

Avis de l'Autorité belge de la concurrence du 29 mars 2018 concernant le projet de décision du Conseil de l'IBPT concernant l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle

I. La demande d'avis

1. Conformément à l'article 55 de la loi du 13 juin 2005 sur les communications électroniques, le Conseil de l'IBPT a adressé à l'Autorité belge de la concurrence (ci-après dénommée "ABC") par courrier daté du 26 février 2018 (reçu par l'ABC le 27 février), un projet de décision concernant l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle (ci-après dénommée "le projet de décision").
2. L'ABC souhaite souligner que vu le délai de 30 jours calendrier imposé par la loi, compte tenu de la longueur du projet de décision et du degré de technicité de certaines analyses sous-jacentes, elle a souhaité limiter son avis à certains points cruciaux, soit essentiellement les définitions de marché et la dynamique concurrentielle.

II. Description du projet de décision

3. Pour le marché du haut débit (ou de la large bande), le projet de décision couvre tant les marchés de détail que les marchés de gros de l'accès local (les différentes formes d'accès dégroupé décrites dans le marché 3a de la liste des marchés identifiés par la Commission européenne dans sa recommandation de 2014)¹ et les marchés de gros de l'accès central (les différentes formes d'accès au bitstream décrites dans le marché 3b de la recommandation de 2014). Le projet couvre également le marché de la radiodiffusion télévisuelle.

2.1. Les marchés pertinents

2.1.1 Les marchés de détail

4. Pour le marché de détail du haut débit, l'IBPT ne fait pas de distinction en fonction de la technologie ou des débits. L'IBPT conclut donc que les services utilisant des technologies xDSL, câble, fibre et radio font partie du même marché, quel que soit le débit. L'IBPT estime par contre qu'il convient de distinguer les marchés des services d'accès large bande pour les clients résidentiels et non résidentiels, les services d'accès haut débit fixe et mobile, les services

¹ 2014/710/UE: Recommandation de la *Commission* du 9 octobre 2014 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante conformément à la directive 2002/21/CE du Parlement européen.

d'accès large bande fixe et les services d'accès haut débit via Wi-Fi et les services d'accès haut débit par satellite.

5. L'IBPT laisse ouverte la délimitation géographique du haut débit. Les deux options considérées sont un marché géographique national et un marché géographique régional correspondant aux zones de couverture de Brutélé, Nethys, SFR et Telenet (ci-après dénommés « les câblo-opérateurs »). L'IBPT estime qu'il n'est pas nécessaire de définir la dimension géographique pour procéder à une analyse éclairée des marchés de gros en amont (§248).
6. En ce qui concerne le marché de détail de la fourniture de signaux de télévision, l'IBPT est d'avis que la télévision analogique et la télévision numérique font partie du même marché, indépendamment du réseau fixe par lequel on y accède (câble et IPTV). En revanche, une distinction doit être faite entre la télévision linéaire et la télévision non linéaire, entre la télévision payante (via abonnement mensuel) et la télévision gratuite (par satellite, DVB-T et OTT), entre la télévision numérique via les réseaux fixes et la télévision via le satellite, entre la télévision numérique sur les réseaux fixes et la TNT (télévision terrestre) et entre la télévision numérique sur les réseaux fixes et les OTT payants.
7. L'IBPT laisse ouverte la délimitation géographique du marché de détail de la fourniture de signaux de télévision, au motif que cette délimitation n'est pas nécessaire pour procéder à une analyse éclairée des marchés de gros en amont (§629).

2.1.2 Les marchés de gros

8. En ce qui concerne le marché de gros de l'accès *local* (marché 3a), l'IBPT est d'avis que ce marché est limité au réseau de cuivre (comprenant la fibre et le VULA) et n'inclut donc pas le réseau câblé. Au niveau géographique, l'IBPT conclut qu'il existe un marché national pour l'accès local aux réseaux du fil de cuivre et de fibre optique, qui exclut l'accès local au réseau câblé.
9. L'IBPT considère, en revanche, que le marché de gros de l'accès *central* comprend deux parties : d'une part, un marché de gros pour l'accès central au réseau du fil de cuivre et au réseau de fibre optique (marché 3b1) et, d'autre part, un marché de gros pour l'accès central au réseau câblé (marché 3b2). Les deux marchés comprennent des services d'accès pour les clients résidentiels et non résidentiels.
10. La dimension géographique du marché 3b1 est nationale tandis que la dimension géographique du marché 3b2 correspond aux zones de couverture de chaque câblo-opérateur.
11. Enfin, l'IBPT identifie le marché de gros de la télévision par câble. La demande de services de câblodistribution en gros dérivés de la demande de services de télévision sur le marché de détail existe parce que l'accès *local* de gros au réseau Proximus permet à un opérateur alternatif de développer des offres de haut débit, de télévision et de téléphonie fixe. L'accès *central* en gros au réseau Proximus permet également à un opérateur alternatif de développer des offres de détail pour le haut débit, la télévision et la téléphonie fixe. Par contre, l'accès central en gros aux réseaux câblés ne permet à un opérateur alternatif que de développer des offres de détail de téléphonie fixe et de large bande, mais pas de télévision. Ce marché de gros, qui n'inclut pas l'IPTV, le satellite, le DVB-T ou les OTT, est géographiquement aligné sur les zones de couverture des câblo-opérateurs.

2.2. Les opérateurs qui disposent d'un pouvoir de marché

12. Le projet de décision conclut, sur base d'une analyse concurrentielle, c'est-à-dire en grande partie des parts de marché et des barrières à l'entrée, que Proximus dispose d'une puissance significative sur les marchés 3a et 3b1 et que les câblo-opérateurs disposent d'une puissance significative sur le marché 3b2 et sur le marché de gros de la télévision.

2.3. Les mesures correctrices imposées

13. Pour le marché 3a, l'IBPT propose non seulement de maintenir les mesures correctrices existantes et d'étendre l'obligation d'accès au FTTH, mais également d'imposer que des tarifs équitables soient pratiqués pour l'accès à ce réseau de fibre optique, et enfin de prévoir une différenciation géographique de ces mesures correctrices².
14. Pour les marchés 3b1 et 3b2, l'IBPT propose non seulement de maintenir les mesures correctrices existantes et d'étendre l'obligation d'accès au FTTH et au protocole Europacketcable, mais également d'imposer que les tarifs soient équitables pour l'accès à ce réseau de fibre optique et au réseau câblé, et enfin de prévoir une différenciation géographique de ces mesures correctrices.
15. Pour le marché de gros de la télévision, l'IBPT propose de retirer l'obligation de revendre une offre uniquement analogique. Par contre, outre le maintien des mesures correctrices existantes, il est proposé d'imposer que les tarifs soient équitables.
16. Plus particulièrement, concernant l'obligation de pratiquer des prix équitables pour l'accès central aux réseaux câblés, le projet de décision propose de mettre en œuvre un contrôle des prix selon une méthode orientée sur les coûts alors que précédemment elle mettait en œuvre un contrôle des prix selon l'approche retail minus. Une obligation semblable mise en œuvre de la même manière est imposée pour l'accès au réseau de fibre optique de Proximus (FTTH).

² Différenciation dans les zones où au moins trois opérateurs NGA sont en concurrence (voir section 19.8.1) et différenciation dans les zones couvertes par maximum une seule infrastructure NGA (voir section 19.8.2).

III. Avis de l'ABC

3.1. À propos des marchés de détail

3.1.1. Général

17. L'ABC est globalement d'accord avec l'analyse concurrentielle de l'IBPT sur les marchés de détail du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle. Les quelques divergences de vues exprimées ci-dessous ne mèneraient pas à d'autres conclusions que celles tirées de l'analyse du projet de décision.
18. L'ABC partage en particulier le diagnostic que le marché de détail de l'accès à large bande reste un marché très concentré, à la fois pour les consommateurs résidentiels et non résidentiels. Par ailleurs, les offres groupées sont de plus en plus populaires, alors que leurs prix augmentent régulièrement.
19. Le marché de détail de la télédiffusion reste également un marché très concentré. De plus, les parts de marché restent concentrées dans chacune des zones de couverture des câblo-opérateurs, malgré les hausses tarifaires constatées au cours des dernières années. Les offres groupées sont également de plus en plus populaires.
20. L'ABC partage la crainte de l'IBPT que, sans offre réglementée, ces marchés resteront très concentrés avec les conséquences qui en découlent pour le consommateur: choix réduit et prix toujours plus élevés.

3.1.2. Remarques spécifiques à propos des marchés de détail

3.1.2.a Le marché de la radiodiffusion télévisuelle

21. La pratique décisionnelle de l'ABC en matière de définitions de marché de produits correspond aux propositions du projet de décision. La seule différence concerne l'éventuelle inclusion de la télévision par satellite dans le marché de la radiodiffusion télévisuelle. Dans sa décision *Telenet-Coditel*³, le Collège a fait référence à la pratique décisionnelle de l'ancien Conseil de la concurrence qui incluait également les satellites dans le marché de détail. Toutefois, l'ABC est d'avis que, compte tenu des arguments avancés par l'IBPT, le satellite peut effectivement être raisonnablement exclu du marché.

3.1.2.b La dimension géographique des marchés

22. Le projet de décision ne conclut pas sur la dimension géographique du marché de détail du haut débit et le marché de détail de la radiodiffusion télévisuelle. L'ABC a par contre dans le passé défini un marché de détail du haut débit national. L'ABC renvoie à cet égard à la décision *Telenet-Coditel*⁴ où le marché de détail des services à large bande était géographiquement défini comme national, entre autres en se basant sur les décisions antérieures mais également parce que Proximus pratique une tarification nationale.
23. Dans la même décision, en ce qui concerne la dimension géographique du marché de détail de la radiodiffusion télévisuelle, l'ABC a limité le marché aux zones de couverture des câblo-

³ 17-CC-23 *Telenet Group BVBA / Coditel Brabant SPRL*.

⁴ *Op. Cit.* §48 et §93 juncto §32.

opérateurs. A cette fin, l'ABC s'est non seulement basée sur la pratique décisionnelle du Conseil de la concurrence et de la Commission européenne, mais a également fait référence à la différence de réglementation et de tarification.

3.1.2.c Le marché des offres groupées

24. Le projet de décision ne définit pas de marché distinct des offres groupées. Il évoque une série d'arguments en faveur d'un marché distinct, comme la croissance de la popularité des offres groupées, mais ne tranche pas la question.
25. Le projet de décision explique, en particulier, en se basant sur un rapport de l'ORECE (BEREC)⁵ et un rapport de l'OCDE⁶, qu'un SSNIP test produirait une image biaisée, à cause de la *cellophane fallacy*. Celle-ci suggère que le SSNIP test pourrait être biaisé et conduire à une élasticité trop élevée lorsque les produits sont vendus à prix proche du prix de monopole.
26. L'ABC ne partage pas complètement la position défendue par l'IBPT dans son projet de décision. L'ABC considère tout d'abord que la conclusion du rapport de l'ORECE au sujet du SSNIP est plus nuancée que ne l'invoque l'IBPT : *"we would need to test whether the observed prices represent the structure of prices that would be observed under competitive conditions (for example, whether the presence of deeply discounted bundles are the result of the underlying economies of scope, or the result of leverage)"*. En outre, rien n'indique que les prix pratiqués sur les marchés des offres groupées soient tellement moins concurrentiels que les prix pratiqués sur les produits achetés séparément. D'ailleurs une partie des analyses de SSNIP auxquelles fait référence le projet de décision étudient des offres groupées (un choix qui découle probablement du faible attrait des offres de haut débit non groupées auprès des consommateurs).
27. L'ABC se demande d'ailleurs si un opérateur pourrait entrer sur le marché aujourd'hui sans offre groupée dans la mesure où le projet de décision rapporte que 73% des abonnements TV sont vendus dans le cadre d'une offre groupée, et que ce chiffre grimpe à 84% pour le haut débit.
28. De plus, la dynamique concurrentielle sur le marché des offres groupées ne semble pas la même que sur les marchés individuels. Ainsi, le projet de décision indique au §802, que les offres multiple play constituent un obstacle à la migration : *« Du fait que des produits de télévision sont vendus avec plusieurs autres produits, la disposition d'un client à migrer vers un autre opérateur dépend de l'ensemble des produits. Plusieurs opérateurs montrent, dans leurs présentations, que le taux d'attrition de leurs clients diminue de manière significative à mesure que le nombre de produits compris dans l'offre conjointe augmente. »*

⁵ BEREC (2010), "BEREC report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition", December 2010.

⁶ OECD (2015), "Triple and Quadruple Play Bundles of Communication Services", June 2015.

Annualized full churn rate (HH)

# Plays	Q316	# Plays	Q316
4-Play	2.4%	3-Play	9.6%
2-Play	10.9%	1-Play	20.5%

Figure 83 : Churn Proximus²⁹⁷

29. Enfin, dans la décision *Telenet-Coditel*,⁷ l'ABC a retenu l'existence d'un marché de détail potentiel pour les services des offres groupées. Dans l'interrogation de marché réalisée par l'ABC, Telenet a mentionné un éventuel marché de détail pour des offres groupées, et Proximus et VOO étaient d'avis qu'un marché séparé pour les offres groupées pouvait être supposé.

30. Malgré les divergences de vues, il n'en demeure pas moins que l'ABC considère, comme l'IBPT et la Commission européenne (voir §841 du projet de décision), que la définition ou non d'un marché pour les produits groupés ne mènerait pas à d'autres conclusions que celles tirées de l'analyse du projet de décision, dans la mesure où la concurrence sur les marchés de détail dépend de l'accès aux inputs de gros qui sont nécessaires pour répliquer les offres groupées, et que ces inputs restent distincts et non substituables. Les implications restent donc identiques pour les marchés de gros que l'on définit ou non un marché de détail des offres groupées.

3.1.2.d La substituabilité de l'offre des câblo-opérateurs

31. Enfin, pour ce qui est du marché géographique de la télédiffusion, le projet de décision conclut aux §607-§608 que les offres des câblo-opérateurs situés dans des zones de couverture différentes ne sont pas substituables du côté de l'offre. Pour atteindre cette conclusion, l'IBPT se base non seulement sur un arrêt de la Cour d'Appel de 2011, mais également au §607 sur les coûts élevés et les longs délais nécessaires pour construire une infrastructure dans une région dans laquelle un opérateur ne dispose pas encore d'une telle infrastructure.

32. À cet égard, l'ABC souhaite souligner que les câblo-opérateurs, comme Proximus et les opérateurs alternatifs, ont la possibilité de demander l'accès à leurs réseaux câblés respectifs, dans les régions dans lesquelles ils ne disposent pas d'une telle infrastructure. Ils ne doivent donc pas nécessairement construire leur propre infrastructure pour servir des clients dans ces régions.

33. L'ABC estime que le fait qu'aucun câblo-opérateur n'ait fait usage de cette possibilité à ce jour n'empêche pas d'en tenir compte dans la substituabilité de l'offre. De plus, l'absence d'offre des câblo-opérateurs dans leurs régions respectives soulève des questions sur la politique commerciale de ces opérateurs, et pourrait d'ailleurs découler d'une volonté de ces opérateurs ne pas se concurrencer directement.

34. Malgré les divergences de vues, l'ABC considère comme l'IBPT que le marché géographique de la télédiffusion correspond aux zones de couverture des câblo-opérateurs.

⁷ *ib.*, §142-147.

3.2. À propos des marchés de gros

3.2.1. Général

35. Le projet de décision conclut qu'il n'y a pas de substituabilité au niveau des marchés de gros entre les offres sur le réseau du fil de cuivre (xDSL) et les offres via le réseau câblé. L'IBPT s'appuie, entre autres, sur l'absence de pression indirecte suffisante des câblo-opérateurs sur Proximus. L'absence d'une telle pression aurait été confirmée par des études menées par Tera et Analysys Mason pour le compte de l'IBPT.
36. Proximus et Telenet contestent les résultats des études de Tera et Analysys Mason. Pour appuyer leurs positions, Proximus se base sur ses propres analyses (sur base d'un sondage d'opinion réalisé par Profacts), et Telenet se base sur une étude réalisée à sa demande par e-Conomics.
37. L'ABC a pris connaissance des différentes études⁸ et rapporte ci-dessous ce qu'elle pense de certains aspects de ces études, et en particulier ce que lui inspirent les différentes méthodologies utilisées, les résultats obtenus et les conclusions qui en découlent. L'ABC souhaite néanmoins souligner qu'elle n'a pas eu accès aux données sous-jacentes et n'a pas eu d'interaction avec les auteurs de ces études (ce qui n'était pas réaliste dans le délai imparti). Si l'ABC avait eu plus de temps elle aurait aimé avoir accès aux données sous-jacentes pour pouvoir répliquer les résultats et effectuer des analyses de sensibilité (ce qu'elle estime par ailleurs être une bonne pratique).

3.2.2. Les marchés de gros distincts pour les réseaux xDSL et pour le câble—test SSNIP

38. Les études de Tera et d'Analysys Mason s'appuient sur la méthodologie décrite aux paragraphes 460 et suivants de la "Décision des régulateurs du secteur des communications électroniques (CRC) du 1^{er} juillet 2011 relative à l'analyse des marchés du haut débit", qui à son tour fait référence à la pratique décisionnelle de la Commission européenne.
39. Suivant cette méthodologie, trois conditions doivent être cumulativement remplies pour démontrer la contrainte indirecte des câblo-opérateurs qui pourrait empêcher un opérateur puissant sur le marché xDSL d'augmenter les prix de son produit de gros (et donc que ces deux marchés seraient substituables):
1. Les opérateurs alternatifs seraient forcés de répercuter l'augmentation hypothétique du prix de l'offre de gros à leurs abonnés sur le marché de détail sans pouvoir absorber cette augmentation de prix. (première condition)
 2. Les abonnés des opérateurs alternatifs ne migreraient pas significativement vers l'entité de détail du monopoleur hypothétique, en particulier si celui-ci ne répercute pas l'augmentation du prix de gros sur ses propres offres de détail. (seconde condition)
 3. Sur le marché de détail, il y aurait une substitution suffisante du côté de la demande vers les offres alternatives, et il y aurait par conséquent une pression indirecte

⁸ L'étude d'Analysys Mason n'a été livrée à l'ABC qu'à la mi-mars.

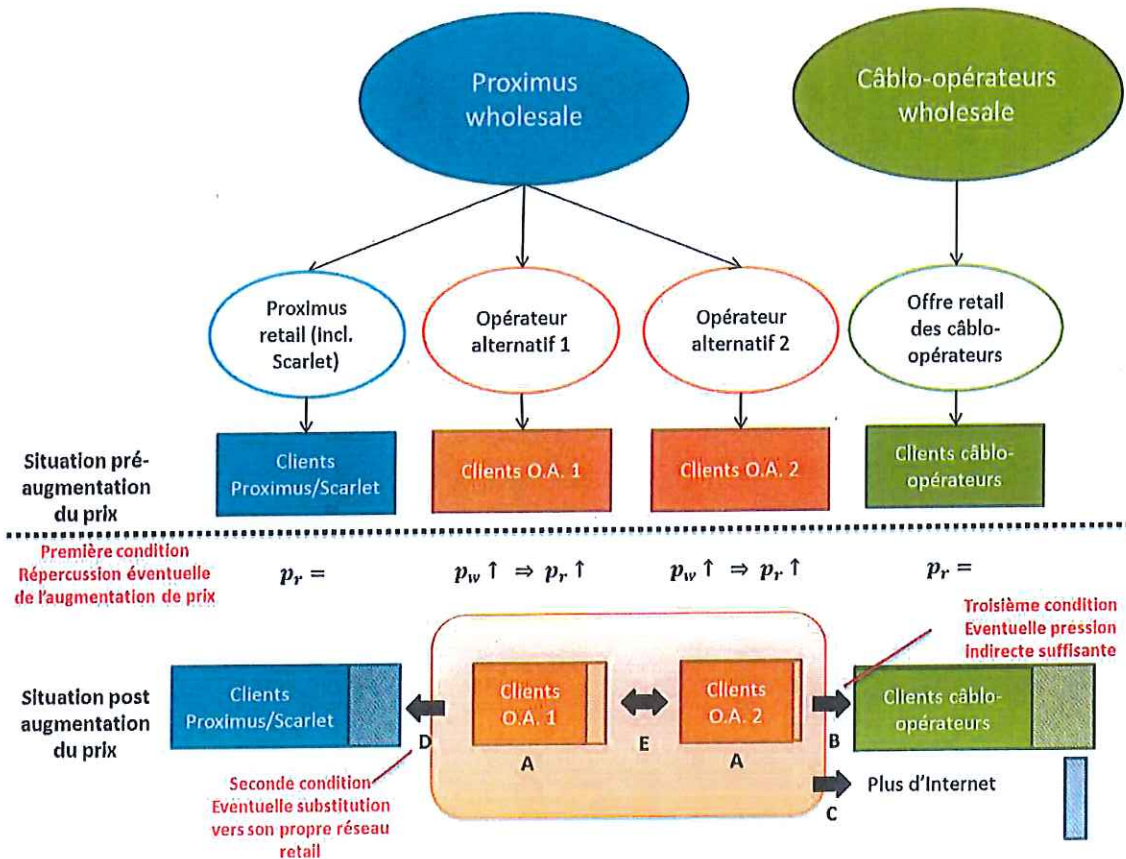
suffisante sur l'opérateur puissant pour que l'augmentation du prix de l'offre de gros ne soit pas rentable. (troisième condition)

40. Les études de Tera et d'Analysys Mason se concentrent sur cette dernière condition et examinent toutes les deux l'impact de la pression indirecte qu'exercent les câblo-opérateurs sur Proximus, en estimant l'effet d'une augmentation de prix de l'offre de gros de Proximus de 10%. À cette fin, une analyse dite de la perte critique est effectuée.
41. L'ABC considère également que la méthodologie utilisée par Tera et Analysys Mason pour la démonstration de la pression indirecte du câble sur le xDSL est adéquate, à savoir les trois conditions cumulatives décrites au §39 ci-dessus et la méthode de détermination de la perte critique décrite au §40 ci-dessus.
42. Telenet et Proximus ne critiquent ni la méthodologie et les trois conditions cumulatives décrites au §39 ci-dessus, ni la méthode de détermination de la perte critique décrite au §40 ci-dessus. Les critiques de Telenet et Proximus portent davantage sur l'estimation des paramètres pertinents pour la détermination de cette perte critique.

3.2.3. Evaluation par l'ABC des différentes estimations

Appréciation de la troisième condition

43. Le schéma ci-dessous illustre l'effet d'une augmentation des prix de gros, répercutée par les opérateurs xDSL alternatifs sur leurs prix de détail, lorsque que les prix de détail des câblo-opérateurs et les prix de détail de Proximus (y compris Scarlet) restent inchangés.
44. Si l'augmentation du prix de gros est répercutée en totalité (ou en partie, d'ailleurs) par les opérateurs alternatifs sur le consommateur final (première condition), les options suivantes sont envisageables pour les clients des opérateurs alternatifs:
- a. Rester chez ces opérateurs alternatifs (A);
 - b. Migrer vers l'offre d'un câblo-opérateur (B) (troisième condition);
 - c. Ne plus consommer d'internet (C);
 - d. Migrer vers l'offre de détail de Proximus (y compris Scarlet) (D) (seconde condition);
 - e. Migrer vers l'offre de détail d'un autre opérateur alternatif (E).
45. On peut préalablement se demander dans quelle mesure l'effet C doit être pris en compte dans l'analyse de la pression indirecte des câblo-opérateurs. En effet, pour les clients qui décident de quitter le marché, l'offre des câblo-opérateurs ne semble pas suffisamment substituable à l'offre xDSL, alors même que cette offre est devenue relativement moins chère par rapport à l'offre xDSL des opérateurs alternatifs. Prendre en compte cet effet dans la perte nette pourrait dès lors entraîner une surestimation de la pression indirecte des câblo-opérateurs.



46. Dans leurs études, Tera et Analysis Mason se sont limités à l'analyse de la troisième condition et font donc l'hypothèse que les première et seconde conditions sont respectées. Ces études partent donc de l'hypothèse non seulement que les opérateurs alternatifs répercutent intégralement l'augmentation de prix de gros à leurs clients de détail, mais également que la vente au détail de Proximus ne bénéficie pas de l'augmentation de prix des opérateurs alternatifs. La migration des clients plus sensibles aux prix bénéficie entièrement aux câblo-opérateurs (ou à la sortie du marché).

47. Selon l'ABC, l'approche des deux études est très prudente à cet égard, car il est probable qu'au moins certains des clients qui décident d'opter pour un autre opérateur seraient récupérés via le réseau xDSL de Proximus ou de Scarlet. L'enquête Profacts, commandée par Proximus, confirme d'ailleurs que suite à une augmentation de prix pour les opérateurs alternatifs, une proportion non négligeable de clients se tourneraient vers l'offre de Proximus et Scarlet.

48. Ignorer cette migration de clients vers l'offre de Proximus peut avoir un impact majeur sur les résultats, surtout si l'on tient compte du fait que la marge que Proximus obtient auprès des clients grâce à son offre de vente au détail, est probablement largement supérieure à la marge que Proximus réalise via les ventes en gros (orientées sur la couverture des coûts).

Formules pour l'analyse de la perte critique

49. Tera et Analysys Mason partent des formules suivantes pour l'analyse de la perte critique (*analyse critical loss*):

$$\text{Perte critique} = \frac{SSNIP^w}{(SSNIP^w + \text{marge})}$$

$$\text{Perte réelle} = \varepsilon^r \times SSNIP^w \times \text{cost share}$$

$$SSNIP^w = \frac{\Delta P^w}{P^w} = 10\%$$

$$\text{marge} = (P^w - \text{coûts incrémentaux})/P^w$$

$$\text{kostenaandeel} = \frac{Arpu^w}{Arpu^r}$$

50. L'analyse de la perte critique synthétise les deux effets contraires d'une augmentation de prix pour un opérateur hypothétique. D'une part, cet opérateur obtient une marge plus élevée sur les clients qui continuent à consommer son offre mais, d'autre part, il perd la marge dont il bénéficiait pour les clients qui choisissent de migrer vers une autre offre (ou arrêtent de consommer le produit).

51. La perte critique correspond (pour une augmentation de prix donnée et un coût marginal donné) à la perte de clientèle pour laquelle l'effet de l'augmentation des bénéfices (grâce à la marge accrue sur les ventes restantes) est exactement égal à la diminution des bénéfices (en raison de la diminution des ventes). La perte critique indique donc le nombre de clients que Proximus pourrait perdre au niveau du marché de gros des opérateurs alternatifs, compte tenu d'une augmentation de 10% du prix de gros.

52. La perte réelle en revanche correspond à la perte réelle de clientèle au cas où l'entreprise mettrait en œuvre l'augmentation de prix proposée. Si la perte réelle est supérieure à la perte critique, l'opérateur hypothétique n'aura pas intérêt à procéder à l'augmentation de prix. On dira alors que la concurrence (indirecte) est suffisante pour discipliner la politique de prix de l'opérateur hypothétique.

53. Lorsque l'augmentation de prix considérée est une augmentation du prix de gros, la réduction de clientèle s'observe au niveau de la vente au détail. Ce ne sont donc pas les opérateurs alternatifs eux-mêmes qui répondent à l'évolution du prix de gros, mais les consommateurs de détail. Il en découle que pour le calcul de la perte réelle, il convient d'examiner dans quelle mesure une augmentation du prix de gros entraîne une augmentation des prix de détail (lorsque les opérateurs alternatifs répercutent intégralement l'augmentation de prix de gros - voir la première condition ci-dessus). Comme le tarif de gros ne représente qu'une partie des coûts d'un opérateur alternatif et que le prix de revient des autres intrants reste identique, le prix de détail n'augmente qu'en fonction du *cost share* (c'est-à-dire la proportion que le prix de gros représente dans le prix de détail). D'où la formule:

$$SSNIP^r = SSNIP^w \times \text{cost share}$$

54. Pour calculer la part réelle des clients (de détail) perdus, la formule suivante peut être utilisée:

$$\varepsilon^r = \frac{\frac{\Delta Q^r}{Q^r}}{\frac{\Delta P^r}{P^r}} = \frac{\frac{\Delta Q^r}{Q^r}}{SSNIP^r}$$

55. Cette formule peut être réécrite de la manière suivante (qui correspond à la formule utilisée dans les études de Tera et d'Analysys Mason):

$$\text{Perte réelle suite à une augmentation de prix au niveau retail} = \frac{\Delta Q^r}{Q^r}$$

$$\text{où } \frac{\Delta Q^r}{Q^r} = \varepsilon^r \times SSNIP^r = \varepsilon^r \times SSNIP^w \times \text{cost share}$$

56. L'étude que e-Conomics a réalisée pour Telenet reprend les formules utilisées dans les études de Tera et d'Analysys Mason. Seule la valeur des paramètres sous-jacents est contestée, principalement au niveau de l'élasticité-prix, du cost share et de la marge.

57. Proximus utilise la formule suivante pour la perte réelle:

$$\text{Perte réelle} = \varepsilon^r \times SSNIP^w \times 100\%$$

58. L'ABC n'est pas parvenue à vérifier la validité de cette formule (qui n'est expliquée que sommairement) et préfère donc se baser sur les formules utilisées par Tera, Analysys Mason et Telenet, qui sont confirmées par une abondante littérature économique.

59. Le tableau ci-dessous montre les paramètres à prendre en considération pour chacune des études. On y voit que les principaux désaccords concernent l'ARPU au niveau du marché de détail (et par conséquent le cost share), le niveau d'élasticité-prix (ε) et les coûts incrémentaux (et par conséquent la marge).⁹

	ARPU R	ARPU W	cost share	SSNIP	élasticité	Coûts incrémentaux	marge	Perte réelle	Perte critique	Diff.
Analysys Mason	[40-50]	[10-20]	[30-40]%	10,00%	-2,2	[5-10]	[50-60]%	8,35%	14,46%	6,11%
Tera	[60-70]	[10-20]	[30-40]%	10,00%	-0,752	[5-10]	[50-60]%	2,31%	14,90%	12,59%
Proximus (méthode-1)	[20-30]	[10-20]	[60-70]%	10,00%	[-4;-5]	[5-10]	[50-60]%	[40-50]%	[10-20]%	-[20-30]%
Proximus (méthode-2)	[20-30]	[10-20]	[60-70]%	10,00%	[-2;-3]	[5-10]	[50-60]%	[20-30]%	[10-20]%	-[10-20]%
Telenet	[20-30]	[10-20]	[60-70]%	10,00%	[-2;-3]	[5-10]	[80-90]%	[10-20]%	[10-20]%	-[0-5]%

NB: Les coûts incrémentaux de l'étude Telenet ont été obtenus par nos calculs sur base de la marge de l'ARPU W ; les données en rouge pour Proximus reprennent des calculs suivant une formule que nous n'avons pas pu répliquer.

60. La valeur de ces paramètres est discutée ci-dessous.

⁹ Les coûts incrémentaux ne sont pas précisés dans l'étude e-Conomics, mais peuvent être calculés au départ de la marge et l'ARPU de gros.

Elasticité-prix

61. L'élasticité-prix de l'étude Tera découle d'un modèle économétrique (logit multinomial) basé sur les résultats d'une enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif de la population belge. Cette analyse aboutit à une élasticité-prix de -0,75 pour le xDSL.
62. L'ABC émet quelques réserves quant à la méthode utilisée par Tera:
- Tera ne calcule qu'une seule élasticité-prix pour le réseau xDSL, en incluant à la fois les clients de détail de Proximus et les clients d'opérateurs alternatifs. L'élasticité-prix des clients des opérateurs alternatifs n'est donc pas calculée séparément. C'est à nos yeux un choix peu judicieux dans la mesure où l'on peut s'attendre à ce que la demande des clients des opérateurs alternatifs soit plus sensible au prix que la demande des clients de l'opérateur historique.
 - Le nombre de répondants qui indiquent être clients des opérateurs alternatifs est très faible en valeur absolue: 14 pour SFR, 3 pour Edpnet, 4 pour Dommel et 16 pour les autres opérateurs xDSL.
 - Les intervalles de confiance sont très larges, ce qui découle peut-être en partie du faible nombre de répondants.
63. L'étude d'Analysys Mason est basée sur l'étude de L. Grzybowski et F. Verboven (2015), qui obtient une élasticité-prix de -2,2 pour le xDSL (en tenant compte de l'internet, du double-play et du triple play). Si l'exercice est limité aux seuls produits incluant la télévision, l'élasticité-prix du xDSL serait de -3,73. Comme pour l'étude Tera, le nombre de clients OLO dans l'échantillon est très faible (même si les intervalles de confiance sont moins larges que ceux de l'étude Tera): 26 par exemple pour Base.
64. Enfin, l'ABC note que l'enquête sur laquelle repose l'étude d'Analysys Mason a eu lieu en décembre 2013. Les résultats ne tiennent donc pas compte de l'évolution du secteur des télécoms en Belgique au cours des quatre dernières années.
65. Telenet s'appuie également sur les élasticités calculées par L. Grzybowski et F. Verboven (2015). Cependant, l'ABC note (comme le souligne également Tera), qu'e-Comomics a probablement mal interprété certaines élasticités.
66. Enfin, Proximus base le calcul des élasticités-prix présentées dans sa contribution sur une enquête réalisée par Profacts. Cette enquête vise à établir ce que feraient les clients si les prix au détail augmentaient de 6% pour tous les opérateurs alternatifs, alors que les prix pour Proximus et les câblo-opérateurs resteraient inchangés. Cet exercice conduit à une élasticité-prix pour les opérateurs alternatifs de -4,44 pour la méthode 1 et -2,96 pour la méthode 2.¹⁰
67. Dans son document intitulé « éléments de réponse aux questionnements soulevés par Proximus et Telenet dans le cadre de la consultation publique – Analyse de la contrainte indirecte », Tera

¹⁰ Méthode 1: Proximus fait l'hypothèse que les clients qui disent ne pas encore savoir vers quel opérateur ils s'orienteront finalement feront un choix similaire aux clients qui disent, au moment de l'enquête déjà savoir vers quel opérateur ils s'orienteront. Méthode 2: Proximus rapporte séparément les clients qui disent ne pas encore savoir vers quel opérateur ils s'orienteront finalement.

réfute un certain nombre de critiques formulées par Proximus et Telenet et évalue les études qu'ils soumettent. Ci-dessous, quelques remarques à ce sujet:

- a. Tera indique que le nombre de clients sur lequel l'étude se base (131) n'est pas suffisant. Bien que, de toute évidence, un plus grand échantillon soit toujours souhaitable, le point de comparaison approprié est le nombre de clients des opérateurs alternatifs interrogés. Celui-ci est significativement plus élevé dans l'étude Profacts que dans les sondages utilisés par les études de Tera et d'Analysys Mason. De plus, les études de Tera et d'Analysys Mason ne calculent pas l'élasticité-prix pour chacun des opérateurs alternatifs (peut-être à cause d'un trop petit nombre de répondants). Or, c'est cette élasticité qui est la plus appropriée pour savoir si la troisième condition est remplie.
- b. Tera conteste la méthode 1 et la méthode 2 de l'analyse de Proximus. La méthode 1 fait l'hypothèse que les clients qui répondent "je ne sais pas vers à quel opérateur je change" feront un choix similaire aux clients qui expriment un choix. La méthode 2 en revanche fait l'hypothèse que les clients qui répondent "je ne sais pas vers à quel opérateur je change" choisissent tous de rester avec leur opérateur actuel. Alors que la méthode 1 prend trop peu en compte que les indécis restent chez leur opérateur, la méthode 2 semble trop conservatrice, étant donné que ces répondants ont indiqué vouloir tout de même changer d'opérateur en cas de hausse des prix.
- c. Tera note que l'élasticité-prix de -4,44 est très élevée par rapport aux élasticités généralement obtenues par la littérature économique. Tera considère que l'étude de Proximus n'explique pas pourquoi l'élasticité-prix pour les opérateurs alternatifs est tellement plus élevée que l'élasticité-prix pour Proximus. Néanmoins, l'ABC note que Proximus a essayé d'estimer l'élasticité-prix pour les opérateurs alternatifs, alors que les études de Tera et d'Analysys Mason n'ont estimé que l'élasticité-prix pour l'ensemble du réseau xDSL, qui est fortement influencée par l'élasticité-prix de Proximus en raison du poids élevé de Proximus dans l'échantillon. En outre Tera se réfère principalement à des études assez anciennes.

68. En conclusion, l'ABC estime que chacune des études présente des défauts puisqu'il existe des incertitudes quant à la représentativité de l'échantillon sur lequel sont basées les estimations de Proximus, l'étude d'Analysys Mason se base sur une enquête peu récente et les résultats de Tera et d'Analysys Mason sont insuffisamment centrés sur l'élasticité de la demande pour les opérateurs alternatifs.

69. L'ABC estime donc que l'étude Tera (-0,75) sous-évalue probablement l'élasticité-prix, tandis que la méthode 2 de l'étude de Proximus la surestime. Il est donc probablement raisonnable de prendre en considération une élasticité significativement inférieure à -1 et supérieure à -3, comme les élasticités-prix reprises dans les études d'Analysys Mason, de Telenet et la première méthode de Proximus.

Cost share

70. Les différentes études divergent également significativement pour ce qui concerne le cost share:

- a. Tera et Analysys Mason fondent leurs estimations du cost share sur les revenus générés par les utilisateurs (ARPU), tandis que Telenet et Proximus partent des prix des offres disponibles sur le marché.
- b. Tera et Analysys Mason prennent en compte le niveau moyen d'ARPU pour toute l'offre xDSL, tandis que Proximus et Telenet prennent uniquement en compte les prix des opérateurs alternatifs.

71. L'ABC n'a pas de pratique décisionnelle en la matière, mais comprend que pour évaluer la répercussion d'une augmentation du prix de gros aux utilisateurs, le plus pertinent est d'évaluer comment cette augmentation est ressentie par un utilisateur moyen, c'est-à-dire comment ce prix de gros se compare au revenu généré par un utilisateur moyen. Les offres disponibles sur le marché offrent une image à un instant donné des prix, mais ne permettent pas d'évaluer le prix payé par un client moyen.

72. De même il semble important de tenir compte des revenus générés en moyenne par les opérateurs alternatifs, puisque l'objectif est d'estimer comment une augmentation du prix de gros serait répercutée dans le prix de détail, par ces opérateurs alternatifs. Un cost share basé sur l'ARPU pour l'ensemble du réseau xDSL sous-évaluerait celui-ci dans la mesure où les opérateurs alternatifs proposent des prix plus attractifs.

73. En tenant compte de ce qui précède, l'estimation du cost share faite par Proximus et Telenet semble surestimer celui-ci.

Marge de gros

74. A l'exception de la marge de gros de Telenet, qui ne fait peut-être pas référence à un concept comparable, les marges de gros ne diffèrent pas fondamentalement.

Simulations

75. Sur base des différents points évoqués ci-dessus, on comprend que, si les études soumises à l'analyse de l'ABC s'accordent sur la méthode d'évaluation de la perte critique, elles diffèrent significativement quant aux paramètres à prendre en considération. Il est difficile pour l'ABC d'évaluer en détail toutes les études soumises, sans accès aux données sous-jacentes.

76. L'ABC souhaite en outre faire remarquer que toutes les études réalisées dans le cadre de ce projet de décision sont sans doute trop prudentes dans la mesure où elles ne tiennent pas compte du fait que, si Proximus augmente le prix de ses offres de gros et que les opérateurs alternatifs répercutent cette augmentation de prix sur leur prix de détail, une partie de leur clientèle choisira de rejoindre le réseau de Proximus. En effet l'enquête Profacts, commandée par Proximus, indique que suite à une augmentation de prix de 6% pour les opérateurs alternatifs et un niveau de prix inchangé pour les autres opérateurs, une proportion non

négligeable de clients se tournent vers l'offre de Proximus et Scarlet: 12,4% des répondants pour la méthode 1 et 7,4% des répondants pour la méthode 2. Ainsi selon la méthode 1 de Proximus qui quantifie les clients qui, suite à l'augmentation hypothétique du prix de détail des opérateurs alternatifs, rejoindraient le réseau de Proximus (Proximus ou Scarlet), sur les 29,007 clients qui disent vouloir changer d'opérateur, plus d'un tiers (9,818) disent vouloir rejoindre le réseau de Proximus.

77. Ignorer cette migration de clients vers l'offre de Proximus peut, selon l'ABC, avoir un impact majeur sur les résultats de la simulation, surtout si l'on tient compte du fait que la marge que Proximus obtient auprès des clients grâce à son offre de vente au détail, est probablement largement supérieure à la marge que Proximus réalise via les ventes en gros (orientées sur la couverture des coûts). Si tel est le cas, les clients qui rejoignent le réseau Proximus devraient être pondérées différemment dans une analyse de la perte critique.

78. L'ABC considère que si ces éléments avaient été pris en considération par les études de Telenet et Proximus, leurs exercices de simulation ne permettraient pas de confirmer leur allégation que la perte réelle est supérieure à la perte critique. Cela réduirait également la perte réelle estimée par Tera et Analysys Mason.

79. Ceci permet à l'ABC de conclure que la contrainte indirecte des câblo-opérateurs n'est pas suffisante pour empêcher une augmentation du prix de gros profitable pour Proximus. L'ABC rejoint dès lors la conclusion du projet de décision sur l'absence de substituabilité entre les offres de gros sur le réseau fil de cuivre (xDSL) et les offres de gros via le réseau câblé.

3.3. À propos des mesures correctrices

80. Vu le délai imparti, l'ABC a concentré ses observations sur les définitions de marché et la dynamique concurrentielle. Elle a néanmoins quelques observations sur les mesures correctrices envisagées par l'IBPT sur les différents marchés de gros.

81. L'une des mesures correctrices proposées par l'IBPT concerne l'interdiction d'appliquer des prix susceptibles de générer un effet de ciseau (*margin squeeze*). Le projet de décision propose que le test soit effectué sur un portefeuille de produits phares, complété si nécessaire par un test sur les plans tarifaires individuels et, pour ce qui est des services destinés aux grandes entreprises, au niveau des contrats individuels. Dans sa décision d'analyse de marché de 2011, l'IBPT considérait que le niveau d'analyse pertinent était celui des plans tarifaires individuels.

82. L'ABC est d'avis que, dans certaines circonstances, on pourrait identifier un *margin squeeze* au niveau des offres individuelles, notamment, comme l'indique l'IBPT, lorsque ces offres sont positionnées sur des segments de marchés ciblés par des opérateurs alternatifs. En effet, si l'opérateur qui dispose d'un pouvoir de marché compresse ses marges sur ces segments de marchés, il peut évincer un concurrent aussi efficace, tout en maintenant ses marges sur d'autres segments de marché. Si tel est le cas, un test de *margin squeeze* sur un portefeuille de produits trop agrégé pourrait, à tort, conclure que l'opérateur disposant d'un pouvoir de marché ne comprime pas ses marges en vue d'évincer un opérateur aussi efficace.

83. À cet égard, l'ABC se réfère à la décision Happy Time, dans laquelle le Conseil de la concurrence expliquait que:

“De Raad moet er dan ook vanuit gaan dat het in onderhavige zaak aangewezen is een test uit te voeren zowel op het niveau van het geheel van de vaste spraaktelefoonabonnementen met bestemming residentiële klanten alsook op het niveau van Happy Time apart.”¹¹

IV Conclusion

84. Pour le développement de la concurrence sur les marchés des télécoms, il est important que les opérateurs alternatifs puissent profiter d'un accès au réseau de Proximus et aux réseaux des câblo-opérateurs. L'expérience récente a montré que l'ouverture du réseau de Proximus n'est pas suffisante pour amorcer la concurrence sur les marchés belges. À cet égard, on peut par exemple citer la tentative avortée d'entrée sur le marché de KPN avec son offre SNOW.

85. L'ABC note que l'ouverture des réseaux câblés à la concurrence a contribué à dynamiser les marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle ces dernières années. Mais les câblo-opérateurs ne sont pas toujours enclins à garantir l'accès aux opérateurs alternatifs dans les meilleures conditions, comme les récents problèmes liés à l'ouverture du réseau de Coditel l'ont montré.

86. A cet égard, le fait que les opérateurs alternatifs soient en mesure de fournir des services au client final en utilisant les réseaux câblés est une première étape, mais il est crucial que ces services puissent fonctionner dans les meilleures conditions. Compte tenu du succès des offres groupées et de la relative stabilité de la clientèle (churn faible), il est d'autant plus important que les opérateurs alternatifs puissent offrir des services équivalents aux services offerts par les opérateurs disposant d'un pouvoir de marché. Les services opérationnels fournis par les câblo-opérateurs à l'opérateur alternatif jouent un rôle clé à cet égard.

87. Il est donc de la plus haute importance que l'IBPT suive cette question afin de garantir que les entrants sur le marché du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle (en particulier Orange) ne puissent être évincés par les opérateurs disposant d'un pouvoir de marché.

88. En conclusion, l'ABC constate conformément à l'Article 55§4 de la loi du 13 juin 2005 sur les communications électroniques que les conclusions du projet de décision sont conformes aux objectifs visés par le droit de la concurrence.

Pour le comité de direction,
Jacques Steenbergen, Président

¹¹ Beslissing nr. 2012-P/K-29 van de Raad voor de Mededinging van 29 november 2012, *Tele2/Belgacom* (“Happy Time”), rn. 156.