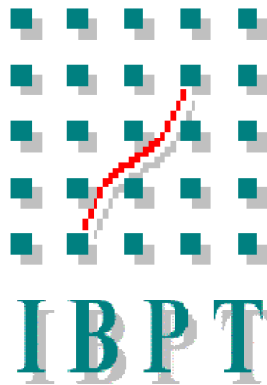


M1-2
DOCUMENT DE MARCHÉ SPECIFIQUE
MARCHES 1 ET 2



Les réactions au présent document sont attendues au plus tard pour le mardi 15 avril 2003.
Les questions relatives à cette consultation peuvent être adressées à E. Verbeke
(eduard.verbeke@ibpt.be, tél. 02/226.89.03).

Attention ! Le présent document n'est pas un questionnaire : les tableaux concernant les indicateurs ne doivent pas être remplis lors de cette consultation.

Il s'agit d'un document de consultation visant à informer les personnes intéressées sur les prochaines analyses de marché. Le contenu n'est **pas** contraignant et aucun droit ne peut en être inféré.

1 INTRODUCTION

1.1 Contenu du présent document

Dans ce document de marché spécifique, M1-2, il est question des deux premiers marchés pertinents, à savoir:

- Marché 1: Accès au réseau téléphonique public en position déterminée pour la clientèle résidentielle ;
- Marché 2: Accès au réseau téléphonique en position déterminée pour la clientèle non résidentielle ;

Ces deux marchés sont traités simultanément étant donné que la seule différence entre ces deux marchés est l'identité du client: le marché 1 se rapporte aux clients résidentiels qui n'ont pas de numéro de TVA et le marché 2, aux clients non résidentiels ou professionnels qui ont un numéro de TVA (⇒ MA.3.4.1).

Ce document est à mettre en rapport avec les autres documents du dossier d'analyse du marché, en particulier le document **MA**, qui reprend les éléments s'appliquant à tous les marchés et qui fournit des explications concernant un grand nombre des définitions et abréviations utilisées.

2 DEFINITION DU MARCHE

2.1 Remarque de la Commission.

Dans sa Recommandation, la Commission¹ stipule (en combinaison avec les marchés 3 à 6):

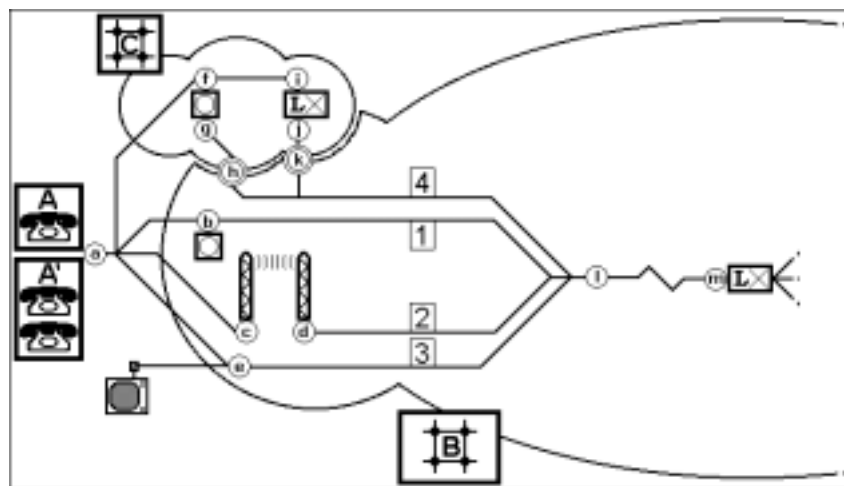
Ces six marchés sont désignés aux fins de l'analyse relative à l'article 17 de la directive Service universel.

Les marchés 1 à 6 réunis correspondent à "la fourniture de raccordements au réseau téléphonique public et l'utilisation de ce réseau en positions déterminées", comme stipulé à l'annexe I (1) de la Directive Cadre. Ce marché combiné est également cité à l'article 19 de la directive Service universel (en vue d'une éventuelle obligation de sélection de l'opérateur sur la base de la communication ou de présélection de l'opérateur).

Dans le Commentaire de la Recommandation, la Commission² stipule en outre:











Le marché de détail peut être décrit de manière générale comme la fourniture d'un raccordement ou d'un accès (en position déterminée ou à une adresse fixe) au réseau téléphonique public dans le but de passer et/ou de recevoir des appels téléphoniques et des services associés. Cet accès et ces services peuvent être fournis par différents moyens en fonction de l'entreprise prestataire et de la technologie utilisée. La technique la plus couramment employée est la transmission des signaux par les réseaux téléphoniques traditionnels au moyen de paires de cuivre torsadées. Mais il existe d'autres solutions, telles que les réseaux de télévision par câble offrant des services téléphoniques, les réseaux mobiles cellulaires adaptés pour fournir des services en positions déterminées et d'autres réseaux sans fil. Parmi ces méthodes alternatives, seuls les réseaux câblés ont été massivement déployés dans certains Etats membres. [...]. Là où la demande porte sur un grand nombre de raccordements d'utilisateurs, on peut avoir recours à l'accès réservé.

2.2 Présentation schématique.



¹ Recommandation 2003/02 p. 17

² Commentaires 2003/02 p. 18

Symboles	Signification
	Clientèle résidentielle d'un réseau téléphonique public en position déterminée
	Clientèle professionnelle d'un réseau téléphonique public en position déterminée
	Opérateur d'un réseau de télécommunications
	Réseau
	Concentrateur (borne ou local distribution centre)
	Installation WLL
	Raccordement à la télédistribution
	Switch
	Nœud sur un point du réseau
	Point d'interconnexion

2.3 Délimitation du produit.

Le produit est la fourniture d'un raccordement à un réseau téléphonique public commuté. Ce marché est cité dans le chapitre relatif aux services téléphoniques publics fournis en position déterminée:

Le marché de détail peut être décrit de manière générale comme la fourniture d'un raccordement ou d'un accès (en position déterminée ou à une adresse fixe) au réseau téléphonique public dans le but de passer et/ou de recevoir des appels téléphoniques et des services associés.

2.3.1 Technologies

Plusieurs technologies sont possibles pour raccorder les utilisateurs au réseau, comme présenté dans le schéma. La technologie la plus évidente est PSTN ou ISDN (BA ou PRA). Cela correspond dans le schéma au type de raccordement 1 (trajet 'abl'). Nous appelons cela un raccordement de type 1.

Une seconde possibilité est WLL (Wireless Local Loop) où le raccordement fixe entre la localisation du client et le LEX est remplacé par un faisceau hertzien. Cela correspond dans le schéma au type de raccordement 2 (trajet 'acd'). Nous appelons cela un raccordement de type 2.

Une troisième possibilité est le câble de télédistribution, adapté pour la transmission de téléphonie vocale. Cela correspond dans le schéma au type de raccordement 3 (trajet 'ael'). Nous appelons cela un raccordement de type 3.

Une quatrième possibilité est SLU (subloop unbundling) (trajet 'afghl') ou LLU (local loop unbundling) (trajet 'afijkl'). En ce qui concerne LLU, on peut en outre faire une distinction entre "raw copper" et "shared pair". Pour "raw copper", l'OLO peut en principe fournir des services de téléphonie vocale. Nous appelons un raccordement établi par SLU ou LLU, un raccordement de type 4.

En tant qu'opérateur, connaissez-vous d'autres technologies permettant de fournir un accès au réseau à des utilisateurs finals? Sont-elles déjà appliquées en Belgique aujourd'hui?

2.3.2 Cabines téléphoniques

Les cabines téléphoniques elles aussi relèvent de la définition de raccordements au réseau téléphonique public en position déterminée. Elles sont spécifiques dans ce sens, que la relation avec l'utilisateur final est toute autre que celle des autres raccordements. L'attribution à l'un des deux marchés ne peut donc pas se faire sur la base de critères relatifs à l'abonné. Etant donné que l'accès au réseau téléphonique public en position déterminée pour des clients non résidentiels est pratiquement toujours réalisé dans les bâtiments de l'entreprise du client, l'IBPT considère que les cabines téléphoniques font partie du marché 1.

2.4 Parties du marché

Par essence, il y a deux parties du marché. La partie du marché **A** est le client qui est raccordé au réseau public. La partie du marché **B** est l'opérateur qui est chargé du raccordement et qui facture le raccordement. Cela signifie concrètement que si la revente d'abonnements devient possible, il faudra examiner si ces entreprises peuvent également être considérées comme une partie du marché sur ces marchés. Une troisième partie du marché est éventuellement l'opérateur de réseau **C** qui gère la boucle locale en cas de SLU/LLU.

La réponse à la question de savoir si la partie du marché **A** est un client résidentiel ou professionnel, détermine s'il s'agit du marché 1 (clientèle résidentielle) ou du marché 2 (clientèle professionnelle).

2.4.1 Distinction entre clients résidentiels et professionnels

Ce point est traité dans le document **MA** (⇒MA.3.4.1)

2.5 Segmentation géographique

L'élément qui plaide contre une segmentation géographique est que les opérateurs opérant au niveau national n'appliquent actuellement pas de tarifs différents dans les différentes régions et n'ont pas non plus une offre différente. Il pourrait en être inféré qu'ils considèrent le marché national comme un ensemble. Si des prix différents ne sont pas appliqués au sein des différentes régions, le test de monopole hypothétique est uniquement d'application sur l'ensemble du territoire. Cependant, si les sociétés de télécommunications opérant au niveau national décidaient d'introduire des tarifs différents par région, comme c'était le cas par le passé, l'argument susmentionné s'opposant à la segmentation disparaîtrait.

L'élément qui plaide en faveur de la segmentation est que tous les opérateurs ne sont pas actifs dans l'ensemble du pays. Une société de téléphonie par télédistribution importante, Telenet, opère uniquement en Flandre. Certains opérateurs se concentrent essentiellement sur les grandes villes telles que Bruxelles et Anvers.

Une approche aussi complète que possible de ce problème est la segmentation par commune. La charge de travail que cela engendrerait tant pour les opérateurs que pour l'IBPT n'est cependant pas proportionnelle aux objectifs d'une réglementation ex ante. Il y a 589 communes dont les données devraient être complétées, analysées et traitées. L'avis consisterait en une longue liste reprenant par commune l'opérateur désigné PSM.

Une première proposition pour veiller à ce que cette quantité de données reste gérable, est la division du pays en fonction des zones téléphoniques existantes. Chaque zone téléphonique est alors considérée comme un marché. En outre, les numéros géographiques ont pour avantage qu'ils identifient un utilisateur "fixe". A l'exception des zones 02, 04 (Fourons) et 56

(Comines/Warneton et Mouscron), les zones téléphoniques concordent aux limites des régions (la portée de Telenet) et offrent la possibilité de faire une distinction entre les zones rurales (moins fortement développées économiquement) et urbaines (fortement développées économiquement). L'inconvénient est qu'il s'agit alors ici toujours de 40 segments.

Une seconde proposition visant à ramener le nombre de segments à un nombre raisonnable est la segmentation selon les "access areas" de Belgacom telles que définies dans le BRIO et qui sont au nombre de 8 actuellement. Il y a alors 8 segments, ce qui constitue un chiffre acceptable. Pour la charge de travail réduite, il faut payer un prix: suite au groupement des zones téléphoniques, une sorte d'équilibre est créé qui fait disparaître quelque peu la distinction entre les zones urbaines et rurales.

L'IBPT propose de travailler par *access area*. Le tableau suivant présente le rapport des *access areas* vis-à-vis des zones téléphoniques et les codes que nous utiliserons ultérieurement dans ce document.

Rapport access area – zone téléphonique		
Code	Access Area	Zone téléphonique
AA1	Anvers	03
AA2	Bruxelles	02
AA3	Gand	09,052,053,054,055
AA4	Courtrai-Assebroek	050,051,056,057,058,059
AA5	Liège	04,019,080,085,086,087
AA6	Louvain-Hasselt	013,014,015,016,011,012,089
AA7	Mons-Charleroi	065,068,069,071,060,064,067
AA8	Namur	081,082,083,084,061,063,010

2.6 Mesures

Les mesures en général sont abordées dans MA (⇒MA.2.5). Cependant, il y a un certain nombre de mesures qui s'appliquent en particulier à ces deux marchés.

2.6.1 Réglementation européenne

Au chapitre III de la directive Service universel, il est stipulé que la sélection et présélection de l'opérateur³ peut être imposée à une entreprise PSM du point de vue de la fourniture de raccordements au réseau téléphonique public et de l'utilisation de ce réseau en position déterminée.

Article 19

Sélection et présélection des opérateurs

1. Les autorités réglementaires nationales exigent des entreprises notifiées comme étant puissantes sur le marché du point de vue de la fourniture de raccordements au réseau téléphonique public et de l'utilisation de ce réseau en position déterminée [...] de permettre à leurs abonnés d'accéder aux services de tout fournisseur interconnecté de services téléphoniques accessibles au public:

- a) à chaque appel en composant un code de sélection d'opérateur, et
- b) au moyen d'une présélection et d'un système lui permettant d'écarter à chaque appel tout choix de présélection en composant un code de sélection d'opérateur.

2. [...]

3. Les autorités réglementaires nationales veillent à ce que la tarification de l'accès et de l'interconnexion liés à la fourniture des services visés au paragraphe 1 soit fonction du coût et

³ Directive SU art. 19

que, le cas échéant, les redevances à payer par le consommateur ne jouent pas un rôle dissuasif à l'égard de l'utilisation desdits services

Revente à d'autres (téléphonie vocale) (nombre de lignes)									
SLU (raw copper)									em
LLU (raw copper)									em
...									
AA8									
Infrastructure (quantités)									
...									
LLU (raw copper)									em
* Situation à la moitié du trimestre									

3.1.4 Avancées ou supériorité technologiques

L'IBPT souhaite connaître la date d'introduction d'une nouvelle technologie d'accès sur les différents marchés géographiques. Il s'agit du premier client actif. L'IBPT souhaite également savoir si et quand l'opérateur a l'intention d'introduire de nouvelles technologies (**ces informations seront naturellement considérées comme étant strictement confidentielles**).

Au cas où une technologie aurait déjà été introduite par le passé sur certains segments de marché géographiques, mais pas encore tous, l'opérateur est prié d'inscrire la date d'introduction prévue dans la partie Date d'introduction (passée).

Technologie	AA1	AA2	AA3	AA4	AA5	AA6	AA7	AA8	Sour ce
Date d'introduction (passée)									
Technologie 1:									em
...									
Technologie m:									em
Date d'introduction (future)									
Technologie m+1:..									em
...									
Technologie n:									em

3.1.5 Faible présence de contre-pouvoir des acheteurs

Le chiffre d'affaires moyen par client peut être calculé à partir d'autres tableaux. Dans ce tableau, il est uniquement demandé de fournir un indicateur de répartition et les noms des organisations ou instances de clients qui s'occupent de déterminer les prix et la qualité sur ce marché.

Pouvoir des acheteurs *									Sour ce
Pctage chiffre d'aff. 10 % plus gros clients	AA1	AA2	AA3	AA4	AA5	AA6	AA7	AA8	
2001									
résidentiel									em
professionnel									em
2002									
résidentiel									em
professionnel									em

3.1.6 Accès facile ou privilégié aux marchés des capitaux et aux ressources financières

Ce point est abordé dans **MA** (⇒MA.5.3.2).

3.1.7 Diversification de l'ensemble des services

Ce point est abordé dans **MA** (⇒MA.5.3.3).

En ce qui concerne Ma2, il y a une autre forme de diversification géographique. Une société peut préférer régler tous ses raccordements téléphoniques avec la même société. Un opérateur qui couvre l'ensemble ou une grande partie du territoire belge possède alors un avantage par rapport à un opérateur qui ne peut pas faire cela.

Diversification de l'ensemble des services Ma2	AA1	AA2	AA3	AA4	AA5	AA6	AA7	AA8	Sour ce
pourcentage couverture du territoire									
2001									em
2002									em

3.1.8 Economies d'échelle

Le rapport entre le chiffre d'affaires actuel et le chiffre d'affaires "opération nulle" donne une idée des économies d'échelles au sein d'un marché. Le chiffre d'affaires "opération nulle" est le chiffre d'affaires pour lequel il n'y a ni gain ni perte.

Un rapport inférieur à 1 indique une activité déficitaire, un rapport de 1 indique une activité qui n'engendre ni perte ni gain et un rapport supérieur à 1 indique une activité rentable.

En partant du principe que la boucle locale ne peut pas être divisée en une partie pour les clients résidentiels et une partie pour les clients non résidentiels, la boucle locale doit être considérée ici dans son ensemble.

3.1.10 Réseau de distribution et de vente très développé

Réseau de distribution et de vente							Sour ce
Recrutement nouveaux clients*	2001 résident.	2001 prof.	2002 résident.	2002 prof.			
Contrat précédent							em
Téléboutique							em
Annuaire téléphonique							em
Publicité dans les médias							em
Internet							em
Salons professionnels							em
Contact personnel							em
Frais de vente (en 10 ⁶ €) et évaluation de l'imputation à Ma1 ou Ma2							
Frais de vente (en 10 ⁶ €)	Montant 2001	% rés.	% prof.	Montant 2002	% rés.	% prof.	em
Section commerciale							em
Publicité							em
* Nombre de nouveaux clients							

3.1.11 Concurrence potentielle

Concurrence potentielle
1. Quelles nouvelles entreprises peuvent selon vous arriver sur les marchés 1 et 2 dans un délai d'un an?:
2. Qu'est-ce qui pourrait occasionner cette arrivée sur le marché?:

3.1.12 Barrières à l'entrée

Barrières à l'entrée	
1.	Quelles sont les technologies qui ont abaissé la barrière à l'entrée au cours de la période écoulée?:
2.	Quels développements technologiques abaisseront les barrières à l'entrée à court ou à moyen terme?:
3.	Quelles mesures administratives ont abaissé la barrière à l'entrée au cours de la période écoulée?:
4.	Quelles mesures administratives sont selon vous requises pour abaisser la barrière à l'entrée?:

4.1 Position dominante conjointe des entreprises

La plupart des indicateurs se rapportant à la position dominante conjointe peuvent être calculés à partir d'autres indicateurs.

4.1.1 Evolution des prix

Les modifications de prix sur les marchés 1 et 2 à partir de 2001. Dans la description, il convient de mentionner le tarif sur lequel elle était d'application, ainsi que l'ancien et le nouveau tarif. Les réductions qui sont introduites ou supprimées doivent également être mentionnées.

Evolution des prix Ma1		Sour ce
Description	Date	
		em
...		
		em

Evolution des prix Ma2		Sour ce
Description	Date	
		em
...		
		em