



**Institut Belge des services postaux
et des télécommunications**

**Projet de décision du Conseil de l'IBPT
du 29 août 2005
concernant le plan tarifaire Happy Time de Belgacom**

Les réactions à ce document de consultation sont attendues au plus tard le 15 septembre 2005.
Merci d'adresser une version électronique à vincent.hanchir@ibpt.be.

Version publique

Table des matières

1	Objet	4
2	Rétroactes	4
3	Bases juridiques	5
4	Contexte concurrentiel	6
5	Position des opérateurs alternatifs	7
5.1	TELE2	7
5.1.1	<i>Demande initiale</i>	7
5.1.2	<i>Commentaires relatifs au projet de décision</i>	8
5.2	PLATE-FORME DES OPÉRATEURS ET FOURNISSEURS DE SERVICES	9
6	Position de Belgacom	9
6.1	RÉACTIONS ANTÉRIEURES AU PROJET DE DÉCISION DU 4 JUILLET 2005	9
6.2	COMMENTAIRES RELATIFS AU PROJET DE DÉCISION	10
	<i>Commentaires de nature juridique</i>	10
	<i>Commentaires généraux</i>	10
	<i>Notion d'orientation sur les coûts</i>	10
	<i>Collecte et terminaison des appels</i>	10
	<i>Appels destinés à Telenet et Versatel</i>	11
	<i>Coûts d'interconnexion fixes</i>	11
	<i>Coûts commerciaux</i>	12
	<i>Profil de consommation et élasticité</i>	12
	<i>Possibilité de dupliquer l'offre Happy Time</i>	12
7	Analyse de l'IBPT et motivation	13
7.1	ORIENTATION SUR LES COÛTS	14
7.1.1	<i>Coûts de collecte et de terminaison des appels</i>	14
7.1.2	<i>Appels destinés à Telenet et Versatel</i>	15
7.1.3	<i>Coûts d'interconnexion fixes</i>	16
7.1.4	<i>Coûts commerciaux</i>	17
7.1.5	<i>Profil de consommation et effets d'élasticité</i>	18
7.1.6	<i>Conclusion en ce qui concerne l'orientation sur les coûts</i>	19
7.2	POSSIBILITÉ POUR UN OPÉRATEUR ALTERNATIF DE DUPLIQUER L'OFFRE DE BELGACOM	20
7.2.1	<i>Interconnexion Extra Access</i>	21
7.2.2	<i>Coûts d'interconnexion fixes</i>	21
7.2.3	<i>Profil de consommation</i>	22
7.2.4	<i>Appels vers Telenet et Versatel</i>	23
7.2.5	<i>Conclusion en ce qui concerne la possibilité de dupliquer de l'offre Happy Time</i>	23
7.3	AUTRES OBLIGATIONS	25
7.3.1	<i>Transparence</i>	25
7.3.2	<i>Objectivité</i>	25
7.3.3	<i>Publicité des tarifs</i>	25
7.3.4	<i>Non discrimination</i>	25
7.3.5	<i>Dégrouper des tarifs</i>	25
8	Conclusion	26
	Annexe : modèle d'analyse	27

Liste des tableaux

Tableau 1 : obligations à charge de Belgacom	5
Tableau 2 : comparaison des principale offres de détail offrant la gratuité des appels	7
Tableau 3 : impact de l'offre Happy Time sur les recettes	13
Tableau 4 : profil moyen attendu pour Happy Time [confidentiel].....	18
Tableau 5 : profil moyen des premiers clients Happy Time avant le lancement de l'offre [confidentiel]	19
Tableau 6 : profil moyen entre février et mai 2005 des lignes devenues ensuite Happy Time [confidentiel]	19
Tableau 7 : profil moyen des clients Happy Time inscrits en juin 2005 [confidentiel].....	19
Tableau 8 : synthèse des résultats des scénarios étudiés pour Belgacom.....	20
Tableau 9 : profil moyen des clients Tele2 [confidentiel]	22
Tableau 10 : profil moyen des clients Tele 2 Free Time après 2 semaines [confidentiel]	23
Tableau 11 : profil moyen des clients Tele 2 Free Time après 3 semaines [confidentiel]	23
Tableau 12 : profil moyen des clients Tele 2 Free Time après 7 semaines [confidentiel]	23
Tableau 13 : synthèse des résultats des scénarios étudiés pour Tele2 (appels à 30 cents)	23
Tableau 14 : synthèse des résultats des scénarios étudiés pour Tele2 (appels à 28 cents)	24

1 OBJET

La présente décision analyse la régularité du plan tarifaire Happy Time de Belgacom, en particulier en ce qui concerne l'orientation sur les coûts, et émet un avis concernant la possibilité pour un opérateur concurrent de proposer une offre compétitive.

Avec ce plan tarifaire, le client appelle gratuitement vers les lignes fixes en Belgique, durant les heures creuses (entre 17h et 8h la semaine, le week-end et les jours fériés¹). Durant les heures pleines (entre 8h et 17h la semaine), le client paie un montant fixe de 0,30 € par appel vers l'ensemble des lignes fixes (à l'exclusion des appels Internet). L'offre est valable une seule fois par client et pour le trafic émis au départ d'un seul numéro. Elle n'est pas cumulable avec Belgacom Discovery Line ni avec des formules tarifaires offrant des avantages sur les appels nationaux vers postes fixes.

2 RÉTROACTES

Le 23 mai 2005, Belgacom a notifié à l'IBPT le lancement du plan tarifaire « Belgacom Happy Time ».

Le 30 mai 2005, l'IBPT a demandé à Belgacom de lui transmettre le business plan de son offre.

Le 6 juin 2005, Tele2 adressait une lettre à l'IBPT dans laquelle elle faisait état de sérieuses distorsions du marché suite aux offres de Belgacom et de Telenet impliquant la gratuité de certains appels.

Le 10 juin 2005, Belgacom communiquait à l'IBPT les éléments qui l'ont conduit à lancer les offres Happy Time et No Limit Anytime. Le même jour, l'Institut répondait à Belgacom que les éléments fournis étaient insuffisants pour lui permettre d'examiner la conformité de ces plans tarifaires au regard des obligations incombant à Belgacom et fixait un nouveau délai pour la transmission des informations demandées.

Le 10 juin également s'est tenue une réunion entre Tele2 et l'IBPT.

Le 13 juin 2005, Belgacom a communiqué certains éléments du business plan relatif au plan tarifaire Happy Time.

Le 14 juin 2005, l'Institut a adressé un courrier à Belgacom lui décrivant les éléments faisant défaut dans le business plan reçu le 13 juin 2005 et lui demandant de lui les transmettre.

Le 15 juin 2005, Tele2 adressait un courrier à l'IBPT comprenant une analyse des revenus et des coûts liés à l'offre Happy Time et visant à démontrer que l'offre Happy Time de Belgacom n'était pas orientée sur les coûts.

Le 15 juin également, la Plate-forme des opérateurs et fournisseurs de services de télécommunications adressait un courrier à l'Institut pour demander son intervention, estimant que l'offre Happy Time constituait une infraction à l'obligation d'orientation sur les coûts et qu'il était impossible de concurrencer Happy Time avec les services de l'offre de référence BRIO en vigueur.

Le 16 juin 2005, Belgacom a adressé un courrier à l'IBPT par lequel elle répond à la demande formulée par l'Institut dans sa lettre du 14 juin 2005.

¹ Les heures creuses commencent donc à 17 heures et non à 19 heures, contrairement ce qui est d'application pour les tarifs d'interconnexion et pour les autres plans tarifaires de détail proposés par Belgacom.

Le 20 juin 2005, l'Institut adressait une nouvelle demande d'informations à Belgacom, demande à laquelle Belgacom a donné suite le 22 juin. La réponse de Belgacom ne correspondant pas à ce qui était attendu par l'Institut, un nouveau délai a été accordé à Belgacom jusqu'au 28 juin.

Tele2 a introduit une demande de mesures provisoires - datée du 27 juin 2005 - devant le Président du Conseil de la concurrence, sur base de l'article 35 de la Loi sur la protection de la concurrence économique, coordonnée le 1er juillet 1999. Un exemplaire de cette demande a été remis à l'IBPT.

Le 28 juin 2005, Belgacom répondait à l'Institut qu'elle ne pouvait satisfaire dans les délais impartis à sa demande d'obtenir le profil de consommation des clients Happy Time depuis le lancement de ce plan tarifaire. Belgacom indiquait que les données relatives au trafic du mois de juin ne pouvaient normalement être disponibles avant le 20 juillet au plus tôt, mais qu'elle s'efforceraient de communiquer ces données plus rapidement, sans pouvoir apporter de garanties à ce sujet.

Le 14 juillet 2005, l'IBPT a transmis un projet de décision à Belgacom et à Tele2. Belgacom a réagi à ce projet de décision par des courriers des 18 juillet et 8 août 2005. Belgacom a également sollicité l'accès au dossier administratif de l'IBPT. Tele2 a réagi au projet de décision par voie électronique le 11 août 2005.

A la fin de son courrier du 22 août 2005 relatif à la confidentialité des données échangées entre Tele2 et l'IBPT, Tele2 a également demandé d'avoir accès à l'ensemble du dossier administratif.

3 BASES JURIDIQUES

L'article 6 de la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques prévoit que l'Institut promeut la concurrence dans la fourniture des réseaux de communications électroniques, des services de communications électroniques et des ressources associées, notamment en veillant à ce que les utilisateurs retirent un bénéfice maximal en termes de choix, de prix et de qualité et en veillant à ce que la concurrence ne soit pas faussée ni entravée dans le secteur des communications électroniques.

L'article 162 de la loi du 13 juin 2005 prévoit que les obligations imposées aux opérateurs disposant d'une puissance significative sur le marché par ou en vertu de la loi du 21 mars 1991 portant réforme de certaines entreprises publiques économiques ainsi que les obligations imposées par ou en vertu de l'article 105bis, alinéas 7 et 9 de la même loi, sont maintenues jusqu'à la conclusion définitive du premier processus de détermination et d'analyse des marchés pertinents par l'Institut, conformément aux articles 54 à 56.

En tant qu'opérateur puissant sur le marché des services de téléphonie vocale fixe, Belgacom reste par conséquent soumise aux obligations suivantes:

Obligations	Loi du 21 mars 1991
Transparence	art. 105quinquies
Objectivité	art. 105quinquies
Publicité des tarifs	art. 105sexiesA, § 2
Non-discrimination	art. 105quinquies
Orientation sur les coûts	art. 106
Dégroupage des tarifs	art. 105quater

Tableau 1 : obligations à charge de Belgacom

En particulier, l'article 106, § 1er de la loi du 21 mars 1991 précise que les organismes puissants sont tenus de respecter le principe de l'orientation sur les coûts en ce qui concerne les services suivants :
1° le service de téléphonie vocale.

L'article 14, §1^{er}, 1°, de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et des télécommunications belges prévoit que l'IBPT a pour mission de formuler des avis d'initiative en ce qui concerne les réseaux de communications électroniques et les services de télécommunications électroniques. La formulation d'un tel avis peut notamment être justifiée afin de remplir les missions confiées à l'IBPT par l'article 6 de la loi du 13 juin 2005 (cf. supra).

4 CONTEXTE CONCURRENTIEL

Le lancement de Happy Time s'inscrit dans un historique d'offres similaires de la part de Belgacom elle-même mais aussi d'autres opérateurs 'classiques' (Telenet, Versatel et tout récemment Tele2) ou de revendeurs, devenus ou censés devenir des opérateurs au sens de l'article 2,11° de la loi du 13 juin 2005 (Yellow, Euphony, Talk Talk, Phone+, etc.). Ces offres ont la particularité d'offrir la gratuité en heures creuses, avec des variantes (telles que : forfait à payer ou non, avancement des heures creuses, option pour la gratuité des heures pleines).

Belgacom a lancé la première formule sous le nom Belgacom Always on line à l'été 2003. Ce plan tarifaire offrait la gratuité des appels en heures creuses pour un forfait de 12 €

Le 15 juillet 2004, Belgacom a lancé le plan tarifaire No Limit Anytime, qui offre la gratuité des appels en heures creuses et en heures pleines, sur base d'un paiement forfaitaire de 29,5 €².

L'offre FreePhone a été lancée par Telenet le 31 novembre 2004. Elle propose la gratuité des appels en heures creuses, combinée avec un paiement par minute. Telenet propose en option (FreePhone Anytime) la gratuité des appels en heures pleines contre le paiement d'un forfait de 4,95 €

Des offres comparables ont également été lancées par Versatel et Yellow Telecom, sur base d'un forfait s'élevant respectivement à 10 et 15 €

Le 1^{er} juin 2005 est intervenu le lancement de Belgacom Happy Time.

Suite à l'annonce du lancement de Happy Time, Télé2 réagit en lançant à son tour une formule baptisée Télé2 Free Time, calquée sur celle de Belgacom (même durée des heures creuses mais avec un montant fixe par appel de 0,28 €).

Le 3 juin 2005, Talk Talk lance des plans tarifaires similaires. La formule Talk 2 offre la gratuité des appels en heures creuses pour un forfait de 6,99 € et un coût de 0,25 € par minute (pour un appel moyen de 3 minutes). Talk 3 est une formule du type Anytime (toute la journée), sur base d'un forfait de 15 €

Le 6 juin 2005, Telenet annonce qu'elle ne fera pas payer l'option Freephone Anytime jusqu'à la fin de l'année 2005.

Date	Plan tarifaire	Prix fixe		Peak (semaine)	Tarifs			
		Accès ³	Forfait		peak		off-peak	
					Set-up	Duration	Set-up	Duration
	Tellink Call unlimited	17,15	26,95	0	0	0	0	0
	Phone Plus Free	17,15	0	0,275	0	0	0	0
	Belgian Telecom Freedom	17,15	0	0,27	0	0	0	0
	Versatel « sans limite »	17,15	10	8-19h	0	0	0	0
	Euphony Eutalk	17,15	19,99	8-19 h	0	0	0	0
15/08/2003	Belgacom Always on line	17,15	12	8-19h	0,052	0,052	0	0

² Le 1^{er} juin 2005, ce montant a été réduit à 19,95 €

³ Hormis le cas de Telenet, il s'agit du paiement de la redevance d'abonnement payée à Belgacom.

15/07/2004	Belgacom No Limit Anytime	17,15	19,95	8-19h	0	0	0	0
31/11/2004	Telenet FreePhone	16,95	0	8-19h	0,052	0,052	0	0
31/11/2004	Telenet FreePhone Anytime	16,95	4,95	8-19h	0	0	0	0
01/06/2005	Belgacom Happy Time	17,15	0	8-17h	0,3	0	0	0
01/06/2005	Télé2 Free Time	17,15	0	8-17h	0,28	0	0	0
03/06/2005	Talk Talk 2	17,15	6,99	8-19 h	0,05	0,24	0	0
03/06/2005	Talk Talk 3	17,15	15	8-19 h	0	0	0	0

Tableau 2 : comparaison des principale offres de détail offrant la gratuité des appels

5 POSITION DES OPÉRATEURS ALTERNATIFS

5.1 TELE2

5.1.1 Demande initiale

Selon TELE2, le lancement d'offres comprenant des appels gratuits durant les heures creuses ne permet pas aux opérateurs de couvrir les coûts d'interconnexion sous-jacents à ces services. De telles offres ont par conséquent pour effet de réduire fortement la concurrence à long terme sur le marché.

Pour TELE2, l'offre de Belgacom pose problème à plusieurs égards :

- la marge de manœuvre commerciale des opérateurs tels que TELE2 se voit fortement restreinte ;
- les opérateurs qui sont en mesure de fournir des services identiques se voient contraints de prendre des risques économiques importants puisqu'ils doivent les offrir à un prix qui ne couvre pas leurs coûts.
- les offres du type Happy Time sont également des produits servant à l'opérateur pour pénétrer le marché de la large bande. Les pertes subies par les opérateurs sur les services téléphoniques empêchent l'établissement d'opérateurs alternatifs viables sur le marché de la large bande.

TELE2 souligne que l'obligation d'orientation sur les coûts imposée à l'opérateur historique ne peut être respectée par une offre dont les recettes ne couvrent pas les charges d'interconnexion. TELE2 s'interroge sur la pertinence du niveau actuel des charges d'interconnexion et fait remarquer que la situation actuelle est encore aggravée par la non correspondance des heures peak/off-peak provoquée par l'allongement des heures off-peak offertes dans l'offre Happy Time.

L'analyse revenus/coûts de Tele2 prend comme point de départ sa facture d'interconnexion vis-à-vis de Belgacom relative au mois de mai 2005. Tele2 fait l'hypothèse que % [confidentiel] des appels sont destinés à des numéros Telenet et sont donc sujets à une tarification différente pour la terminaison. Le nombre d'appels et de minutes et leur répartition peak/off peak⁴, permettent de calculer la marge brute de Belgacom, c'est-à-dire la différence entre les revenus et les coûts d'interconnexion (hors réseau).

Tele2 arrive à la conclusion que l'offre Happy Time dégage une marge brute de €[confidentiel] par client au-delà des coûts d'interconnexion variables (collecting et terminating)⁵ lorsqu'il est tenu compte du comportement antérieur des utilisateurs.

Tele2 estime en outre que les habitudes de consommation des clients sont modifiées par une offre de type Happy Time ou Free Time en raison (1) de l'existence d'un coût fixe par appel en heures pleines

⁴ Paramètres pour lesquels Tele2 se base sur le comportement de ses propres clients, tout en contrôlant que ces valeurs sont en concordance avec les données disponibles dans le rapport annuel de Belgacom.

⁵ Les autres coûts tels que les coûts de réseaux propres ou les coûts fixes d'interconnexion n'étant pas pris en considération dans l'analyse de Tele2.

(moins d'appels, mais des appels plus longs en heures pleines jusqu'à 17 heures) et (2) de la gratuité des heures creuses (plus d'appels et plus longs durant les autres heures). Ces hypothèses sont vérifiées par les premiers résultats de consommation des clients Free Time sur une période de 14 jours s'étendant du lundi 30 mai au dimanche 12 juin 2005⁶. Compte tenu de ce nouveau profil de consommation, l'offre Happy Time, génère une marge brute mensuelle infime par client (€ [confidentiel]), insuffisante étant donné qu'un opérateur doit couvrir d'autres frais que les coûts d'interconnexion variables.

TELE2 conclut de son analyse que l'offre Happy Time doit être retirée du marché rapidement, faute de quoi elle risque sérieusement de devoir se retirer du marché.

5.1.2 Commentaires relatifs au projet de décision

- Volgens Tele2 verschilt het Happy Time aanbod fundamenteel van eerdere aanbiedingen. Het Happy Time aanbod is een werkelijke 'gratis' formule. Bij de aanbiedingen die eerder op de markt werden gebracht betaalt de consument een forfaitair bedrag per maand. Bij het Happy Time aanbod betaalt de consument daarentegen geen forfaitair bedrag. In het geval van een gratis formule zoals het Happy Time aanbod daarentegen heeft de operator geen enkel verzekerd inkomen per klant. De enige inkomstenbron is een minimale vergoeding die een klant per oproep in de piekuren moet betalen.

Bij een forfaitaire formule is een oproep voor een klant nooit gratis. Ook al betaalt de klant geen bedrag per oproep, toch creëert elke oproep een economische 'kost' voor de klant, die gelijk is aan het forfaitair bedrag gedeeld door het aantal oproepen. Voor een klant bij het Happy Time aanbod van Belgacom daarentegen is een oproep in de daluren werkelijk kosteloos.

Het enige andere aanbod dat vóór het Happy Time aanbod op de markt werd gebracht en geen forfaitair bedrag bevat, is het Freephone aanbod van Telenet. Ook dat aanbod is echter minder verregaand dan het Happy Time aanbod: tijdens de piekuren betaalt de consument met het aanbod van Telenet ook een tarief per minuut en de daluren beginnen om 19u.

- Belgacom moest het Happy Time aanbod niet op de markt brengen om competitief te blijven. Om het aanbod met de scherpste condities op de markt⁷ te lanceren, volstond het voor Belgacom om het forfait van 12 EUR dat wordt aangerekend bij het aanbod Belgacom No Limit te verlagen.
- Tele2 estime que le comportement des clients se modifie structurellement suite au lancement d'offres du type Happy Time. Tele2 appuie sa conviction sur le profil d'appel des 7 premières semaines de sa propre offre Free Time. Tele2 estime que la légère baisse en chiffres absolus les dernières semaines est due non pas à une éventuelle stabilisation mais à un effet saisonnier (baisse de trafic en période de vacances). Tele2 recommande donc que l'analyse de l'IBPT tienne compte du profil réel des clients Happy Time de Belgacom ou à défaut du profil réel des clients d'offres similaires des autres opérateurs.
- Dans son projet de décision, l'IBPT a comptabilisé des coûts d'interconnexion fixes ou « coûts de réseau » uniquement en cas d'appels de Belgacom vers d'autres opérateurs. Tele2 estime pour sa part que des coûts de réseau existent également en cas d'appels de Belgacom vers Belgacom.
- Tele2 gaat niet akkoord met de stelling dat het principe van de kostenoriëntering nageleefd wordt van zodra de inkomsten die een nieuw aanbod genereert, de commerciële kosten dekken die "rechtstreeks" gepaard gaan met de lancering van het nieuwe aanbod (naast de

⁶ Tele2 a refait ultérieurement ces calculs avec les données de trafic portant sur une période de 3 semaines, puis sur une période allant jusqu'à 7 semaines.

⁷ Zoals hoger gezegd, was het niet nodig om de zeer goedkope formule van Telenet te evenaren, aangezien Telenet met een technologische handicap kampt.

interconnectiekosten en de netwerkkosten). Volgens Tele2 moeten ook de algemene en administratieve kosten verhoudingsgewijs aan de betrokken dienst worden toegerekend. Ceci paraît d'autant plus nécessaire à Tele2 qu'Happy Time est devenue un succès populaire et un standard du marché et que, contrairement à une offre destinée à un groupe ciblé, elle peut difficilement se suffire à elle-même par ses propres recettes.

- Tele2 déclare que, quand bien même il ne faudrait prendre en considération que les coûts directement liés à Happy Time, l'analyse de l'IBPT omet de prendre en compte certains coûts directs : les coûts supportés pour recruter ou conserver des clients. De plus, le lancement d'une nouvelle offre augmente généralement les coûts du service clientèle, suite aux nombreuses questions posées par les clients existants ou potentiels.
- Tele2 conclut de sa propre analyse que, si tous les coûts pertinents sont pris en considération, l'offre Happy Time n'est pas orientée sur les coûts et qu'elle entraîne de lourdes pertes financières pour les opérateurs concurrents, obligés de lancer une offre similaire.

5.2. PLATE-FORME DES OPÉRATEURS ET FOURNISSEURS DE SERVICES

La Plate-forme est d'avis que l'offre Happy Time ne respecte pas l'obligation d'orientation sur les coûts prévue par l'article 106 de la loi du 21 mars 1991. Elle estime en outre, que si les recettes Happy Time couvraient néanmoins tous les coûts de Belgacom, il faudrait en conclure que ce sont alors les coûts d'interconnexion sous-jacents qui ne respectent pas le principe d'orientation sur les coûts.

La Plate-forme demande à l'IBPT d'intervenir au niveau des tarifs de détail et des tarifs d'interconnexion. Estimant qu'Happy Time crée des dommages sérieux et irréparables aux concurrents, la Plate-forme demande que cette offre soit retirée du marché aussi longtemps que sa compatibilité avec le cadre réglementaire n'a pas été examinée.

6 POSITION DE BELGACOM

6.1 RÉACTIONS ANTÉRIEURES AU PROJET DE DÉCISION DU 4 JUILLET 2005

Belgacom souligne le contexte compétitif dans lequel elle a lancé le plan tarifaire Happy Time. Ce lancement fait suite aux initiatives commerciales des opérateurs tels que Telenet et Versatel, qui ont rendu plusieurs de ses formules tarifaires (dont No Limit Anytime) non compétitives. Belgacom estime en outre que son offre n'est pas agressive en comparaison avec les offres alternatives.

Au sujet de la possibilité laissée aux opérateurs alternatifs de lancer une offre comparable sur le marché et à propos de l'orientation sur les coûts, Belgacom souligne que les services de communication fixes sont de plus en plus souvent offerts par les opérateurs comme une composante d'un paquet de services. La question de la rentabilité d'un opérateur doit dès lors s'envisager dans un cadre plus vaste que celui de la téléphonie fixe.

Belgacom a communiqué à l'Institut des informations relatives à Happy Time et en conclut que le plan tarifaire génère suffisamment de marge au-dessus des coûts d'interconnexion. Les informations reçues de Belgacom intègrent les paramètres suivants :

- Le profil de consommation moyen attendu des clients Happy Time (nombre d'appels et durée moyenne des appels, en heures pleines et en heures creuses).
- Les recettes attendues compte tenu de ce profil de consommation.
- Les coûts d'interconnexion variables (collecting et terminating).
- Des coûts commerciaux⁸ (facturation, créances douteuses, ventes et marketing).

⁸ Deuxième version reçue le 16 juin 2005.

6.2 COMMENTAIRES RELATIFS AU PROJET DE DÉCISION

Commentaires de nature juridique

Volgens Belgacom bestaat er in feite en in rechte geen enkele juridische basis voor het tweede deel van het ontwerpbesluit, met name wanneer het ontwerp ingaat op de mogelijkheid voor een andere operator om het aanbod van Belgacom te repliceren.

Belgacom meent dat artikel 6 van de nieuwe wet niet als grondslag kan dienen voor een tussenkomst van het BIPT die niet voorzien zou zijn in het voormalige reglementair kader dat thans nog van toepassing is op basis van de overgangsregeling voorzien in de Europese richtlijnen en in de wet betreffende de elektronische communicatie.

Belgacom is inderdaad van oordeel dat deze overgangsregeling en het systeem van de SMP-regulering zou geschonden worden, indien artikel 6 van de nieuwe wet zo gelezen wordt dat het, zonder een marktdefinitie, -analyse en SMP-aanduiding, voor het BIPT bepaalde nieuwe bevoegdheden zou creëren en er bijgevolg voor één of meerdere operatoren bijkomende specifieke verplichtingen zouden ontstaan (of al gecreëerd zijn).

Dat artikel 6 niet op zichzelf kan toegepast worden blijkt volgens Belgacom ook uit de bewoordingen van de aanvang van artikel 6 (“*Bij de uitvoering van de taken die aan het Instituut krachtens deze wet zijn opgelegd,...*”).

Belgacom verzoekt dan ook het tweede deel van het ontwerpbesluit te verwijderen uit het besluit dat in voorkomend geval zou genomen worden.

Commentaires généraux

En ce qui concerne la demande de Tele2, Belgacom observe que malgré l’affirmation qu’elle ne serait pas capable de récupérer les coûts d’interconnexion subis, Tele2 a lancé, avant l’introduction d’Happy Time, un plan tarifaire dans lequel les appels étaient gratuits le week-end. Belgacom estime également que Tele2 ne mentionne pas d’éléments concrets qui indiqueraient qu’elle est effectivement menacée de devoir quitter le marché.

En ce qui concerne la demande de la Plate-forme, Belgacom estime que cette dernière n’explique pas en quoi Belgacom serait en infraction par rapport à l’obligation d’orientation sur les coûts, ni pourquoi l’intervention de l’IBPT serait nécessaire tant au niveau des tarifs de détail de Belgacom qu’au niveau de ses tarifs d’interconnexion.

Belgacom souligne qu’elle n’a effectué aucune analyse de coûts spécifique préalablement au lancement du plan Happy Time, mais qu’elle a réagi à la nécessité de mettre ses tarifs en ligne avec les circonstances du marché.

Notion d’orientation sur les coûts

Belgacom conteste que l’obligation d’orientation sur les coûts doive être interprétée comme devant s’appliquer au niveau d’un plan tarifaire individuel. Belgacom maintient que cette obligation doit seulement être vérifiée pour les services de téléphonie vocale considérés globalement.

Collecte et terminaison des appels

Belgacom déclare qu’il est critiquable d’utiliser pour Belgacom des données reflétant la situation des opérateurs alternatifs. Pour Belgacom, le pourcentage d’appels locaux appliqué par l’IBPT surestime les coûts réels du réseau Belgacom.

Belgacom mentionne en outre que certains opérateurs, dont Tele2, font un usage plus importants de l'interconnexion locale que la moyenne des opérateurs alternatifs.

Appels destinés à Telenet et Versatel

Belgacom conteste l'approche suivie dans le projet de décision en ce qui concerne les appels vers Telenet et Versatel. Belgacom estime premièrement que cette approche se base sur une interprétation erronée des décisions antérieures de l'IBPT, dans lesquelles Belgacom voit seulement la possibilité (et non l'obligation) de répercuter les tarifs d'interconnexion plus élevés de ces opérateurs sur ses tarifs de détail.

Belgacom rappelle en outre que ces décisions font l'objet de procédures de recours. Belgacom estime pouvoir se prévaloir de l'exception d'illégalité de ces décisions. Si elle a respecté ces décisions jusqu'à présent, Belgacom estime avoir le droit de s'en écarter, en particulier si ses intérêts commerciaux l'exigent.

Belgacom rappelle que d'autres opérateurs, notamment Telenet, ont mis sur le marché des offres de « téléphonie gratuite », sans faire de distinction en fonction de la destination de l'appel. Le projet de décision prétend interdire à Belgacom d'utiliser la même structure tarifaire pour la simple raison que Telenet a décidé d'appliquer des tarifs d'interconnexion asymétriques, dont Belgacom répète qu'ils ont un effet de distorsion du marché.

Belgacom répète en outre que l'obligation d'orientation sur les coûts doit être comprise comme une obligation globale, sur tous les services de téléphonie vocale et non pas au niveau d'appels individuels. De plus, l'orientation sur les coûts vise à éviter des tarifs excessivement hauts, pour protéger le consommateur, et non des tarifs « trop bas ». Quand bien même cela devrait être le cas, Belgacom estime que l'appréciation de tarifs « trop bas » devrait tenir compte des circonstances du marché. Les opérateurs autres que Belgacom évitent de payer les tarifs de terminaison élevés de Telenet et Versatel en ayant recours à des routes alternatives. Belgacom ne peut être mise hors jeu en lui interdisant d'appliquer des formules tarifaires auxquels les autres ont recours (y compris les opérateurs réclamant des tarifs de terminaison élevés).

Belgacom estime également que si on regarde l'obligation de non discrimination du point de vue des autres opérateurs, on se déplace alors vers une analyse de type « droit de la concurrence » pour laquelle l'IBPT n'est pas compétent. En examinant la question d'une éventuelle discrimination, il faudrait de plus tenir compte du fait que la situation de référence est la réciprocité des tarifs d'interconnexion (ou du moins des tarifs d'interconnexion qui diffèrent dans une mesure limitée). On ne peut pas reprocher à Belgacom de vouloir favoriser ces deux opérateurs (Telenet et Versatel) en renonçant à répercuter leurs tarifs de terminaison. Ce serait au contraire Belgacom qui serait victime de discrimination si elle ne pouvait pas proposer de plan tarifaire similaire à ceux de ses concurrents.

Belgacom ajoute qu'elle est contrainte de ne pas différencier les appels vers Telenet et Versatel du fait que les utilisateurs s'opposent de plus en plus à une différenciation en fonction du réseau appelé et du fait que les clients qui ont davantage d'appels vers Telenet et Versatel ont davantage tendance à quitter Belgacom pour un autre opérateur, qui ne différencie pas le prix de ces appels. Il serait en particulier paradoxal que, alors que Telenet a été un des initiateurs des offres de « téléphonie gratuite », Belgacom se voie interdire de reproduire cette offre du fait des tarifs de terminaison élevés de ce même opérateur.

Coûts d'interconnexion fixes

Belgacom estime pour sa part que les IC links choisis ne sont pas représentatifs pour les liaisons de son réseau vers Telenet et Versatel, Belgacom étant en mesure de réaliser des liaisons plus courtes.

Belgacom estime encore que les IC links sont utilisées également pour le trafic vers Telenet et Versatel dans d'autres plans tarifaires qu'Happy Time. Il s'agit donc de coûts communs et il est douteux que chaque plan tarifaire de Belgacom doive contribuer à la récupération de coûts communs sur base de son volume de trafic.

Coûts commerciaux

Belgacom conteste l'approche suivie par l'IBPT. Belgacom estime de plus que les coûts commerciaux ne doivent pas du tout être pris en compte car s'agissant de coûts communs aux différents services de téléphonie vocale.

Profil de consommation et élasticité

Belgacom insiste sur le fait qu'il convient d'être prudent dans l'interprétation du comportement des utilisateurs. Belgacom estime en particulier qu'on ne doit pas tenir compte du profil d'appel observé immédiatement après l'introduction du nouveau plan tarifaire ou immédiatement après l'inscription d'un client à un plan tarifaire.

Possibilité de dupliquer l'offre Happy Time

Tout en maintenant que l'analyse effectuée par l'IBPT n'est pas légale, Belgacom formule les objections suivantes à titre subsidiaire :

- Belgacom a communiqué de nouvelles données relatives à la répartition local/IAA de Tele2 et au taux de remplissage des IC links de Tele2.
- En ce qui concerne la récupération des coûts fixes, Belgacom estime que tous les services qui font usage des IC links doivent être pris en compte, notamment les appels vers mobiles et les appels internationaux.
- Belgacom conteste la prise en considération des coûts d'amortissement des IC links (amortissement en 4 ans des frais d'installation), alors que le projet de décision déclare n'analyser que les coûts directs. Selon Belgacom, les coûts d'amortissements ne sont normalement pas considérés comme des coûts directs.
- Belgacom émet des doutes quant aux données de trafic communiquées par Tele2. Belgacom reproche à Tele2 d'avoir augmenté artificiellement le nombre de jours de congé pour les données de juin, donnant une image incorrecte des recettes de ce mois.
- Belgacom déclare que Tele2 fait très peu appel au service de transit de Belgacom et qu'elle fait principalement usage de routes alternatives pour éviter de payer la terminaison élevée de Telenet et de Versatel.

7 ANALYSE DE L'IBPT ET MOTIVATION

L'Institut observe à titre préliminaire que l'offre Happy Time est susceptible d'entraîner des diminutions de recettes très significatives par rapport à l'application du tarif standard de Belgacom, ainsi qu'illustré par les quelques exemples suivants⁹ :

En eurocents HTVA				
Appels peak	Appels off-peak	Recettes Happy Time	Recettes au tarif standard	Variation des recettes
10	10	247,93	322,31	-23%
10	20	247,93	472,73	-48%
10	30	247,93	623,14	-60%

Tableau 3 : impact de l'offre Happy Time sur les recettes

Ces exemples sont basés sur des profils d'appels théoriques. Des calculs basés sur des profils d'appels réellement observés sont effectués dans la suite de ce document. Il n'en demeure pas moins que de telles réductions de recettes exercent inévitablement une forte pression sur les marges bénéficiaires, tant celles de Belgacom que celles des concurrents qui ont décidé de lancer une offre similaire.

Malgré la présence sur le marché d'offres similaires, le plan tarifaire Happy Time peut être qualifié de très offensif. Il a d'ailleurs rencontré dès son lancement un succès massif ([confidentiel] clients au 20 juin 2005¹⁰). Selon Belgacom, une proportion très importante de ces clients (% [confidentiel]) étaient déjà clients Belgacom avant le lancement d'Happy Time. Belgacom a dénombré [confidentiel] annulations de CPS et [confidentiel] portages de numéros au profit de l'offre Happy Time dans une période allant du 1^{er} au 21 juin 2005¹¹. De son côté, Tele2 évoque le chiffre de [confidentiel] clients CPS perdus au profit de Belgacom dans la semaine du 6 juin 2005. L'Institut note que l'effet de Happy Time est susceptible de se marquer non seulement dans le nombre de clients récupérés par Belgacom mais encore dans une diminution du nombre de clients qui quittent Belgacom pour un opérateur alternatif. Tele2 a fait part d'une baisse de % [confidentiel] du recrutement de nouveaux clients depuis le lancement d'Happy Time (en comparaison avec les 12 derniers mois) et d'une hausse de % [confidentiel] des retours de clients vers Belgacom (également en comparaison avec les 12 derniers mois). Belgacom et Tele2 n'ont cependant pas communiqué de données plus récentes et plus complètes sur les mouvements de clientèle.

L'offre Happy Time a été analysée selon les approches suivantes :

- L'orientation sur les coûts de l'offre Happy Time, c'est-à-dire sa capacité à couvrir les coûts encourus ;
- La capacité des opérateurs alternatifs, qui dépendent de Belgacom pour obtenir des services d'interconnexion, de proposer une offre compétitive.

Cette double analyse est effectuée à l'aide d'un tableur Excel dont une version non confidentielle est reproduite en annexe.

L'Institut note que la lettre de Tele2 du 6 juin 2005 visait non seulement les offres tarifaires de Belgacom mais également celles de Telenet. Toutefois, Telenet n'étant pas considéré jusqu'à présent comme un opérateur puissant sur le marché, il n'appartient pas à l'IBPT de porter un jugement sur ses

⁹ Lesquels font l'hypothèse d'une durée d'appel de 3 minutes en heures pleines et de 5 minutes en heures creuses.

¹⁰ Certains de ces clients ne seront activés qu'au 1^{er} juillet. L'objectif de Belgacom pour fin 2005 ([confidentiel]) est déjà très largement dépassé.

¹¹ Chiffres cités dans le courrier de Belgacom du 22 juin 2005.

tarifs de détail¹². De même, si l'IBPT reconnaît qu'il existe sur le marché des offres comparables à Happy Time, il rappelle cependant qu'à l'heure actuelle, seule Belgacom est considérée comme puissante sur le marché de la téléphonie vocale et que, par conséquent, seule Belgacom est soumise à l'obligation d'orientation sur les coûts pour ses tarifs de téléphonie vocale. Les offres des autres opérateurs ne font pas l'objet de la même régulation. La suite de cette décision est par conséquent limitée à l'examen de l'offre Happy Time de Belgacom.

7.1 ORIENTATION SUR LES COÛTS

L'Institut ne partage pas l'opinion de Belgacom quant à la manière d'interpréter la notion d'orientation sur les coûts. Le but poursuivi par l'imposition du principe d'orientation sur les coûts est de parvenir, pour certains services, à des prix tels que le marché les fixerait de lui-même si la concurrence parfaite régnait sur ce marché. Le marché des télécommunications venant d'une situation de monopole, l'orientation sur les coûts supplée en quelque sorte la concurrence pour atteindre le prix du marché, même en situation de concurrence imparfaite caractérisée par la présence d'opérateurs puissants.

Dans cette perspective, l'orientation sur les coûts doit d'une part empêcher l'opérateur puissant d'entraver la concurrence en facturant abusivement l'utilisation de son réseau aux nouveaux entrants ou en pratiquant des tarifs de détail excessivement bas. Elle doit d'autre part protéger les consommateurs contre la pratique de prix excessifs de la part de l'opérateur puissant.

Une interprétation du concept d'orientation sur les coûts qui conduirait à permettre la pratique de prix trop élevés ou trop bas par rapport aux coûts ne pourrait qu'être en contradiction avec les objectifs du cadre réglementaire.

L'interprétation défendue par Belgacom permettrait la coexistence, au sein des activités de téléphonie vocale, d'offres aux prix élevés, voire excessifs, et d'offres aux prix inférieurs aux coûts. Cette interprétation est par conséquent rejetée par l'IBPT.

7.1.1 Coûts de collecte et de terminaison des appels

Les coûts de collecte et de terminaison des appels pris en considération par l'Institut correspondent aux tarifs BRIO 2005 (local et IAA). En l'absence d'autres données, l'IBPT a utilisé une pondération local/IAA de [confidentiel], correspondant aux données communiquées par Belgacom comme étant la pondération moyenne de l'ensemble des opérateurs alternatifs. Ce pourcentage est une hypothèse. En effet, on pourrait probablement considérer qu'un pourcentage supérieur de collecte des appels est effectué au niveau local. Cependant, il conviendrait alors de tenir compte du fait qu'il y a des appels extra area qui font un usage plus important du backbone de Belgacom. L'Institut note encore que les coûts de collecte et de terminaison doivent nécessairement être pris en compte et que, si Belgacom conteste les pourcentages utilisés par l'IBPT, elle n'a communiqué aucune proposition pour remplacer cette répartition par une autre qu'elle estimerait plus représentative.

En l'absence de données concrètes de Belgacom concernant sa propre situation, l'IBPT maintient que son hypothèse de travail, reflétant l'usage moyen de l'interconnexion locale et IAA par l'ensemble des opérateurs alternatifs, est réaliste et équilibrée. Si Belgacom est en mesure de communiquer les données en question, l'IBPT en tiendra compte dans le cadre du monitoring qu'il envisage pour le plan Happy Time.

¹² L'IBPT se réfère cependant à sa communication du 9 août 2002 en ce qui concerne les tarifs CSC/CPS de Telenet.

7.1.2 Appels destinés à Telenet et Versatel

Le business plan de Belgacom ne tient pas compte du fait que les appels à destination de Telenet et de Versatel donnent lieu au paiement de prix de terminaison plus élevés. Belgacom est d'avis que l'existence de charges d'interconnexion plus élevées vers le réseau de Telenet et de Versatel ne doit pas être prise en compte dans cette analyse. Elle explique sa position par le fait qu'elle est commercialement obligée d'offrir à ses clients un prix identique pour les communications vers ces réseaux malgré les coûts d'interconnexion élevés qu'elle doit payer, notamment à Telenet.

Conformément aux décisions de l'IBPT du 11 juin 2002 et du 7 décembre 2004, les tarifs de terminaison plus élevés de Telenet et de Versatel doivent être répercutés par Belgacom sur ses tarifs de détail, spécifiquement pour les appels à destination des réseaux de Telenet et de Versatel :

« Il ressort de ce qui précède que les tarifs de terminaison de Telenet pour 2002 peuvent être considérés comme raisonnables. Ceci implique que Belgacom doit accepter et payer ces tarifs, conformément à l'article artikel 109ter, § 3, précité de la loi du 21 mars 1991. Il est cependant inévitable que ceci aura une répercussion sur les tarifs de détail pratiqués par Belgacom. Ceux-ci vont augmenter en conséquence de l'augmentation des tarifs de Telenet.»¹³

« Belgacom a été notifiée comme opérateur puissant sur le marché des services téléphonie vocale. A ce titre, elle est soumise à l'obligation d'orientation sur les coûts des tarifs de téléphonie vocale, conformément à l'article 106, 1° de la loi du 21 mars 1991. Par conséquent, une modification des tarifs d'interconnexion de Versatel doit être répercutée par Belgacom sur ses tarifs de détail, spécifiquement pour les appels à destination du réseau Versatel, de la même manière que Belgacom répercute exclusivement sur les appels vers Telenet l'augmentation des tarifs de terminaison de Telenet ».¹⁴

En réponse à une demande de l'Institut, Belgacom a indiqué que la part du trafic des clients Happy Time destinée à des clients Telenet ou Versatel était estimée à % [confidentiel]. Ce chiffre a été utilisé dans l'analyse de l'IBPT de manière à tenir compte des coûts d'interconnexion effectivement supportés pour ces appels.

L'IBPT estime que les décisions des 11 juin 2002 et 7 décembre 2004 ne laissent pas de place à l'interprétation, comme en témoignent les passages soulignés dans les extraits cités ci-dessus et comme le démontre l'implémentation faite par Belgacom de ces décisions : Belgacom a adapté ses tarifs de détail de manière telle que le prix des appels vers le réseau de Telenet d'abord, de Versatel ensuite reflètent l'existence de tarifs de terminaison différents. L'Institut peut admettre que la structure des tarifs de détail s'écarte de celle des tarifs d'interconnexion, pour autant que les coûts sous-jacents soient couverts. Autrement dit, quelle que soit leur structure (par exemple la structure Happy Time), les tarifs de détail des appels vers Telenet ou Versatel doivent couvrir les coûts correspondants. Il est donc approprié de vérifier si les recettes générées par les appels vers Telenet et Versatel couvrent les coûts propres à ces appels.

En ce qui concerne la tendance de certains clients à quitter Belgacom, Belgacom fait mention d'analyses qu'elle n'a pas transmis à l'IBPT et sur lesquelles celui-ci ne peut donc se prononcer.

¹³ Décision du 11 juin 2002 – traduction libre de : *Uit voorgaande blijkt dat de terminatietarieven van Telenet voor 2002 als redelijk beschouwd kunnen worden. Dit impliceert dat Belgacom overeenkomstig het eerderevernoemde artikel 109ter, § 3, van de wet van 21 maart 1991, deze tarieven moet accepteren en betalen. Het is evenwel onvermijdelijk dat dit zijn weerslag zal hebben op de door Belgacom gehanteerde eindgebruikerstarieven. Deze zullen ten gevolge van de tariefverhoging van Telenet stijgen.*

¹⁴ Décision du 7 décembre 2004.

L'IBPT renvoie en outre au point 7.9 de sa décision du 7 décembre 2004 concernant le caractère raisonnable du tarif de terminaison sur le réseau de Versatel dans le cadre de la demande d'interconnexion adressée par Versatel à Belgacom :

« Dans sa recommandation du 11 février 2003 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques, la Commission a identifié comme pertinent le marché de gros de la « terminaison d'appel sur divers réseaux téléphoniques publics individuels en position déterminée ». Ce marché, qui est inconnu dans le cadre de la loi du 21 mars 1991, doit faire l'objet d'une analyse de la part du régulateur, selon une méthodologie basée sur le droit de la concurrence. Du fait de l'application de ce nouveau cadre, chaque opérateur pourrait être considéré comme puissant pour la terminaison d'appels sur son propre réseau et, par conséquent, pourrait se voir imposer certaines des obligations prévues par les directives européennes. Par conséquent, une réévaluation de la présente décision devra avoir lieu suite aux futures analyses de marchés, lorsque le nouveau cadre relatif aux communications électroniques sera transposé en droit belge. »

7.1.3 Coûts d'interconnexion fixes

Dans le cas où les appels des clients Belgacom sont destinés à des clients d'autres opérateurs (trafic Belgacom to OLO), Belgacom doit supporter le coût des liaisons d'interconnexion (IC links) et des accès aux points d'interconnexion (ATAP).

Dans son analyse, l'Institut a tenu compte du coût d'un IC link et d'un ATAP uniquement pour la terminaison des appels vers Telenet et Versatel. Ceci peut être considéré comme une sous-estimation étant donné que les clients Belgacom peuvent également appeler les clients d'autres opérateurs fixes (p.ex. MCI, Mobistar fixe, Colt).

Belgacom ayant indiqué être en mesure de réaliser des IC links plus courtes que celles initialement prises en compte par l'IBPT, il a été tenu compte des types d'IC links suivants :

- IAA: N>8, contrat de 4 ans, Interconnect Access Point located in the same telephone zone;
- Local: N>8, contrat de 4 ans, Interconnect Access Point connected to the same local distribution frame.

Les coûts d'IC links et d'ATAP correspondent aux tarifs BRIO 2005. Les coûts d'installation ont été amortis sur une durée de 4 ans.

Les coûts d'IC links et d'ATAP ont été exprimés en un montant par minute compte tenu d'un taux de remplissage de [confidentiel] minutes par mois. Ce taux de remplissage correspond au taux utilisé pour la fixation du tarif de transit BRIO 2005.

L'Institut considère que les coûts des IC links doivent être pris en compte pour le trafic « Belgacom to OLO » puisque ce trafic passe nécessairement par les IC links. L'Institut reconnaît que tous les plans tarifaires de Belgacom sont susceptibles de générer du trafic Belgacom to OLO. Il en est tenu compte puisque le coût des IC links est divisé par l'ensemble des minutes de trafic qui utilisent ces IC links, pour obtenir un coût par minute. Belgacom déclare que cette méthode est discutable mais s'abstient de proposer une alternative.

L'IBPT rejette par ailleurs la demande de Tele2 d'ajouter des coûts de réseau supplémentaires en cas d'appels Belgacom vers Belgacom, coûts sensés correspondre aux coûts d'interconnexion fixes en cas d'appels Belgacom vers un autre opérateur. Un IC link est par définition une liaison entre Belgacom et un autre opérateur. Selon les situations, les IC links peuvent être de la responsabilité de Belgacom ou de l'opérateur alternatif. L'IC link n'a par contre pas d'équivalent lors d'appels internes au réseau Belgacom. Dans ce cas, l'utilisation du réseau Belgacom est entièrement reflétée dans les coûts de collecte et de terminaison. Les différentes combinaisons possibles collecting + terminating (local, IAA

ou EAA) couvrent le transport LEX - AGE et AGE - AGE. Il n'y a donc pas lieu d'ajouter des coûts de réseau supplémentaires pour les appels Belgacom vers Belgacom.

7.1.4 Coûts commerciaux

L'IBPT considère que les coûts commerciaux directement liés à l'offre Happy Time doivent pouvoir être couverts par les recettes provenant des clients Happy Time. En particulier, les recettes doivent permettre de couvrir les coûts de facturation des clients, les coûts liés à l'existence de créances douteuses et les coûts de ventes et de marketing propres à Happy Time.

Belgacom a renseigné les coûts suivants :

- billing & bad debt : % [confidentiel] des revenus HTVA ;
- sales & marketing : % [confidentiel] des revenus HTVA.

S'agissant du pourcentage de billing et bad debt, un chiffre inférieur aux % [confidentiel] généralement admis pour la téléphonie fixe résidentielle paraît a priori raisonnable étant donné d'une part que la facturation est simplifiée par rapport à une facturation à la minute et d'autre part que la gratuité d'une partie des appels devrait influencer favorablement le niveau de bad debt. D'un autre côté, le logiciel de facturation doit être adapté pour introduire un plan supplémentaire dans lequel on fixe le peak setup à 30 cents et la duration à 0. Le fait d'avoir une nouvelle plage horaire (17-19h) par rapport aux autres communications (mobile, international, numéros spéciaux, ..) est un élément de complexité supplémentaire. L'hypothèse de Belgacom est donc susceptible de conduire à une sous-estimation de ces coûts du fait que, premièrement, le pourcentage est réduit et que, deuxièmement, ce pourcentage réduit est appliqué à des revenus en baisse.

Le pourcentage de coûts de vente et marketing est pour sa part conforme avec l'hypothèse utilisée pour un plan tarifaire antérieur de Belgacom aux caractéristiques relativement similaires (forfait pour les appels nationaux en heures creuses).

L'Institut souligne que Belgacom n'a pas apporté une justification plus complète du pourcentage retenu par elle pour ces catégories de coûts, comme cela était demandé dans le projet de décision.

Pour éviter une sous-estimation des coûts commerciaux, l'IBPT a évalué le montant absolu que représenteraient ces coûts dans le cas où les tarifs standards seraient d'application et a conservé ce montant absolu pour les clients Happy Time¹⁵.

Dans sa demande, Tele2 évoque l'existence d'autres coûts dont Belgacom devrait tenir compte dans son business plan : coûts d'acquisition et de rétention de clients, gestion des clients bénéficiant de formules particulières, frais généraux et administratifs.

L'IBPT est d'avis que ne doivent être pris en considération dans la présente analyse (c'est-à-dire l'analyse du respect de l'obligation de l'orientation sur les coûts des tarifs retail telle que prévue dans le cadre réglementaire spécifique aux communications électroniques) que les coûts pouvant être directement reliés au plan tarifaire Happy Time. Ceci est le cas des coûts de facturation (les clients devant nécessairement être facturés) et des coûts de ventes et de marketing (certains coûts étant générés par l'offre Happy Time en particulier). Les autres catégories de coûts commerciaux mentionnées par Tele2 correspondent à des coûts qui n'apparaissent pas directement liés à l'offre Happy Time mais plutôt à l'ensemble des offres tarifaires de Belgacom en matière de téléphonie (acquisition et de rétention de clients) ou à l'ensemble des activités de Belgacom en tant qu'entreprise

¹⁵ Ce montant absolu a été calculé sur base du profil de consommation moyen de février à mai 2005 et utilisé dans l'ensemble des scénarios étudiés.

(frais généraux et administratifs¹⁶). Par conséquent, Belgacom doit pouvoir disposer d'une certaine flexibilité pour la récupération de ces coûts et il n'est pas obligatoire, au regard de l'obligation d'orientation sur les coûts tel que prévue dans le cadre réglementaire, que le plan Happy Time contribue à leur couverture. En ce qui concerne les coûts engagés pour l'acquisition ou la conservation de clients (que Tele2 considère comme des coûts directs), l'Institut estime qu'il est difficile de les relier directement à Happy Time. On peut en effet considérer que les efforts de Belgacom visent à recruter ou conserver des clients indépendamment du plan tarifaire choisi par ceux-ci.

7.1.5 Profil de consommation et effets d'élasticité

En ce qui concerne l'élasticité de la demande et l'impact de la gratuité des appels en heures creuses, Belgacom estime qu'il est difficile d'anticiper un changement de comportement de la part du consommateur. Selon Belgacom, il est vraisemblable qu'aucun changement marquant ne soit observé chez le client, hormis d'éventuels effets provisoires.

Pour sa part, l'IBPT est d'avis que l'introduction d'une période de gratuité d'une par, l'avancement des heures creuses de 19 heures à 17 heures d'autre part sont des éléments susceptibles soit d'induire une modification du comportement des consommateurs, soit d'attirer une frange de la clientèle ayant un profil se distinguant du profil résidentiel ordinaire (par exemple, les ménages dont les deux personnes travaillent). En particulier, on peut s'attendre à un transfert d'appels après 17 heures ainsi qu'à une augmentation des appels et de la durée des appels pendant les heures de gratuité. L'existence de tels effets a été reconnue par Belgacom dans le cadre d'un précédent dossier et est en outre confirmée par les premières observations de Belgacom sur sa clientèle Happy Time et de Tele2 sur sa clientèle (Free Time) et dans une décision du régulateur allemand (RegTP) du 19 mars 2004¹⁷. L'IBPT reconnaît cependant que la consommation des clients, ou d'une partie d'entre eux, est susceptible de se normaliser totalement ou partiellement après un certain laps de temps (estompement de l'effet « gratuité »). L'Institut reconnaît également qu'un effet saisonnier dû à la période de vacances peut avoir un impact sur le volume total de communication (certains clients pouvant ne pas se trouver à leur lieu de résidence habituel), ainsi que sur la répartition peak/offpeak des appels (les clients en congé pouvant se trouver chez eux en heures pleines).

Il s'est avéré que le résultat de l'analyse pouvait être particulièrement sensible aux variations du profil de consommation moyen. Pour son analyse, l'Institut a pris en considération plusieurs profils de consommation communiqués par Belgacom ou par Tele2. Ces profils sont résumés dans les tableaux ci-dessous (éventuellement avec des chiffres différant légèrement du fichier Excel pour des raisons d'arrondi). Au niveau de la facturation de détail, le peak payant va de 8h à 17h, le peak gratuit de 17 à 19h et l'off peak à partir de 19h en semaine + les week-ends.

	Peak payant	Peak gratuit	Off peak
Nombre d'appels			
Nombre de minutes			
Durée moyenne d'appel			

Tableau 4 : profil moyen attendu pour Happy Time [confidentiel]

¹⁶ Du fait de la méthodologie Fully Distributed Costs, une partie des coûts communs au niveau de l'entreprise sont pris en compte dans les tarifs d'interconnexion. Voir la description du modèle de coûts top-down pour le calcul des tarifs d'interconnexion.

¹⁷ Beschluss 19/03/2004, du Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post, BK2a 04/006.

	Peak payant	Peak gratuit	Off peak
Nombre d'appels			
Nombre de minutes			
Durée moyenne d'appel			

Tableau 5 : profil moyen des premiers clients Happy Time avant le lancement de l'offre [confidentiel]

	Peak payant	Peak gratuit	Off peak
Nombre d'appels			
Nombre de minutes			
Durée moyenne d'appel			

Tableau 6 : profil moyen entre février et mai 2005 des lignes devenues ensuite Happy Time [confidentiel]

Ces dernières données sont intéressantes par le fait qu'elle porte sur une période de plusieurs mois. Par contre, elles ne permettent pas de mesurer l'impact d'un changement de comportement des clients dû à l'avancement des heures creuses et à la gratuité.

Avant d'obtenir de Belgacom les données de trafic postérieures au lancement de Happy Time qu'il demandait, l'IBPT avait également appliqué à Belgacom le profil de consommation des premiers clients Free Time de Tele2 (cf. tableaux 9 et 10 ci-dessous).

Ultérieurement, l'IBPT a reçu de Belgacom le profil de consommation des clients qui se sont inscrits à Happy Time au mois de juin 2005 (tableau 7) et de Tele2 le profil des clients Free Time au cours des 7 premières semaines d'existence de cette offre (tableau 12). L'IBPT a répété son analyse avec ces nouvelles données.

	Peak payant	Peak gratuit	Off peak
Nombre d'appels			
Nombre de minutes			
Durée moyenne d'appel			

Tableau 7 : profil moyen des clients Happy Time inscrits en juin 2005 [confidentiel]

7.1.6 Conclusion en ce qui concerne l'orientation sur les coûts

Avec le profil de consommation initialement attendu (tableau 4), la comparaison des recettes et des coûts directs conduit à la conclusion que l'offre Happy Time dégage une « marge »¹⁸ de 48,47% des revenus HTVA.

Avec le profil de consommation historiquement observé chez les premiers clients Happy Time, la comparaison des recettes et des coûts la marge se réduit à 32,90% (avec les données du tableau 5) et 30,44% (avec les données du tableau 6) des revenus HTVA.

Avec le profil de consommation des premiers clients Free Time de Tele2 (tableaux 10 à 12 ci-dessous), on aboutit à une marge variant entre 3,71% et 15,73%.

Avec le profil des clients Free Time de Tele2 après 7 semaines, la marge s'établit à 15,73%, contre 17,26% avec le profil des clients qui se sont inscrits à Happy Time au cours du mois de juin.

¹⁸ Par marge, il y a lieu d'entendre dans ce document la différence entre les recettes d'une part, les coûts directs (interconnexion et commerciaux) d'autre part.

Les résultats sont résumés dans le tableau ci-dessous :

Marge de Belgacom	Appels vers Telenet et Versatel	
	Inclus	Exclus
Profil		
Attendu	48,47%	56,34%
Historique des premiers clients	32,90%	43,27%
Historique février-mai 2005	30,44%	40,48%
Free Time après 2 semaines	3,71%	18,87%
Free Time après 3 semaines	6,51	21,19%
Free Time après 7 semaines	15,73%	28,88%
Happy Time juin 2005	17,26%	30,04%

Tableau 8 : synthèse des résultats des scénarios étudiés pour Belgacom

On peut donc conclure à ce stade que l'offre Happy Time générerait suffisamment de recettes pour couvrir ses coûts directs dans tous les scénarios étudiés, et ce même si les clients Happy Time devaient se comporter comme les clients Free Time de Tele2 se sont comportés jusqu'à présent (la marge apparaissant toutefois très limitée avec le profil des 2 premières semaines de Free Time). Sur base des données obtenues (les 2 dernières lignes du tableau), on peut en outre constater une plus grande cohérence que précédemment entre les résultats obtenus respectivement avec les profils Free Time et Happy Time.

Compte tenu des réserves exprimées par les parties quant aux profils de consommation (période d'observation courte, données relatives aux premiers clients pas nécessairement représentatives, effet saisonnier pouvant influencer les résultats) et la sensibilité des résultats à ces profils, cette conclusion ne peut cependant être définitive. La prudence nécessite au contraire de répéter l'examen sur une plus longue période.

L'examen met par contre en évidence le fait que les appels destinés au réseau de Telenet et de Versatel génèrent une marge négative, et ce quel que soit le profil de consommation considéré. Ceci est illustré par la dernière colonne du tableau 8, dans laquelle on peut voir les résultats s'améliorer lorsqu'on fait l'hypothèse qu'il n'y a pas d'appels vers Telenet et Versatel.

Le fait de ne pas différencier les appels vers Telenet et Versatel est en outre en contradiction avec les décisions antérieures de l'Institut qui prévoyaient l'obligation de répercuter les coûts de terminaison de Telenet et Versatel sur le prix des appels à destination de ces réseaux.

7.2 POSSIBILITÉ POUR UN OPÉRATEUR ALTERNATIF DE DUPLIQUER L'OFFRE DE BELGACOM

En réponse aux commentaires de nature juridique de Belgacom relatifs à cette partie du projet de décision, l'IBPT fait remarquer que dans le projet de décision il n'envisageait pas de prendre une décision administrative, c'est-à-dire un acte qui - en faisant usage de la compétence dont dispose l'administration - crée, modifie ou abroge une situation juridique et qui d'autorité, i.e. sans que le consentement de l'intéressé ne soit requis, accorde des droits et impose des obligations¹⁹.

Le raisonnement de Belgacom tendant à supprimer cette partie de la décision ne peut donc pas être suivi. En effet, rien n'empêche l'IBPT de formuler un avis d'initiative (article 14, §1^{er}, 1^o de la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et des télécommunications) à la lumière des missions qu'il est amené à mettre en œuvre, même s'il doit constater qu'actuellement une autre instance est mieux placée pour résoudre les problèmes éventuellement constatés.

¹⁹ A. MAST, « Overzicht van het Belgisch administratief recht », Antwerpen, Kluwer, 1999, n° 7, p. 7.

Le considérant n° 20 de la directive « accès » souligne expressément que « *Les opérateurs puissants sur le marché, en particulier, devraient éviter de comprimer les prix d'une manière telle que la différence entre leurs prix de détail et les redevances d'interconnexion facturées à leurs concurrents fournissant des services de détail similaires ne permettrait pas de garantir une concurrence durable.* »

Pour tenir compte de cette préoccupation, le cadre réglementaire européen a prévu la possibilité, pour les autorités réglementaire nationales, d'imposer notamment :

- des obligations liées à la récupération des coûts et au contrôle des prix lorsqu'une analyse du marché indique que l'opérateur concerné pourrait, en l'absence de concurrence efficace, maintenir des prix à un niveau excessivement élevé, ou comprimer les prix, au détriment des utilisateurs finals (article 13 de la directive « accès ») ;
- des mesures d'encadrement de tarifs pour éviter que les entreprises visées ne pratiquent pas de prix excessifs, n'interdisent pas l'accès au marché ou ne restreignent pas la concurrence en fixant des prix d'éviction (article 17 de la directive « service universel »).

De telles mesures sont susceptibles d'être appliquées aux opérateurs identifiés comme puissants sur le marché à l'issue du processus d'analyse de marché.

Dans l'attente des conclusions des analyses de marchés, aucun remède spécifique²⁰ n'a encore été défini sur le marché auquel Happy Time est destiné (marché des services téléphoniques locaux et/ou nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle). Compte tenu des missions qui lui sont confiées par l'article 6 de la loi du 13 juin 2005, il est cependant justifié que l'IBPT examine dans le cadre de ses compétences d'avis actuelles (qui peuvent devenir, le cas échéant, des compétences de prise de décision, une fois les analyses de marché effectuées) si l'offre Happy Time ne crée pas une situation telle qu'une concurrence durable ne pourrait pas être garantie. En l'occurrence, l'IBPT a cherché à déterminer si un opérateur tel que Tele2 était en mesure de proposer une offre compétitive, compte tenu des coûts d'interconnexion à payer à Belgacom et de ses coûts propres de commercialisation.

7.2.1 Interconnexion Extra Access

L'IBPT a interrogé Belgacom sur le pourcentage des services de terminaison facturés au tarif Extra Access par les opérateurs alternatifs. Ce pourcentage est de % [confidentiel] pour l'ensemble des OLO et proche de % [confidentiel] pour Tele2. Vu la faiblesse de ces pourcentages, l'Institut estime qu'il peut être fait abstraction des tarifs Extra Access dans la présente analyse.

Ce choix est également motivé par le fait qu'un opérateur alternatif efficace recherchera en principe à bénéficier des tarifs d'interconnexion plus avantageux que sont les tarifs local et IAA.

Pour la pondération local/IAA, l'IBPT avait initialement utilisé la répartition du trafic de Tele2 communiquée par Belgacom, soit [confidentiel]. Belgacom a ensuite indiqué dans ses commentaires que la répartition réelle du trafic de Tele2 était de [confidentiel]. Les données de Tele2, reflétant sa facture d'interconnexion du mois de mai 2005, permettent de déterminer une répartition de [confidentiel]. C'est cette répartition que l'Institut a prise en compte.

7.2.2 Coûts d'interconnexion fixes

Les opérateurs alternatifs qui font usage des services d'interconnexion de Belgacom ne doivent pas acquérir uniquement des services de collecte et de terminaison d'appels (payables à la minute). Ils

²⁰ Autre que l'orientation sur les coûts, qui découle quant à elle de l'ancien cadre réglementaire.

doivent également acquérir des liaisons d'interconnexion (IC links)²¹ et des accès aux points d'interconnexion (ATAP).

Dans son analyse, l'Institut a tenu compte du coût de 2 IC links et de 2 ATAP (soit un IC link et un ATAP pour la collecte de l'appel, un IC link et un ATAP pour la terminaison de l'appel), ce qui correspond à la situation d'un opérateur tel que Tele2 qui offre ses services téléphoniques au travers des facilités de CSC/CPS.

L'IBPT a tenu compte des types d'IC links les plus couramment utilisées :

- IAA: N>8, contrat de 4 ans, Interconnect Access Point located in different telephone zones but in the same Belgacom Access Area;
- Local: N>8, contrat de 4 ans, Interconnect Access Point located in different telephone zones but connected to different local distribution frames.

Les coûts d'IC links et d'ATAP correspondent aux tarifs BRIO 2005. Les coûts d'installation ont été amortis sur une durée de 4 ans.

Les coûts d'IC links et d'ATAP ont été exprimés en un montant par minute compte tenu, initialement, du même taux de remplissage que pour Belgacom.. Belgacom déclare quant à elle que le taux de remplissage de Tele2 est supérieur, soit [confidentiel] de minutes. Tele2 parle pour sa part d'un taux qui « avoisine les [confidentiel] minutes ». L'Institut a utilisé dans ses calculs le chiffre de [confidentiel] minutes.

En ce qui concerne la récupération des coûts fixes, l'IBPT est d'avis qu'en utilisant le taux de remplissage des IC links, il est déjà tenu compte du fait que celles-ci sont le cas échéant utilisées par plusieurs types de trafic.

En ce qui concerne la prise en considération des coûts d'amortissement des IC links (amortissement en 4 ans des frais d'installation), l'Institut ne partage pas la vision de Belgacom. Les amortissements sont une catégorie de coûts parmi d'autres. Le fait qu'un coût soit un coût d'amortissement ou non est sans influence sur le fait que ce coût puisse être considéré comme un coût direct pour un produit ou non. L'Institut considère que les coûts des IC links peuvent être attribués directement au trafic d'un opérateur alternatif utilisant le CSC/CPS puisque ce trafic passe nécessairement par les IC links.

7.2.3 Profil de consommation

L'analyse d'orientation sur les coûts a été modifiée pour tenir compte du profil de consommation des clients Tele2. Le calcul a été réalisé aussi bien pour le profil moyen des clients Tele2 avant le lancement d'Happy Time qu'avec le profil moyen observé chez les clients Tele2 Free Time.

	Peak payant	Peak gratuit	Off peak
Nombre d'appels			
Nombre de minutes			
Durée moyenne d'appel			

Tableau 9 : profil moyen des clients Tele2 [confidentiel]

	Peak payant	Peak gratuit	Off peak
Nombre d'appels			
Nombre de minutes			

²¹ Ils peuvent également construire eux-mêmes les liaisons d'interconnexion, ce qui entraîne également des coûts même si, dans ce cas, les IC links ne doivent plus être payées à Belgacom.

Durée moyenne d'appel			
-----------------------	--	--	--

Tableau 10 : profil moyen des clients Tele 2 Free Time après 2 semaines [confidentiel]

	Peak payant	Peak gratuit	Off peak
Nombre d'appels			
Nombre de minutes			
Durée moyenne d'appel			

Tableau 11 : profil moyen des clients Tele 2 Free Time après 3 semaines [confidentiel]

	Peak payant	Peak gratuit	Off peak
Nombre d'appels			
Nombre de minutes			
Durée moyenne d'appel			

Tableau 12 : profil moyen des clients Tele 2 Free Time après 7 semaines [confidentiel]

7.2.4 Appels vers Telenet et Versatel

En plus du prix de terminaison sur le réseau de Telenet ou de Versatel, le projet de décision initial tenait compte du prix de transit vers ces opérateurs (transit payé à Belgacom).

Il ressort cependant des informations communiquées par Belgacom que Tele2 a recours à des routes alternatives pour acheminer les appels de ses clients vers Telenet et Versatel. Tele2 a confirmé oralement ce fait. Par conséquent, il n'y a pas lieu de tenir compte des prix de terminaison spécifiques à payer à Telenet et Versatel, mais seulement du coût que représente le recours à un routage alternatif, coût qui peut être estimé proche du prix d'un service de transit. L'IBPT a donc comptabilisé, pour la partie du trafic destinée à Telenet ou Versatel, le prix d'un terminating IAA + le prix d'un transit IAA (tarifs BRIO 2005).

7.2.5 Conclusion en ce qui concerne la possibilité de dupliquer de l'offre Happy Time.

Une trop faible différence entre les prix de détail et les redevances d'interconnexion facturées aux concurrents fournissant des services de détail similaires est susceptible de constituer une menace pour une concurrence durable.

Avec le profil de consommation ordinaire des clients de Tele2, la comparaison des recettes et des coûts directs conduit à la conclusion que l'offre Happy Time dégage une « marge » de 39,63% des revenus HTVA.

Avec le profil de consommation effectivement observé chez les premiers clients Free Time, la comparaison des recettes et des coûts directs, la « marge » est de 5,89% HTVA (sur base du profil moyen sur 2 semaines), de 8,61% (sur base du profil moyen sur 3 semaines) et de 18,12% (sur base du profil moyen sur 7 semaines).

Marge de Tele2	Appels vers Telenet et Versatel	
	Inclus	Exclus
Standard	39,63%	41,23%
Free Time après 2 semaines	5,89%	7,93%
Free Time après 3 semaines	8,61%	10,65%
Free Time après 7 semaines	18,12%	20,07%

Tableau 13 : synthèse des résultats des scénarios étudiés pour Tele2 (appels à 30 cents)

Le fait de ne plus tenir compte de la terminaison spécifique à Telenet et Versatel améliore sensiblement les résultats obtenus pour Tele2 et rapproche les résultats des deux colonnes²².

Les résultats du tableau 13 sont obtenus en conservant le prix de détail de Belgacom (30 cents par appel entre 8 heures et 17 heures). Compte tenu de la nécessité de conquérir des parts de marché sur un opérateur dominant, les opérateurs alternatifs doivent, pour être attractifs, proposer des prix inférieurs à ceux de cet opérateur dominant. Les marges se dégradent inévitablement si on remplace le prix de détail de Belgacom par celui de Tele2 (28 cents) :

Marge de Tele2 Profil	Appels vers Telenet et Versatel	
	Inclus	Exclus
Standard	35,32%	37,07%
Free Time après 2 semaines	-0,83%	1,36%
Free Time après 3 semaines	2,08%	4,27%
Free Time après 7 semaines	12,27%	14,36%

Tableau 14 : synthèse des résultats des scénarios étudiés pour Tele2 (appels à 28 cents)

Combiné au profil de consommation des clients Free Time, le tarif actuel de 28 cents (6% inférieur aux 30 cents de Belgacom) laisserait Tele2 dans l'impossibilité de couvrir ses coûts d'interconnexion et les coûts commerciaux directs si ses clients devaient adopter durablement un profil de consommation tel qu'il a été observé au cours des 2 premières semaines. Ce résultat s'améliore lorsqu'on prend une période d'observation plus longue.

Il est important de rappeler une fois encore que les calculs susmentionnés ne tiennent compte pour l'opérateur alternatif que des coûts d'interconnexion et des coûts commerciaux directement liés à l'offre examinée. Un opérateur encourt d'autres coûts tels que le coût de son réseau propre (en particulier, le coût d'au moins un switch) et des coûts commerciaux non directement liés à un plan tarifaire particulier.

Dans ces conditions, on ne peut pas définitivement exclure que, bien que couvrant les coûts directs de Belgacom, l'offre Happy Time ne puisse générer un effet de prix ciseaux, c'est-à-dire une situation où *la marge entre la redevance d'accès que doivent payer les concurrents sur le marché en aval (y compris la branche opérant en aval de la société en position dominante) et celle que l'opérateur de réseau applique sur ledit marché est insuffisante pour permettre à un prestataire de services raisonnablement efficace d'y réaliser un bénéfice normal [...]*²³.

Etant donné d'une part la diminution des revenus qu'entraîne une offre de type Happy Time ou Free Time (cf. tableau 3) et d'autre part la non prise en compte du coût de switching propre de Tele2²⁴, on ne peut exclure que l'« amenuisement des marges bénéficiaires » qui en est la conséquence ne puisse être qualifié d'anticoncurrentiel. Cette situation peut d'autant plus constituer une menace pour un opérateur tel que Tele2 du fait qu'il ne dispose pas d'une gamme de produits aussi étendue que celle de Belgacom²⁵.

²² Dans la dernière colonne, on fait l'hypothèse qu'il n'y a aucun appel vers Telenet et Versatel. Tele2 économise donc le prix d'un routage alternatif.

²³ Communication de la Commission européenne relative à l'application des règles de concurrence aux accords d'accès dans les télécommunications (98/C 265/02).

²⁴ Coût à propos duquel l'IBPT ne dispose pas d'information.

²⁵ Il faut cependant noter que Tele2 a récemment lancé un produit ADSL (1^{er} août 2005).

7.3 AUTRES OBLIGATIONS

7.3.1 Transparence

La formule Happy Time peut être qualifiée de relativement simple à comprendre pour le consommateur : 30 cents par appels en heures pleines et gratuité en heures creuses. Elle peut toutefois susciter les remarques suivantes:

- Les appels vers GSM ne sont pas gratuits, or ils représentent une part croissante des factures. La gratuité mise en avant n'est donc pas totale;
- Le consommateur doit estimer lui-même si la formule peut être intéressante. Il doit estimer s'il n'a pas trop d'appels courts en heures pleines, lesquels sont relativement chers puisque 30 cents TVAC correspondent approximativement à une communication de 5 minutes au tarif standard²⁶.

7.3.2 Objectivité

L'objectivité dépend essentiellement des paramètres de calcul utilisés pour déterminer le tarif et les coûts à prendre en compte. Le nombre d'appels, utilisé pour la facturation en heures pleines, peut être considéré comme un paramètre objectif. Les paramètres utilisés pour exprimer les coûts sont également objectifs car issus de l'offre de référence BRIO 2005 (hormis les coûts commerciaux).

7.3.3 Publicité des tarifs

La publicité du tarif a été assurée par une information sur le website de Belgacom, un communiqué de presse et une publicité dans les médias.

7.3.4 Non discrimination

Le fait que l'offre soit réservée à certains utilisateurs (ceux qui ne disposent que d'un seul numéro) ne doit pas être assimilé à une discrimination. Il est a priori logique que Belgacom cherche à exclure les utilisateurs qui, du fait de leur volume de trafic, risqueraient de déséquilibrer son business plan.

7.3.5 Dégroupage des tarifs

Le dégroupage des tarifs n'est pas en cause, l'offre Happy Time concernant un seul type de service (les appels nationaux vers postes fixes).

²⁶ Setup + (5 x duration).

8 CONCLUSION

Après avoir dûment pris en considération d'une part les positions des parties concernées telles qu'exprimées dans leur correspondance ou lors de réunions et d'autre part les objectifs généraux du cadre réglementaire en matière de promotion de la concurrence, d'efficacité économique et de défense de l'intérêt des consommateurs, l'Institut arrête la décision suivante :

1. Vu les décisions de l'IBPT du 11 juin 2002 et du 7 décembre 2004, les appels vers Telenet et Versatel doivent être facturés d'une manière distincte des autres appels et refléter les coûts de terminaison sous-jacents.
2. Compte tenu de la sensibilité de la marge au profil de consommation moyen, une surveillance régulière de ce profil est justifiée pour s'assurer que l'orientation sur les coûts est respectée. Belgacom est tenue de communiquer mensuellement les données adéquates à l'IBPT.
3. Compte tenu du risque que le plan tarifaire Happy Time conduise à une situation de prix ciseaux et de l'absence actuelle de remède spécifique sur le marché de détail concerné, l'IBPT transmet la présente décision au Conseil de la concurrence afin de contribuer à l'instruction ouverte devant cette instance.

M. Van Bellinghen
Membre du Conseil

G. Deneff
Membre du Conseil

C. Rutten
Membre du Conseil

E. Van Heesvelde
Président du Conseil

ANNEXE : MODÈLE D'ANALYSE

in eurocent VAT excluded

Retail tariff

(VAT included)
 Price by call 30 24,79

Call pattern

P	0,00 Minutes		
OP	0,00 Minutes		0,00 Av. duration
Total	0,00 Minutes		
P free (17-19)	0,00	0%	0,00 Av. duration P free
P payable	0,00	0%	0,00 Av. duration P pay.

	100-x%	x%
	To BGC	To TNT-VST
0,00 Calls	0,00	0,00
0,00 Calls	0,00	0,00
0,00 Calls	0,00	0,00
0,00 Calls	0,00	0,00
0,00 Calls	0,00	0,00

IC costs to Belgacom

		x%	100-x%
<u>Collecting</u>	BRIO 2005	Local	IAA
	Setup P		0,349 0,487
	Duration P		0,573 0,799
	Setup OP		0,183 0,256
	Duration OP		0,301 0,419
<u>Terminating</u>	BRIO 2005	Local	IAA
	Setup P		0,349 0,487
	Duration P		0,573 0,799
	Setup OP		0,183 0,256
	Duration OP		0,301 0,419

<u>Fixed</u>					
				minutes	0
	install.	/month	total	/min.	
<i>IAA</i>					
ATAP	348,55	104,55	111,81		0,0000
ICL	1239,47	142,5	168,32		0,0000
<i>Local</i>					
ATAP	348,55	104,55	111,81		0,0000
ICL	1239,47	176,25	202,07		0,0000
		Local	IAA		
		0,0000	0,0000		

<u>Var. + fixed</u>	Local	IAA
Setup P	0,698	0,974
Duration P	1,1460	1,5980
Setup OP	0,366	0,512
Duration OP	0,6020	0,8380
Setup P	0,698	0,974
Duration P	1,1460	1,5980

Traffic to BGC	
Calls P pay.	0,00
Minutes P pay.	0,00
Calls OP	0,00
Minutes OP	0,00
Calls P free	0,00
Minutes P free	0,00

Total IC costs to Belgacom			
local	IAA	weighting	
0,00	0,00		0,00

IC costs to Telenet & Versatel

<u>Collecting</u>	x%	100-x%
	Local	IAA
Setup P	0,349	0,487
Duration P	0,573	0,799
Setup OP	0,183	0,256
Duration OP	0,301	0,419

<u>TNT-VST</u>		
Setup P	3,199	3,199
Duration P	5,226	5,226
Setup OP	1,675	1,675
Duration OP	2,745	2,745

<u>Fixed</u>	local	IAA
	0,0000	0,0000

<u>Var. + fixed</u>	Local	IAA
Setup P	3,55	3,69
Duration P	5,80	6,03
Setup OP	1,86	1,93
Duration OP	3,05	3,16
Setup P	3,55	3,69
Duration P	5,80	6,03

Traffic to TNT-VST	
Calls P	0,00
Minutes P	0,00
Calls OP	0,00
Minutes OP	0,00
Calls P free	0,00
Minutes P free	0,00

Total IC costs to TNT/VST			
local	IAA	weighting	
0,00	0,00		0,00

Retail costs

Billing & bad debt	0%
Sales & marketing	0%
Retail costs in %	0%

	To BGC	To TNT-VST	Total
Retail costs in value	0,00	0,00	0,00

Revenues

	To BGC	To TNT-VST	Total
Calls x price	0,00	0,00	0,00

Summary

	To BGC	To TNT-VST	Total
Revenues	0,00	0,00	0,00
IC costs	0,00	0,00	0,00
Retail costs	0,00	0,00	0,00
Margin	0,00	0,00	0,00