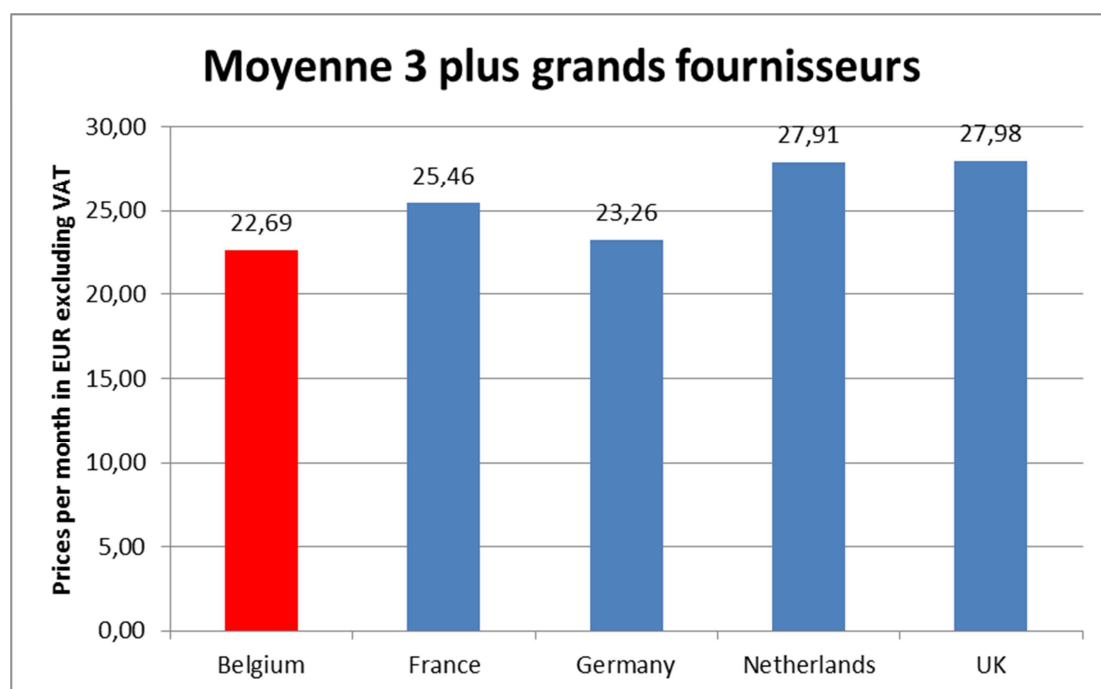


Figure 45: comparaison internationale prix moyen des 3 principaux fournisseurs de téléphonie fixe non résidentielle de type 'local-based individual business', en euros par mois

161 Il s'agit des opérateurs suivants : Belgacom, Telenet, Numericable, Mobistar, Base, Voo, Edpnet, 3 Stars Net et United Telecom

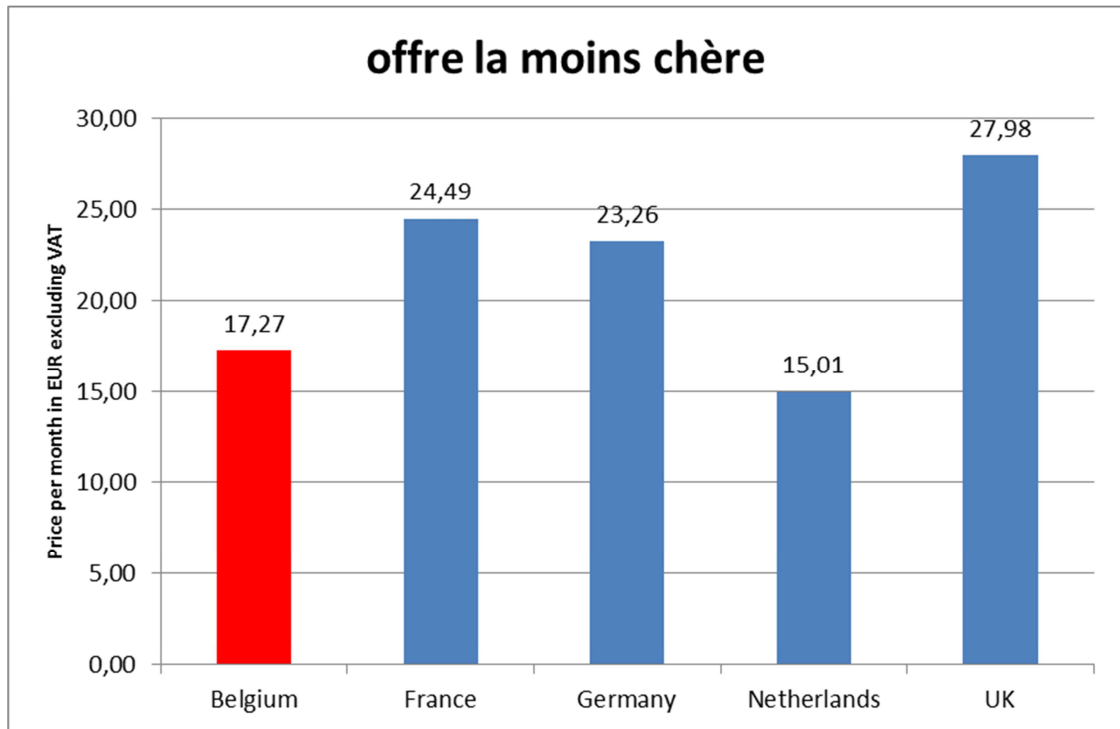


Figure 46: comparaison internationale du prix le moins cher pour la téléphonie fixe non résidentielle de type 'local-based individual business', en euros par mois

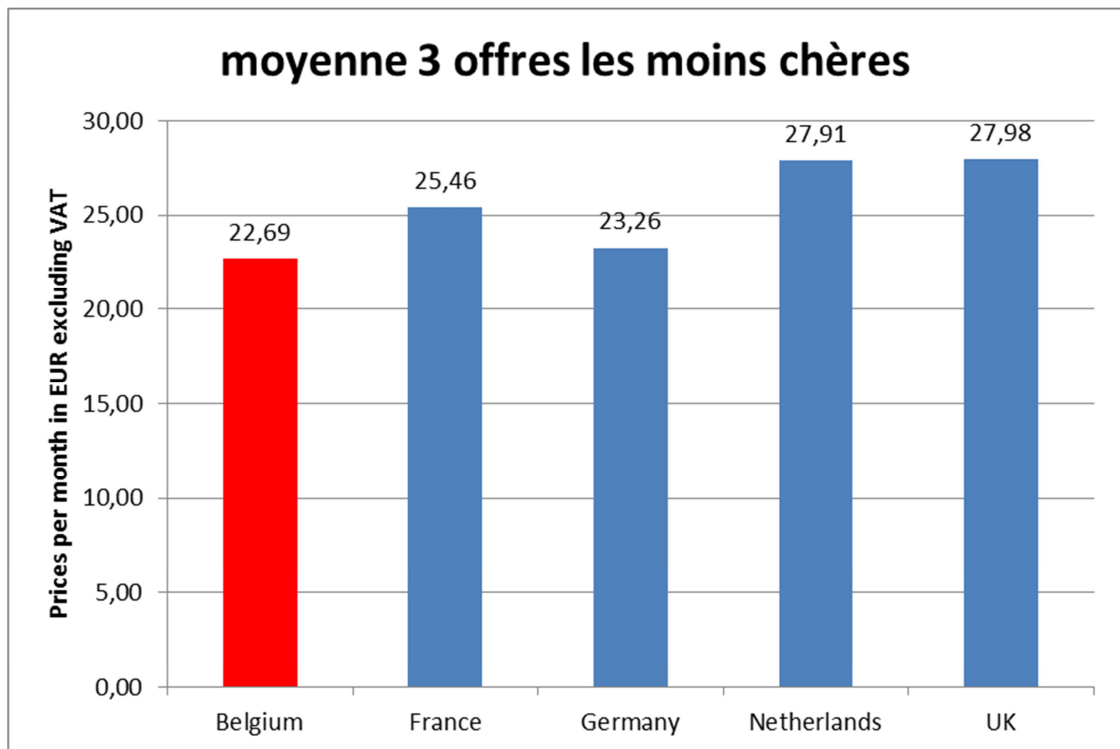


Figure 47: comparaison internationale des 3 offres les moins chères pour la téléphonie fixe non résidentielle de type 'local-based individual business', en euros par mois

4.3.2.7.1 Retail outlet

370. Ci-dessous figure le profil d'appel du 'retail outlet', qui tient donc compte tant du volume d'appel que de la répartition des appels.

	Profil	Nombre d'utilisateurs	Total d'appels/mois	% d'appels locaux	% d'appels nationaux	% F2M	% Int	Durée d'appel
Retail outlet	Téléphonie fixe nationale	5	85	49%	23%	23%	5%	120 secondes
	Téléphonie fixe internationale		5					

Table 16: profil d'appel retail outlet

371. Sur les schémas ci-dessous, l'on peut voir que la Belgique obtient un bon score en ce qui concerne ce type d'entreprises en comparaison de ses pays voisins. Dans toutes les comparaisons (uniquement l'offre la moins chère, la moyenne des 3 offres les moins chères et la moyennes des 3 principaux fournisseurs), la Belgique se situe à la seconde place (Figure 48, Figure 49, Figure 50). Si l'on tient compte uniquement du prix le moins cher, la différence avec la France, l'Allemagne et la Grande-Bretagne est flagrante.

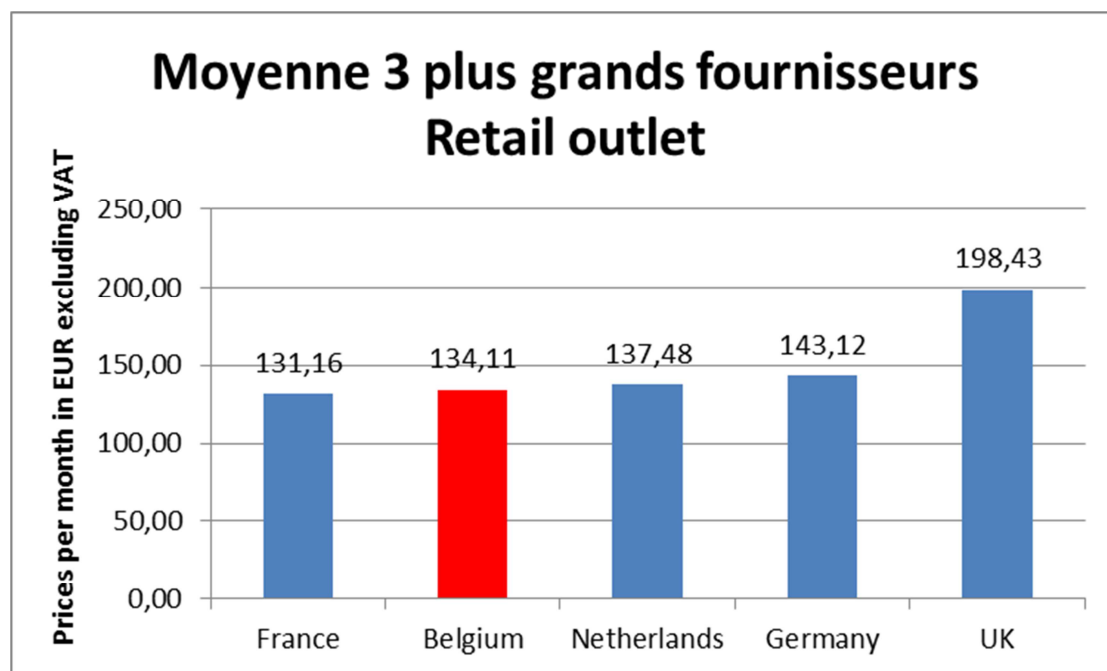


Figure 48: comparaison internationale prix moyen des 3 principaux fournisseurs de téléphonie fixe non résidentielle de type 'Retail outlet', en euros par mois, février-mars 2014

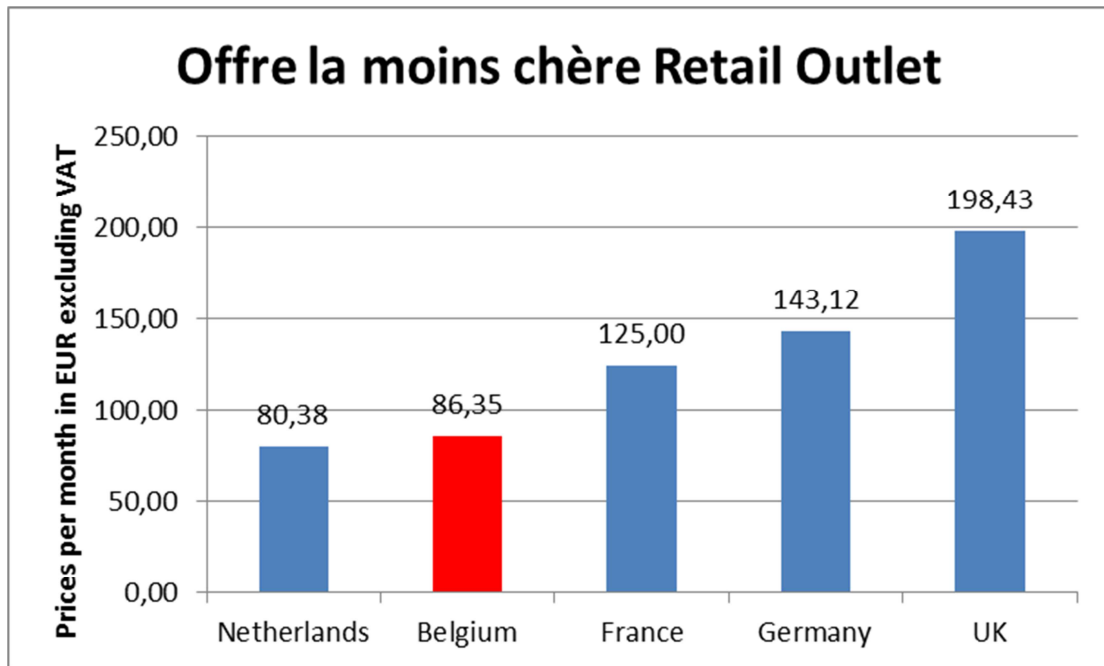


Figure 49: comparaison internationale prix moyen des offres les moins chères de téléphonie fixe non résidentielle de type 'Retail outlet', en euros par mois, février-mars 2014

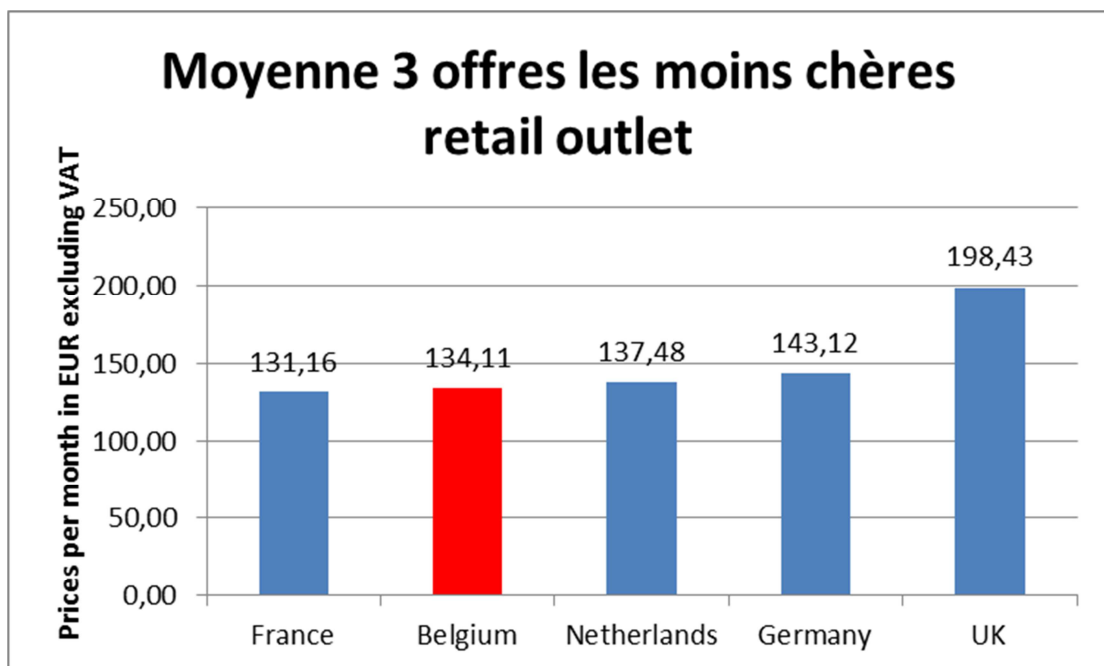


Figure 50: comparaison internationale prix moyen des 3 fournisseurs les moins chers de téléphonie fixe non résidentielle de type 'Retail outlet', en euros par mois, février-mars 2014

4.3.2.7.2 Local Production Company

372. Ci-dessous figure le profil d'appel de la 'Local Production Company', qui tient donc compte tant du volume d'appel que de la répartition des appels.
373. Sur les schémas ci-dessous, l'on peut voir que la Belgique obtient un très bon score en ce qui concerne ce type d'entreprises en comparaison de ses pays voisins. Si l'on prend uniquement en considération les 3 plus grands opérateurs (en termes de part de marché), la Belgique obtient un meilleur score que tous ses pays voisins

(Figure 51). Il en va de même lorsque l'on compare uniquement les offres les moins chères (Figure 52).

374. Si l'on prend uniquement en considération la moyenne des 3 offres les moins chères, les Pays-Bas sont les seuls à faire mieux que la Belgique (Figure 53).

	Profil	Nombre d'utilisateurs	Total d'appels/mois	% d'appels locaux	% d'appels nationaux	% F2M	% Int	Durée d'appel
Local Production company	Téléphonie fixe nationale	10	171	54%	25%	16%	5%	240 secondes
	Téléphonie fixe internationale		9					

Table 17: profil d'appel local production company

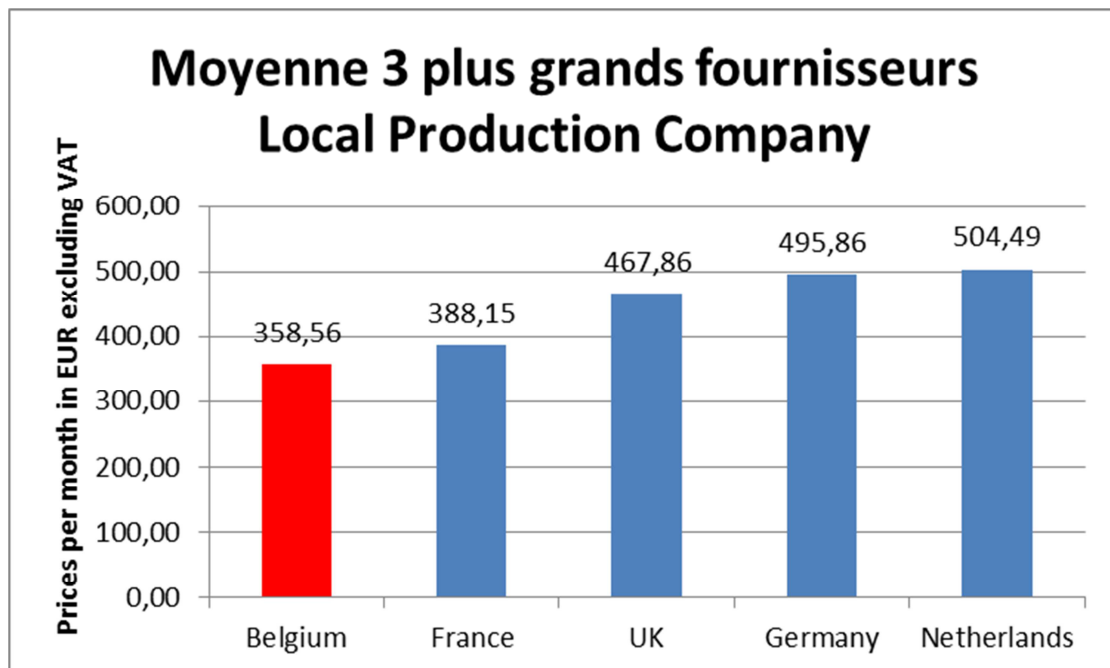


Figure 51: comparaison internationale prix moyen des 3 principaux fournisseurs de téléphonie fixe non résidentielle de type 'Cheapest Local Production Company', en euros par mois

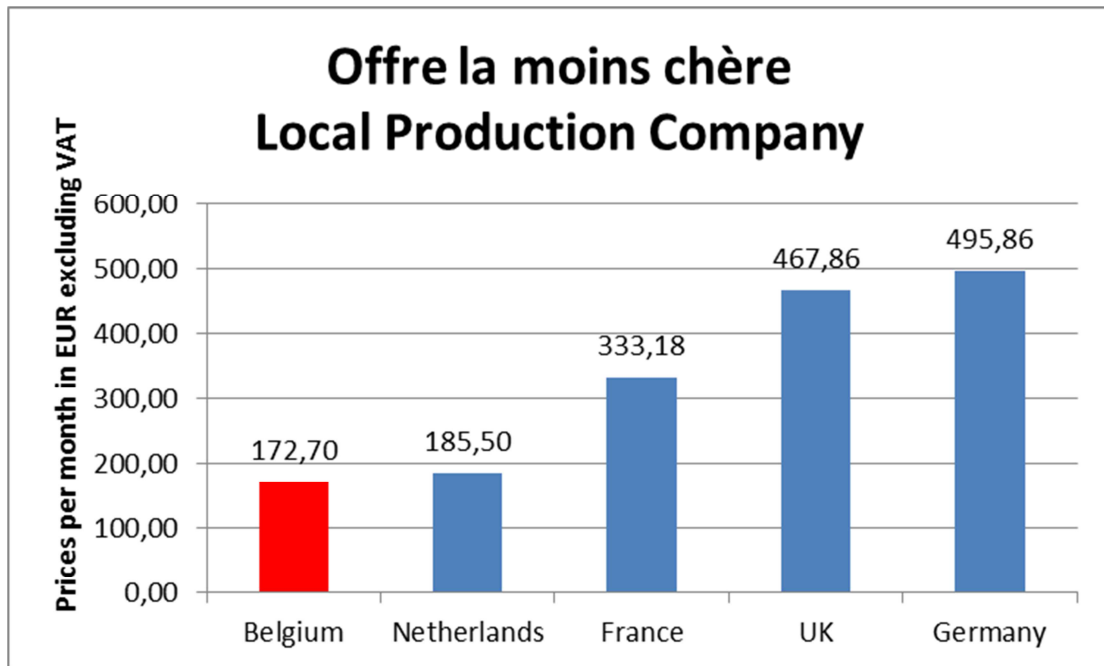


Figure 52: comparaison internationale prix moyen des fournisseurs les moins chers de téléphonie fixe non résidentielle de type 'Cheapest Local Production Company', en euros par mois

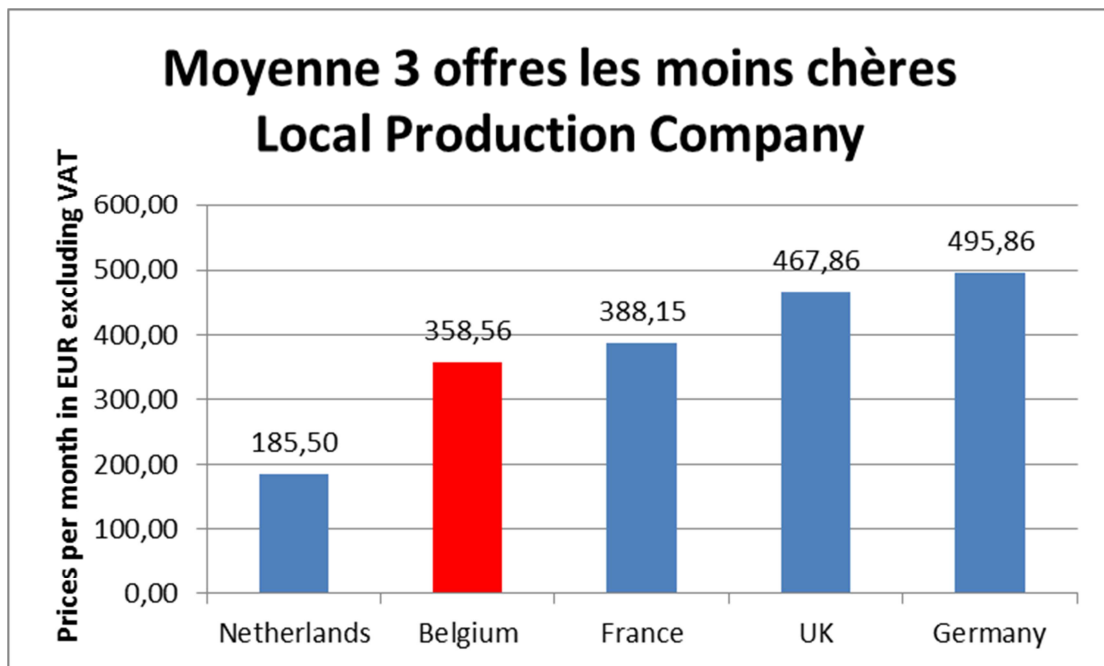


Figure 53: comparaison internationale prix moyen des 3 fournisseurs les moins chers de téléphonie fixe non résidentielle de type 'Cheapest Local Production Company', en euros par mois

4.3.3 Dynamique sur les marchés connexes

375. Conformément au considérant 12 de la recommandation du 17 décembre 2007 concernant les marchés pertinents, la dynamique du marché peut provenir « *par exemple d'évolutions technologiques ou de la convergence de produits et de marchés,*

*qui peut donner lieu à des pressions concurrentielles entre opérateurs actifs sur des marchés de produits distincts. »*¹⁶²

376. Dans sa note explicative¹⁶³ (24/01/2014) sur les nouveaux marchés pertinents, la commission a indiqué que la pression peut venir d'opérateurs qui actuellement ne font pas encore partie du marché :

“Indeed, competitive pressures on operators need not necessarily derive from other comparable operators, but may be exercised by undertakings (such as those that are currently referred to as over-the-top players) that, while adopting different business models, are able to supply products that can be regarded as an alternative by end users. Indeed, in innovation-driven markets competitive constraints often come from innovative threats from potential competitors that are not currently in the market, and dynamic or longer-term competition can take place among firms that are, from a static perspective, not necessarily competitors in an existing market.”

377. Ainsi, le régulateur télécoms finlandais, FICORA, a par exemple expliqué que le marché d'accès fixe et d'accès mobile de détail sont deux marchés distincts mais voisins où les opérateurs du marché d'accès mobile ont exercé une pression concurrentielle sur les opérateurs du marché d'accès fixe : *“retail mobile access is a distinct adjacent product market which gives rise to competitive constraints being exercised on operators in the fixed access market.”*¹⁶⁴

378. Il ressort du test de substituabilité entre services téléphoniques en position déterminée et non déterminée (chapitre 3.1.2.6) et entre services téléphoniques *peer-to-peer* et téléphonie fixe (chapitre 3.1.2.7) qu'il n'existe pas encore une substituabilité suffisante entre services téléphoniques en position déterminée et non déterminée d'une part ou entre services téléphoniques *peer-to-peer* et téléphonie fixe d'autre part. Il n'empêche que la téléphonie mobile et les services téléphoniques *peer-to-peer* peuvent effectivement exercer une certaine pression sur le marché de la téléphonie fixe, depuis un marché voisin.¹⁶⁵ C'est la raison pour laquelle nous examinons aussi dans ce chapitre la dynamique sur les marchés connexes et voisins comme le marché de la téléphonie mobile ainsi que les services de téléphonie *peer-to-peer*.

4.3.3.1 Évolution sur le marché de la téléphonie mobile

379. Même si les services de communication mobile et les services de communication fixe ne se trouvent pas sur le même marché (voir chapitre 3.1.2.6), l'IBPT présume

162 Recommandation 2007/879/CE de la Commission du 17 décembre 2007 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante conformément à la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques., considérant 12.

163 Commission staff working document explanatory note Accompanying the document Commission Recommendation on relevant product and service markets within the electronic communications 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 communications networks and services, 18.

164 BEREK REPORT ON IMPACT OF FIXED-MOBILE SUBSTITUTION IN MARKET DEFINITION, 24 mai 2012.

165 Notice explicative SEC(2007) 1483 de la Commission accompagnant la Recommandation de la Commission de 2007, p. 10: *“In such innovation-driven and/or converging markets, dynamic or longer term competition can take place among firms that are not necessarily competitors in an existing static market.”*

pourtant que les services de communication mobile exercent depuis un marché voisin une pression sur les services de communication fixe.

380. La Commission européenne a invoqué la pression d'opérateurs mobiles sur, entre autres, la détermination des prix de la téléphonie fixe dans l'exposé des motifs de la recommandation de 2007 sur les marchés pertinents :

“Even where perfect substitution is not found, mobile may exert pressure on fixed to the extent that fixed operators are constrained in their price setting, which then should be duly taken into account in the three criteria assessment or SMP analysis, as well as (alternatively) in the assessment of the appropriate remedies.”

Et dans sa note explicative sur les nouveaux marchés pertinents:

« Furthermore, the changing consumer behaviour towards other electronic communication services, such as mobile and messaging services, will probably lead to a decrease in demand of fixed telephony services »¹⁶⁶

381. La Figure 54 est la première figure qui montre l'importance de la téléphonie mobile sur le marché belge. Depuis quelques années, le nombre de minutes vocales sortantes dépasse le nombre de minutes vocales fixes sortantes. En 2012, le nombre de minutes vocales nationales sortantes a progressé pour atteindre 13,82 milliards de minutes.

382. En 2013, le trafic téléphonique mobile national sortant représentait 58% du trafic téléphonique national sortant total en Belgique.

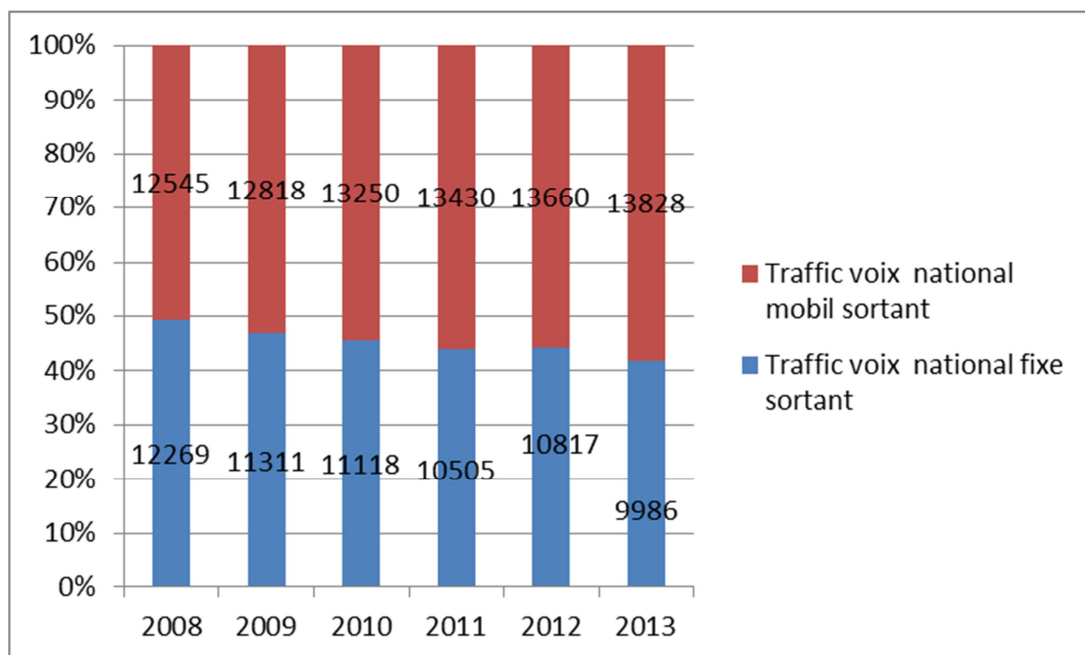


Figure 54: proportion entre communications téléphoniques fixes et mobiles, en millions de minutes (Source: IBPT, 2014)

166 Bron: Commission staff working document explanatory note accompanying the document Commission Recommendation on relevant product and service markets within the electronic communications 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 communications networks and services, 24/01/2014, 24.

383. Depuis les modifications apportées à la loi du 10 juillet 2012 portant des dispositions diverses en matière de communications électroniques à la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques, chaque client peut résilier sans frais son contrat après six mois. La Figure 55 indique que le nombre de numéros transférés de Belgique depuis octobre 2012 est bien plus élevé. Nous pouvons certainement parler d'une dynamique augmentée sur le marché, synonyme de pression sur ces prix mobiles et donc indirectement aussi sur les prix de détail fixes en Belgique.

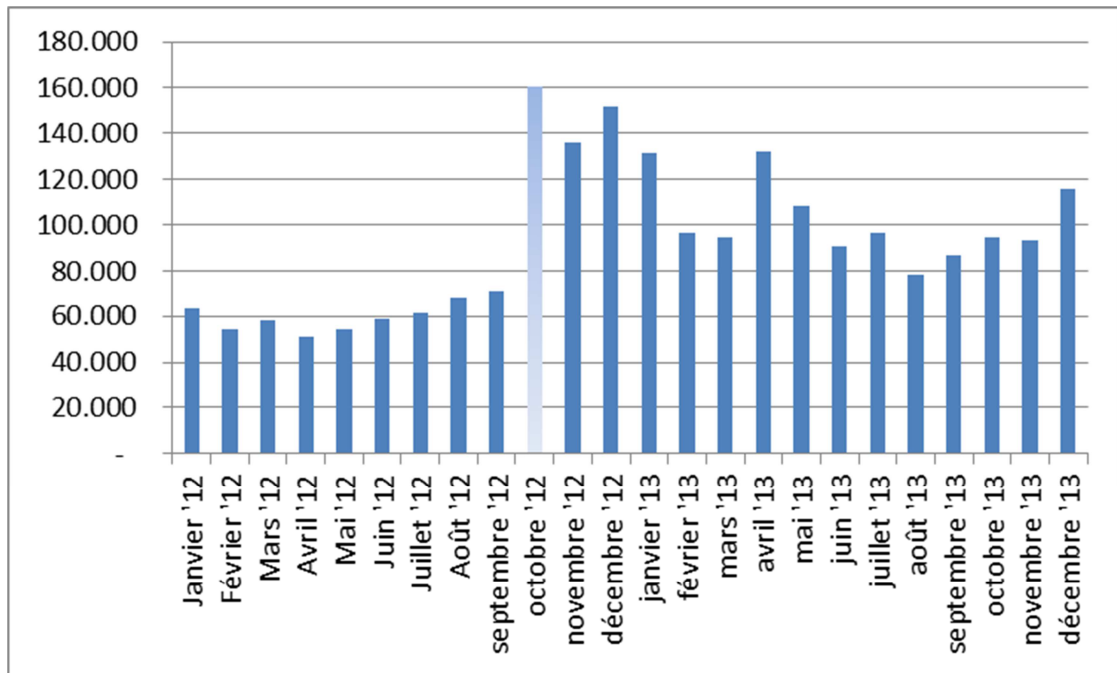


Figure 55: nombre de numéros portés pour la téléphonie mobile (Source: IBPT, 2014)

	Par mois
nombre moyen de portages par mois après le 1er octobre 2012	111.089
nombre moyen de portages par mois avant le 1er octobre 2012	60.089
Effet	51.001

Table 18: Évolution du nombre de portages suite à la loi du 10 juillet 2012 portant des dispositions diverses en matière de communications électroniques

384. Le lancement de 'King & Kong' par Telenet au cours de l'été 2012 a également intensifié la concurrence.¹⁶⁷ Les prix ont baissé de manière significative sur une période d'un an.¹⁶⁸ Selon le profil, le prix d'août 2013 était jusqu'à 55% inférieur à celui d'août 2012. Les baisses consécutives des tarifs de terminaison d'appel mobile, suite à la décision de l'IBPT du 29 juin 2010 concernant la terminaison

167 Telenet a vu sa clientèle plus que doubler jusqu'à atteindre 521.600 clients fin 2012 suite au succès de King et Kong, les plans tarifaires lancés en juillet 2012.

168 Cela concerne la comparaison de 2 études effectuées par l'IBPT (août 2012 et août 2013).

Liens : <http://www.bipt.be/public/files/fr/20944/Prijzenstudie+FR.pdf> et

d'appel sur réseaux mobiles individuels¹⁶⁹ (avec pour résultat un tarif de terminaison d'appel mobile de 1,08 eurocents par minute depuis le 1^{er} janvier 2013) ont aussi eu un impact sur ces baisses de prix.

385. Ces évolutions sur le marché de la téléphonie mobile (loi télécoms modifiée, nombre croissant de numéros portés, succès de Telenet) est synonyme de pression sur le marché de la téléphonie fixe.
386. Depuis 2013, il existe également en Belgique des plans tarifaires mobiles offrant un nombre illimité de minutes d'appel. Numericable lançait début 2013 son offre Mobile Max¹⁷⁰ pour 59,90 euros par mois (appels illimités, sms illimités, internet 2 GB) et 29,95 euros dans une offre groupée. Belgacom Mobile offre également un plan mobile illimité : smart +65¹⁷¹ (appels illimités, sms illimités, internet 5 GB) pour 65 euros par mois. Le 1^{er} novembre 2013, Voo a également lancé une offre avec nombre illimité de minutes d'appel : une offre illimitée 'Tattoo' pour 32 euros par mois pour un client Voo (et 50 euros pour un non-client de Voo) (appels illimités, sms illimités, internet 2 GB).¹⁷²
387. Ces offres avec téléphonie illimitée devraient pouvoir donner un coup de pouce supplémentaire à la téléphonie mobile. Par crainte de factures GSM trop élevées, la durée d'appel moyenne d'un appel d'un poste mobile est en effet bien inférieure à celle d'un poste fixe. Cela est confirmé tant par l'ORECE¹⁷³ (traduction libre):

« Les résultats de l'étude sur les communications électroniques auprès des ménages de 2011, se concentrant sur le caractère abordable de la téléphonie mobile, soulignent le fait que 65% des utilisateurs de téléphones portables de l'UE sont préoccupés par les frais de communication mobile et limitent leurs appels en conséquence. Ce phénomène pourrait limiter la tendance à la substitution fixe-mobile pour les appels et éventuellement l'accès vocal. »

que par la Commission européenne (traduction libre):

« La question des coûts des services des communications préoccupe fortement les citoyens de l'UE. En effet, deux tiers des citoyens de l'UE qui possèdent un téléphone mobile (63%) limitent désormais les appels depuis leur téléphone mobile, et une proportion équivalente (60%) limitent leurs appels vers d'autres opérateurs parce qu'ils sont plus chers. Un peu moins de la moitié des répondants limitent leur utilisation de l'Internet mobile en raison du coût (43%).¹⁷⁴ »

388. Lorsque les utilisateurs finals passeront à des offres illimitées pour la téléphonie mobile, la téléphonie mobile exercera certainement encore plus de pression sur la téléphonie fixe.

169 Décision de l'IBPT du 29 juin 2010 relative à la définition des marchés, à l'analyse des conditions de concurrence, à l'identification des opérateurs puissants sur le marché et à la détermination des obligations appropriées pour le marché 7 de la liste de la recommandation de la Commission européenne de 2007.

170 <http://www.numericable.be/nl/mobiele/aanbiedingen-mobiel/mobiel-max.aspx>

171 <http://www.belgacom.be/fr/particuliers/produits-et-services/telephonie-proximus/smart-mobile-appels-sms-et-surf.html>

172 Source : L'Echo, 30/10/2013. « Voo essaie de relancer la guerre des prix dans le secteur télécom »

173 BEREC REPORT ON IMPACT OF FIXED-MOBILE SUBSTITUTION IN MARKET DEFINITION, jeudi 8 décembre 2011.

174 Bron: E-COMMUNICATIONS HOUSEHOLD SURVEY REPORT, juin 2012

http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_381_fr.pdf

389. En dépit de l'absence de substituabilité en ce moment entre le fixe et le mobile (voir 3.1.2.6), l'IBPT s'attend à ce qu'à l'avenir, la limite entre ces deux services s'estompe progressivement. Comme le montre la Figure 17 la différence entre la minute vocale moyenne via un poste mobile et un poste fixe se réduit de plus en plus, même si la différence entre les deux reste relativement importante.
390. A cause de cette diminution du prix moyen par minute, l'utilisation de la téléphonie mobile va augmenter, au détriment des communications via un poste fixe (voir Figure 56).

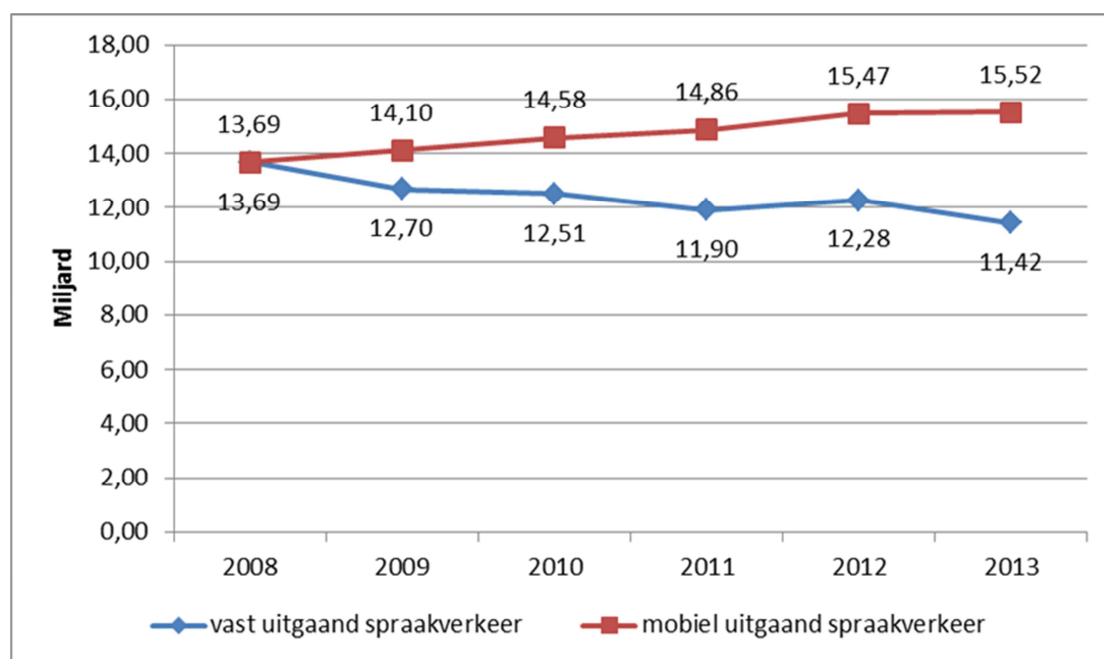


Figure 56: Volume de minutes vocales initiées sur le réseau téléphonique fixe et mobile (Source: IBPT, situation du secteur des communications électroniques)

4.3.3.2 Évolution relative aux services téléphoniques *peer-to-peer*

4.3.3.2.1 Description

391. Les services *peer-to-peer* sont surtout connus du grand public grâce aux services tels que Skype. Il s'agit de communications téléphoniques passant par la connexion internet¹⁷⁵ et pour lesquels un logiciel doit être installé sur l'ordinateur (tablette), portable ou smartphone. Le traitement se fait via les serveurs du prestataire.
392. Le grand avantage de ces services *peer-to-peer* est qu'ils sont souvent proposés gratuitement. C'est non seulement le logiciel qui est gratuit, mais aussi les communications entre les utilisateurs du logiciel entre eux. Le grand avantage vis-à-vis des fournisseurs classiques de téléphonie fixe est la disparition de l'abonnement téléphonique.

175 Les services comme les services *peer-to-peer* et les services *unmanaged voip* qui utilisent l'Internet 'simple' sont souvent décrits comme des services 'over the top' (OTT).

393. Tout comme pour les services de communication mobile, il ressort des tests de substituabilité que les services *peer-to-peer* ne pouvaient pas être inclus dans le même marché que les services de communication fixe. Néanmoins, nous pensons que ces services *peer-to-peer* peuvent influencer les prix des services de communication fixe, depuis un marché voisin.

4.3.3.2.2 Évolution

394. La Commission européenne signale dans son récent exposé des motifs¹⁷⁶ (24/01/2014) concernant la liste des nouveaux marchés pertinents la forte progression de ces services *over-the-top* :

“At retail level, there has been an increase in the development and demand for OTT services, which is a result of the increased availability of broadband over both fixed and mobile platforms. Furthermore, certain OTT services may grow to an extent to which they could be considered as an alternative to electronic communications services normally provided by operators, such as voicecalls and SMS. Such services might have disruptive effects on the current business models of infrastructure operators, since many of these services are offered for free. Although currently OTT services are not yet at a level in which they can be considered actual substitutes to the services provided by infrastructure operators, certain technological developments, such as the growing importance of smartphones and the forthcoming expansion of LTE will likely result in a continuous expansion of OTTs. In some cases, infrastructure operators have developed their own OTT services to compete with other, often free, OTT services.”

[...]

Nevertheless, it is foreseeable that the importance of these services will continue to grow and have a direct impact on the market, particularly at retail level.”

395. Toutefois, quelques remarques sont également ajoutées par la Commission européenne :

“However, some OTTs still face constraints, such as the requirement to have both users connected at the same time in order for the service to be used.

[...]

Notwithstanding, these OTT service providers will still require an underlying infrastructure, either developed by themselves or provided by an operator. This will have to be taken into account when analysing the markets concerned.”

396. Le prestataire le plus connu de ces services de communications *peer-to-peer* est Skype¹⁷⁷, mais il existe cependant encore d'autres possibilités. Quelques

176 Commission staff working document explanatory note accompanying the document Commission Recommendation on relevant product and service markets within the electronics communications 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 communications networks and services, 18.

177 Skype compte déjà plus de 250 millions de clients. (Source: <http://www.engadget.com/2012/05/31/skype-ceo-tony-bates-microsoft-kinect-future-voip-communication-d10/>)

alternatives les plus populaires à Skype ¹⁷⁸ sont Viper¹⁷⁹, Rebtel¹⁸⁰, Voipbuster¹⁸¹, FaceTime (Apple) et Google Talk. Leurs taux de croissance sont significatifs.

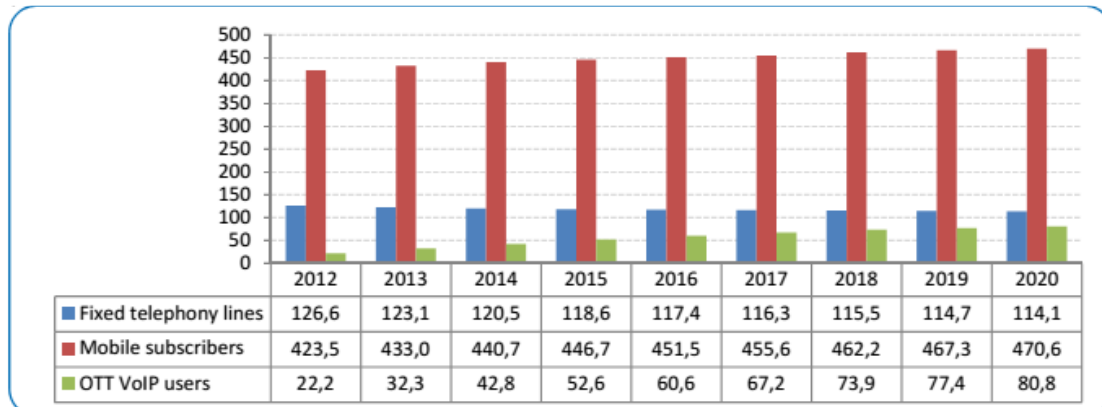


Figure 57: Comparaison entre la croissance (prévue) des utilisateurs de téléphonie mobile, lignes de téléphone fixes et utilisateurs VOIP OTT dans UE5, exprimée en millions d'utilisateurs (Source: Rapport 'Future electronic communications markets subject to ex-ante regulation', Ecorys, le 18 septembre 2013, 69)

397. Suite au succès de ces fournisseurs *peer-to-peer*, les prestataires réguliers rencontrent de plus en plus de difficultés¹⁸². C'est surtout sur le marché de la téléphonie internationale que Skype opère une progression impressionnante (voir Figure 57).

398. En collaboration avec l'UCL, l'IBPT a réalisé une enquête sur les consommateurs entre mars et juin 2014 concernant l'utilisation belge des communications électroniques. L'enquête portait notamment sur l'utilisation de produits et services de télécommunications, le choix de l'opérateur, le choix d'offres conjointes, etc. Ci-dessous figurent quelques résultats concernant l'utilisation de services *Peer-to-peer*.

178 "La durée d'utilisation au premier trimestre a augmenté de 58% par rapport à l'année précédente (traduction libre) " (Source: <http://www.hln.be/hln/nl/4125/Internet/article/detail/1608293/2013/04/03/De-wereld-skypet-erop-los-meer-dan-twee-miljard-minuten-per-dag.dhtml>)

179 Entre-temps, déjà plus de 200 millions d'utilisateurs dans le monde (source:<http://blogs.tijd.be/tzine/2013/05/skype-concurrent-viber-nu-ook-voor-pc-en-mac.html>)

180 Rebtel a enregistré une croissance de 250% en 2012, pour atteindre plus de 20 millions d'utilisateurs. Cette croissance devrait se poursuivre dans le futur, avec en moyenne 500 000 nouveaux utilisateurs par mois (Source: <http://www.apphones.nl/blog/category/apps/rebtel/>).

181 Le service de VoipBuster ressemble à celui de Skype, mais la différence principale réside dans le fait que VoipBuster permet non seulement d'appeler gratuitement d'autres utilisateurs, mais aussi des téléphones fixes dans un certain nombre de pays (européens), dont la Belgique et les Pays-Bas.

182 "TeleGeography estimates that Skype's international on-net traffic grew by 44 percent, or 51 billion minutes, in 2012—more than twice the volume growth achieved by all the phone companies in the world combined." (Source : Telegeography)

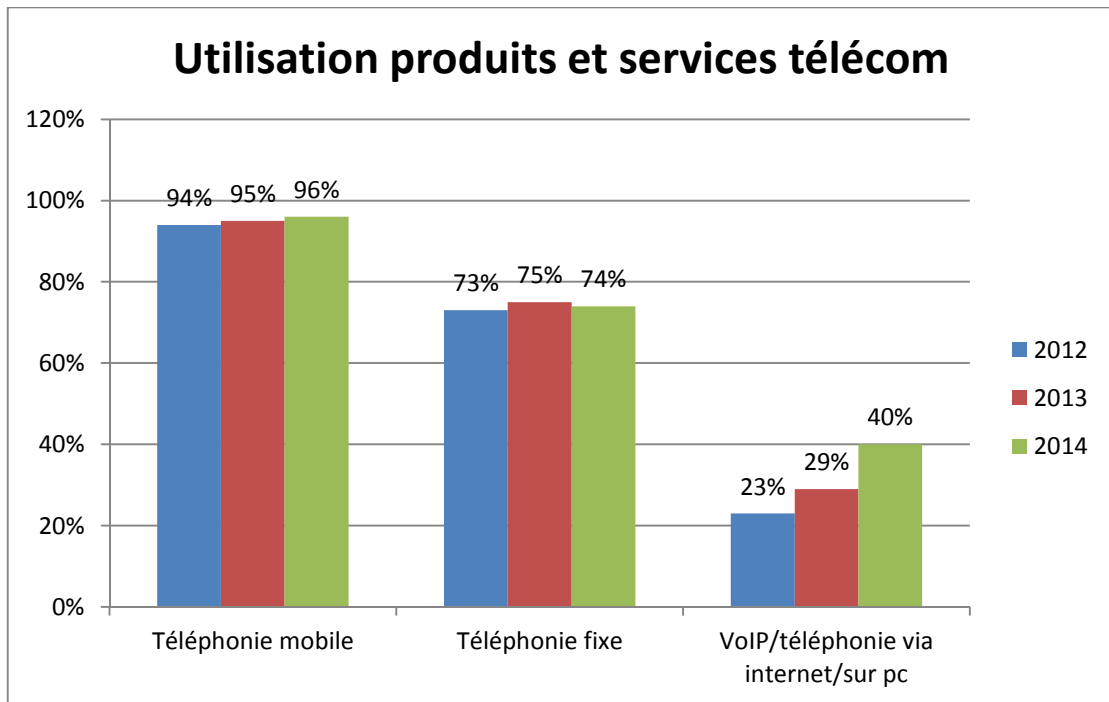


Figure 58: Utilisation moyens et services de télécommunications (Source: étude consommateurs UCL-IBPT, 2014)

399. L'on constate au Figure 58 que de plus en plus de personnes utilisent la téléphonie via l'Internet. Alors qu'en 2012, 23% des Belges utilisaient des services VoIP, ce pourcentage était déjà passé à 40% en 2014, ce qui représente près du double en 2 ans.

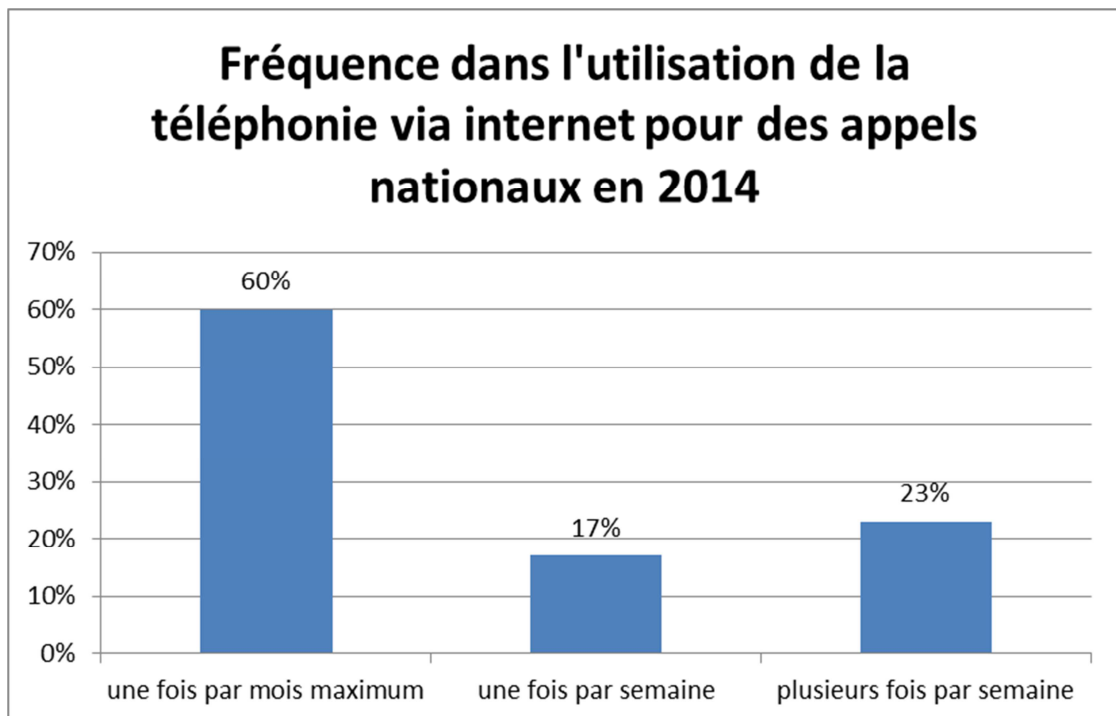


Figure 59: Fréquence d'utilisation de la téléphonie via l'Internet pour les appels nationaux en 2014 (Source: enquête sur les consommateurs UCL-IBPT, 2014)

400. La majorité des Belges utilisant des applications *peer-to-peer* ne le fait pas si souvent en ce qui concerne les appels nationaux (maximum une fois par mois).

Pourtant, plus d'un Belge sur cinq utilise des services *peer-to-peer* et ce, plusieurs fois par semaine pour les appels nationaux (Figure 59).

401. Un certain nombre de facteurs pouvant contribuer au succès des services *peer-to-peer* ou l'accélérer sont énumérés ci-après.

401.1 les prix beaucoup moins élevés (souvent gratuit)

401.2 le taux de pénétration du nombre de lignes large bande en Belgique qui augmente d'année en année^{183 184}, et ce tant auprès de la clientèle résidentielle que non résidentielle.

402. La variante mobile des services *peer-to-peer* connaît également une forte progression.¹⁸⁵ VoIP est disponible sur de nombreux smartphones via des apps pour que des utilisateurs de smartphones puissent appeler partout via Wifi ou la 3G (et bientôt aussi en de nombreux endroits via la 4G). Ainsi, Facebook a également lancé en mai 2013 la possibilité en Belgique d'appeler gratuitement via sa variante mobile d'autres utilisateurs Facebook.¹⁸⁶ De plus, Facebook a acquis What's App¹⁸⁷, service OTT en vogue, et a rapidement annoncé également permettre la voix via ce service.¹⁸⁸

402.1 Ces développements passeront à la vitesse supérieure grâce à l'augmentation rapide de la popularité des smartphones^{189 190} et des applications (les fameuses 'apps').

"Regulation independent" competition is expected to further intensify by 2015 and beyond with copper, fibre, upgrades to cable (DOCSIS 3.1) and wireless access technologies (LTE or 4G). The shift to smartphones and apps will also facilitate additional competition from over the top applications and lead to more intense competition between mobile and fixed broadband access. We also observe that over the top allows consumers to unpick existing bundles, for example, providing alternatives to bundled voice and SMS.¹⁹¹"

183 Le nombre de ménages disposant d'une connexion Internet a légèrement augmenté par rapport à l'année précédente: 77,7 % en 2012 contre 76,5 % en 2011. (source: Eurostat)

184 96,7 % des entreprises belges sont connectées à Internet. Presque toutes les moyennes et grandes entreprises sont connectées à Internet. (Source : SPF Economie, Baromètre de la Société de l'Information (2013))

185 Dans unblogposting Skype a annoncé que son application VOIP et videochat compte plus de 100 millions d'utilisateurs sur la plateforme Android.

186 Source: De Tijd, 21 mai 2013 Facebook laat nu ook Belgen gratis bellen via smartphone (http://www.tijd.be/nieuws/ondernemingen_telecom/Facebook_laat_nu_ook_Belgen_gratis_bellen_via_smartphone.9347575-3125.art)

187 What'sApp, un système de messagerie texte et vidéo OTT, a annoncé aux investisseurs de Wall Street avoir 250 millions d'utilisateurs actifs par mois.

188 Source: De Standaard, Dit jaar nog internetbellen met WhatsApp, (http://www.standaard.be/cnt/dmf20140224_00995655), 24 février 2014.

189 En un an, le nombre de propriétaires d'un smartphone en Belgique est passé de 10,8% à 32,8% à la fin de l'année 2012. (Source: SPF Economie, Baromètre de la Société de l'Information (2013))

190 "Binnen de mobiele telefonie blijft het bezit van een smartphone een steile opmars kennen. Met een sprong van zowat 10% voorwaarts, heeft bijna 1 op 2 Vlamingen een smartphone (48%)." (Source: DIGIMETER 2013, AUG - SEPT, MEDIATECHNOLOGIE- & ICT-GEBRUIK IN VLAANDEREN, iMinds)

191 Relevant markets in the Telecoms sector: The times there are a-changin' (A report for ETNO, June 2013) Brian Williamson, David Lewin, Stefano Nicoletti, Sam Wood (Plum), Damien Gerardin (Covington & Burling LLP), Tommaso Valletti (Imperial College London)

In 2012 telecoms operators struggled to reverse the declining trend in revenues and margins, focusing on retaining customers and increasing ARPU, amidst a combination of challenging elements: rapidly growing demand for fixed and mobile data traffic driven by the fast spread of smartphones and tablets. This brought about a further commoditization of voice, both in fixed and more and more in mobile services, that was not compensated by the steady increase of mobile data revenues.¹⁹²

403. La figure suivante représente les chiffres de la croissance explosive de l'utilisation de l'Internet mobile en Belgique sont représentés, tant via GSM (smartphone) que PC.

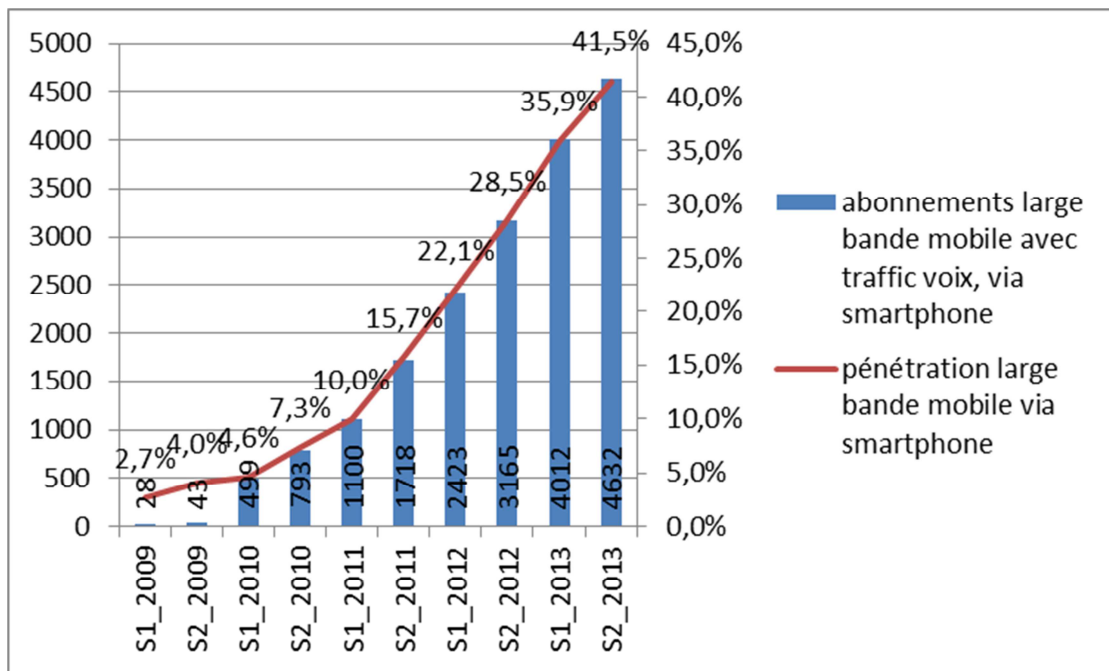


Figure 60: Evolution de la pénétration large bande mobile en Belgique, via GSM (IBPT, 2014)

192 Commission Staff working document Digital Agenda Scoreboard 2013. Source : <http://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/DAE%20SCOREBOARD%202013%20-%20201-THE%20eCOMM%20SECTOR.pdf>

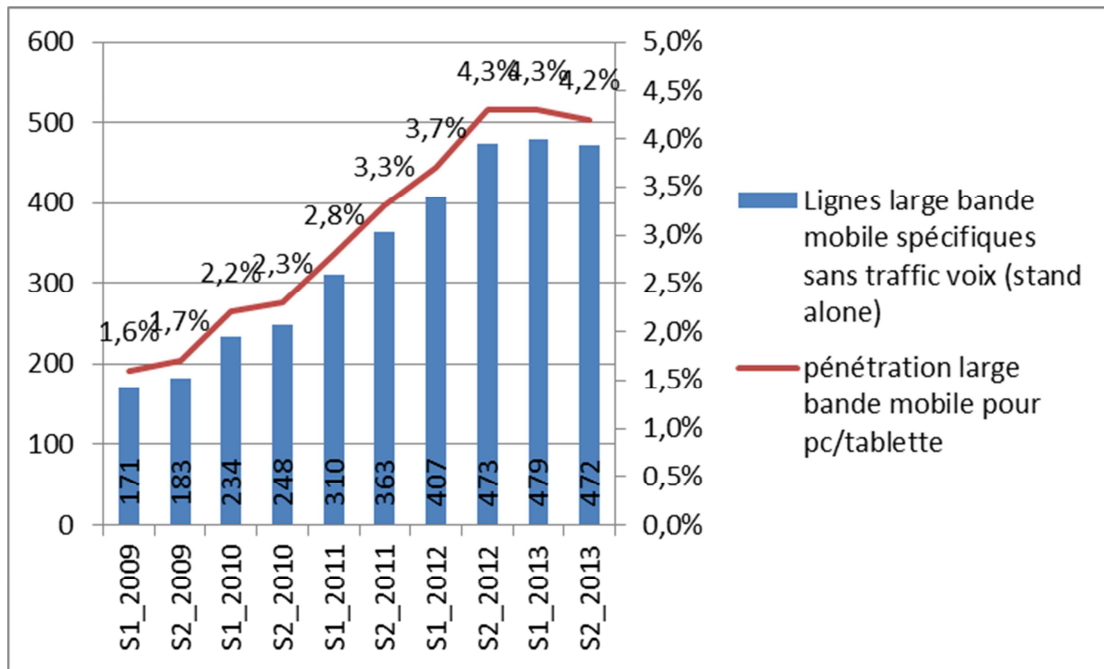


Figure 61: Evolution de la pénétration large bande mobile en Belgique, via PC (IBPT, 2014)

403.1 Le déploiement de la 4G et la croissance des réseaux Wifi¹⁹³ pourra également faire en sorte que cette forme de téléphonie gagne en popularité.

4.3.4 Conclusions 2ème critère

404. L'IBPT constate qu'un certain nombre d'évolutions ont lieu sur le marché des services de communications fixes. La plupart des tendances valent tant pour les utilisateurs résidentiels que non résidentiels. Lorsque ce n'est pas le cas, c'est signalé.

404.1 En général, il y a une diminution des prix depuis 2008 (voir Figure 41), qui se traduit notamment par des offres forfaitaires comprenant des minutes d'appel gratuites. C'est le cas tant pour le marché résidentiel que pour le marché business.

404.2 Nous remarquons en particulier tant sur le marché résidentiel que professionnel une diminution des tarifs entre les postes fixes et mobiles (F2M, voir Figure 42), ce qui a contribué à proportionnellement plus d'appels F2M. C'est dû principalement au fait que les tarifs de terminaison d'appel mobile ont été fortement réduits par la décision de l'IBPT du 29 juin 2010.¹⁹⁴ Ces baisses des tarifs de terminaison d'appel mobile devaient aussi être répercutées par Belgacom dans les tarifs de détail, conformément à la

193 By 2016, over half of the world's Internet traffic is expected to come from Wi-Fi connections.(Source: Cisco's VNI Forecast, <http://newsroom.cisco.com/press-release-content?articleId=888280>)

194 Décision de l'IBPT du 29 juin 2010 relative à la définition des marchés, à l'analyse des conditions de concurrence, à l'identification des opérateurs puissants sur le marché et à la détermination des obligations appropriées pour le marché 7 de la liste de la recommandation de la Commission européenne de 2007.

décision de l'IBPT du 6 novembre 2008¹⁹⁵. Nous soulignons également sur ce point le début d'une augmentation constante de la dynamique concurrentielle par l'augmentation du nombre d'appels F2M dans les offres forfaitaires (par ex. appels gratuits durant les heures creuses), alors que c'est justement là que le bât blessait en 2008, ce qui conduisit à la conclusion dans la décision du 6 novembre 2008 que le marché n'était pas suffisamment dynamique¹⁹⁶ :

"En ce qui concerne les tarifs, et en particulier les tarifs de poste fixe à poste mobile, on a constaté l'absence d'une pression concurrentielle conduisant à une baisse des prix et ce alors que les coûts sous-jacents ont connu des diminutions sensibles, du fait de la régulation des MTR. Sur un marché effectivement concurrentiel, des diminutions de coûts aussi significatives auraient profité aux utilisateurs."

- 404.3 De plus, l'IBPT fait également remarquer l'arrivée de services *(un)managed VoIP* qui, du moins pour certains profils de consommation (voir graphiques dans le chapitre 2.4), offrent des tarifs intéressants et qui sont accessibles à un large public, vu la forte pénétration de la large bande en Belgique, c'est-à-dire 74,1% des ménages (2013).
- 404.4 Bien que la CPS ne soit plus aussi en vogue qu'il y a quelques années, et diminue encore d'année en année, environ un demi-million d'utilisateurs finals, notamment des entreprises, font encore appel à la CPS pour leurs appels téléphoniques.
405. De plus, nous observons déjà les conséquences positives de certaines décisions de l'IBPT et d'autres décisions régulatrices auront bientôt des effets positifs sur ces marchés :
- 405.1 L'obligation multicast qui pèse sur Belgacom¹⁹⁷ a fait en sorte (au moins indirectement) qu'elle a conclu un accord commercial avec KPN pour la fourniture de produits *dual play* et *triple play*. Sous la marque SNOW, KPN propose une offre *triple-play* au même prix que son offre *dual-play* (pas de supplément pour la téléphonie fixe). L'IBPT attend une évolution positive supplémentaire une fois qu'un opérateur alternatif utilisera l'obligation multicast régulée.
- 405.2 L'obligation de fournir des lignes NGLL (voir numéros en marge 292, 293 338) permettra aux opérateurs alternatifs sur le marché professionnel de réduire le coût de connexion de leurs clients business, de la même manière que Belgacom remplace son architecture classique par une architecture Ethernet. (voir numéro en marge 337). Avec la régulation des prix de gros

195 Voir chapitre 4.3.2 "Contrôle sur les prix de détail et l'imputation des coûts" de la Décision de l'IBPT du 6 novembre 2008 relative à la définition des marchés, à l'analyse des conditions de concurrence, à l'identification des opérateurs puissants sur le marché et à la détermination des obligations appropriées pour les marchés 3 et 5 sélectionnés dans la recommandation de la Commission Européenne du 11 février 2003 : services téléphoniques nationaux accessibles en position déterminée pour les utilisateurs résidentiels et non résidentiels,

196 Décision de l'IBPT du 6 novembre 2008 relative aux services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et non résidentielle, 74.

197 Décision de la CRC du 1er juillet 2011 concernant l'analyse des marchés large bande.

(par ex. WBA VDSL2), les barrières à l'entrée de ces marchés ont été réduites. Ce qui profite à la concurrence sur le marché non résidentiel.

- 405.3 Bien que les mesures imposées sur les câblo-opérateurs (voir numéro en marge 336) ne concernent pas directement les services téléphoniques, les opérateurs alternatifs devraient toutefois pouvoir les utiliser pour proposer des services *unmanaged voip*.
406. Cette augmentation de la concurrence peut être observée dans les graphiques sur les parts de marché, où l'on constate que les opérateurs alternatifs (et surtout les câblo-opérateurs) gagnent année après année des parts de marché, à l'exception de 2013, grâce à leur position dominante historique pour la télévision.
407. De plus, une certaine pression concurrentielle est également attendue par certains services, bien que n'appartenant pas au même marché mais à un marché connexe :
- 407.1 Il y a d'une part la téléphonie mobile. Nous pouvons déduire d'une part de l'augmentation du nombre de minutes d'appel mobile et d'autre part de la diminution du nombre de minutes d'appel fixe (voir Figure 56) qu'il est question d'une migration croissante du fixe vers le mobile, surtout sur le marché résidentiel. Un ménage sur trois ne dispose que d'un poste mobile (voir Figure 18). La diminution du prix des services téléphoniques mobiles (voir numéro en marge 384), entre autres suite à la baisse des tarifs de terminaison d'appel mobile, peut contribuer à l'avenir encore davantage à l'importance des services de téléphonie mobile et ceci tant pour le marché résidentiel que business.
- 407.2 D'autre part, il y a aussi les services peer-to-peer. Bien que Skype et par extension, tous les autres réseaux *peer-to-peer* soient responsables dans un premier temps de beaucoup de concurrence aux services téléphoniques internationaux et ne se substituent pas aux services téléphoniques fixes, ils peuvent exercer une pression sur les prix des services de communication fixe. Tout comme pour les services *unmanaged voip*, la forte pénétration large bande en Belgique (voir Figure 23) joue à leur avantage pour une croissance significative, que l'on attend pour ces services (voir entre autres). L'aspect gratuit peut ici également jouer un rôle important.
408. En concluant, l'IBPT considère que les caractéristiques du marché peuvent laisser supposer une évolution vers une situation de concurrence effective.

4.4 3ème critère - efficacité exclusivement du droit de la concurrence

409. Vu que le deuxième critère n'a pas été rempli, l'examen du troisième critère est superflu.¹⁹⁸

198 Conformément à l'article 2 de la recommandation 2007/879/CE de la Commission européenne du 17 décembre 2007 relative aux marchés pertinents de produits et de services : " *Lorsqu'elles recensent des marchés autres que ceux en annexe, les autorités réglementaires nationales doivent s'assurer que les trois critères suivants [...] sont remplis cumulativement.*"

4.5 Conclusion du test des trois critères

L'IBPT estime que les marchés des services nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et non résidentielle ne répondent plus aux trois critères fixés par la Commission européenne pour faire l'objet d'une régulation ex ante.

410. Cette conclusion rejoint l'avis de la Commission européenne qui, dans la recommandation du 17 décembre 2007, estime que les marchés des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et non résidentielle (respectivement les anciens marchés n° 3 et 5 de la recommandation de 2003) ne doivent en principe plus faire l'objet au niveau européen d'une régulation ex ante.
411. D'après cette conclusion, les marchés pertinents des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle d'une part et la clientèle non résidentielle d'autre part ne sont plus régulés, rejoignant ainsi les conclusions d'un certain nombre d'ARN, comme il ressort de la Table 19. Dans une majorité d'États Membres, il a été décidé que ces marchés ne devaient plus faire l'objet d'une régulation ex ante.

Pays	Marché 3 (2003)		Marché 5 (2003)	
	Tour	Régulé?	Tour	Régulé?
Belgique	2	Oui	2	Oui
Bulgarie	2	Oui	2	oui
Chypre	2	Oui	2	Oui
Croatie	1	Oui	1	Oui
Danemark	2	Non	1	Non
Allemagne	2	Non	2	Non
Estonie	1	Non	1	Non
Finlande	2	Non	2	Non
	1	Non	1	Non
France	2	Non	2	Non
Grèce	3	Non	3	Non
Grande-Bretagne	2	Non	2	Non
Hongrie	2	Oui	2	Oui
Irlande	2	Non	2	Non
Italie	2	Non	2	Non
Lettonie	1	Oui	1	Oui
Lituanie	3	Non	3	Non
Luxembourg	1	Oui	1	Oui
Malte	2	Non	2	Non
Pays-Bas	2	Non	2	Non
Autriche	3	Non	4	Non
Pologne	1	Oui	1	Oui

Portugal	1	Oui	1	Oui
République tchèque	2	Non	2	Non
Slovaquie	2	Non	2	Non
Slovénie	2	Non	2	Non
Espagne	2	Non	2	Non
Suède	1	Non	1	Non

Table 19: tableau récapitulatif régulation marché 3 & 5 dans tous les pays de l'UE (Source: Cullen International, 30 juillet 2014)

5 Suppression d'obligations

5.1 Obligations actuelles applicables à Belgacom

412. Par la décision du 6 novembre 2008, l'IBPT avait imposé à Belgacom les obligations reprises ci-dessous en ce qui concerne les services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et non résidentielle.

Type d'obligation	Obligations imposées dans le cadre de la décision du jeudi 6 novembre 2008	Description des obligations
Contrôles des prix de détail et obligations relatives au système de comptabilisation des coûts (article 64)	Oui	Répercussion des baisses tarifaires pour la terminaison d'appel
Transparence (article 59)	Oui	<ul style="list-style-type: none">- communiquer à l'avance les modifications de ses plans tarifaires;- à la demande de l'IBPT, communiquer les plans tarifaires, les promotions et les autres éléments afin que l'IBPT puisse contrôler le respect des obligations

Table 20: Obligations imposées conformément à la décision du 6 novembre 2008

5.2 Suppression des obligations

413. L'IBPT a conclu plus haut dans la présente décision que les marchés pertinents des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle d'une part et la clientèle non résidentielle d'autre part ne satisfont plus à tous les trois critères et par conséquent, ces marchés n'entrent plus en considération pour une réglementation ex ante. Par conséquent, les obligations précédemment imposées à Belgacom en tant qu'opérateur puissant sur le marché sont supprimées sur les marchés précités conformément à la décision de l'IBPT du 6 novembre 2008. L'IBPT estime donc approprié de favoriser la concurrence sur les marchés en aval via des mesures wholesale. Le tableau ci-dessous compare les obligations de Belgacom après la décision du 6 novembre 2008 et ses obligations après la présente décision.

<i>Obligations imposées dans le cadre de la décision du jeudi 6 novembre 2008</i>	<i>Description des changements</i>
Contrôles des prix de détail et obligations relatives au système de comptabilisation des coûts (article 64)	Obligation retirée
Transparence (article 59)	Obligation retirée

Table 21: obligations imposées par la décision du 11 août 2006 et supprimées par la présente décision

5.3 Passage de la réglementation sectorielle au droit de la concurrence

414. L'article 16.3 de la Directive Cadre stipule que "*Lorsqu'une autorité réglementaire nationale conclut que le marché est effectivement concurrentiel, elle n'impose ni ne maintient l'une quelconque des obligations réglementaires spécifiques visées au paragraphe 2. Dans les cas où des obligations réglementaires sectorielles s'appliquent déjà, elle supprime ces obligations pour les entreprises sur ce marché pertinent. Les parties concernées par cette suppression d'obligations en sont averties dans un délai approprié.*"
415. Le Groupe des Régulateurs Européens (ERG), désormais le BEREC¹⁹⁹, fondé conformément à la décision de la Commission européenne du 22 juillet 2007, a publié en mai 2009 une position commune relative à la détermination des remèdes appropriés²⁰⁰. Ce document déclare que "*When considering the removal of an obligation, it is of course necessary to take into account whether removal would cause a material adverse effect on competition in the relevant market. It is equally necessary to consider the effect of that obligation in related markets, especially downstream. It would not be appropriate to remove obligations which were a pre-requisite for effective competition in the related market.*"
416. Comme l'IBPT s'attend à une pression suffisante exercée par les câblo-opérateurs et les opérateurs CPS dans une moindre mesure ainsi qu'à une pression croissante du côté de la téléphonie mobile exercée par les services *peer-to-peer* et les opérateurs VoIP, l'IBPT n'estime pas nécessaire de prendre en considération une période de transition après le retrait de la régulation.

Les obligations actuelles imposées dans le cadre de la décision du 6 novembre 2008 sur les marchés pertinents de services téléphoniques accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et non résidentielle ne sont plus nécessaires. L'IBPT estime donc qu'il est adapté de supprimer les mesures imposées à l'époque.

199 BEREC: body of european regulators

200 Revised ERG Common Position (06) 33 on the approach to appropriate remedies in the ECNS regulatory framework, mai 2009.

6 Entrée en vigueur et validité de la présente décision, recours et signature

6.1 Entrée en vigueur et durée de validité de la présente décision

6.1.1 Entrée en vigueur

417. La présente décision de l'IBPT entre en vigueur le [un mois après sa publication sur le site Internet de l'IBPT].
418. À sa date d'entrée en vigueur, la présente décision abroge la décision du Conseil de l'IBPT du 6 novembre 2008 pour les services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle d'une part et la clientèle non résidentielle d'autre part.

6.1.2 Durée de validité de la présente décision

419. Compte tenu de de la conclusion à laquelle l'IBPT est arrivé dans le cadre de la présente décision, soit la suppression des obligations qui pesaient sur Belgacom en ce qui concerne les marchés de services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et la clientèle non résidentielle, il n'est pas nécessaire de déterminer la durée de validité de la présente décision.
420. L'IBPT continuera cependant de surveiller le marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle d'une part et la clientèle non résidentielle d'autre part.
421. La présente décision est adoptée pour une durée indéterminée.

6.2 Voies de recours

422. Conformément à l'article 2, § 1er de la loi du 17 janvier 2003 concernant les recours et le traitement des litiges à l'occasion de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et télécommunications belges, vous avez la possibilité d'introduire un recours contre cette décision devant la Cour d'appel de Bruxelles, Place Poelaert, 1, B-1000 Bruxelles. Les recours sont formés, à peine de nullité prononcée d'office, par requête signée et déposée au greffe de la Cour d'appel de Bruxelles dans un délai de soixante jours à partir de la notification de la décision ou à défaut de notification, après la publication de la décision ou à défaut de publication, après la prise de connaissance de la décision.
423. La requête contient, à peine de nullité, les mentions requises par l'article 2, §2 de la loi du 17 janvier 2003 concernant les recours et le traitement des litiges à l'occasion de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et télécommunications belges. Si la requête contient des éléments que vous considérez comme confidentiels, vous devez l'indiquer de manière explicite et déposer, à peine de nullité, une version non-confidentielle de celle-ci. L'Institut publie sur son site Internet la requête notifiée par le Greffe de la juridiction. Toute

partie intéressée peut intervenir à la cause dans les trente jours qui suivent cette publication.

6.3 Signatures

Charles Cuvelliez
Membre du Conseil

Axel Desmedt
Membre du Conseil

Luc Vanfleteren
Membre du Conseil

Jack Hamande
Président du Conseil

Annexes de l'analyse des marchés 3/03 et 5/03

Annexe A: synthèse des contributions des opérateurs dans le cadre de la consultation publique

1. Belgacom approuve dans l'ensemble la décision de l'IBPT mais estime que l'IBPT aurait dû réguler ces marchés plus tôt.
2. Belgacom fait remarquer que l'analyse prend en compte des données de 2012, ce qui exclut les développements récents, par exemple sur le marché mobile. Cela pourrait expliquer les trop grandes différences entre les tarifs fixes et mobiles et le nombre trop faible d'appels F2M, qui devrait être à l'heure actuelle bien plus élevé.
3. Belgacom signale que, dans le cadre de la comparaison des prix,
 - 3.1 Seuls les services individuels ont été comparés, alors que l'IBPT souligne clairement l'évolution vers les offres conjointes dans tout le document.
 - 3.2 L'abonnement Internet large bande devrait être pris en compte pour les services « *unmanaged voip* »
 - 3.3 Pour les communications entre téléphones fixes et mobiles, il faut ajouter les redevances d'abonnement pour l'accès à la téléphonie fixe, étant donné que pour la téléphonie mobile, celles-ci sont comprises automatiquement.
4. Selon Belgacom, l'IBPT établit une distinction artificielle entre les OTT qui offrent des services « *unmanaged voip* » permettant d'effectuer des appels *off-net* et les opérateurs « *Unmanaged VoIP peer to peer* » qui permettent uniquement les appels *on-net*. Belgacom estime que les services « *peer-to-peer* » disposent de tous les outils possibles pour offrir un service « *unmanaged voip* », ce qui fait qu'il y a donc bien également de la substituabilité du côté de l'offre.
5. Belgacom estime que la tendance au *multiple play* constitue un avantage pour les opérateurs alternatifs qui décident d'offrir des services « *unmanaged voip* ». Ils peuvent notamment offrir plus de services sur la base d'un accès de gros unique, ce qui leur permet de mieux les rentabiliser.
6. Belgacom souligne l'importance croissante des OTT, qui ne doivent surmonter aucune barrière à l'accès.
7. Selon Belgacom, l'IBPT ne souligne pas suffisamment l'existence des réseaux des câblo-opérateurs, qui seraient très efficaces dans la vente d'offres conjointes.

8. Belgacom fait remarquer que de nombreux opérateurs alternatifs appartiennent à de grands groupes internationaux, ce qui leur confère également un certain nombre d'avantages, par rapport à Belgacom.
9. Belgacom estime que l'importance croissante des câblo-opérateurs aurait pu être davantage soulignée, et ce, essentiellement par la fourniture d'informations concernant les nouveaux clients acquis, point fort des câblo-opérateurs. La dynamique concurrentielle apparaîtrait ainsi plus clairement.

Annexe B: Avis de l'Autorité belge de la Concurrence

1. Le projet de décision a été transmis à l'Autorité belge de la concurrence le 30 avril 2014. Ce dernier a rendu son avis le 26 mai 2014. Cet avis constitue un document distinct qui fait partie intégrante de la présente décision. Vous trouverez ci-après un résumé des principales remarques formulées.
2. L'Autorité belge de la concurrence fait remarquer que la définition des deux marchés tant pour ce qui concerne le niveau des « services » que la dimension géographique est cohérente avec la méthodologie basée sur le droit de la concurrence.
3. L'Autorité belge de la concurrence constate également que la définition de marché est conforme à la jurisprudence tant des communautés qu'au niveau fédéral.
4. L'Autorité belge de la concurrence est d'avis que l'approche de l'IBPT en ce qui concerne les produits « multiple play » est également conforme à la jurisprudence récente lorsqu'elle conclut qu'il est encore trop tôt pour parler d'un marché d'offres conjointes distinct.
5. Sur la base des informations fournies, l'Autorité belge de la concurrence est d'accord avec la conclusion de l'IBPT selon laquelle il existe sur les marchés de détail de la téléphonie fixe nationale d'importantes barrières à l'entrée et que ces barrières ont un caractère durable.
6. Bien que les deux marchés connaissent une dynamique différente, l'Autorité belge de la concurrence peut suivre l'IBPT dans son avis selon lequel les deux marchés évoluent vers une situation de concurrence effective.
7. L'Autorité belge de la concurrence constate plus particulièrement que le principal motif de régulation de ces marchés de détail, à savoir la non-prise en compte des baisses des tarifs de terminaisons d'appels mobiles dans les prix de détail, a disparu et qu'il est peu probable que le retrait de cette régulation des prix mette fin à cette dynamique.
8. L'Autorité belge de la concurrence souligne que les différentes mesures de gros permettront de contrôler les comportements sur les marchés concernés et qu'il faut dès lors fortement relativiser la pertinence de maintenir une régulation des prix de détail.
9. L'Autorité belge de la concurrence fait toutefois remarquer qu'un certain nombre d'arguments portent principalement sur le marché résidentiel et que le marché non résidentiel connaît une dynamique différente. L'Autorité belge de la concurrence invite dès lors l'IBPT à mieux identifier les arguments justifiant le retrait des mesures sur le marché non résidentiel.

Annexe C: Avis des régulateurs médias

Par ordre d'arrivée, les lettres suivantes ont été reçues par l'IBPT :

- le 8 juillet : la lettre du VRM ;
- le 15 juillet : la lettre du CSA ;

Les lettres sont reproduites ci-après.



AANGETEKEND

Belgisch Instituut voor Postdiensten en
Telecommunicatie (BIPT)
t.a.v. de heer Jack Hamande,
Ellipse Building, Gebouw C
Koning Albert II-laan 35
1030 Brussel

Uw contactpersoon

Ingrid Kools
Ingrid.Kools@vrm.vlaanderen.be
02/553.45.83

Uw bericht van
3 juli 2014

Uw kenmerk

Ons kenmerk

Bijlagen

14/TMM/MJO/2012-00055
Datum
08 JULI 2014

Plaats
Brussel

betreft: samenwerkingsakkoord: ontwerpbesluit betreffende de nationale openbaar beschikbare telefoondiensten geleverd op een vaste locatie voor particuliere en niet-particuliere gebruikers

Geachte Voorzitter,

Wij hebben uw brief van 27 juni 2014 betreffende de nationale openbaar beschikbare telefoondiensten geleverd op een vaste locatie voor particuliere en niet-particuliere gebruikers goed ontvangen.

De VRM heeft geen opmerkingen bij het overgezonden ontwerpbesluit van de Raad.

Met de meeste hoogachting,


Peter Sourbron
Voorzitter algemene kamer VRM

IBPT
Monsieur Jack Hamande
Président du Conseil
Ellipse Building – Bâtiment C
Boulevard du Roi Albert II 35
1030 BRUXELLES

N/Réf :DV/BH/JJ/mf/35797/33
(à rappeler s.v.p.)
V/Ref : 14/TMM/MJO/2012-000055

Dossier traité par : julien.jost@csa.be – 02/349.58.70

Bruxelles, le 15 juillet 2014

Monsieur le Président,

Objet : Accord de coopération : projet de décision concernant les services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour les utilisateurs résidentiels et non-résidentiels

J'ai bien reçu votre courrier en référence et vous en remercie.

Le CSA n'a aucun commentaire à formuler au sujet des projets de décisions en référence et marque son accord, conformément à l'article 3 § 2 de l'accord de coopération précité.

Veillez agréer, Monsieur le Président, l'assurance de notre très haute considération.



Dominique VOSTERS
Président

Copies : VRM + Medienrat

Annexe D: Notification à la Commission européenne

Lettre de la Commission européenne du 11 septembre 2014 :



EUROPESE COMMISSIE

Brussel, 10.9.2014
C(2014) 6499 final

Belgisch Instituut voor postdiensten
en telecommunicatie (BIPT)

Ellipse Building – Gebouw C,
Koning Albert II-laan 35
1030 Brussel

Ter attentie van:
De heer Jack Hamande
Voorzitter van de Raad

Fax: +32 2 226 88 41

Geachte heer Hamande,

**Betreft: Besluit van de Commissie met betrekking tot zaak BE/2014/1641:
Retailmarkten voor op een vaste locatie verzorgde openbare
telefoon diensten voor particuliere en niet-particuliere gebruikers in
België**

Artikel 7, lid 3, van Richtlijn 2002/21/EG: Geen opmerkingen

I. DE PROCEDURE

Op 11 augustus 2014 heeft de Commissie een kennisgeving ontvangen van de Belgische nationale regelgevende instantie, het Belgisch Instituut voor postdiensten en telecommunicatie (BIPT)¹, betreffende de retailmarkten voor op een vaste locatie verzorgde openbare telefoondiensten voor particuliere en niet-particuliere gebruikers² in België.

De nationale raadpleging³ heeft plaatsgevonden van 29 januari tot 3 maart 2014.

Bij brief van 20 augustus 2014 heeft de Commissie het BIPT een verzoek om informatie⁴ toegezonden; zij heeft het antwoord hierop op 25 augustus 2014 ontvangen⁵.

¹ Overeenkomstig artikel 7 van Richtlijn 2002/21/EG van het Europees Parlement en de Raad van 7 maart 2002 inzake een gemeenschappelijk regelgevingskader voor elektronische-communicatienetwerken en -diensten (Kaderrichtlijn), PB L 108 van 24.4.2002, blz. 33, zoals gewijzigd bij Richtlijn 2009/140/EG, PB L 337 van 18.12.2009, blz. 37, en Verordening (EG) nr. 544/2009, PB L 167 van 29.6.2009, blz. 12.

² Deze stemmen overeen met de markten 3 en 5 in de Aanbeveling van de Commissie van 11 februari 2003 betreffende relevante producten- en dienstenmarkten in de elektronische-communicatiesector die overeenkomstig Richtlijn 2002/21/EG van het Europees Parlement en de Raad inzake een gemeenschappelijk regelgevingskader voor elektronische-communicatienetwerken en -diensten aan regelgeving ex ante kunnen worden onderworpen, PB L 114 van 8.5.2003, blz. 45.

³ In overeenstemming met artikel 6 van de Kaderrichtlijn.

⁴ In overeenstemming met artikel 5, lid 2, van de Kaderrichtlijn.

⁵ Belgische mededingingsautoriteit, avis nr. 2014-A/A-01 van 26.5.2014.

Europese Commissie, 1049 Brussel, BELGIË – tel. +32 22991111

II. BESCHRIJVING VAN DE ONTWERPMAATREGEL

II.1. Achtergrond

De tweede en laatste ronde marktanalyses van de retailmarkten voor op een vaste locatie verzorgde openbare telefoondiensten voor particuliere en niet-particuliere gebruikers in België is respectievelijk onder de zaaknummers BE/2008/0798⁶ en BE/2008/0799⁶ ter kennis gebracht van en beoordeeld door de Commissie. Het BIPT was op dat moment tot de conclusie gekomen dat Belgacom op de desbetreffende markten over aanmerkelijke marktmacht beschikte en had dientengevolge verplichtingen inzake transparantie en retailprijsbeheersing aan Belgacom opgelegd.

II.2. Omschrijving van de markt

Het BIPT heeft in de onderhavige kennisgeving twee afzonderlijke markten aangewezen: ten eerste de markt voor op een vaste locatie verzorgde openbare telefoondiensten voor particuliere gebruikers en ten tweede de markt voor op een vaste locatie verzorgde openbare telefoondiensten voor niet-particuliere gebruikers.

De relevante geografische werkingssfeer is voor beide markten nationaal.

II.3. De driecriteriatoetsing

Aangezien de desbetreffende markten in 2007 uit de aanbeveling betreffende relevante markten zijn geschrapt⁷, heeft het BIPT de driecriteriatoetsing uitgevoerd⁸. In zijn kennisgeving is het BIPT tot de conclusie gekomen dat er wat het eerste criterium betreft nog steeds toegangsbelemmeringen voor beide relevante markten bestaan, met name gezien de neiging tot bundeling. Bundeling vormt een toegangsbelemmering voor alternatieve exploitanten, aangezien er aanzienlijke technische en financiële middelen nodig zijn om als "multiple play"-exploitant tot de markt toe te treden.

Ten aanzien van het tweede criterium is het BIPT tot de conclusie gekomen dat de markt naar daadwerkelijke mededinging neigt⁹. In dat verband heeft het BIPT erop gewezen dat er sprake is van een duidelijke daling van de tarieven per minuut voor zowel particuliere als niet-particuliere gebruikers¹⁰ alsmede van een geleidelijke daling van het aantal belminuten. Daarnaast zijn er exploitanten van onbeheerde VoIP tot de markt toegetreden

⁶ SG-Greffe(2008)D/206380 van 20.10.2008.

⁷ Aanbeveling 2007/879/EG van de Commissie van 17 december 2007 betreffende relevante producten- en dienstenmarkten in de elektronischecommunicatiesector die overeenkomstig Richtlijn 2007/21/EG van het Europees Parlement en de Raad inzake een gemeenschappelijk regelgevingskader voor elektronischecommunicatienetwerken en -diensten aan regelgeving ex ante kunnen worden onderworpen, PB L 344 van 28.12.2007, blz. 65.

⁸ Het BIPT heeft de volgende punten geanalyseerd: (1) aanwezigheid van hoge toegangsbelemmeringen die niet van voorbijgaande aard zijn; (2) neiging van de relevante markt tot daadwerkelijke mededinging; en (3) toepassing van het mededingingsrecht alleen zou het marktfalen in kwestie met betrekking tot de aangewezen markten niet voldoende verhelpen.

⁹ Volgens het BIPT hebben ook bepaalde regelgevingsmaatregelen die het op andere markten heeft genomen, zoals besluiten inzake de breedband-, belijn- en huurlijnmarkt, positieve gevolgen. Zo heeft de aan Belgacom opgelegde multicastverplichting er (op zijn minst indirect) voor gezorgd dat Belgacom een commerciële overeenkomst met KPN heeft gesloten betreffende de levering van "dual play"- en "triple play"-producten. Verder zal de verplichting om NGLL-lijnen te leveren exploitanten op de zakelijke markt de mogelijkheid geven de aansluitingskosten voor hun zakelijke klanten te verlagen naarmate Belgacom zijn klassieke architectuur vervangt door ethernetarchitectuur.

¹⁰ Vooral als resultaat van de lancering van uiteenlopende all-in-aanbiedingen die vaak (gratis) F2M-minuten ("fixed to mobile") omvatten.

die diensten tegen veel lagere tarieven aanbieden dan exploitanten die gebruikmaken van PSTN- of beheerde VoIP-netwerken, waardoor er nog meer druk wordt uitgeoefend op de prijzen op aanverwante markten, zoals mobiele telefonie¹¹ en "peer-to-peer"-diensten¹². Verder is het BIPT van mening dat de concurrentie in de nabije toekomst naar verwachting scherper zal worden als gevolg van de hoge mate van breedbandpenetratie in België¹³.

Het marktaandeel van de gevestigde exploitant Belgacom op de relevante markt voor *particuliere klanten* bedraagt iets meer dan 50 %, maar dit percentage neemt al enkele jaren geleidelijk af.

Op de relevante markt voor *niet-particuliere klanten* bedroeg het marktaandeel van Belgacom wat betreft het volume en de waarde in 2013 meer dan 70 %. In het antwoord op het verzoek om informatie van de Commissie heeft het BIPT meegedeeld dat er marktenmerken zijn die wijzen op een sterke tendens in de richting van daadwerkelijke mededinging, hoewel de marktaandelen op deze markt geen duidelijke neerwaartse tendens vertonen. Met name heeft een recent BIPT-besluit inzake afgevend segmenten van huurlijnen de connectiviteit op de markt voor vaste telefonie verbeterd en kunnen spraak en data nu als geïntegreerde oplossing aan grote zakelijke klanten worden aangeboden¹⁴.

Op basis van het bovenstaande is het BIPT van mening dat er niet cumulatief aan de drie criteria wordt voldaan en dat de relevante nationale retailmarkten voor gesprekken (zowel voor particuliere als voor niet-particuliere klanten) niet meer aan regelgeving ex ante dienen te worden onderworpen.

II.4. Reguleringsmaatregelen

Aangezien geen van de relevante markten aan de driecriteria-toetsing voldoet, stelt het BIPT voor de momenteel aan Belgacom opgelegde verplichtingen op te heffen.

¹¹ Enerzijds neemt het aantal mobiele belminuten toe, anderzijds neemt het aantal belminuten via vaste lijnen af; op basis daarvan concludeert het BIPT dat er een steeds grotere verschuiving van vast naar mobiel plaatsvindt, met name op de markt voor particuliere gebruikers. Bovendien kan de prijsverlaging voor mobiele-telefoondiensten, die onder meer het gevolg is van de verlaging van de tarieven voor mobiele gespreksafgifte, in de toekomst verder bijdragen tot het belang van mobiele-telefoondiensten, zowel voor de markt voor particuliere als voor niet-particuliere gebruikers.

¹² Het BIPT is van mening dat Skype en andere "peer-to-peer"-netwerken druk kunnen uitoefenen op de prijzen van beldiensten via vaste lijnen, ondanks het feit dat zij niet kunnen worden vervangen door telefoondiensten via vaste lijnen. Net als bij onbeheerde VoIP-diensten leidt de grote breedbandpenetratie in België tot een aanzienlijke groei van deze diensten.

¹³ Volgens het BIPT bedroeg de penetratiegraad van vaste breedband in België in juli 2013 33,6 %, terwijl het Europese gemiddelde 29,4 % bedroeg. Het aantal huishoudens dat over een internetaansluiting beschikt, was licht gestegen ten opzichte van het jaar daarvoor: 77,7 % in 2012 ten opzichte van 76,5 % in 2011.

¹⁴ Volgens het BIPT beschikt 96,7 % van de Belgische ondernemingen over een internetaansluiting.

III. GEEN OPMERKINGEN

De Commissie heeft de kennisgeving en de aanvullende informatie van het BIPT onderzocht en heeft geen opmerkingen¹⁵.

Overeenkomstig artikel 7, lid 7, van de Kaderrichtlijn kan het BIPT de ontwerpmaatregel vaststellen en, in voorkomend geval, aan de Commissie meedelen.

Het standpunt dat de Commissie inzake deze specifieke kennisgeving inneemt, laat standpunten van de Commissie inzake andere meegedeelde ontwerpmaatregelen onverlet.

Overeenkomstig punt 15 van Aanbeveling 2008/850/EG¹⁶ maakt de Commissie dit document bekend op haar website. De Commissie beschouwt de hierin vervatte inlichtingen niet als vertrouwelijke informatie. Als u op grond van de nationale en EU-voorschriften betreffende het zakengeheim van oordeel bent dat dit document vertrouwelijke informatie bevat die u voorafgaand aan de publicatie wilt laten schrappen, gelieve dit dan binnen drie werkdagen na ontvangst van deze brief¹⁷ aan de Commissie te laten weten¹⁸. U moet daarbij vermelden om welke redenen u daarom vraagt.

Hoogachtend,
Voor de Commissie,
Robert Madelin
directeur-generaal

VOOR GELIJKLUIDEND AFSCHRIFT
Voor de secretaris-generaal

Jordi AYET PUIGARNAU
Directeur van de Griffie
EUROPESE COMMISSIE

¹⁵ In overeenstemming met artikel 7, lid 3, van de Kaderrichtlijn.

¹⁶ Aanbeveling van de Commissie 2008/850/EC van 15 oktober 2008 betreffende kennisgevingen, termijnen en raadplegingen als bedoeld in artikel 7 van Richtlijn 2002/21/EG van het Europees Parlement en de Raad inzake een gemeenschappelijk regelgevingskader voor elektronischcommunicatienetwerken en -diensten, PB L 301 van 12.11.2008, blz. 23.

¹⁷ De Commissie kan het publiek voor het eind van deze periode van drie dagen in kennis stellen van het resultaat van haar beoordeling.

¹⁸ Dit verzoek dient per e-mail te worden gericht aan: CNECT-ARTICLE7@ec.europa.eu of per fax aan: +32 2 298 87 82.

Corrigendum du 22 septembre 2014 :



EUROPESE COMMISSIE

Brussel, 22.9.2014
C(2014) 6936 final

Belgisch Instituut voor postdiensten
en telecommunicatie (BIPT)

Ellipse Building – Gebouw C,
Koning Albert II-laan 35
1030 Brussel

Ter attentie van:
De heer Jack Hamande
Voorzitter van de Raad

Fax: +32 2 226 88 41

Geachte heer Hamande,

Betreft: RECTIFICATIE van het besluit van de Commissie met betrekking tot zaak BE/2014/1641: Retailmarkten voor op een vaste locatie verzorgde openbare telefoondiensten voor particuliere en niet-particuliere gebruikers in België

Artikel 7, lid 3, van Richtlijn 2002/21/EG: Geen opmerkingen

Het bovengenoemde besluit wordt als volgt gewijzigd:

1) **Voetnoot 5 op bladzijde 1** wordt zonder meer geschrapt:

"Belgische mededingingsautoriteit, avis nr. 2014-A/A-01 van 26.5.2014."

2) In **voetnoot 9 op bladzijde 2** wordt "bellijn" vervangen door "omroep":

"Volgens het BIPT hebben ook bepaalde regelgevingsmaatregelen die het op andere markten heeft genomen, zoals besluiten inzake de breedband-, omroep- en huurlijnmak, positieve gevolgen."

3) In **sectie II.3. bovenaan bladzijde 3** wordt "op" vervangen door "vanaf":

"die diensten tegen veel lagere tarieven aanbieden dan exploitanten die gebruikmaken van PSTN- of beheerde VoIP-netwerken, waardoor er nog meer druk wordt uitgeoefend op de prijzen vanaf aanverwante markten, zoals mobiele telefonie en "peer-to-peer"-diensten."

Annexe E: Offres conjointes

Considérations introductives

1. Les services téléphoniques sont de plus en plus achetés dans le cadre d'offres conjointes auprès d'un même fournisseur, avec entre autres des produits de radiodiffusion et un accès large bande. La progression de ce type de produits *multi-play* a déjà été abordée en détail à la section 4.3.2.1.
2. Bien que la pénétration croissante des produits *multi-play* ne constitue pas en soi une raison suffisante pour distinguer un marché de détail séparé pour les offres groupées²⁰¹, la question se pose de savoir si un tel marché d'offres conjointes peut se développer durant la prochaine période de régulation.
3. À cet égard, la Commission note ce qui suit dans sa recommandation de 2007:
« If, in the presence of a small but significant non-transitory increase in price [SSNIP] there is evidence that a sufficient number of customers would “unpick” the bundle and obtain the service elements of the bundle separately, then it can be concluded that the service elements constitute the relevant markets in their own right and not the bundle²⁰². »
4. Par conséquent, une pression insuffisante exercée par les produits individuels sur le prix de l'offre groupée pourrait entraîner la distinction d'un marché de détail séparé pour les produits *multiple play*.
5. L'ORECE mentionne dans son "Report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition"²⁰³ (ci-après aussi: "*rapport ORECE sur l'impact des offres conjointes*") quels indicateurs sont pertinents pour examiner l'existence d'un marché d'offres conjointes. Les indicateurs suivants sont donnés à cet effet :
6. Économies de gammes propres aux clients (*« customer-specific economics of scope »*);
7. Transfert de la puissance sur le marché (*« leverage effect »*)
8. Économies sur les frais de transaction ;

201 BEREC, décembre 2010, Report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition, BoR (10)64, §85 : « A high level of bundling penetration may raise the question of whether it would be appropriate to define a market as a bundle, but does not necessarily provide evidence in itself on the suitability of a bundled market definition. »

202 Commission of the European Communities, Explanatory Note accompanying Commission Recommendation on Relevant Product and Service Markets within the electronic communications sector susceptible to ex ante regulation in accordance with Directive 2002/21/EC, SEC(2007) 1483/2, Brussels, 13/11/2007, §3.2.

203 BEREC, December 2010, Report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition, BoR (10)64.

9. Observation de la migration des utilisateurs finals de produits individuels vers des offres groupées et inversement en cas de changement de prix ;
10. Frais de migration;
11. Pénétration des offres conjointes comparé à la pénétration des produits individuels.
12. Cette liste d'indicateurs n'est pas exhaustive et il n'est pas nécessaire de prendre tous ces indicateurs en considération²⁰⁴.
13. Il sera vérifié ci-après, en se fondant sur ces indicateurs, dans quelle mesure il est pertinent de distinguer un marché d'offres conjointes.

Indicateurs

Économies (de gamme) propres à la clientèle

14. Les produits groupés offrent un certain nombre d'avantages pour les opérateurs, comme la possibilité d'attirer de nouveaux clients, fidéliser plus facilement les clients actuels, engranger plus de revenus par client et établir des convergences technologiques. D'autre part, l'offre de bundles permet de répartir les coûts communs (comme les coûts de marketing et de facturation) entre plusieurs produits.
15. Si ces avantages sont importants, cela donne aux fournisseurs de produits *multi-play* un avantage économique par rapport aux opérateurs commercialisant uniquement des produits de radiodiffusion individuels. Cela limite la pression exercée par les produits individuels sur le prix des bundles, étant donné que les fournisseurs de bundles sont en mesure de facturer un prix d'offre groupée inférieur à la somme des prix des produits individuels si ces derniers avaient dû être achetés séparément. Comme souligné par l'ORECE dans son rapport sur l'impact des bundles, ces avantages constituent pour l'opérateur un indicateur servant à distinguer un marché de bundles :

*« (...) Because firms selling the bundle have a cost advantage over firms selling the products individually, they may be able to price the bundle above the competitive level, but still undercut rivals selling only the individual products. In the presence of these customer-specific economies of scope, therefore it may be appropriate to define the market as a bundle of products. »*²⁰⁵

204 Comme souligné par l'ORECE, il n'est pas nécessaire que tous ces indicateurs figurent simultanément, BoR (10)64, §82, note de bas de page 30 : *"The following list of evidence that may be appropriate to consider is not exhaustive, and it may not be necessary to consider all of these sources of evidence when defining a market: the evidence required is likely to vary on a case-by-case basis."*

205 BEREC, décembre 2010, Report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition, BoR (10)64, §60-61 & §83.

16. L'IBPT estime que les fournisseurs des produits *multi-play* bénéficient d'un avantage économique considérable par rapport aux opérateurs qui proposent uniquement des produits séparés. Il s'agit par conséquent d'un indicateur de la présence d'un marché d'offres conjointes.
17. À cet égard, il y a cependant lieu de souligner qu'un opérateur peut également retirer des avantages d'une offre groupée de produits en transférant sa puissance sur le marché d'un produit vers un autre produit du bundle. Cela pose des problèmes spécifiques pour l'examen de l'existence d'un marché d'offres conjointes (infra).

Économies sur les frais de transaction et les autres avantages du consommateur

18. Les utilisateurs finals peuvent davantage apprécier les offres groupées que la somme des produits vendus séparément. La réduction de prix dont bénéficie le consommateur et les économies sur les frais de transaction (p.ex. une facture unique pour plusieurs produits) sont les principaux avantages du point de vue de l'utilisateur final.
19. Cela peut indiquer que la pression exercée par les produits individuels sur le prix des bundles est limitée et pourrait par conséquent conduire à distinguer un marché d'offres groupées, comme indiqué par l'ORECE dans son rapport sur l'impact des offres groupées :

"Consumers may place a higher value on consuming bundles compared to standalone services if they face lower transaction costs as a result. For example, consumers may prefer to receive a single bill for their communications services, and as a result may have a higher willingness to pay for the bundle compared to the standalone services.[...] When this is the case, it is possible that a hypothetical monopolist of the bundle would be able profitably to maintain a SSNIP on the price of the bundle above the competitive level (this would likely be the case where the transaction cost saving is greater than the SSNIP imposed). [...] [W]hen this is the case, it is appropriate to define the market as a bundle."²⁰⁶ (...)

20. Même si les opérateurs commercialisent leurs offres groupées à un tarif plus avantageux que la somme de tous les tarifs des composantes séparément, le consommateur peut toutefois obtenir des conditions tarifaires plus avantageuses en combinant les offres de plusieurs opérateurs.

Transfert de la puissance sur le marché

21. Comme décrit dans la partie qui précède, un marché de bundles pourrait être distingué si, en cas de hausse de prix du bundle, les utilisateurs finals ne

206 BEREC, décembre 2010, Report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition, BoR (10)64, §63 & 84.

migraient pas vers les produits individuels dont est composé ce bundle. La réduction accordée au consommateur sur son bundle par rapport à la somme des composantes individuelles pourrait expliquer pourquoi les clients ne sont pas disposés à « dégroupier » le bundle et par conséquent conduire à l'existence d'un marché de bundles.

22. Dans son rapport sur l'impact des bundles, l'ORECE souligne cependant que l'application de ce test SSNIP peut être complexe²⁰⁷. Son application doit en effet se faire sur la base des prix que l'on rencontrerait dans des conditions concurrentielles²⁰⁸.
23. La réduction octroyée sur une offre conjointe peut résulter du fait qu'un opérateur transfère sa puissance sur le marché pour un produit A donné dans l'offre conjointe vers un autre produit B. Dans ce cas-là, la réduction offerte ne résulte donc pas des économies réalisées par l'opérateur en offrant plusieurs produits (par exemple par une facturation unique) mais du fait que le produit B est vendu avec une marge moins élevée, compensée par la marge obtenue par l'opérateur sur le produit A.
24. Dans cette situation, le résultat du test SSNIP peut être trompeur. En effet, dans le cas d'un marché d'offres conjointes, il n'y a pas de raison de tenir compte d'un transfert de la puissance sur le marché, étant donné que cela requiert plus d'un marché. Dans ce cas, le prix de l'offre conjointe ne reflète pas automatiquement le prix que l'on rencontrerait dans une situation du marché concurrentielle. Si des consommateurs ne « dégroupaient » pas leur offre conjointe en raison d'une réduction de prix résultant du transfert d'une puissance sur le marché d'un produit de l'offre conjointe vers un autre, la conclusion selon laquelle un marché d'offres conjointes est ainsi créé pourrait être trompeuse²⁰⁹.

207 Idem, BoR (10)64 § 80 : *When considering whether it is appropriate to define a market as a bundle, it can be complex to test whether the prevailing prices represent those that would be observed under competitive conditions.* »

208 Lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques, art. 42 et notes de bas de page 31 et 32.

209 BEREK, Décembre 2010, Report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition, BoR (10)64, §§77-79 : *"A firm with market power in one market may seek to leverage this power into another market by offering deeply discounted bundles. When implementing a SSNIP (at prevailing prices) on a deeply discounted bundle, consumers may be unlikely to unpick the bundle as a result of the price increase (as the price of the bundle following the SSNIP may still be below the price of buying the individual products separately). Using the logic of the SSNIP test, this would indicate that the individual products do not exert a significant constraint on the ability of the hypothetical monopolist seller of the bundle to raise prices, which would likely imply that the bundle constitutes a separate market from the individual products. In this case, however, the finding that the appropriate market is for the bundle is the result of the firm attempting to leverage market power from one market into another. When the market is defined as a bundle, it implies that there is no need to consider leverage (as leverage requires more than one market). However, in this case leverage is clearly a concern."*

Frais de migration

25. Si les coûts de migration des bundles vers des produits individuels sont très élevés, il peut être indiqué de distinguer un marché séparé pour les bundles. Ces coûts empêcheront en effet les utilisateurs finals, en cas d'augmentation du prix des bundles, de migrer vers les produits individuels qui composent ce bundle. L'ORECE indique ce qui suit dans son rapport sur l'impact des offres conjointes:

« When there are considerable costs associated with switching between the bundle and individual products, it may also be appropriate to define a separate market for the bundle. Using the framework of the SSNIP test, if consumers are unresponsive to prices as a result of switching costs between bundles and individual products, a hypothetical monopolist of the bundle may be able profitably to maintain prices above the competitive level. In such cases, it may be appropriate to define the market as a bundle.»

26. Les frais de migration entre les bundles avec téléphonie fixe et les produits de téléphonie fixe individuels qui résultent de dispositions contractuelles sont similaires aux frais de migration entre produits de téléphonie fixe individuels. Ainsi, les clauses contractuelles liées aux délais de résiliation et à la résiliation anticipée sont identiques pour les offres conjointes et les produits individuels. Même lorsque l'utilisateur final veut migrer d'une offre conjointe vers un produit individuel chez le même opérateur, les mêmes conditions sont d'application que dans la situation où l'utilisateur final voudrait migrer vers un produit individuel ou une offre conjointe chez un autre opérateur. Ces frais de migration ne sont donc pas propres à l'offre conjointe.

Symétrie en parts de marché et pénétration des offres conjointes

27. Si un marché d'offres conjointes devait exister, une hausse des prix des offres conjointes pousserait le consommateur à acheter une offre conjointe chez un autre opérateur et non à prendre les services séparément, impliquant ainsi l'apparition d'un développement symétrique au niveau des parts de marché des différents produits auprès des différents opérateurs.

28. Un développement symétrique ne s'est pas encore manifesté. Ainsi Belgacom possède une part de marché sensiblement plus importante sur le marché de la téléphonie fixe (60% pour les services téléphoniques résidentiels et 70% pour les services téléphoniques non résidentiels)²¹⁰ que sur le marché de l'Internet large bande (48%) et la radiodiffusion ([20-30]%)²¹¹. Par contre, les câblo-opérateurs possèdent une part de marché sur le marché de la radiodiffusion qui est de loin plus élevée que leur part de marché sur le marché de la téléphonie.

210 Décision de la CRC du 1 juillet 2011 relative aux marchés large bande, p. 85.

211 Statistiques IBPT, 2011

29. L'asymétrie dans le développement des parts de marché n'indique pas encore l'existence d'un marché de bundles.

Conclusion

30. Il ressort des indicateurs ci-dessus d'une part que plusieurs éléments indiquent la naissance d'un marché de bundles. Les opérateurs et les consommateurs bénéficient d'avantages *multi-play* qui limitent la pression des prix des composantes séparées sur le bundle. À cet égard, il y a cependant lieu de souligner que, en raison de l'effet de transfert de puissance sur le marché, les conclusions relatives à cette pression sur les prix limitée peuvent être trompeuses.
31. D'autre part, des éléments indiquent qu'il n'y a pas (encore) de marché d'offres conjointes. Ainsi, il y a peu de frais de migration qui sont propres aux offres conjointes et l'asymétrie dans le développement des parts de marché des produits séparés chez les différents opérateurs reste importante.
32. L'IBPT conclut que pour le moment, il n'y a pas suffisamment d'indicateurs qui prouvent qu'un marché séparé pour les offres conjointes va se développer durant la prochaine période de régulation. Les produits individuels, dont l'Internet haut débit, forment un marché propre dont les offres conjointes font partie. Cette situation du marché est dépeinte comme suit par le BEREC (l'exemple comprend un produit *dual play* « téléphonie et Internet haut débit ») :

« It is possible that there is a separate market for each individual service, and that bundles should be considered part of these individual markets. »

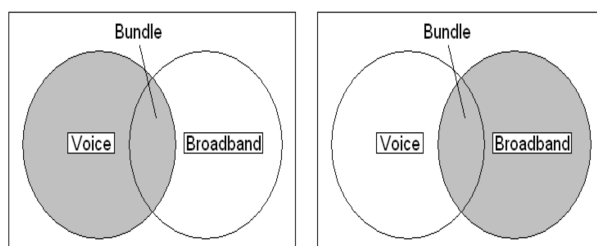


Figure 62: Présentation schématique de la situation où un produit groupé (téléphonie vocale et accès large bande) appartient à deux marchés

ANNEXE F: Glossaire

ABC	Autorité belge de la Concurrence
ADSL	<i>Asymmetric Digital Subscriber Line</i>
AGW	<i>Access GateWay</i>
AR	Arrêté Royal
ARN	autorité réglementaire nationale
ATM	<i>Asynchronous Transfer Mode</i>
BROBA	<i>Belgacom Reference Offer for Broadband Access</i>
BROTSoLL	<i>Belgacom Reference Offer for the Terminating Segments of Leased Lines</i>
BRUO	<i>Belgacom Reference Unbundled local loop Offer</i>
C(P)S	<i>Carrier(pre)selection</i>
CRC	Conférence des Régulateurs des Communications électroniques
ERG	<i>European Regulators Group</i>
HHI	<i>Herfindahl-Hirschmann Index</i> (avec maximum 10000 et minimum sur une marché avec n entreprises $\frac{10000}{n}$)
HHI*	<i>Herfindahl-Hirschmann Index</i> normalisé (avec maximum 10000 et minimum 0), réduit de HHI via la formule $\frac{HHI - \frac{10000}{n}}{1 - \frac{1}{n}}$
ISDN	<i>Integrated Services Digital Network</i>
Kbps	<i>Kilobits per second</i>
KPI	<i>key performance indicator</i>
LEX	<i>Local Exchange</i>
Mbit/s	<i>Megabits per second</i>

Mbps	synonyme de Mbit/s
NGN	<i>Next generation networking</i>
ORECE	<i>Organe des régulateurs européens des communications électroniques</i>
PSTN	<i>Public Switched Telephone Network</i>
SLA	<i>Service Level Agreement</i>
SMP	<i>Significant Market Power</i>
SSNIP	<i>Small but significant non-transitory increase of price</i>
VoB	<i>Voice over Broadband</i>
VPN	<i>Virtual Private Network</i>
WLR	<i>Wholesale Line Rental</i>