DÉCISION DE LA CONFÉRENCE DES RÉGULATEURS DU SECTEUR DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES (CRC)

du 29 juin 2018

concernant l'analyse du marché de la radiodiffusion télévisuelle en région de langue française

Version publique

TABLE DES MATIÈRES

Disposition préliminaire **11**

Synthèse **12**

S.1. les marchés pertinents *12*
S.1.1. Les marchés de détail 12
S.1.2. Les marchés de gros 13

S.2. Les mesures correctrices imposées *13*
S.2.1. L'accès aux réseaux 13
S.2.2. La non-discrimination 14
S.2.3. La transparence 14
S.2.4. Le contrôle des prix 15

S.3. La régulation est allégée lorsque les circonstances le justifient *15*

Chapitre 1. Introduction **16**

Partie I. Aspects juridiques et méthodologiques **19**

Chapitre 2. Bases juridiques **21**

2.1. Cadre réglementaire européen *21*

2.2. Cadre réglementaire belge *23*

Chapitre 3. Procédure **26**

3.1. Consultation publique *26*

3.2. Avis de l'Autorité belge de la concurrence *28*

3.3. Coopération entre les régulateurs *29*

3.4. Consultation européenne *30*

Chapitre 4. Méthodologie **33**

4.1. Définition des marchés *33*

4.2. Marchés pouvant être soumis à une régulation ex ante *37*

4.3. Analyse concurrentielle *38*
4.3.1. Position dominante simple 39
4.3.2. Position dominante conjointe 40

4.4. Imposition de mesures correctrices *40*

4.5. Prise en compte des relations amont-aval entre les marchés *42*
4.5.1. Séquence d'analyse des marchés 43
4.5.2. Portée de l'examen du marché de détail en aval 44
4.5.3. Approche « greenfield » ou « modified greenfield » 45
4.5.4. Autofourniture 47
4.5.5. Approche suivie dans la présente décision 48

Partie II. Marché de détail **50**

Chapitre 5. Marché de détail de la radiodiffusion 51

5.1. Opérateurs 52

5.2. Offres sur le marché de la radiodiffusion 55

5.2.1. La télévision linéaire 56

5.2.1.1. La télévision analogique 56

5.2.1.2. Télévision numérique : télévision numérique via le câble et l'IPTV 57

5.2.1.3. Autres plateformes et offres 59

5.2.2. Télévision non linéaire 62

5.2.2.1. Visionnage en différé 62

5.2.2.2. Vidéo à la demande 63

5.2.2.3. Vidéo sur site web 63

5.3. Définition du marché de produits 64

5.3.1. Substituabilité entre les offres de télévision linéaire et les offres de télévision non linéaire 64

5.3.2. Substituabilité entre les offres de télévision payante et les offres de télévision gratuite 73

5.3.3. Substituabilité entre les offres de télévision analogique et numérique 76

5.3.4. Substituabilité entre les offres de télévision numérique sur réseaux fixes (câble et IPTV) 82

5.3.5. Substituabilité entre les offres de télévision numérique sur réseaux fixes et les offres de télévision par satellite 83

5.3.6. Substituabilité entre les offres de télévision sur réseaux fixes et les offres de télévision numérique terrestre (TNT) 91

5.3.7. Substituabilité des services de télévision numérique par plateforme fermée (câble et IPTV) et par des services linéaires payants « over-the-top » 95

5.3.8. Analyse supplémentaire de l'évolution des services OTT linéaires et non linéaires 97

5.3.8.1. L'offre de services de télévision OTT 97

5.3.8.2. Disposition de l'utilisateur final à migrer 100

5.3.8.3. Impact du lancement de Stievie Premium 105

5.3.8.4. Étude de marché concernant la disposition des clients à migrer vers les services OTT 107

5.3.8.5. Qualité d'image et capacité du réseau 107

5.4. Définition du marché géographique 109

5.4.1. Zone de couverture des opérateurs et réseaux présents 110

5.4.2. Hétérogénéité des conditions de concurrence 111

5.4.3. Hétérogénéité concernant les instruments réglementaires et légaux 112

5.4.4. Présence de la substitution en chaîne 113

5.4.5. Conclusion concernant la définition du marché géographique 114

5.5. Conclusion sur la définition des marchés de détail de la radiodiffusion 116

5.6. Analyse concurrentielle 116

5.6.1. Niveau national 117

5.6.1.1. Pénétration de la radiodiffusion télévisuelle au niveau national 117

5.6.1.2. Part de marché de la radiodiffusion télévisuelle au niveau national 118

5.6.2. Parts de marché au niveau des zones de couverture des câblo-opérateurs 120

5.6.2.1. Parts de marché dans la zone de couverture de Telenet 120

5.6.2.2. Parts de marché dans la zone de couverture de Brutélé 121

5.6.2.3. Parts de marché dans la zone de couverture de Nethys 122

5.6.2.4. Parts de marché des autres opérateurs 123

5.6.2.5. Conclusion concernant les parts de marché 125

5.6.3. Évolution des prix 125

5.6.3.1. Évolution des prix de la télévision analogique standalone 125

5.6.3.2. Évolution des prix de la télévision numérique standalone 126
5.6.3.3. Conclusion concernant l'évolution des prix 128
5.6.4. Paramètres financiers 128
5.6.5. Barrières à l'entrée 129
5.6.5.1. Des infrastructures qu'il n'est pas aisé de dupliquer 129
5.6.5.2. La nécessité d'acquérir des droits de contenu 132
5.6.5.3. Conclusion concernant les barrières à l'entrée 133
5.6.6. Barrières au changement 133
5.6.6.1. La possibilité de fournir des signaux de télévision analogique en même temps que des signaux de télévision numérique 133
5.6.6.2. Barrières techniques et administratives 133
5.6.6.3. L'absence de contre-pouvoir d'achat 134
5.6.6.4. L'existence d'une clientèle historique 134
5.6.6.5. Les offres multiple play 135
5.6.6.6. Économies d'échelle 135
5.6.6.7. Économies de gamme 136
5.6.7. Conclusion de l'analyse concurrentielle 136

Chapitre 6. Éventualité d'un marché des offres groupées 138

6.1. Types et fournisseurs d'offres groupées 138

6.2. Évolution de la demande de produits multiple play 140
6.2.1. Évolution générale des offres conjointes 140
6.2.2. Évolution des différents types d'offres groupées avec une composante Internet large bande ou la télévision numérique 143
6.2.2.1. Part des offres groupées dans le nombre total d'abonnés à l'internet large bande 143
6.2.2.2. Part des offres groupées dans le nombre total de clients de la télévision numérique 143
6.2.2.3. Importance croissante des offres de type « triple play » et « quadruple play » 144
6.2.3. Volumes et parts de marché 145
6.2.3.1. Large bande fixe et télévision (avec et sans composante mobile) 145
6.2.3.2. Large bande fixe + télévision + téléphonie fixe (avec et sans composante mobile) 148

6.3. Évolution des prix des produits multiple play 150
6.3.1. Marché résidentiel 154
6.3.2. Marché non résidentiel 164
6.3.3. Augmentation annuelle des prix : position des opérateurs, analystes et autres parties prenantes 167

6.4. Aspects stratégiques des offres groupées 172
6.4.1. Attirer de nouveaux clients 172
6.4.2. Garder la clientèle actuelle 172
6.4.3. Revenus supérieurs par client 174
6.4.4. Stratégies commerciales qui concrétisent la convergence 177
6.4.5. Création de convergences technologiques 180

6.5. Avantages possibles pour le consommateur 180
6.5.1. Économie sur les coûts de transaction et avantages tarifaires pour le consommateur 180
6.5.2. Services supplémentaires et caractéristiques de produits améliorées 183

6.6. Marché des offres groupées 183

Chapitre 7. Impact potentiel des offres de gros commerciales 186

Chapitre 8. Conclusions sur les marchés de détail 189

8.1. Des barrières à l'entrée élevées et un niveau de concentration élevé 189

8.2. Des prix en augmentation régulière 191

8.3. Des conséquences négatives pour les utilisateurs en l'absence de régulation 196

Partie III. Marché de gros de la radiodiffusion 199

Chapitre 9. Existence d'une demande pour un accès de gros à la radiodiffusion sur les réseaux câblés... 200

Chapitre 10. Définition du marché de produits 204

10.1. Produit de référence 204

10.2. Substituabilité de l'accès de gros à la radiodiffusion sur câble et plateformes de télévision alternative (satellite, IPTV) 204

10.3. Eléments d'analyse complémentaires dans l'hypothèse d'un marché de gros de la radiodiffusion élargi 211

Chapitre 11. Définition du marché géographique 217

11.1. Absence de substitution des offres de radiodiffusion des réseaux câblés du côté de l'offre et de la demande 218

11.2. Absence d'effet manifeste de substitution en chaîne entre deux réseaux câblés, situés dans des zones de couverture géographique différentes 220

11.3. Conclusion relative aux marchés géographiques pertinents 221

Chapitre 12. Conclusion sur la définition du marché 222

Chapitre 13. Telenet (SFR inclus) 223

13.1. Analyse concurrentielle 223

13.1.1. Taille globale de l'entreprise 223

13.1.2. Parts de marché 223

13.1.3. Barrières à l'entrée 224

13.1.4. Contre-pouvoir des acheteurs 225

13.1.5. Concurrence potentielle 226

13.1.6. Analyse prospective 226

13.1.7. Conclusion de l'analyse concurrentielle 227

13.2. Test des « trois critères » 227

13.2.1. Présence de barrières élevées et non provisoires à l'entrée 228

13.2.1.1. Une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer 228

13.2.1.2. Avantages de coûts résultant des économies d'échelle et de gamme et de l'intégration verticale 229

13.2.1.3. Conclusion premier critère 229

13.2.2. Structure de marché qui ne présage pas d'évolution vers une situation de concurrence effective 229

13.2.2.1. Maintien prospectif de parts de marché élevées 229

13.2.2.2. Maintien attendu de l'avantage conféré par la télévision analogique 230

13.2.2.3. Absence d'impact suffisant de la part des autres plateformes de diffusion 230

13.2.2.4. Absence d'impact suffisant de la part d'IPTV 231
13.2.2.5. Absence d'impact suffisant de la part d'OTT 232
13.2.2.6. Absence d'impact suffisant de la part d'autres plateformes alternatives 233
13.2.2.7. Conclusion deuxième critère 233
13.2.3. Caractère insuffisant du droit de la concurrence 233
13.2.3.1. Conclusion troisième critère 234
13.2.4. Conclusion concernant la nécessité de réguler le marché de la radiodiffusion et le test des trois critères 234

Chapitre 14. Brutélé 235

14.1. Analyse concurrentielle 235
14.1.1. Taille globale de l'entreprise 235
14.1.2. Parts de marché 235
14.1.3. Barrières à l'entrée 236
14.1.4. Contre-pouvoir des acheteurs 237
14.1.5. Concurrence potentielle 238
14.1.6. Analyse prospective 238
14.1.7. Conclusion de l'analyse concurrentielle 239

14.2. Test des « trois critères » 239
14.2.1. Présence de barrières élevées et non provisoires à l'entrée 240
14.2.1.1. Une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer 240
14.2.1.2. Avantages de coûts résultant des économies d'échelle et de gamme et de l'intégration verticale 241
14.2.1.3. Conclusion premier critère 241
14.2.2. Structure de marché qui ne présage pas d'évolution vers une situation de concurrence effective 241
14.2.2.1. Maintien prospectif de parts de marché élevées 242
14.2.2.2. Maintien attendu de l'avantage conféré par la télévision analogique 242
14.2.2.3. Absence d'impact suffisant de la part des autres plateformes de diffusion 243
14.2.2.4. Absence d'impact suffisant de la part d'IPTV 243
14.2.2.5. Absence d'impact suffisant de la part d'OTT 244
14.2.2.6. Absence d'impact suffisant de la part d'autres plateformes alternatives 245
14.2.2.7. Conclusion deuxième critère 245
14.2.3. Caractère insuffisant du droit de la concurrence 245
14.2.3.1. Conclusion troisième critère 246
14.2.4. Conclusion concernant la nécessité de réguler le marché de la radiodiffusion et le test des trois critères 246

Chapitre 15. Nethys 248

15.1. Analyse concurrentielle 248
15.1.1. Taille globale de l'entreprise 248
15.1.2. Parts de marché 248
15.1.3. Barrières à l'entrée 249
15.1.4. Contre-pouvoir des acheteurs 250
15.1.5. Concurrence potentielle 251
15.1.6. Analyse prospective 251
15.1.7. Conclusion de l'analyse concurrentielle 252

15.2. Test des « trois critères » 252

15.2.1. Présence de barrières élevées et non provisoires à l'entrée 253
15.2.1.1. Une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer 253
15.2.1.2. Avantages de coûts résultant des économies d'échelle et de gamme et de l'intégration verticale 254
15.2.1.3. Conclusion premier critère 254
15.2.2. Structure de marché qui ne présage pas d'évolution vers une situation de concurrence effective 254
15.2.2.1. Maintien prospectif de parts de marché élevées 254
15.2.2.2. Maintien attendu de l'avantage conféré par la télévision analogique 255
15.2.2.3. Absence d'impact suffisant de la part des autres plateformes de diffusion 255
15.2.2.4. Absence d'impact suffisant de la part d'IPTV 256
15.2.2.5. Absence d'impact suffisant de la part d'OTT 257
15.2.2.6. Absence d'impact suffisant de la part d'autres plateformes alternatives 258
15.2.2.7. Conclusion deuxième critère 258
15.2.3. Caractère insuffisant du droit de la concurrence 258
15.2.3.1. Conclusion troisième critère 259
15.2.4. Conclusion concernant la nécessité de réguler le marché de la radiodiffusion et le test des trois critères 259

Chapitre 16. Problèmes potentiels découlant de la dominance de Telenet (SFR inclus), Brutélé et NETHYS sur leurs réseaux respectifs 260

Chapitre 17. Mesures correctrices 263

17.1. Obligations imposées dans la précédente analyse de marché 263

17.2. Obligation d'accès concernant la télévision numérique et analogique 263
17.2.1. Base légale 263
17.2.2. Accès à l'offre de télévision numérique et analogique 264
17.2.3. Demande d'accès par les opérateurs ayant leur propre réseau existant 269
17.2.4. Négocier de bonne foi avec les opérateurs qui demandent l'accès à la plateforme de télévision numérique 271
17.2.5. Ne pas retirer l'accès quand il a déjà été accordé 272
17.2.5.1 Retrait de l'accès dans le cadre d'adaptations du réseau et de la fermeture de certains services 273
17.2.5.2. Retrait de l'accès en cas de non-respect de clauses contractuelles 275
17.2.6. Aspects opérationnels et techniques 276
17.2.7. Fournir l'accès à des systèmes d'assistance opérationnelle ou à des systèmes logiciels comparables 280
17.2.8. Fournir l'accès à un niveau de qualité de service 282
17.2.9. Liberté de définition du bouquet de chaînes 283

17.3. Obligation de non-discrimination 285
17.3.1. Base légale 285
17.3.2. Obligation générique 285
17.3.3. Équivalence des extrants 288
17.3.4. Évolutions du réseau et des offres de référence, et reproductibilité technique 290
17.3.5. Cloisons structurelles (« chinese walls ») 293
17.3.6. Customer Premises Equipments (CPE) 294

17.4. Obligations de transparence 295
17.4.1. Base légale 295

17.4.2. Obligation générique 295
17.4.3. Offre de référence 297
17.4.4. Indicateurs de performance 300
17.4.5. Évolutions du réseau et des offres de référence 303

17.5. Obligations de contrôle des prix et de comptabilisation des coûts 307
17.5.1. Base légale 307
17.5.2. Obligation de pratiquer des prix équitables 307
17.5.3. Interdiction de pratiquer des prix générateurs d'effets de ciseaux 321
17.5.4. Obligation de mettre en place un système de comptabilisation des coûts 323

Partie IV. Dispositions finales 326

Chapitre 18. Destinataires de la décision 327

Chapitre 19. Entrée en vigueur et validité de la présente décision 328

Chapitre 20. Voies de recours 329

Chapitre 21. Signatures 330

Partie V. Annexes 331

Annexe A. Évolution des prix de détail sur le marché résidentiel 332

A.1. Évolution des prix du haut débit standalone 333

A.2. Évolution des prix du double play (haut débit + TV numérique) 340

A.3. Évolution des prix du triple play (haut débit + TV numérique + téléphonie fixe) 345

Annexe B. Étude de comparaison des prix à l'échelle internationale 352

B.1. Comparaison des prix entre la Belgique et ses pays voisins 352

B.2. Comparaison des prix sur la base de l'étude BIAC menée pour le compte de la Commission européenne 356

B.3. Comparaison des prix sur la base des Perspectives de l'économie numérique de l'OCDE 363

B.4. Conclusions 365

Annexe C. Marché des offres groupées 367

C.1. Économies (de gamme) propres à la clientèle 368

C.2. Économies sur les frais de transaction et les autres avantages du consommateur 369

C.3. Même si les opérateurs commercialisent leurs offres groupées à un tarif plus avantageux que la somme de tous les tarifs des composantes séparément, le consommateur peut toutefois obtenir des conditions tarifaires plus avantageuses en combinant les offres de plusieurs opérateurs. Effet de levier 369

C.4. Frais de migration 370

C.5. Symétrie en parts de marché et pénétration des offres groupées 371

C.6. Conclusion 371

Annexe D. Résumé des parts de marché et indices HHI 373

Annexe E. Méthodologie de modélisation des coûts 374

E.1. Principe d'orientation sur les coûts 374

E.2. Approche de modélisation « top-down » ou « bottom-up » 376

E.3. Méthodologie d'allocation des coûts 378

E.4. Choix de l'opérateur modélisé 381

Annexe F. Système de comptabilisation des coûts 382

F.1. Contexte 382

F.2. Caractéristiques du système de comptabilisation des coûts 383
F.2.1 Principes de base 383
F.2.2 Qualité de l'information 384

F.3. Règles à suivre et documentation à préparer 385
F.3.1 Allocation des coûts 385
F.3.2 Valorisation des actifs 386
F.3.3 Suivi des modifications 388
F.3.4 Rôle du CSA 388

F.4. Description du système de comptabilisation des coûts 389

F.5. Contrôle du système de comptabilisation des coûts 390
F.5.1 Généralités 390
F.5.2 Tâches de l'auditeur 391

F.6. Délais 392
F.6.1 Généralités 392
F.6.2 Calendrier 393
F.6.3 Entrée en vigueur 393

Annexe G. Description de l'offre de référence 395

G.1. Radiodiffusion sur les réseaux câblés 397

Annexe H. Lignes de conduite pour les adaptations de l'offre de référence et IT 398

H.1. Adaptations de l'offre de référence 398
H.1.1 Délais de mise en œuvre minimaux 398
H.1.2. Documentation 399
H.1.3. Exceptions 399

H.2. Adaptations IT 399
H.2.1 Délais de mise en œuvre minimaux 399
H.2.2. Documentation 400

Annexe I. Chaîne de valeur et monitoring du marché de la radiodiffusion 401

I.1. Description de la chaîne de valeur du marché de la radiodiffusion 401

I.2. Monitoring du marché de la radiodiffusion 402

Annexe J. Synthèse des réactions à la consultation publique 407

J.1. Généralités 407

J.2. Marché de détail *407*

J.3. Marchés de gros *409*
J.3.1 Définition du marché 409
J.3.2 Analyse PSM 411
J.3.3 Obligations imposées à Proximus 411
J.3.4 Obligations imposées aux câblo-opérateurs 413

Annexe K. Prise en compte des observations de l'Autorité de la concurrence 417

K.1. Introduction *417*

K.2. La définition du marché de détail *417*
K.2.1 L'inclusion de la télévision par satellite dans le marché de la radiodiffusion télévisuelle 417
K.2.2 La dimension géographique des marchés 417
K.2.3 Un éventuel marché des offres groupées 418
K.2.4 La substituabilité de l'offre des câblo-opérateurs 418

K.3. Les mesures correctrices : l'interdiction des prix ciseaux *419*

Annexe L. Prise en compte des observations de la Commission européenne 420

L.1. Introduction *420*

L.2. Définition du marché et évaluation de la PSM *420*
L.2.1 Observations de la Commission 420
L.2.2 Analyse de la CRC 421

L.3. Dynamique à long terme des marchés belges du haut débit et de la radiodiffusion *429*
L.3.1 Observations de la Commission 429
L.3.2 Analyse de la CRC 430

L.4. Pertinence de la méthode de tarification de l'accès à la fibre et au câble sur les marchés 3a et 3b et le marché de la radiodiffusion *431*
L.4.1 Observations de la Commission 431
L.4.2 Analyse de la CRC 432

L.5. Pertinence du tarif transitoire pour l'accès de gros aux réseaux câblés *432*
L.5.1 Observations de la Commission 432
L.5.2 Analyse de la CRC 433

Annexe M. Analyse du caractère raisonnable des demandes d'accès entre les grands opérateurs d'infrastructure 434

DISPOSITION PRÉLIMINAIRE

a. La présente décision est adoptée par la Conférence des régulateurs du secteur des communications électroniques (ci-après dénommée la CRC), dans le cadre de et conformément à l'accord de coopération du 17 novembre 2006 entre l'Etat fédéral, la Communauté flamande, la Communauté française et la Communauté germanophone concernant la consultation mutuelle lors de l'établissement de réglementation en matière de réseaux de communications électroniques, l'échange d'informations et l'exercice des compétences relatives aux réseaux de communications électroniques par les instances de régulation compétentes pour les télécommunications ou la radiodiffusion et la télévision.

b. Le 17 avril 2018, l'IBPT a transmis son projet de décision concernant l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle au CSA, au VRM et au Medienrat, conformément à l'article 3, alinéa 1er, de l'accord précité. Conformément à l'article 3, alinéa 2, de cet accord, le CSA a demandé, le 19 avril 2018, à ce que la CRC soit saisie.

c. Le 27 avril 2018, la CRC s'est réunie pour adopter, après délibération, le projet de décision concernant l'analyse du marché de la radiodiffusion télévisuelle en région de langue française afin qu'il soit soumis à la Commission européenne, l'ORECE et aux autres ARN.

d. La présente décision doit donc être considérée dans le contexte de cette coopération. La CRC y fait siennes les analyses et conclusions proposées par le CSA dans le projet de décision soumis à l'IBPT, au VRM et au Medienrat, mais avec les modifications que la CRC y a apportées dans le cadre de la coopération entre régulateurs.

SYNTHÈSE

S1. L'objectif d'une analyse de marché consiste à **évaluer le degré de concurrence** sur un marché donné afin de déterminer s'il est justifié d'un point de vue économique d'imposer des mesures réglementaires à certains opérateurs. La première étape d'une analyse de marché consiste à définir les marchés pertinents, tant du point de vue des produits que du point de vue géographique. Dans cet exercice, il est fait application des principes utilisés en droit de la concurrence (notamment la substituabilité du côté de la demande et du côté de l'offre). Dans une deuxième étape, il convient d'évaluer si certains opérateurs disposent d'une puissance significative sur les marchés pertinents, c'est-à-dire s'ils sont en mesure de se comporter, dans une mesure appréciable, de manière indépendante de leurs concurrents, de leurs clients et, en fin de compte, des consommateurs. Conformément au cadre réglementaire, seuls les opérateurs qui disposent d'une puissance significative peuvent se voir imposer des mesures réglementaires. La troisième et dernière étape de l'analyse consiste à déterminer les mesures réglementaires les plus appropriées permettant de corriger les effets de la présence d'opérateurs puissants sur le marché.

S2. Le choix des mesures correctrices est guidé par les objectifs du cadre réglementaire (la promotion de la concurrence, le développement du marché intérieur européen et le soutien des intérêts des citoyens de l'Union européenne) et par des principes tels que la transparence, la non-discrimination et la proportionnalité.

S3. La présente décision vise **le marché de la radiodiffusion télévisuelle**. L'analyse de ce marché tient compte de la convergence croissante, tant au plan technique (il est désormais possible de transporter tous types de données, voix, images sur un même réseau) qu'au plan commercial (les principaux opérateurs proposent des offres combinant le haut débit et la télévision, le cas échéant avec d'autres services comme la téléphonie fixe et mobile).

S4. Les services de radiodiffusion reposent sur la connexion de chaque utilisateur (particulier ou entreprise) au réseau local d'un opérateur. Sur le territoire belge, il n'existe le plus souvent que deux réseaux pour connecter les utilisateurs. **Cette limitation du nombre de réseaux est un facteur déterminant de la structure et de la dynamique concurrentielle de ces marchés**. Ceci explique pourquoi Proximus et les câblo-opérateurs (Brutélé, Nethys et Telenet), qui disposent d'une infrastructure étendue, détiennent de manière durable d'importantes parts de marché.

S.1. LES MARCHÉS PERTINENTS

S5. Dans le secteur des communications électroniques, il est d'usage de distinguer deux types de marchés : les services ou facilités fournis aux utilisateurs finals (marchés de détail) et les services ou facilités nécessaires en amont pour fournir ces services aux utilisateurs finals (marchés de l'accès ou encore marchés de gros).

S.1.1. Les marchés de détail

S6. Dans le cadre de la présente décision, le CSA a défini les marchés de détail pour la **fourniture de signaux de télévision**.

S7. Dans le cadre de l'analyse de ces marchés de détail, le CSA a identifié **des barrières à l'entrée élevées** (comme la difficulté de dupliquer les réseaux des opérateurs historiques ou encore des économies d'échelle importantes) qui empêchent ou freinent le développement de la concurrence. Le CSA a également mis en évidence le **degré de concentration élevé** des différents marchés –les parts de marché sont réparties entre un nombre limité d'acteurs –, ainsi que les **évolutions des prix défavorables aux utilisateurs**.

S8. Le CSA conclut qu'**en l'absence de régulation, la situation des marchés de détail serait insatisfaisante pour les utilisateurs.** Un risque sérieux existe que les marchés de détail soient encore plus concentrés. Les offres disponibles sur les marchés de détail de la radiodiffusion seraient vraisemblablement limitées aux offres des opérateurs disposant de leur propre infrastructure (Proximus et les câblo-opérateurs). En effet, en l'absence de régulation, ces opérateurs ne seraient vraisemblablement pas incités à proposer des offres d'accès à leurs concurrents (ou à tout le moins à leur proposer des offres suffisamment attractives). En outre, en l'absence de régulation, l'incitation à pratiquer la concurrence par les prix pourrait être inférieure à ce qu'elle est actuellement. Par conséquent, le bénéfice des utilisateurs en termes de choix et de prix serait limité, alors qu'un bénéfice maximal dans ces domaines constitue un des objectifs majeurs du cadre réglementaire.

S.1.2. Les marchés de gros

S9. Tenant compte de cette situation concurrentielle, le CSA a défini et analysé les marchés de gros sous-jacents à ces marchés de détail, c'est-à-dire les marché de gros de **l'accès à la radiodiffusion sur les réseaux câblés**, dont la dimension géographique correspond également à la zone de couverture de chaque câblo-opérateur. **Brutélé, Nethys et Telenet** (y compris SFR) disposent chacun d'une puissance significative dans leurs zones de couverture respectives.

S.2. LES MESURES CORRECTRICES IMPOSÉES

S.2.1. L'accès aux réseaux

S10. Le constat de l'existence d'une position de puissance significative entraîne l'obligation, pour le CSA, d'imposer des obligations réglementaires aux opérateurs puissants. Au moins une obligation doit être imposée.

S11. Un des problèmes essentiels résulte de la présence de barrières à l'entrée élevées que constituent les investissements nécessaires pour dupliquer les réseaux des opérateurs historiques, déployés à une époque où ces opérateurs bénéficiaient de droits exclusifs ou de monopoles de fait. Le CSA considère par conséquent que le développement d'une concurrence effective et durable nécessite que des opérateurs tiers aient **accès aux réseaux des câblo-opérateurs**.

S12. Les obligations imposées en matière d'accès sont sensiblement les mêmes que celles imposées lors de l'analyse de marché précédente. Certains ajustements sont cependant proposés, tels que :

S12.1 Le délai de notification en cas du retrait de l'accès dans le cadre d'adaptations du réseau et de la fermeture de certains services est réduit à 2 ans (au lieu de 5 précédemment).

S12.2 Les opérateurs alternatifs doivent être en mesure de réaliser les installations et, le cas échéant, les réparations chez les clients.

S12.3 Un nouvel engagement de qualité de service (SLA – Service Level Agreement) tenant compte spécifiquement des besoins des petites et moyennes entreprises, à savoir une réparation rapide pendant les heures d'ouverture en journée, doit compléter les offres de référence.

S13. Pour rendre ces obligations d'accès efficaces, le CSA a jugé approprié de les compléter par une série d'autres mesures telles que la transparence sur les évolutions des réseaux, la publication d'une offre de référence, une obligation de non-discrimination et un contrôle des prix de gros. En l'absence de telles mesures, l'obligation d'accès ne serait pas suffisamment efficace et ne génèrerait pas les bénéfices attendus pour la concurrence à long terme et pour les utilisateurs.

S.2.2. La non-discrimination

S14. Afin d'assurer un accès et un niveau de qualité des prestations suffisants et équivalents à ceux dont les opérateurs puissants bénéficient eux-mêmes, le CSA propose d'imposer une obligation de non-discrimination sous la forme suivante :

S14.1 L'accès aux intrants de gros doit être comparable en termes de fonctionnalités et de prix, mais en ayant potentiellement recours à des systèmes et des processus différents (« équivalence des extrants »).

S14.2 Les opérateurs puissants doivent assurer la reproductibilité technique et ils ne peuvent bénéficier d'un avantage concurrentiel en termes de délai pour les nouveaux développements dont ils sont les initiateurs.

S14.3 Des cloisons structurelles doivent être mises en place entre les divisions de vente de gros et les divisions commerciales de l'opérateur puissant (« chinese walls »).

S15. Les opérateurs puissants doivent permettre aux opérateurs alternatifs d'utiliser l'équipement terminal (CPE – Customer Premises Equipment) de leur choix. Des tests de certification sont autorisés pour autant qu'ils soient nécessaires et qu'ils se limitent au strict minimum.

S.2.3. La transparence

S16. Afin notamment d'assurer la lisibilité des offres d'accès, de faciliter la négociation des accords et d'assurer le respect des autres obligations, notamment celle de non-discrimination, le CSA propose d'imposer des obligations de transparence. Les opérateurs puissants doivent rendre publiques certaines informations définies par le CSA. Ils doivent en particulier publier une offre de référence précisant les conditions techniques et tarifaires de l'accès à leurs réseaux. Les opérateurs puissants doivent aussi faire preuve de transparence en ce qui concerne l'évolution de leurs réseaux et de leurs offres de référence.

S.2.4. Le contrôle des prix

S17. Le CSA propose de **rapprocher les modes de contrôle des prix applicables à Proximus d'une part et aux câblo-opérateurs d'autre part**. Jusqu'à présent, les tarifs de gros de Proximus devaient être orientés sur les coûts, tandis que les tarifs de gros des câblo-opérateurs devaient être déterminés selon une méthodologie dite « retail minus ». Après avoir examiné les avantages et les inconvénients des différents modes de contrôle des prix, le CSA a décidé d'abandonner la méthodologie retail minus, tout en veillant à ce que les opérateurs puissants conservent un incitant suffisant à investir dans des infrastructures nouvelles et améliorées.

S18. Concrètement, le CSA propose les mesures suivantes :

S18.1 une obligation de pratiquer des **tarifs équitables pour les services de gros sur câble**. Par « équitable », le CSA entend un prix qui peut être supérieur aux coûts tout en conservant un lien avec les coûts. Autrement dit, il peut exister une marge raisonnable entre les coûts du produit et le prix de gros.

S18.2 une **obligation d'orientation sur les coûts** pour les services auxiliaires (par exemple la colocation et les redevances d'installation) de tous les opérateurs puissants.

S19. Dans l'attente du développement de nouveaux modèles de coûts, le CSA propose que les tarifs des services de gros des câblo-opérateurs soient alignés sur les tarifs de gros de Brutélé, étant donné que le CSA considère qu'ils ne s'écartent pas trop significativement du meilleur point de comparaison disponible.

S.3. LA RÉGULATION EST ALLÉGÉE LORSQUE LES CIRCONSTANCES LE JUSTIFIENT

S20. Le CSA propose de supprimer ou d'alléger un certain nombre de contraintes réglementaires. Ainsi, la revente de la télévision analogique n'est plus imposée qu'en combinaison avec l'accès à la plate-forme numérique. L'obligation de séparation comptable n'est pas imposée aux câblo-opérateurs. Enfin, dans les cas qui ont été mentionnés ci-dessus, le contrôle des prix de gros proposé n'est pas une stricte orientation sur les coûts, mais une obligation de pratiquer des prix équitables.

Cette synthèse a uniquement pour but de faciliter et simplifier la lecture de la présente décision. Elle ne peut en aucun cas remplacer les termes de la décision elle-même, ni servir à interpréter cette dernière qui demeure le seul texte disposant d'une valeur juridique.

chapitre 1. INTRODUCTION

1. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) veille à ce que la concurrence sur les marchés des communications électroniques puisse se développer pleinement et équitablement. A cet effet, il est tenu d'examiner à intervalles réguliers certains marchés pertinents dans le secteur des communications électroniques, de vérifier s'il y existe une concurrence effective et, dans le cas contraire, d'imposer des obligations adéquates aux entreprises disposant d'une puissance significative sur le marché concerné.

2. La présente décision vise les marchés de la radiodiffusion télévisuelle[1] et des offres groupées. L'analyse conjointe des offres de radiodiffusion télévisuelle et des offres groupées est justifiée par leur convergence croissante, tant au plan technique (il est désormais possible de transporter tous types de données, voix, images sur un même réseau) qu'au plan commercial (les principaux opérateurs proposent des offres combinant haut débit et télévision, le cas échéant avec d'autres services comme la téléphonie fixe et mobile).

3. En Belgique, les compétences en matière de communications électroniques (au sens large) sont partagées constitutionnellement entre l'Etat fédéral et les Communautés. La Communauté française, la Communauté flamande et la Communauté germanophone sont compétentes en matière de radiodiffusion et de télévision en tant que « matières culturelles », domaine de compétence attribué aux Communautés par la Constitution belge[2]. L'Etat fédéral est compétent pour les autres formes de communications électroniques.

4. Par conséquent, les activités de radiodiffusion télévisuelle relèvent du domaine de compétence de quatre régulateurs : l'Institut belge des services postaux et des télécommunications (IBPT), le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), le Vlaamse regulator voor de media (VRM) et le Medienrat. Ces quatre autorités réglementaires nationales belges sont compétentes en matière de régulation des réseaux de communications électroniques et services associés utilisés pour la transmission de signaux de radiodiffusion dans les limites de leur compétence territoriale respective. En la matière, le CSA est compétent sur le territoire de la région de langue française. La présente décision concerne donc l'analyse du marché de la radiodiffusion télévisuelle dans les limites de cette compétence territoriale du CSA.

5. Un accord de coopération entre l'Etat fédéral et les Communautés a été conclu le 17 novembre 2006 visant à organiser la coopération entre ces différentes institutions en matière de réseaux de

[1] Marché non listé dans la Recommandation de 2014.

[2] Les articles 127 et 130 de la Constitution belge attribuent aux Communautés la compétence de régler les matières culturelles. Parmi ces matières culturelles, l'article 4, 6°, de la loi spéciale de réformes institutionnelles du 8 août 1980 mentionne « les aspects de contenu et techniques des services de médias audiovisuels et sonores à l'exception de l'émission de communications du Gouvernement fédéral ».

communications électroniques[3]. En vertu de cet accord, les régulateurs fédéral et communautaires doivent se transmettre leurs projets de décision respectifs relatifs aux réseaux de communications électroniques. Dans certaines conditions déterminées par l'accord de coopération, des décisions peuvent être adoptées au niveau de la Conférence des régulateurs du secteur des Communications électroniques (CRC), qui réunit l'IBPT, le CSA, le VRM et le Medienrat.

6. Pendant la préparation de leurs analyses de marché respectives, le CSA et les autres régulateurs médias se sont informés à intervalles réguliers de l'avancement de ces analyses et ont échangé des informations à leur sujet.

7. La présente décision constitue une révision des analyses et conclusions produites dans le cadre des décisions suivantes visant les mêmes marchés :

   7.1. La décision de la Conférence des régulateurs des communications électroniques (CRC) du 1er juillet 2011 concernant l'analyse des marchés large bande. Cette décision imposait à Proximus un certain nombre d'obligations telles que la fourniture aux opérateurs alternatifs d'un accès dégroupé à la boucle locale en cuivre et d'un accès en gros à la large bande, y compris la fonctionnalité multicast utilisée pour offrir des services de télévision. Cette décision a fait l'objet d'un arrêt d'annulation le 3 décembre 2014[4]. Une décision de réfection a été adoptée le 18 décembre 2014. Cette dernière a elle-même fait l'objet d'un arrêt d'annulation le 29 juin 2016[5] en raison de l'absence de consultation de l'Autorité belge de la concurrence et de notification à la Commission européenne. La cour d'appel a jugé dans cet arrêt que " *Suite à l'annulation de la décision attaquée la décision de renouvellement du 2 Septembre 2009 s'applique de nouveau jusqu'à une décision portant sur de nouvelle analyse de marché.*".[6]

   7.2. Les quatre décisions de la Conférence des régulateurs des communications électroniques (CRC) du 1er juillet 2011 concernant l'analyse du marché de la radiodiffusion télévisuelle. Ces décisions visent respectivement les territoires de langue allemande, de langue française, de langue néerlandaise et bilingue de Bruxelles-Capitale. Elles imposent un certain nombre d'obligations aux opérateurs puissants sur le marché, à savoir Brutélé, Coditel (SFR), Tecteo (Nethys), et Telenet. Ces opérateurs doivent ouvrir leur réseau aux opérateurs alternatifs en offrant les services suivants :

---

[3] Accord de coopération du 17 novembre 2006 entre l'Etat fédéral, la Communauté flamande, la Communauté française et la Communauté germanophone relatif à la consultation mutuelle lors de l'élaboration d'une législation en matière de réseaux de communications électroniques, lors de l'échange d'informations et lors de l'exercice des compétences en matière de réseaux de communications électroniques par les autorités de régulation en charge des télécommunications ou de la radiodiffusion et la télévision, *M.B.* 28 décembre 2006 (Ed. 3), p. 75317.

[4] Cour d'appel de Bruxelles, 2011/AR/2411.

[5] Cour d'appel de Bruxelles, 2015/AR/196. Par conséquent, les références faites dans le présent document à la décision du 1er juillet 2011 ou à la décision de réfection du 18 décembre 2014 doivent être considérées comme de simples références documentaires et non comme des références à une base juridique. Ces références concernent par ailleurs exclusivement des éléments non remis en cause par les arrêts d'annulation précités.

[6] Cour d'appel de Bruxelles, 2015/AR/196, point 45 : *« Door de vernietiging van de bestreden beslissing geldt opnieuw het Vernieuwingsbesluit van 2 september 2009 tot een nieuwe beslissing houdende een nieuwe marktanalyse »*.

- une offre de revente de leur offre de télévision analogique;
- un accès à leur plateforme de télévision numérique;
- une offre de revente de l'internet large bande.

8. La présente décision est structurée comme suit :

8.1. La Partie I présente le cadre réglementaire applicable, la procédure suivie jusqu'à l'adoption de la décision, ainsi qu'un exposé de la méthodologie appliquée pour définir les marchés, les analyser et, le cas échéant, déterminer les mesures correctrices appropriées.

8.2. La Partie II présente la définition et l'analyse des marchés de détail pertinents.

8.3. La Partie III fait de même pour ce qui concerne le marché de gros de l'accès à la radiodiffusion télévisuelle sur les réseaux câblés.

8.4. La Partie IV contient les dispositions finales.

Partie I. ASPECTS JURIDIQUES ET MÉTHODOLOGIQUES

chapitre 2. BASES JURIDIQUES

2.1. CADRE RÉGLEMENTAIRE EUROPÉEN

9. Le Parlement européen et le Conseil de l'Union européenne ont adopté en 2002 cinq directives visant à instaurer un nouveau cadre réglementaire pour la fourniture de réseaux et de services de communications électroniques :

   9.1. La Directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques (ci-après abrégée « Directive Cadre »)[7] ;

   9.2. La Directive 2002/20/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à l'autorisation des réseaux et de services de communications électroniques (ci-après abrégée « Directive Autorisation »)[8] ;

   9.3. La Directive 2002/19/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à l'accès aux réseaux de communications électroniques et aux ressources associées, ainsi qu'à leur interconnexion (ci-après abrégée «Directive Accès »)[9] ;

   9.4. La Directive 2002/22/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 concernant le service universel et les droits des utilisateurs au regard des réseaux et services de communications électroniques (ci-après «Directive Service universel »)[10] ;

   9.5. La Directive 2002/58/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 juillet 2002 concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques (ci-après abrégée « Directive vie privée et communications électroniques »)[11].

10. Ce cadre réglementaire européen a été amendé en 2009 par la publication des directives suivantes :

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

[7] J.O. L 108 du 24/04/2002, p. 33.

[8] J.O. L 108 du 24/04/2002, p. 21.

[9] J.O. L 108 du 24/04/2002, p. 7.

[10] J.O. L 108 du 24/04/2002, p. 51.

[11] J.O. L 201 du 31/07/2002, p. 37.

et 2002/20/CE relative à l'autorisation de réseaux et de services de communications électroniques[12] ;

10.2. La Directive 2009/136/CE du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 modifiant la Directive 2002/22/CE concernant le service universel et les droits des utilisateurs au regard des réseaux et services de communications électroniques, la Directive 2002/58/CE concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques et le règlement (CE) n° 2006/2004 relatif à la coopération entre les autorités nationales chargées de veiller à l'application de la législation en matière de protection des consommateurs [13].

11. D'autres dispositions européennes doivent être prises en compte à côté du cadre réglementaire de base de 2002, notamment :

11.1. La Communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence[14] ;

11.2. La Directive 2002/77/CE de la Commission européenne du 16 septembre 2002 relative à la concurrence dans les marchés des réseaux et des services de communications électroniques[15];

11.3. Les Lignes directrices de la Commission européenne sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques (2002/C 165/03), (ci-après abrégées : « les Lignes directrices PSM 2002 »)[16] ainsie que les lignes directrices sur le même thème adoptées par la Commission européenne le 26 avril 2018 (ci-après abrégées « les Lignes directrices PSM 2018 »)[17] ;

11.4. La Recommandation de la Commission européenne du 15 octobre 2008 concernant les notifications, délais et consultations prévus par l'article 7 de la Directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques[18] ;

---

[12] J.O. L 337 du 18/12/2009, p. 37.

[13] J.O. L 337 du 18/12/2009, p. 11.

[14] J.O. C 372 du 09/12/1997, p. 5.

[15] J.O. L 249 du 17/09/2002, p. 21.

[16] J.O. C 165 du 11/07/2002, p. 6.

[17] « Lignes directrices sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire de l'Union pour les réseaux et les services de communhications électroniques », J.O. C 159 du 7/05/2018, p. 1.

[18] J.O. L 301 du 12/11/2008, p. 23.

11.5. La Recommandation de la Commission du 20 septembre 2010 sur l'accès réglementé aux réseaux d'accès de nouvelle génération (NGA) (ci-après « la Recommandation NGA »)[19] ;

11.6. La Recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérentes pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit[20] ;

11.7. La Directive 2014/61/UE du Parlement européen et du Conseil du 15 mai 2014 relative à des mesures visant à réduire le coût du déploiement de réseaux de communications électroniques à haut débit[21] ;

11.8. La Recommandation de la Commission européenne 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 et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques (ci-après abrégé « la Recommandation de 2014 »)[22]. Cette recommandation est accompagnée d'une Note explicative, uniquement disponible en anglais (ci-après : « Note explicative accompagnant la Recommandation de 2014 »).

2.2. CADRE RÉGLEMENTAIRE BELGE

12. La législation belge applicable à la présente analyse de marché et fixant les missions et compétences générales du CSA est le décret coordonné sur les services de médias audiovisuels de la Communauté française[23] (ci-après le « décret coordonné sur les services de médias audiovisuels »).

13. En Belgique, les compétences en matière de communications électroniques sont partagées entre l'Etat fédéral et les Communautés. La Communauté française, la Communauté flamande et la Communauté germanophone sont compétentes en matière de radiodiffusion et de télévision en tant que matières culturelles, domaine de compétence attribué aux Communautés par la Constitution belge[24]. L'Etat fédéral est compétent pour les autres formes de communications électroniques (ou télécommunications au sens strict).

14. Comme l'a rappelé la Cour d'arbitrage (depuis 2007 la Cour constitutionnelle), en matière de radiodiffusion et de télévision, « *la compétence des Communautés n'est pas liée à un mode déterminé*

[19] J.O. L 251 du 25/09/2010, p. 35.

[20] J.O. L 251 du 21/09/2013, p. 13.

[21] J.O. L 155 du 23/05/2014, p. 1.

[22] J.O L 295 du 11/10/2014, p. 79.

[23] Décret coordonné par l'arrêté du Gouvernement de la Communauté française du 26 mars 2009 portant coordination du décret sur les services de médias audiovisuels, *M.B.*, 24 juillet 2009, p. 50609.

[24] Les articles 127 et 130 de la Constitution belge attribuent aux Communautés la compétence de régler les matières culturelles. Parmi ces matières culturelles, l'article 4, 6°, de la loi spéciale de réformes institutionnelles du 8 août 1980 mentionne les aspects de contenu et techniques des services de médias audiovisuels et sonores à l'exception de l'émission de communications du Gouvernement fédéral.

de diffusion ou de transmission. Elle permet aux Communautés de régler les aspects techniques de la transmission qui sont un accessoire de la compétence de la radiodiffusion et de la télévision »[25].

15. La Communauté française, la Communauté flamande et la Communauté germanophone ont respectivement adapté leurs décrets pour mettre en œuvre ces compétences et transposer les dispositions pertinentes du cadre réglementaire européen pour ce qui est des réseaux et services de radiodiffusion.

16. En matière de réseaux et de services de communications électroniques, la répartition de compétences entre l'IBPT et les régulateurs des Communautés est ainsi la suivante :

    - Dans les limites de leurs compétences territoriales respectives, les régulateurs communautaires (le VRM pour la Communauté flamande en région de langue néerlandaise, le CSA pour la Communauté française en région de langue française et le Medienrat pour la Communauté germanophone en région de langue allemande) sont matériellement compétents en vertu des textes suivants :

        - Le décret de la Communauté flamande du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision ;

        - Le décret de la Communauté française sur les services de médias audiovisuels, coordonné le 26 mars 2009 ;

        - Le décret de la Communauté germanophone du 27 juin 2005 sur les services de médias audiovisuels et les représentations cinématographiques.

    - S'agissant de la région bilingue de Bruxelles-Capitale, les Communautés flamande et française n'ont de compétence territoriale qu'à l'égard des institutions qui y sont établies et qui, en raison de leurs activités, doivent être considérées comme appartenant exclusivement à l'une ou l'autre communauté[26]. *A contrario*, l'Etat fédéral est compétent en région bilingue de Bruxelles-Capitale à l'égard des institutions qui y sont établies et dont les activités ne peuvent être rattachées exclusivement à la Communauté française ou à la Communauté flamande. La législation sur base de laquelle l'Etat fédéral exerce ses compétences pour la télévision bicommunautaire est la loi du 5 mai 2017 relative aux services de médias audiovisuels en région bilingue de Bruxelles-Capitale.

17. Partant du constat d'une convergence toujours plus poussée entre les télécommunications, d'une part, et l'audiovisuel ou le multimédia, d'autre part, et « *en particulier de l'usage commun de certaines infrastructures de transmission* », la Cour constitutionnelle en a tiré la conséquence que « *les compétences de l'Etat fédéral et des Communautés en matière d'infrastructure des communications électroniques sont devenues à ce point imbriquées, par suite de l'évolution technologique, qu'elles ne*

[25] Voir Arrêt de la Cour d'arbitrage 132/2004 du 14 juillet 2004, § B.4.2.

[26] Constitution, art. 127, § 2.

peuvent plus être exercées qu'en coopération » et a imposé « *une réglementation prise de commun accord* »[27].

18. Dans son son arrêt du 8 novembre 2006, la cour considère que l'obligation de coopérer entre l'Etat fédéral et les Communautés n'est pas limitée à la régulation de l'infrastructure des communications électroniques mais porte également sur les « *services de transmission électronique communs à la radiodiffusion et à la télévision d'une part et aux télécommunications d'autre part* »[28].

19. Un accord de coopération entre l'Etat fédéral et les Communautés a été conclu le 17 novembre 2006[29]. En vertu de cet accord, les régulateurs fédéral et communautaires doivent se transmettre leurs projets de décision respectifs relatifs aux réseaux de communications électroniques (au sens large).

20. La présente analyse de marché portant sur le marché de la radiodiffusion télévisuelle concerne un domaine pour lequel l'IBPT, le CSA, le VRM et le Medienrat se partagent les compétences.

---

[27] Voir l'arrêt de la Cour d'arbitrage 132/2004 du 14 juillet 2004, § B.4.2.

[28] Voir l'arrêt 163/2006 du 8 novembre 2006, § B.4.

[29] Accord de coopération du 17 novembre 2006 entre l'Etat fédéral, la Communauté flamande, la Communauté française et la Communauté germanophone relatif à la consultation mutuelle lors de l'élaboration d'une législation en matière de réseaux de communications électroniques, lors de l'échange d'informations et lors de l'exercice des compétences en matière de réseaux de communications électroniques par les autorités de régulation en charge des télécommunications ou de la radiodiffusion et la télévision, *M.B.*, 28 décembre 2006 (Ed. 3), p. 75317.

chapitre 3. PROCÉDURE

3.1. CONSULTATION PUBLIQUE

21. La consultation publique est basée sur l'article 6 de la directive cadre telle que modifiée par la directive 2009/140/CE :

> *« Sauf dans les cas relevant de l'article 7, paragraphe 9, de l'article 20 ou de l'article 21, les États membres veillent à ce que les autorités réglementaires nationales, lorsqu'elles ont l'intention, en application de la présente directive ou des directives particulières, de prendre des mesures, ou entendent prévoir des restrictions conformément à l'article 9, paragraphes 3 et 4, ayant des incidences importantes sur le marché pertinent, donnent aux parties intéressées la possibilité de présenter leurs observations sur le projet de mesures dans un délai raisonnable.*
>
> *Les autorités réglementaires nationales publient les procédures de consultation nationales.*
>
> *Les États membres veillent à ce que soit mis en place un guichet d'information unique permettant l'accès à toutes les consultations en cours.*
>
> *Les résultats de la procédure de consultation sont rendus publics par l'autorité réglementaire nationale, sauf s'il s'agit d'informations confidentielles au sens du droit communautaire et national sur le secret des affaires ».*

22. Elle est organisée en vertu de l'article 94 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels :

> *« Art. 94, § 1er. Sauf dans les cas relevant de l'article 91, §5, le Collège d'autorisation et de contrôle organise, durant une période d'un mois minimum et de deux mois maximum, une consultation publique préalable en vue de donner aux parties intéressées l'occasion de présenter leurs observations sur tout projet de décision visé aux articles 90 et 91.*
>
> *Les modalités de l'organisation de cette consultation sont déterminées par le Collège d'autorisation et de contrôle dans son règlement d'ordre intérieur.*
>
> *Le Collège d'autorisation et de contrôle assure un accès permanent aux documents soumis à consultation publique sur le site internet du CSA. Il peut également rendre public les documents par tout autre moyen qu'il juge utile.*
>
> *Sauf s'il s'agit d'informations confidentielles, les contributions reçues dans le cadre de la consultation sont publiées sur le site internet du CSA et par tout autre moyen qu'il juge utile.*
>
> *§ 2. A la suite de la consultation publique précitée et sans préjudice des procédures de concertation entre les autorités réglementaires compétentes en Belgique, le Collège d'autorisation et de contrôle transmet le projet de décision à la Commission et à l'ORECE qui*

disposent d'un délai d'un mois pour communiquer au Collège d'autorisation et de contrôle leurs observations. Le projet de décision est également transmis et aux autorités réglementaires nationales des autres Etats membres dès lors que cette décision aurait une incidence sur les échanges entre Etats. Elles disposent d'un délai d'un mois pour communiquer au Collège d'autorisation et de contrôle leurs observations.

§ 3. Le Collège d'autorisation et de contrôle tient le plus grand compte des observations formulées par les autres autorités réglementaires nationales, l'ORECE ainsi que par la Commission et adopte ensuite le projet de décision final, et le communique à la Commission.

§ 4. Par dérogation au § 3, lorsque le projet de décision vise à définir un marché pertinent qui diffère de ceux recensés dans la recommandation sur les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques, ou à désigner ou non une entreprise comme disposant d'une puissance significative sur le marché, et si la Commission, dans le délai visé au § 2, notifie au Collège d'autorisation et de contrôle les raisons pour lesquelles, soit elle estime que ce projet ferait obstacle au marché unique, soit elle a des doutes sérieux sur sa compatibilité avec la législation communautaire, le Collège d'autorisation et de contrôle retarde de deux mois suivant la notification de la Commission l'adoption du projet en question.

Si dans le délai de deux mois précité, la Commission décide d'exiger le retrait du projet de décision du Collège d'autorisation et de contrôle, ce dernier modifie ou retire son projet dans les six mois suivant la date de la décision de la Commission. Lorsque le projet de mesure est modifié, le Collège d'autorisation et de contrôle lance une nouvelle consultation publique conformément au § 1er, puis notifie à nouveau le projet conformément au § 2.

§ 5. Par dérogation au § 3, lorsque le projet de décision vise à imposer, modifier ou supprimer une obligation conformément aux articles 95 à 95sexies et 96, et si la Commission, dans le délai d'un mois visé au § 2, notifie au Collège d'autorisation et de contrôle les raisons pour lesquelles, soit elle estime que le projet de mesure constitue une entrave au marché unique, soit elle a des doutes sérieux sur sa compatibilité avec la législation communautaire, le Collège d'autorisation et de contrôle retarde de trois mois suivant la notification de la Commission l'adoption du projet en question. Durant ce délai de trois mois, le Collège d'autorisation et de contrôle coopère étroitement avec la Commission et l'ORECE pour identifier la mesure la plus efficace et appropriée au regard des objectifs visés, en prenant en considération les avis du secteur et en veillant à la cohérence des pratiques réglementaires.

Dans le cas où, dans un délai de six semaines suivant la notification de la Commission, l'ORECE partage les doutes sérieux de la Commission, le Collège d'autorisation et de contrôle peut, dans le délai de trois mois visé au premier alinéa, soit modifier ou retirer son projet de décision en tenant le plus grand compte de la notification de la Commission ainsi que de l'avis et des conseils de l'ORECE, soit maintenir son projet de décision.

Dans le cas où, dans ce même délai de six semaines, l'ORECE ne partage pas les doutes sérieux de la Commission ou n'émet pas d'avis, ou encore si le Collège d'autorisation et de contrôle modifie ou maintient son projet de décision conformément à l'alinéa 2, le Collège d'autorisation et de contrôle ne peut se prononcer définitivement sur le projet de décision qu'après que la Commission ait, dans un délai d'un mois après la fin de la période de trois mois visée à l'alinéa premier, soit émis une recommandation demandant audit Collège de modifier ou de retirer le projet en question, soit décidé de lever ses réserves. Passé ce dernier délai, la Commission est réputée avoir levé ses réserves.

Dans le cas où le Collège d'autorisation et de contrôle modifie son projet de décision, il peut décider de recourir à une nouvelle consultation publique visée au § 1er.

Si le Collège d'autorisation et de contrôle n'applique pas l'alinéa précédent, il communique à la Commission et à l'ORECE la décision définitive dans un délai d'un mois à compter de la décision de la Commission visée à l'alinéa 3. S'il applique l'alinéa précédent, le délai de communication de la décision définitive est d'un mois à compter du terme de la nouvelle procédure de consultation.

Si le Collège d'autorisation et de contrôle décide de ne pas modifier ou retirer le projet de décision sur la base de la recommandation ou de la levée de réserves de la Commission visée à l'alinéa 3, il doit fournir une justification motivée. A tout moment de la procédure, le Collège d'autorisation et de contrôle peut décider de retirer le projet de décision. »

23. La consultation publique s'est tenue du 7 juillet 2017 au 29 septembre 2017.

24. Un résumé des contributions figure à l'annexe J.

3.2. AVIS DE L'AUTORITÉ BELGE DE LA CONCURRENCE

25. L'article 16, § 1er, de la directive « cadre », telle que modifiée par la directive 2009/140/CE, prévoit la collaboration avec les autorités nationales de concurrence dans les termes suivants :

« Dès que possible après l'adoption de la recommandation ou de sa mise à jour éventuelle, les autorités réglementaires nationales effectuent une analyse des marchés pertinents, en tenant le plus grand compte des lignes directrices. Les Etats membres veillent à ce que cette analyse soit effectuée, le cas échéant, en coopération avec les autorités nationales chargées de la concurrence. »

Conformément à cette disposition, l'article 92, alinéa 2, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels prévoit que « le Collège d'autorisation et de contrôle peut, s'il le juge nécessaire, consulter le Conseil de la concurrence ou ses services. »

26. Un projet de décision a été soumis à l'Autorité belge de la concurrence (ABC) le 26 février 2018.

27. L'ABC a rendu son avis le 29 mars 2018 (un erratum étant envoyé le 30 mars).

28. L'ABC, également saisie des projets de décision des autres régulateurs médias et de l'IBPT, a basé sa réponse sur le projet de décision de ce dernier. L'ABC partage globalement les conclusions de l'IBPT concernant l'analyse concurrentielle des marchés de détail (points 17 à 20 de l'avis).

29. L'ABC constate finalement que les conclusions du projet de décision sont conformes aux objectifs visés par le droit de la concurrence (point 88 de l'avis).

30. L'ABC formule plusieurs observations relatives à la définition des marchés de détail et de gros (plus spécialement en ce qui concerne la contrainte indirecte du câble sur les services de gros xDSL), sans que ces observations ne remettent en question les conclusions de l'IBPT.

31. A l'annexe K, il est examiné dans quelle mesure les observations de l'ABC peuvent avoir un impact sur le projet de décision.

3.3. COOPÉRATION ENTRE LES RÉGULATEURS

32. A l'instigation de la jurisprudence de la Cour constitutionnelle[30], l'Etat fédéral, la Communauté flamande, la Communauté française et la Communauté germanophone ont conclu l'accord de coopération du 17 novembre 2006 relatif à la consultation mutuelle lors de l'élaboration d'une législation en matière de réseaux de communications électroniques, lors de l'échange d'informations et lors de l'exercice des compétences en matière de réseaux de communications électroniques par les autorités de régulation en charge des télécommunications ou de la radiodiffusion et la télévision[31].

33. L'article 3 de cet accord de coopération prévoit que :

> *« Chaque projet de décision d'une autorité de régulation relatif aux réseaux de communications électroniques est transmis par cette autorité aux autres autorités de régulation énumérées à l'article 2, 2° du présent accord de coopération.*
>
> *Les autorités de régulation consultées font part de leurs remarques à l'autorité de régulation qui a transmis le projet de décision dans les 14 jours civils. Dans ce délai, chacune des autorités de régulation consultées peut demander que la Conférence des Régulateurs du secteur des Communications électroniques (ci-après dénommée la CRC) soit saisie du projet de décision. Cette demande d'envoi immédiat à la CRC est motivée.*
>
> *L'autorité de régulation concernée prend en considération les remarques que lui ont fournies les autres autorités de régulation et leur envoie le projet de décision modifié. Ces dernières disposent, après réception du projet de décision modifié, d'un délai de 7 jours civils pour demander que la CRC soit saisie du projet de décision modifié.*

[30] C. Arb., 14 juillet 2004, 132/2004.

[31] *M.B.*, 28.12.2006, p. 75371.

Les projets de décision et les remarques y afférentes sont toujours motivés du point de vue de la compétence légale de celui qui transmet le projet de décision ou la remarque.

Au-delà des délais prévus aux alinéas 2 et 3, le projet de décision est présumé, sauf preuve contraire, ne pas porter atteinte aux compétences des autres autorités de régulation. »

34. Un projet de décision a été soumis aux régulateurs média le 19 avril 2018.

3.4. CONSULTATION EUROPÉENNE

35. L'article 7, § 3, de la directive 2002/21/CE, telle que modifiée par la directive 2009/140/CE, prévoit la consultation de la Commission européenne et des autorités réglementaires nationales des autres Etats membres dans les termes suivants :

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

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

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

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

36. Cette disposition est transposée en droit interne par l'article 94, §§ 2 à 5, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels :

« Art. 94, § 2. A la suite de la consultation publique précitée et sans préjudice des procédures de concertation entre les autorités réglementaires compétentes en Belgique, le Collège d'autorisation et de contrôle transmet le projet de décision à la Commission et à l'ORECE qui disposent d'un délai d'un mois pour communiquer au Collège d'autorisation et de contrôle leurs observations. Le projet de décision est également transmis et aux autorités réglementaires nationales des autres Etats membres dès lors que cette décision aurait une incidence sur les échanges entre Etats. Elles disposent d'un délai d'un mois pour communiquer au Collège d'autorisation et de contrôle leurs observations.

§ 3. Le Collège d'autorisation et de contrôle tient le plus grand compte des observations formulées par les autres autorités réglementaires nationales, l'ORECE ainsi que par la Commission et adopte ensuite le projet de décision final, et le communique à la Commission.

§ 4. Par dérogation au § 3, lorsque le projet de décision vise à définir un marché pertinent qui diffère de ceux recensés dans la recommandation sur les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques, ou à désigner ou non une entreprise comme disposant d'une puissance significative sur le marché, et si la Commission, dans le délai visé au § 2, notifie au Collège d'autorisation et de contrôle les raisons pour lesquelles, soit elle estime que ce projet ferait obstacle au marché unique, soit elle a des doutes sérieux sur sa compatibilité avec la législation communautaire, le Collège d'autorisation et de contrôle retarde de deux mois suivant la notification de la Commission l'adoption du projet en question.

Si dans le délai de deux mois précité, la Commission décide d'exiger le retrait du projet de décision du Collège d'autorisation et de contrôle, ce dernier modifie ou retire son projet dans les six mois suivant la date de la décision de la Commission. Lorsque le projet de mesure est modifié, le Collège d'autorisation et de contrôle lance une nouvelle consultation publique conformément au § 1er, puis notifie à nouveau le projet conformément au § 2.

§ 5. Par dérogation au § 3, lorsque le projet de décision vise à imposer, modifier ou supprimer une obligation conformément aux articles 95 à 95sexies et 96, et si la Commission, dans le délai d'un mois visé au § 2, notifie au Collège d'autorisation et de contrôle les raisons pour lesquelles, soit elle estime que le projet de mesure constitue une entrave au marché unique, soit elle a des doutes sérieux sur sa compatibilité avec la législation communautaire, le Collège d'autorisation et de contrôle retarde de trois mois suivant la notification de la Commission l'adoption du projet en question. Durant ce délai de trois mois, le Collège d'autorisation et de contrôle coopère étroitement avec la Commission et l'ORECE pour identifier la mesure la plus efficace et appropriée au regard des objectifs visés, en prenant en considération les avis du secteur et en veillant à la cohérence des pratiques réglementaires.

Dans le cas où, dans un délai de six semaines suivant la notification de la Commission, l'ORECE partage les doutes sérieux de la Commission, le Collège d'autorisation et de contrôle peut, dans le délai de trois mois visé au premier alinéa, soit modifier ou retirer son projet de décision en tenant le plus grand compte de la notification de la Commission ainsi que de l'avis et des conseils de l'ORECE, soit maintenir son projet de décision.

Dans le cas où, dans ce même délai de six semaines, l'ORECE ne partage pas les doutes sérieux de la Commission ou n'émet pas d'avis, ou encore si le Collège d'autorisation et de contrôle modifie ou maintient son projet de décision conformément à l'alinéa 2, le Collège d'autorisation et de contrôle ne peut se prononcer définitivement sur le projet de décision qu'après que la Commission ait, dans un délai d'un mois après la fin de la période de trois mois visée à l'alinéa premier, soit émis une recommandation demandant audit Collège de modifier ou de retirer le projet en question, soit décidé de lever ses réserves. Passé ce dernier délai, la Commission est réputée avoir levé ses réserves.

Dans le cas où le Collège d'autorisation et de contrôle modifie son projet de décision, il peut décider de recourir à une nouvelle consultation publique visée au § 1er.

Si le Collège d'autorisation et de contrôle n'applique pas l'alinéa précédent, il communique à la Commission et à l'ORECE la décision définitive dans un délai d'un mois à compter de la décision de la Commission visée à l'alinéa 3. S'il applique l'alinéa précédent, le délai de communication de la décision définitive est d'un mois à compter du terme de la nouvelle procédure de consultation.

Si le Collège d'autorisation et de contrôle décide de ne pas modifier ou retirer le projet de décision sur la base de la recommandation ou de la levée de réserves de la Commission visée à l'alinéa 3, il doit fournir une justification motivée. A tout moment de la procédure, le Collège d'autorisation et de contrôle peut décider de retirer le projet de décision. »

37. En application de ces dispositions, la CRC a notifié son projet de décision à la Commission européenne le 27 avril 2018. Le projet de décision a été enregistré sous le code BE/2018/2073-2074-2075.

38. La décision de la Commission européenne est résumée à l'annexe L dans laquelle la CRC explique également comment il a été tenu compte des observations de la Commission.

chapitre 4. MÉTHODOLOGIE

4.1. DÉFINITION DES MARCHÉS

39. La première étape d'une analyse de marché consiste à définir les marchés pertinents, tant du point de vue des produits que du point de vue géographique[32]. Dans cet exercice, il est fait application des principes utilisés en droit de la concurrence. Ces principes sont décrits notamment dans la Communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence[33], dans les Lignes directrices 2002 et 2018 et enfin dans la Note explicative accompagnant la Recommandation de 2014. Ces principes sont résumés dans la suite de cette section.

40. Selon la jurisprudence de la Cour de Justice de l'Union Européenne (CJUE), le marché pertinent de produits ou de services comprend tous les produits ou les services qui sont **suffisamment interchangeables ou substituables** l'un à l'autre, en fonction non seulement de leurs caractéristiques objectives, en vertu desquelles ils sont particulièrement aptes à satisfaire les besoins constants des consommateurs, de leur prix ou leur usage prévu, mais également en fonction des conditions de concurrence et/ou de la structure de la demande et de l'offre sur le marché en question[34]. *A contrario*, la CJUE estime que les produits ou les services qui ne présentent entre eux qu'un degré faible ou relatif d'interchangeabilité ne font pas partie du même marché.[35]

41. La définition des marchés pertinents est basée sur l'analyse des critères de substituabilité du côté de la demande et du côté de l'offre[36].

    41.1. Le critère de la **substituabilité du côté de la demande** est utilisé pour déterminer dans quelle mesure les consommateurs sont disposés à substituer d'autres services ou produits au service ou produit en question. L'analyse de la substituabilité du côté de la demande repose sur des critères tels que les caractéristiques techniques des produits, l'usage qui en est fait par les utilisateurs ou la tarification (un écart de prix substantiel et durable entre différents produits pouvant constituer un indice de non-substituabilité). Ces critères ne sont ni obligatoires (il n'est pas nécessaire que tous les critères conduisent à la même conclusion), ni exhaustifs (selon les circonstances, d'autres critères peuvent être pertinents, comme l'environnement réglementaire, les normes utilisées, la perception de la marque d'un produit par les utilisateurs finals).

---

[32] Concernant la détermination des marchés pertinents par le CSA, cf. articles 90 et 91 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

[33] J.O. C 372 du 09/12/1997 pp. 5 – 13.

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

[35] Voir par exemple : Affaire C-333/94 P, Tetra Pak contre la CE, Recueil 1996, p. I-5951, point 13; affaire 66/86, AhmedSaeed , Recueil 1989, p. 803, points 39 et 40; affaire UnitedBrand s contre la CE, Recueil 1978, p. 207, points 22 à 29 et point 12.

41.2. La **substituabilité du côté de l'offre** indique si des fournisseurs autres que ceux qui offrent le produit ou le service en question réorienteraient, sans délai ou à court terme, leur production ou offriraient les produits ou les services en question sans encourir d'importants coûts supplémentaires. Elle permet de *« tenir compte de la probabilité que des entreprises qui ne sont pas encore actives sur le marché pertinent de produits décident d'y entrer dans un délai raisonnable »*. Une *« substituabilité du côté de l'offre purement hypothétique ne suffit pas aux fins de la définition du marché »*. L'analyse de la substituabilité du côté de l'offre doit évaluer si les coûts globaux d'adaptation de la production au produit en question sont relativement négligeables.

42. Pour déterminer la substituabilité du côté de la demande et de l'offre, on peut, lorsque cela est approprié, utiliser le **test du monopoleur hypothétique**. Le principe de ce test est de considérer le marché comme un service, ou un ensemble de services, sur lequel un monopoleur hypothétique, supposé exempt de toute régulation en matière de prix, cherche à maximiser ses profits de manière permanente en augmentant ses prix de vente[37]. Cette augmentation hypothétique des prix est communément qualifiée d'*« augmentation des prix relatifs »* ou SSNIP (small but significant and non-transitory increase in price). Il s'agit généralement d'une augmentation de l'ordre de 5% à 10% pendant une période d'un an. Si cette augmentation des prix est rentable pour le monopoleur hypothétique, le service ou l'ensemble de services considéré constitue un marché pertinent au sens du droit de la concurrence. Si l'augmentation des prix n'est pas rentable, le marché doit être élargi pour inclure les services qui exercent une pression concurrentielle sur les prix.

43. Le droit de la concurrence accorde une plus grande importance à la détermination de la substituabilité de la demande qu'à celle de la substituabilité de l'offre. Si la substituabilité du côté de la demande est établie, il n'est pas indispensable d'examiner la substituabilité du côté de l'offre (une analyse de la substituabilité du point de vue de l'offre ne pourrait que confirmer l'analyse de la substituabilité du côté de la demande). Dans certains cas, la substituabilité au niveau de la demande sera faible voire inexistante. Dans ces cas précis, l'existence d'une substituabilité au niveau de l'offre pourra infirmer les conclusions au niveau de la demande et donc permettre d'inclure deux produits dans un même marché. Ce raisonnement est illustré dans le tableau ci-dessous.

A et B substituables du point de vue de la demande ?	A et B substituables du point de vue de l'offre ?	A et B inclus dans un même marché ?
Oui	-	Oui
Non	Oui	Oui
Non	Non	Non

Tableau 1 : Arbre de décision concernant l'appartenance de deux produits à un même marché.

[37] Les prix de tous les autres produits restent constants. Le test s'applique en effet à tous les fournisseurs de ces produits. En effet, si le test ne s'appliquait qu'aux seuls produits vendus par une entreprise individuelle, l'augmentation des prix de 5 à 10% ne serait jamais profitable car l'entreprise en question aurait déjà augmenté ses prix de manière à maximiser ses profits.

44. Par ailleurs, aucune disposition légale ou principe méthodologique n'impose que les définitions de marché à différents niveaux de la chaîne de production soient identiques. La substituabilité des produits sur le marché de détail n'implique pas nécessairement la substituabilité des services intermédiaires sur les marchés en amont. En d'autres termes, le régulateur peut décider de définitions de marché différentes au niveau de détail et au niveau de gros – sans pour autant être en contradiction avec les principes du droit de la concurrence pour ce qui concerne la délimitation du marché pertinent – , si cela découle d'une analyse de substitution correcte[38].

45. Les critères de substituabilité du côté de l'offre et de la demande et le test du monopoleur hypothétique sont également utilisés pour définir la **dimension géographique** des marchés. Un marché géographique pertinent est *« le territoire sur lequel les entreprises concernées sont engagées dans la fourniture ou la demande des produits ou services pertinents, où elles sont exposées à des conditions de concurrence similaires ou suffisamment homogènes et qui se distingue des territoires voisins sur lesquels les conditions de concurrence sont sensiblement différentes »*[39]. *« La définition du marché géographique n'implique pas (…) que les conditions de concurrence entre négociants ou prestataires de services soient parfaitement homogènes. Il suffit qu'elles soient similaires ou suffisamment homogènes et, par voie de conséquence, seuls les territoires sur lesquels les conditions de concurrence sont « hétérogènes » ne peuvent être considérés comme constituant un marché uniforme »*[40]. Dans le domaine des communications électroniques, deux critères principaux sont traditionnellement utilisés : la zone couverte par les réseaux[41] et l'existence d'instruments légaux et réglementaires[42].

46. Dans sa Note explicative accompagnant la Recommandation de 2014[43], la Commission européenne précise :

> *"….The exact criteria to be taken into account when assessing the homogeneity of competitive conditions in different geographic areas may vary depending on the market(s) in question but are based on the same competition law principles to be applied for any geographic market delineation. This means that NRAs should look at the number and size of potential competitors, distribution of market shares, price differences or variation in prices across geographies, and other related competitive aspects, which may result from relevant competitive variations between geographic areas (nature of demand, differences in commercial offers, marketing strategies etc.) When looking into supply-side substitutability,*

[38] Bruxelles 3 décembre 2014, point 36.

[39] Communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence, § 8 (JO C 372 du 9/12/1997, pp. 5 - 13).

[40] Deutsche Bahn C/ Commission, § 92. Affaire T-229/94.

[41] Cependant, « *The fact that competitors have a supply area which is not national does not suffice to conclude that there are distinct geographic markets. Further evidence relating to demand-side and supply-side substitutability on the relevant market will have to be considered.",* Note explicative accompagnant la Recommandation de 2014, p. 14. [Traduction libre : « Le fait que les concurrents disposent d'une zone d'approvisionnement qui n'est pas nationale ne suffit pas à conclure qu'il existe des marchés géographiques distincts. D'autres éléments de preuve concernant la substituabilité du côté de la demande et du côté de l'offre sur le marché concerné devront être pris en considération. »]

[42] Lignes directrices PSM 2002, § 59 ; lignes directrices PSM 2018, § 51.

[43] Note explicative accompagnant la Recommandation de 2014, p. 13.

NRAs should also take into account any existing legal or regulatory requirements, which could prevent a timely entry into the relevant market". [traduction libre : « *... Les critères exacts à prendre en compte lors de l'évaluation de l'homogénéité des conditions de concurrence dans différentes zones géographiques peuvent varier en fonction du (des) marché (s) en question, mais sont basés sur les mêmes principes de droit de la concurrence à appliquer pour toute délimitation géographique du marché . Cela signifie que les ARN devraient se pencher sur le nombre et la taille des concurrents potentiels, la répartition des parts de marché, les différences de prix ou la variation des prix entre les régions géographiques et d'autres aspects concurrentiels connexes, qui peuvent résulter de variations concurrentielles pertinentes entre les zones géographiques (nature de la demande, différences entre les offres commerciales, les stratégies de marketing, etc.) Lorsque l'on examine la substituabilité du côté de l'offre, les ARN devraient également prendre en compte les exigences légales ou régulatoires existantes, ce qui pourrait empêcher une entrée en temps opportun sur le marché concerné. »*]

47. La Commission ajoute que la pression concurrentielle peut varier d'une région à l'autre en raison de la présence de plateformes alternatives, par exemple des technologies telles que le câble, le Wi-Fi, le haut débit mobile ou les réseaux de fibre optique [44].

48. Le régulateur peut également considérer que certaines différences constatées entre différentes parties du territoire doivent être prises en compte via l'imposition de remèdes différenciés d'un point de vue géographique :

« In situation where NRAs could not clearly identify substantially and objectively different conditions stable over time in order to define wholesale sub-national markets, the existence of geographically differentiated constraints on a SMP operator who operates nationally, such as different levels of infrastructure competition in different parts of the territory, are more appropriately taken into account at the remedies stage by imposing a geographically differentiated set of obligations. ».[45] *[Traduction libre : « Dans le cas où les ARN ne pourraient pas clairement identifier des conditions substantiellement et objectivement différentes, stables au fil du temps, afin de définir les marchés sous-nationaux de gros, l'existence de contraintes géographiquement différenciées sur un opérateur PSM qui opère à l'échelle nationale, comme des niveaux différents de concurrence sur les infrastructures dans différentes parties du territoire, sont mieux prises en considération au stade des remèdes en imposant un ensemble d'obligations différenciées géographiquement. »]*

49. Il convient également d'évaluer la présence éventuelle d'un phénomène de **substitution en chaîne**.[46] Ce phénomène peut conduire à inclure dans un même marché des produits ou des territoires qui ne sont pas directement substituables. Il y a substituabilité en chaîne lorsqu'il peut être démontré que, bien que les produits A et C ne soient pas directement substituables, le produit B peut se substituer au produit A et au produit C. Ces derniers peuvent donc être considérés comme appartenant au

[44] Ibidem.

[45] Note explicative de la Recommandation de 2014, p. 14.

[46] Bruxelles, 13 mai 2015, point 130 : « *Le marché géographique pertinent doit être délimité suivant ces zones de couverture, sauf s'il devait être admis que la substitution en chaîne produit une pression indirecte sur les prix entre zones géographiques* ».

même marché de produits, étant donné que la fixation de leur prix pourrait être influencée par leur substituabilité avec le produit B. Etant donné le risque inhérent à toute extension excessive du marché pertinent, la présence d'un phénomène de substituabilité en chaîne doit être attestée par des éléments suffisamment probants[47].

Figure 1 : Illustration d'un phénomène de substitution en chaîne.

50. Enfin, la définition des marchés pertinents peut varier au fil du temps, à mesure que les caractéristiques des produits et des services évoluent et que les possibilités de substitution du côté de la demande et de l'offre changent[48]. Dans la délimitation de ces marchés, les ARN tiennent compte de manière prospective de l'évolution tant technologique que commerciale ainsi que de l'ensemble des circonstances nationales.[49]

4.2. MARCHÉS POUVANT ÊTRE SOUMIS À UNE RÉGULATION *EX ANTE*

51. **Trois critères cumulatifs** doivent être satisfaits pour qu'un marché soit susceptible d'être soumis à une réglementation *ex ante*. Il suffit donc que l'un d'eux ne soit pas rempli pour que le test soit négatif et que le marché ne puisse pas être régulé *ex ante*.

    51.1. Le premier critère consiste à déterminer si un marché est caractérisé par des **barrières à l'entrée élevées et non provisoires**. Il peut s'agir de barrières structurelles ou de barrières légales ou réglementaires.

    51.2. Le deuxième critère consiste à déterminer si les caractéristiques d'un marché laissent présager une **évolution vers une situation de concurrence effective**. Ce critère est dynamique ; il s'agit de prendre en compte un certain nombre d'aspects structurels et comportementaux pour estimer si, sur la période considérée, le marché va devenir plus concurrentiel. Il y a lieu de tenir compte de l'évolution passée, de la situation présente et également de l'avenir pour

[47] Lignes directrices PSM 2002, § 62 ; lignes directrices PSM 2018, § 43.

[48] Recommandation de 2014, considérant 3.

[49] Recommandation de 2014, considérant 25.

autant que ce soit fait dans des limites temporelles précises et non comme une spéculation théorique.

51.3. Le troisième critère envisage **l'efficacité suffisante du droit de la concurrence** (en l'absence de réglementation *ex ante*), compte tenu des caractéristiques du secteur des communications électroniques.

52. Les trois critères sont présumés satisfaits pour les marchés listés dans la recommandation de la Commission européenne sur les marchés pertinents. Les ARN doivent donc analyser les marchés de produits et de services énumérés en annexe de la Recommandation de 2014[50]. Lorsqu'elles recensent des marchés autres que ceux qui sont énoncés par la Recommandation[51], les ARN doivent s'assurer que ces trois critères sont cumulativement remplis[52].

4.3. ANALYSE CONCURRENTIELLE

53. L'analyse concurrentielle[53] a pour objectif de mettre en évidence les caractéristiques des marchés, tant d'un point de vue quantitatif (en particulier la taille du marché et les parts de marchés) que d'un point de vue qualitatif (en particulier la présence éventuelle de barrières à l'entrée ou à l'expansion).

54. Le marché pertinent est examiné à la lumière des développements attendus sur le marché au cours de la période d'analyse. La Directive Cadre dispose que l'analyse du caractère effectif de la concurrence doit notamment porter sur les perspectives que ce marché offre en termes de concurrence afin de déterminer si une éventuelle absence de concurrence effective est susceptible de perdurer[54]. En outre, les Lignes directrices 2002 et 2018 précisent qu'aux fins de l'analyse de marché, les ARN procèdent à une évaluation structurelle prospective du marché pertinent, en se fondant sur les conditions du marché existantes. Les ARN devront donc essayer de déterminer si un marché sera potentiellement concurrentiel dans le futur et si une éventuelle absence de concurrence effective est susceptible de perdurer, en tenant compte de l'évolution escomptée ou prévisible du marché pendant une période d'une durée raisonnable.[55]

55. En particulier, dans le cas des marchés de gros pertinents, l'analyse concurrentielle a pour objectif d'évaluer s'il existe ou non des entreprises disposant d'une puissance significative sur ces marchés. Le concept de puissance sur le marché est équivalent au concept de dominance en droit de la concurrence. Une position dominante peut être simple ou conjointe.

56. Les critères pour apprécier la puissance sur le marché sont décrits notamment dans les Lignes directrices PSM 2002 et ensuite dans les lignes directrices PSM 2018, celles-ci ayant été adoptées

[50] Recommandation de 2014, article 1er.

[51] Recommandation de 2014, considérant 21.

[52] Recommandation de 2014, article 2.

[53] Concernant la détermination des marchés pertinents par le CSA, cf. articles 90 et 91 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

[54] Directive Cadre, considérant 27.

[55] Voir lignes directrices PSM 2002, point 20, et lignes directrices PSM 2018, points 13 et 16.

entre la consultation publique sur le projet de décision et l'adoption finale de la présente décision. Ces critères sont résumés dans la suite de cette section.

4.3.1. Position dominante simple

57. L'article 14, alinéa 2, de la Directive Cadre dispose :

> *« Une entreprise est considérée comme disposant d'une puissance significative sur le marché si, individuellement ou conjointement avec d'autres, elle se trouve dans une position équivalente à une position dominante, c'est-à-dire qu'elle est en mesure de se comporter, dans une mesure appréciable, de manière indépendante de ses concurrents, de ses clients et, en fin de compte, des consommateurs »*[56] .

58. Une position dominante sera déterminée en fonction d'un certain nombre de critères. Parmi ces critères, **les parts de marché** sont souvent utilisées comme un indicateur de puissance. Les Lignes directrices [57] rappellent plusieurs principes à ce sujet :

    58.1. Bien qu'une forte part de marché ne soit pas à elle seule suffisante pour établir l'existence d'une puissance sur le marché, il est improbable que des entreprises dont la part de marché n'excède pas 25% détiennent une position dominante individuelle sur le marché pertinent ; une position dominante individuelle n'est généralement à craindre que pour des entreprises dont la part de marché dépasse 40 %.

    58.2. D'après une jurisprudence constante, la présence de parts de marché très élevées (à savoir supérieures à 50 %) suffit, sauf circonstances exceptionnelles, à établir l'existence d'une position dominante. Une entreprise *« ayant une part de marché élevée peut être présumée constituer une entreprise puissante, c'est-à-dire bénéficier d'une position dominante si cette part est restée stable dans le temps »* : l'érosion progressive de la part de marché peut indiquer que le marché devient plus concurrentiel bien que ceci n'empêche pas de conclure à la position dominante de l'entreprise qui la détient.

59. En complément du calcul des parts de marché, un certain nombre d'autres critères permettent d'évaluer si une entreprises détient ou non une puissance significative sur le marché. Les Lignes directrices PSM 2018[58] contiennent une **liste de critères pertinents[59]**. Cette liste n'est ni exhaustive

---

[56] Cf. également Lignes directrices PSM 2002, § 70, et lignes directrices PSM 2018, § 52.

[57] Lignes directrices PSM 2002, § 75, et lignes directrices PSM 2018, §§ 55-57 et la note explicative qui l'accompagne.

[58] Lignes directrices PSM 2018, § 58.

[59] Les barrières à l'entrée, les entraves à l'expansion, la taille absolue et relative de l'entreprise, le contrôle d'une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer, les avantages ou la supériorité technologiques ou commerciaux, l'absence ou la faiblesse du contre-pouvoir des acheteurs, l'accès facile ou privilégié aux marchés des capitaux et aux ressources financières, la diversification des produits et/ou des services (par exemple, produits ou services groupés), les économies d'échelle, les économies de gamme, les effets de réseau directs et indirects, l'intégration verticale, l'existence d'un réseau de distribution et de vente très développé, la conclusion d'accords d'accès à long terme et durables, l'engagement dans des relations contractuelles avec d'autres acteurs du marché qui pourraient entraîner un verrouillage du marché et l'absence de concurrence potentielle.

ni limitative, c'est-à-dire qu'une position dominante pourrait *« être le résultat de la combinaison de certains des critères susmentionnés qui, pris séparément, ne sont pas nécessairement déterminants »*[60].

4.3.2. Position dominante conjointe

60. Deux entreprises (ou plus) peuvent être en situation de dominance conjointe même s'il n'existe entre elles aucun lien structurel ou autre. La dominance conjointe peut être constatée dans un marché dont la structure est considérée comme propice à produire des effets coordonnés. Ce point méthodologique est développé dans les lignes directrices PSM 2018.

61. Lorsque les ARN procèdent à une évaluation visant à déterminer si deux entreprises, ou plus occupent conjointement une position dominante sur un marché, elles se conforment aux dispositions du droit communautaire et tiennent le plus grand compte des Lignes directrices[61].

62. Les Lignes directrices PSM 2002[62] stipulent que, pour établir *ex ante* l'existence probable ou l'émergence d'un marché qui est ou pourrait être favorable à la création d'une position dominante conjointe sous la forme d'une coordination tacite, les ARN doivent déterminer par analyse :

    62.1. si, de par ces caractéristiques, le marché est de nature à entraîner une coordination tacite, et

    62.2. si cette forme de coordination est viable, c'est-à-dire i) si l'un ou l'autre membre de l'oligopole a la capacité et la motivation de s'écarter du comportement coordonné, compte tenu de la capacité et de la motivation des autres membres à prendre des mesures de rétorsion contre un comportement déviant, et ii) si des acheteurs/concurrents marginaux/nouveaux arrivants potentiels ont la capacité et la motivation de remettre en question des comportements coordonnés anticoncurrentiels.)

63. L'annexe II de la Directive cadre dresse par ailleurs une liste indicative et non limitative de critères non cumulatifs pour apprécier la position dominante conjointe : faible élasticité de la demande, parts de marché similaires, importantes barrières juridiques ou économiques à l'entrée, absence de contre-pouvoir des acheteurs, absence de concurrence potentielle. Les Lignes directrices contiennent quant à elles une liste de critères élargie[63].

4.4. IMPOSITION DE MESURES CORRECTRICES

64. Lorsqu'une ARN détermine qu'un marché pertinent n'est pas effectivement concurrentiel et qu'elle a identifié les entreprises puissantes sur ce marché, elle doit imposer à ces entreprises des obligations réglementaires basées sur la nature des problèmes constatés, appliquées de façon proportionnelle et justifiées (au moins une obligation doit être imposée)[64]. Les mesures adoptées doivent être

[60] Lignes directrices PSM 2002, § 79, et lignes directrices 2018, § 58.

[61] Article 14 (2) de la Directive cadre.

[62] Lignes directrices PSM 2002, §§ 86 à 106. Cf. également lignes directrices PSM 2018, §§ 65-92.

[63] Lignes directrices, § 97.

[64] Articles 91, § 3, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels et 16, § 4, de la Directive Cadre.

proportionnelles aux objectifs du cadre réglementaire et respecter les principes d'objectivité, de transparence, de non-discrimination et de neutralité technologique[65]. *A contrario*, si l'ARN conclut qu'un marché pertinent est effectivement concurrentiel, elle n'impose ni ne maintient aucune de ces obligations.[66]

65. Le cadre réglementaire[67] prévoit que peuvent être imposées les obligations suivantes :

    65.1. Des obligations **d'accès[68]**, c'est-à-dire l'obligation de satisfaire aux demandes raisonnables d'accès à des éléments de réseau et des ressources associées ;

    65.2. Des obligations de **non-discrimination**[69] ;

    65.3. Des obligations de **transparence**[70] (y compris la publication d'une offre de référence, comprenant une description des services offerts accompagnée modalités et conditions correspondantes, y compris des tarifs) ;

    65.4. Des obligations de **séparation comptable**[71], en particulier l'obligation de tenir un compte de résultat séparé pour certaines activités ;

    65.5. Des obligations de **contrôle des prix de gros et de comptabilisation des coûts**[72]. Cela peut notamment consister en une obligation d'orienter les prix de gros sur les coûts pertinents.

66. Dans certaines circonstances strictement définies, d'autres obligations peuvent être imposées :

    66.1. Des obligations relatives au **contrôle des prix de détail**[73] (par exemple l'interdiction de pratiquer des prix anormalement haut ou encore des prix d'éviction). Ces obligations peuvent être imposée si le régulateur constate que les obligations listées ci-dessus ne permettraient pas de réaliser les objectifs du cadre réglementaire.

    66.2. Une obligation de **séparation fonctionnelle**[74], c'est-à-dire de confier certaines activités à une entité fonctionnellement indépendante. Une telle obligation peut être imposée lorsque les autres obligations imposées n'ont pas permis d'assurer une concurrence effective et que

---

[65] Article 5, § 2, de la Directive accès.

[66] Articles 91, § 2, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels et 16, § 3, de la Directive Cadre.

[67] Articles 95 à 95*quinquies* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

[68] Article 95*quater* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

[69] Article 95*bis* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

[70] Article 95 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

[71] Article 95*ter* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

[72] Article 95*quinquies* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

[73] Article 96 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

[74] Article 95*sexies* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

d'importants problèmes de concurrence et/ou défaillances du marché persistent en ce qui concerne la fourniture en gros de certains produits d'accès.

67. Les obligations imposées doivent poursuivre la réalisation des principaux objectifs du cadre réglementaire à savoir la promotion de la concurrence, le développement du marché intérieur européen et le soutien des intérêts des citoyens de l'Union européenne[75].

68. Dans le choix des obligations appropriées, le CSA doit[76] :

- promouvoir la prévisibilité réglementaire en assurant une approche réglementaire cohérente sur des périodes de révision appropriées ;

- veiller à ce que, dans des circonstances similaires, il n'y ait pas de discrimination dans le traitement des entreprises fournissant des réseaux et services de communications électroniques ;

- préserver la concurrence au profit des consommateurs et promouvoir, s'il y a lieu, une concurrence fondée sur les infrastructures ;

- promouvoir des investissements efficaces et des innovations dans des infrastructures nouvelles et améliorées, notamment en veillant à ce que toute obligation d'accès tienne dûment compte du risque encouru par les entreprises qui investissent et en permettant diverses modalités de coopération entre les investisseurs et ceux qui recherchent un accès, afin de diversifier le risque d'investissement, tout en veillant à ce que la concurrence sur le marché et le principe de non-discrimination soient respectés ;

- tenir dûment compte de la diversité des situations en matière de concurrence et de consommateurs dans les différentes zones géographiques ;

- n'imposer des obligations de réglementation *ex ante* que lorsqu'il n'y a pas de concurrence efficace et durable, et suspendre ou supprimer celles-ci dès que cette condition est satisfaite.

4.5. PRISE EN COMPTE DES RELATIONS AMONT-AVAL ENTRE LES MARCHÉS

69. La Note explicative accompagnant la Recommandation de 2014[77] identifie au moins deux types de marchés pertinents dans le secteur des communications électroniques : les marchés des services ou

[75] Article 8 de la Directive cadre.

[76] Voy. références ci-avant aux articles 8 de la directive cadre, 5 de la directive accès et 91 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

[77] Recommandation 2014/710/UE 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 et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques, JOCE L 295 du 11 octobre 2014, p. 79.

facilités fournis aux utilisateurs finals (marchés de détail) et les marchés de l'accès aux infrastructures nécessaires pour fournir ces services (marchés de gros).

70. Dans cette section, le CSA synthétise un certain nombre d'aspects méthodologiques qui ont trait à la prise en compte des relations amont/aval entre marchés de gros et de détail : la séquence d'analyse des marchés appartenant à une même chaîne de valeur, la portée de l'examen du marché de détail, les approches « *greenfield* » et « *modified greenfield* » et la prise en compte de l'autofourniture des entreprises intégrées verticalement. Le CSA présente ensuite l'approche qu'il va suivre dans la présente décision.

4.5.1. Séquence d'analyse des marchés

71. En vertu de l'article 1er de la Recommandation de 2014, il est recommandé aux autorités réglementaires nationales d'analyser les marchés de produits et de services qui sont énumérés par la Commission européenne dans sa recommandation sur les marchés pertinents. Les marchés listés dans cette recommandation sont susceptibles de faire l'objet d'une régulation *ex ante*. Il appartient au CSA de procéder à l'analyse de ces marchés. La question se pose alors de l'ordre dans lequel l'ARN est supposée procéder à cette analyse.

72. Le Considérant (7) de la Recommandation de 2014 stipule ce qui suit :

> *« Pour la Commission et les autorités réglementaires nationales, le point de départ du recensement des marchés de gros susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante est l'analyse des marchés de détail correspondants. Cette analyse tient compte de la substituabilité du côté de la demande et, si besoin est, du côté de l'offre dans une perspective d'avenir et un délai déterminé. ».*

73. La Note explicative accompagnant la Recommandation de 2014 précise à ce sujet que :

> *« When a retail market has been identified as not being effectively competitive absent regulation, the market to be analysed first is the one that is most upstream of the retail market in question in the vertical supply chain. Taking into account the ex ante regulation imposed on that market (if any), an assessment should be made as to whether SMP is likely on a forwardlooking basis on the related downstream market(s). Thus, the analysis that the NRA conducts should gradually concern markets that are downstream from a regulated upstream input, until it reaches the stage of the retail market(s). A retail market should only be subject*

to direct regulation if it is not effectively competitive despite the presence of appropriate wholesale regulation on each of the related upstream market(s). »][78]

4.5.2. Portée de l'examen du marché de détail en aval

74. La Recommandation de 2014 n'identifie pas de marchés de détail du haut débit ou de la radiodiffusion comme étant susceptibles de faire l'objet d'une régulation *ex ante*. Ces marchés ne font donc pas partie de la liste des marchés pour lesquels il appartient aux ARN, en vertu de l'article 1er de la Recommandation de 2014, de procéder à un exercice d'analyse complet. Cependant,

> *« L'objectif ultime de toute intervention en matière de réglementation ex ante est de procurer des avantages à l'utilisateur final en rendant les marchés de détail effectivement concurrentiels de manière durable. ».*[79]

75. S'il est effectivement utile et important pour la suite du processus d'analyse des marchés de gros concernés, de définir le périmètre du marché de détail, le régulateur n'est en soi nullement tenu d'en effectuer une analyse complète (par exemple une analyse qui viserait à déterminer la présence éventuelle d'entreprises puissantes sur ce marché de détail). Il appartient donc à l'ARN de déterminer la mesure dans laquelle il y a lieu d'examiner le marché de détail aval tenant compte des liens entre ce marché aval et les marchés de gros amont objets de la présente analyse. Les pratiques des ARN en ce qui concerne la prise en compte du marché de détail ne sont d'ailleurs pas uniformes.

76. En l'espèce, le CSA considère qu'il est utile d'examiner le ou les marché(s) de détail sous-jacents de la radiodiffusion dans la mesure où un tel examen permet de mieux appréhender les relations et interactions entre le(s) marché(s) de détail et le ou les marché(s) de gros et les conséquences qui peuvent découler de cette interaction. La meilleure connaissance des conditions de concurrence sur le marché de détail permet d'analyser plus finement les marchés de gros en amont aussi bien en termes d'acteurs présents sur le marché et de leur puissance, qu'au niveau d'un choix éclairé de mesures correctrices éventuellement nécessaires.

77. L'examen du marché de détail des services de radiodiffusion télévisuelle ne vise pas en tant que tel à définir un marché de détail pertinent dans la perspective d'une éventuelle régulation de ce marché. Cet examen est donc effectué dans la stricte mesure où il est utile à l'analyse de ces marchés de gros.

78. Pour la même raison, le CSA considère que, tout en examinant un certain nombre de données de marché permettant d'appréhender le marché de détail pertinent dans sa dimension géographique, il n'est nullement requis pour le régulateur de délimiter précisément le périmètre géographique du

---

[78] Note explicative de la Recommandation 2014, p. 15. Traduction libre : « Lorsqu'il est constaté qu'un marché du détail n'est pas effectivement concurrentiel en l'absence de régulation, le marché à analyser en premier lieu est celui se trouvant le plus en amont du marché du détail en question dans la chaîne d'approvisionnement verticale. Compte tenu de la régulation ex ante imposée sur ce marché (s'il y en a une), une évaluation devrait être réalisée afin de savoir si une position PSM est probable sur une base prospective sur le ou les marchés en aval pertinents. Par conséquent, l'autorité réglementaire nationale devrait effectuer une analyse graduelle des marchés qui sont situés en aval d'un intrant réglementé en amont jusqu'à atteindre le ou les marchés de détail. Un marché du détail devrait uniquement faire l'objet d'une régulation directe s'il n'est pas effectivement concurrentiel malgré la présence d'une régulation de gros appropriée dans chacun des marchés en amont pertinents. »

[79] Recommandation de 2014, considérant 2.

marché de détail dès le moment où l'examen de ce marché n'est nullement effectué en vue d'une régulation *ex ante* mais uniquement dans la mesure où ceci est utile pour éclairer l'analyse des marchés de gros amont et pour la poursuite des objectifs du cadre réglementaire. C'est également la position d'autres régulateurs européens[80] et de la Commission européenne[81].

4.5.3. Approche « greenfield » ou « modified greenfield »

79. On entend par approche *« greenfield »* stricte, une approche d'analyse consistant à analyser un marché déterminé en faisant abstraction de toute régulation qui serait imposée sur ce marché.[82]

80. On entend par approche *« modified greenfield »*, une approche consistant à analyser un marché déterminé en tenant compte de la régulation *ex ante* imposée sur les marchés situés en amont du marché examiné ainsi que d'autres formes de réglementations étrangères à la régulation *ex ante*.[83]

81. L'approche *« modified greenfield »* est préconisée par la Commission européenne. Elle précise notamment qu'un marché aval ne pourrait faire l'objet d'une régulation que si les conditions de concurrence sur ce marché aval font apparaître une absence de concurrence effective alors que le marché amont est régulé[84]. Ainsi, l'approche *« modified greenfield »* doit être appliquée tenant compte de la séquence d'analyse des marchés :

> « *After imposing regulatory remedies at the most upstream wholesale level, a « modified Greenfield approach » should be carried out at retail level in order to determine wether ex ante regulation of a more downstream market – in this case Wholesale Central Access – is necessary as well in order to remedy any remaining competition problem".*[85] [*Traduction libre : « Après l'imposition de mesures correctrices réglementaires au niveau de gros le plus en amont, une approche Greenfield modifiée devrait être suivie au niveau du détail afin de déterminer si une réglementation ex ante d'un marché plus en aval – en l'occurrence la*

[80] Voir Comreg, Market Review: Wholesale (Physical) Network Infrastructure Access (Market 4), § 3.107. Voir aussi la position d'ACM telle que reflétée dans les décisions de la Commission dans les dossiers NL/2015/1727 et NL/2015/1794 : Wholesale local access provided at a fixed location in the Netherlands.

[81] Voir dossier NL/2015/1794: Wholesale local access provided at a fixed location in the Netherlands, p. 14: "*While the Commission does not consider it necessary to find that KPN has SMP at the retail level to conclude on its SMP at the wholesale level, nevertheless the dynamics of competition at the retail level must inform the analysis of market power of the directly related upstream markets*" (traduction libre : *« Alors que la Commission ne considère pas nécessaire que KPN soit identifiée comme PSM sur le marché de détail, la dynamique de la concurrence au niveau du marché de détail doit néanmoins éclairer l'analyse du pouvoir de marché sur les marchés amont directement liés »).*

[82] L'approche greenfield « *est un concept méthodologique qui vise à éviter la circularité du raisonnement économique lors de l'analyse de marchés candidats à la régulation ex ante et a notamment pour but d'éviter qu'un marché soit dérégulé lorsque la concurrence sur ce marché résulte de la régulation existante* », Bruxelles, 7 mai 2009, point 111.

[83] L'approche greenfield *« doit prendre en compte, dans le cadre d'une approche greenfield modifiée, l'impact de la régulation existante sur les marchés autres que le marché considéré, en vue d'apprécier la concurrence sur ce marché ; Entre dans une logique séquentielle d'analyse de marchés liés verticalement entre eux, par laquelle on évite de réguler directement un marché aval lorsque la régulation imposée sur un marché amont contribue indirectement à une concurrence effective sur le marché aval. »*, Bruxelles, 7 mai 2009, point 111.

[84] Note explicative accompagnant la Recommandation de 2014, pp. 15 et 37.

[85] Note explicative accompagnant la Recommandation de 2014, p. 37.

fourniture en gros d'accès central – est également nécessaire afin de remédier à tout problème de concurrence subsistant. »]

82. Dans le cadre de la mise en œuvre d'une approche *« modified greenfield »*, il y a lieu de tenir également compte du fait que *« le faible impact de la régulation du marché en amont sur le marché en aval ne justifie pas son retrait lorsqu'un impact réel peut être raisonnablement attendu pendant l'horizon temporel de la décision. »*.[86]

83. En ce qui concerne plus précisément l'application de la méthodologie *« greenfield »* et le choix du produit/tarif de départ (régulé ou non régulé) lors de l'étape de définition du marché, les Lignes directrices PSM 2018[87] précisent que

> *« En droit de la concurrence, le test du monopoleur hypothétique s'applique aux produits ou services dont les prix sont fixés librement et non réglementés. Dans le domaine de la réglementation ex ante, à savoir lorsqu'un produit ou un service est déjà offert à un prix réglementé calculé en fonction du coût, celui-ci est présumé fixé à des niveaux concurrentiels (32) et doit être pris comme point de départ pour le test du monopoleur hypothétique. »*

84. La cour d'appel de Bruxelles a jugé que le régulateur n'était pas légalement tenu de suivre une approche *« greenfield »* au niveau de la définition du marché. Cependant la cour a précisé qu'il convient d'examiner si la prise en compte, comme point de départ de la définition de marché, d'éléments régulés existants sur les marchés concernés ne fausse pas l'analyse de marché, sans correctifs possibles.[88] Cet examen est effectué via des tests de substituabilité prenant en compte l'existence de multiples produits. Ainsi, la cour a validé en 2009 les définitions de marché établies par le CSA pour les marchés de gros du haut débit en considérant que prendre comme point de départ un produit façonné par la régulation *ex ante* n'excluait pas en soi de rendre compte correctement des pressions concurrentielles effectives lors de la détermination du périmètre du marché comme lors de l'analyse concurrentielle ultérieure.[89]

85. De façon similaire, la cour d'appel a jugé en 2014 que les produits régulés peuvent être pris comme point de départ dans le cadre d'une analyse de substitution, à condition que (i) ces produits régulés répondent à une demande réelle et que (ii) l'on puisse, vis-à-vis des tarifs imposés, raisonnablement supposer que ceux-ci ne divergent pas substantiellement d'un prix de marché concurrentiel.[90]

---

[86] Bruxelles, 7 mai 2009, points 154-155.

[87] Lignes directrices PSM 2018, § 31.

[88] Bruxelles, 7 mai 2009, point 113.

[89] Elle a ainsi jugé que « *Conformément au test retenu par la Cour (n°114), force est de constater que, nonobstant l'exclusion du câble de la définition du marché et la prise en compte initiale des caractéristiques du produit régulé (référence à la paire de cuivre) lors de la détermination du périmètre du marché de produit, l'IBPT a procédé à une analyse complète de substituabilité (y inclus les réseaux câblés), dans la perspective d'un éventuel élargissement du périmètre du marché.* » Bruxelles, 7.05.2009, points 121, 187 204.

[90] Cour d'appel de Bruxelles, arrêt du 3.12.2014, point 137.

86. Enfin, il convient de tenir compte du fait qu' un marché en aval peut être relié à plusieurs marchés de gros et qu'inversement un marché de gros peut être en amont de plusieurs marchés en aval. La Note explicative accompagnant la Recommandation de 2014 déclare à cet égard que :

> «…*In this respect it is worth noting that some downstream markets require more than one wholesale input (e.g. retail call markets require termination, origination and transit as inputs), and some wholesale inputs affect several downstream markets (e.g. broadband access can give operators access to several retail markets other than internet services, such as, for example, voice, broadcasting and SMS). Therefore, the regulation of wholesale inputs may continue to be necessary even when one of the related retail markets appears to be effectively competitive, and, conversely, regulation of a particular wholesale input may not be sufficient to address a market failure at the retail level.* ».

4.5.4. Autofourniture

87. L'autofourniture ou encore production interne, c'est-à-dire la fabrication par une entreprise d'un bien intermédiaire aux fins de sa propre production, peut revêtir une grande importance dans une analyse de la concurrence en tant que contrainte concurrentielle ou en tant que facteur qui renforce la position d'une entreprise sur le marché[91].

88. De façon générale, la Commission européenne souligne l'importance de la question de la prise en compte de l'autofourniture, qu'elle intervienne au niveau de la définition du marché ou de son analyse[92]. Il appartient dès lors au régulateur d'examiner in concreto la question de la prise en compte (ou non) de l'autofourniture au niveau de la définition du marché et il dispose en la matière d'un réel pouvoir d'appréciation[93].

89. Enfin, la cour a jugé plus généralement en ce qui concerne la prise en compte des pressions concurrentielles que *« Toute pression concurrentielle ne doit pas nécessairement être prise en compte dans la définition d'un marché. Seule une pression suffisante et immédiate est pertinente pour l'analyse de substituabilité. Or la pression concurrentielle de l'autofourniture peut s'exercer de deux manières : directe sur le marché de gros ou indirecte sur le marché de détail. (…) »*[94].

90. Cave, Stumpf et Valletti[95] envisagent la prise en compte de l'autofourniture dans trois hypothèses :

    90.1. L'absence de tout marché de gros vu l'absence de régulation *ex ante*.

---

[91] Point 94 de la Communication de la Commission : lignes directrices sur les restrictions verticales [COM (2010/C 130/1). Journal officiel C130/1 du 19.5.2010].

[92] Note accompagnant la Recommandation de 2014, p. 18.

[93] Bruxelles, 7.05. 2009, points 207-208 et 210.

[94] Bruxelles, 7.05. 2009, points 202.

[95] Cave, Stumpf et Valletti (2006), "A review of certain markets included in the Commission's Recommandation on relevant Markets subject to ex ante regulation. Pages 14 et suivantes.

90.2. L'opérateur historique est le seul fournisseur sur le marché de gros, mais une substitution est possible du côté de l'offre. En effet, si les opérateurs alternatifs s'autofournissent des inputs, ils pourraient être en mesure de les fournir aussi à des tiers[96].

90.3. L'opérateur historique est le seul fournisseur sur le marché de gros et une substitution n'est pas possible du côté de l'offre. Dans ce cas, une contrainte indirecte pourrait cependant être exercée sur l'opérateur historique par le biais du marché de détail.

91. La Commission européenne envisage les hypothèses suivantes :

> *« In many cases the incumbent is the only firm that is in a position to provide a potential wholesale service. It is likely that there is no merchant market as this is often not in the interest of the incumbent operator. Where there is no merchant market and where there is consumer harm, it is justifiable to construct a notional market when potential demand exists. Here the implicit self-supply of this input by the incumbent to itself should be taken into account.*
>
> *In cases where there is likely demand substitution, i.e. where wholesale customers are interested in procuring from alternative operators, it may be justified to take the self-supply concerned into consideration for the sake of market delineation. Even where there is an alternative potential supplier, it may share the same strategic interests as the incumbent regarding supply to third parties, to discourage market entry. Alternative operators' self-supply should, in particular, be assessed when alternative operators' networks are included in the relevant market due to the strong direct pricing constraints they exert on the incumbent operator. However, this is not justified if alternative operators face capacity constraints, or their networks lack the ubiquity expected by access seekers, and/or if alternative providers have difficulty in entering the merchant market readily. »*[97]

4.5.5. Approche suivie dans la présente décision

92. Compte tenu des éléments développés dans les sections précédentes, le CSA suivra la logique suivante dans la présente décision :

92.1. Dans un premier temps, le marché de détail sera défini tel qu'il existe effectivement au moment de l'analyse : à savoir un marché de détail non régulé mais incluant les offres reposant sur des produits de gros régulés en amont à la suite de décisions antérieures. Le cas échéant, le CSA mettra en évidence les caractéristiques de chaque marché de détail qui méritent d'être prises en compte lors de l'examen des marchés de gros situés en amont de ce marché parce qu'elles sont susceptibles d'affecter la réalisation des objectifs généraux du cadre réglementaire.

---

[96] Selon Cave, Stumpf et Valletti (2006), cette possibilité dépend de facteur tels que les contraintes de capacité, la nécessité de disposer d'un système de facturation et de gestion pour les clients wholesale, la nécessité de disposer d'une couverture géographique suffisante ou l'existence de coûts de migration (switching costs).

[97] Note explicative accompagnant la Recommandation de 2014, page 18.

92.2. Les marchés de gros seront examinés séquentiellement, en commençant par le marché de gros situé le plus en amont de la chaîne de valeur.

93. Chaque marché de gros sera examiné en faisant abstraction de la régulation sectorielle *ex ante* dont il fait lui-même l'objet, mais en tenant compte :

- de la régulation sectorielle ex ante existant sur des marchés situés en amont du marché examiné ;
- d'autres formes de réglementation éventuelles, étrangères à la régulation sectorielle *ex ante*.

94. Lorsqu'il existe déjà un marché de gros (fût-il le résultat d'une régulation antérieure), l'analyse du CSA partira des produits vendus sur ce marché. Des tests de substituabilité devront déterminer s'il est justifié ou non d'étendre sa définition à d'autres produits (par exemple, le cas échéant, avec l'autofourniture d'opérateurs intégrés verticalement).

95. En l'absence de contrainte directe entre deux produits mais en présence d'une substitution possible via le marché de détail, le CSA examinera s'il existe une contrainte indirecte suffisante pour justifier d'élargir la définition du marché considéré.

96. En tout état de cause, l'autofourniture sera prise en considération au stade de l'analyse du caractère concurrentiel des marchés et de la détermination de l'existence d'éventuels opérateurs puissants.

Partie II. MARCHÉ DE DÉTAIL

chapitre 5. MARCHÉ DE DÉTAIL DE LA RADIODIFFUSION

97. Sur le marché de la radiodiffusion télévisuelle, différents acteurs assurent un large éventail de services afin de proposer la radiodiffusion télévisuelle à l'utilisateur final, de la création de contenu audiovisuel à la transmission de signaux de radiodiffusion à l'utilisateur final[98].

98. Les utilisateurs finals de la radiodiffusion télévisuelle reçoivent dans la pratique trois services : l'accès à la plateforme de télévision[99], la fourniture de signaux de radiodiffusion et le contenu télévisuel en tant que tel.

99. La présente analyse du marché de détail de la radiodiffusion télévisuelle[100] traite de la fourniture de signaux de radiodiffusion télévisuelle et de l'accès au réseau de radiodiffusion télévisuelle. Les opérateurs, tels que par exemple Proximus et les câblo-opérateurs, fournissent ainsi à l'utilisateur final du contenu audiovisuel, des signaux de radiodiffusion et l'accès au réseau de radiodiffusion via leurs plateformes de radiodiffusion télévisuelle respectives[101]. Bien que le contenu télévisuel ne fasse donc pas partie de cette analyse de marché, celui-ci peut toutefois avoir une influence sur le marché en question. Lorsque cela s'avérera nécessaire, les effets de celui-ci seront pris en compte.

100. Précédemment, la CRC a adopté, le 1er juillet 2011, la décision concernant le marché de la radiodiffusion télévisuelle. Celle-ci a défini le marché de détail de la radiodiffusion télévisuelle, examiné la situation concurrentielle et désigné les parties disposant d'une puissance significative sur le marché. Le CSA considère qu'il est nécessaire d'à nouveau analyser les conditions du marché de la radiodiffusion télévisuelle, d'examiner leur impact pour l'utilisateur final et de déterminer l'approche réglementaire la plus appropriée[102].

101. C'est la raison pour laquelle l'on définit dans ce qui suit les différents types de services de radiodiffusion télévisuelle qui appartiennent au même marché. La situation concurrentielle sur le marché de la radiodiffusion télévisuelle est ensuite analysée sur cette base[103].

102. Le présent chapitre se concentre en outre sur les produits de radiodiffusion achetés seuls par l'utilisateur final. La situation concurrentielle sur le marché de la radiodiffusion télévisuelle est aussi fortement marquée par l'achat d'offres groupées, dites « multiple play »[104], comprenant une

---

[98] Les différents rôles de cette chaîne de valeur sont décrits à l'annexe I.

[99] Il s'agit du réseau de communications électroniques via lequel les signaux de radiodiffusion sont fournis à l'utilisateur final.

[100] Ci-après aussi : « marché de la radiodiffusion télévisuelle ».

[101] Les opérateurs sur le marché de la radiodiffusion télévisuelle peuvent remplir plusieurs rôles dans la chaîne de valeur du large marché de la radiodiffusion, comme décrits à l'annexe I.

[102] L'impact pour l'utilisateur final et l'approche réglementaire appropriée sont décrites aux chapitres 7 et 8.

[103] La méthodologie relative à l'analyse du marché, par le biais de la définition du marché et de l'analyse concurrentielle, a été décrite plus haut, au chapitre 4.

[104] Le « multiple play » (ou « multiplay ») fait référence à un mode de vente commerciale dans le cadre duquel plusieurs produits, tels que la télévision numérique, l'internet large bande et la téléphonie, sont vendus via une offre commune. Les produits seuls comprennent par contre uniquement une composante de radiodiffusion.

composante de radiodiffusion. En 2016, sur l'ensemble des clients de la radiodiffusion, 73 % ont en effet acheté leurs produits de radiodiffusion dans le cadre d'une offre groupée[105].

103. Le chapitre 6 contient une analyse détaillée de la pénétration, de l'évolution des prix et des aspects stratégiques des offres groupées comprenant une composante de radiodiffusion.

104. Comme décrit dans l'analyse concurrentielle de ce chapitre et dans le chapitre 6[106], la proposition d'offres groupées comprenant une composante de radiodiffusion procure une série d'avantages aux opérateurs sur le marché de la radiodiffusion télévisuelle, comme la conservation de leurs clientèles respectives, une hausse des revenus par relation commerciale et la création de convergences technologiques entre différents produits proposés via une même plateforme.

105. L'importance toujours croissante des produits groupés avec une composante de radiodiffusion constitue par conséquent un facteur essentiel dans l'analyse concurrentielle du marché de la radiodiffusion télévisuelle.

106. Il convient par conséquent de souligner que l'analyse du marché de la radiodiffusion télévisuelle est définie par la relation entre respectivement :

- L'analyse de la situation concurrentielle sur le marché de la radiodiffusion télévisuelle, telle que décrite dans ce chapitre, en se concentrant sur les offres de radiodiffusion isolées.

- L'analyse de l'évolution des prix, de la pénétration et des aspects stratégiques des offres groupées avec une composante de radiodiffusion, telle que décrite au chapitre 6.

5.1. OPÉRATEURS

107. Plusieurs acteurs fournissent à la fois des services haut débit et des services de radiodiffusion :

107.1. Proximus (anciennement Belgacom) est l'opérateur historique de télécommunications en Belgique. Proximus a été à plusieurs reprises identifiée comme opérateur puissant par l'IBPT ou la CRC sur divers marchés de communications électroniques, notamment le marché de gros de l'accès à la boucle locale et le marché de gros de l'accès large bande. Proximus commercialise ses offres au niveau national sous son nom et sous le nom de sa filiale Scarlet, qui propose des offres haut débit d'entrée de gamme, en combinaison ou non avec la téléphonie et la télévision.

[105] Voir Figure 30 : Part des abonnés à la large bande fixe achetant la large bande dans le cadre d'une offre conjointe (Source : IBPT).

[106] L'impact des offres groupées sur le marché de la radiodiffusion télévisuelle est également décrit dans l'analyse concurrentielle de ce chapitre.

107.2. Les câblo-opérateurs Telenet, Brutélé et Nethys (anciennement Tecteo)[107] (ces derniers opérant sous la marque commune VOO) ont longtemps détenu un monopole de fait sur les services de radiodiffusion dans leurs zones de couverture respectives. Ils ont adapté leur réseau câblé à la fourniture de services de téléphonie fixe et de services d'accès à haut débit[108]. Leurs réseaux couvrent chacun une partie distincte du territoire belge, correspondant largement mais pas entièrement aux régions administratives. En 2011, les câblo-opérateurs ont été identifiés comme opérateurs puissants sur le marché de la radiodiffusion.

Figure 2 : Couverture des réseaux des câblo-opérateurs

107.3. Le 22 décembre 2016, Telenet Group SPRL, une filiale directe de Telenet Group Holding SA, a conclu un accord définitif pour le rachat de Coditel Brabant SPRL, active sous la marque SFR (précédemment Numericable). Cette concentration a été approuvée sous conditions par l'Autorité belge de la concurrence le 12 juin 2017[109]. Ensuite, le 19 juin 2017, sur la base de cette approbation, Telenet et Altice SA ont procédé au rachat de SFR BeLux par Telenet. Toutefois, SFR continue encore d'exister comme nom de marque et de produit pendant

[107] Le 19 juin 2018, Nethys a informé le CSA d'un projet d'apport de la branche d'activité VOO au bénéfice de la SA NEWCO 2. Le cas échéant, les obligations découlant de la présente décision seront transférées à la SA NEWCO 2 suite à cette opération.

[108] Adaptation encore partielle dans le cas de Nethys.

[109] Voir communiqué de presse de l'Autorité belge de la Concurrence (ABC) N° 13/2017 du 13 juin 2017, https://www.abc-bma.be/sites/default/files/content/download/files/20170613_compresse_13_abc.pdf.

une période de transition[110]. Dans la discussion qui suit, la situation qui est considérée est donc celle qui se présente actuellement sur le marché de détail pour l'internet haut débit, la radiodiffusion télévisuelle et les produits groupés :

- Les offres (et les prix de détail) disponibles de Telenet et de SFR sont indiqués séparément dans la définition du marché et l'analyse concurrentielle, étant donné que ces offres coexistent pendant une phase de transition.

- Lorsque cela s'avère pertinent dans l'analyse d'autres facteurs, comme notamment les parts de marché en ce qui concerne l'année 2017, ces éléments de l'ancien réseau de SFR ont toutefois été regroupés avec la zone de couverture de Telenet. Les parts de marché concernant les années précédentes restent mentionnées séparément.

107.4. Orange Belgium (anciennement Mobistar) est le deuxième opérateur mobile du pays. Jusqu'en 2013, Mobistar proposait des offres haut débit et des offres combinées haut débit, téléphonie fixe et télévision (par satellite). Les services haut débit et téléphonie fixe reposaient sur les offres de gros régulées de Proximus. Dans le courant de l'année 2013, Mobistar a mis fin à la commercialisation de ses offres à destination de la clientèle résidentielle. Pour ce type d'offres, Orange Belgium utilise depuis mars 2016 les services de gros régulés offerts par les câblo-opérateurs Telenet, Brutélé et Nethys[111].

107.5. M7 (bouquets TV Vlaanderen et Telesat) propose des services de télévision par satellite et des services d'accès haut débit et de téléphonie fixe, basés sur des offres commerciales de Proximus (*Carrier DSL*)[112].

108. Certains opérateurs fournissent des services haut débit mais pas des services de radiodiffusion. C'est le cas en particulier des opérateurs alternatifs qui utilisent les produits de gros régulés ou non régulés fournis par Proximus : Alpha Networks (sous la marque Billi)[113], BT, Colt, EDPNet, Schedom (sous la marque Dommel), Verizon, United Telecom, Cybernet, Belcenter. Certains d'entre eux sont plus spécifiquement orientés vers le marché des (grandes) entreprises (BT, Colt, Verizon). Astra Connect, KA-SAT Tooway, SkyDSL proposent des offres haut débit par satellite.

109. Les opérateurs publics RTBF et VRT offrent uniquement des services de radiodiffusion en utilisant la TNT (télévision numérique terrestre)[114], gratuite pour l'utilisateur. Différents prestataires

[110] Il s'agit ici de l'ancienne zone de couverture de Coditel, qui englobe certaines communes de la région bilingue de Bruxelles-Capitale, deux communes de la région de langue néerlandaise et certaines communes de la Province du Hainaut (région de langue française).

[111] Au moment de rédiger ce document, Orange a demandé à bénéficier des services de gros régulés de SFR mais n'exploite pas encore de services de détail sur cette base.

[112] Les bouquets télévisuels payants de Telenet, Nethys, Brutélé, SFR et M7 peuvent être souscrits seuls, sans accès Internet et téléphonie.

[113] Billi propose des offres d'accès haut débit, le cas échéant avec la téléphonie fixe. Billi a interrompu la fourniture de ses services de télévision, qui étaient offerts sur la base du dégroupage dans un nombre limité de LEX.

[114] Standard DVB-T (Digital Video Broadcasting - Terrestrial).

proposent également des services de radiodiffusion via l'internet haut débit, également appelés services « over-the-top » (OTT)[115].

110. Plusieurs de ces opérateurs proposent des offres conjointes (encore appelées « packs », « bundles » ou offres « multiple play »). Ces « offres conjointes » sont des offres commerciales fournies par un ou plusieurs opérateurs et composées de deux ou plusieurs des services suivants : (1) la large bande fixe, (2) la téléphonie fixe, (3) les services mobiles (voix et/ou large bande) et (4) la télévision payante[116].

111. Les offres groupées associant des services haut débit et des services de radiodiffusion ont un impact populaire et concurrentiel important, qui sera examiné au chapitre 6. Plus de 80 % des services haut débit et plus de 70 % des services de radiodiffusion sont vendus dans le cadre d'offres groupées. Proximus, les câblo-opérateurs, Orange et M7[117] sont les seuls opérateurs qui proposent des produits groupés reprenant à la fois une composante de radiodiffusion et une composante internet large bande.

5.2. OFFRES SUR LE MARCHÉ DE LA RADIODIFFUSION

112. Les services de radiodiffusion télévisuelle sont proposés à l'utilisateur final par les opérateurs via différentes plateformes :

- la télévision analogique via le câble
- la télévision numérique via le câble et l'IPTV
- les autres plateformes : télévision numérique par satellite, télévision numérique terrestre et services de radiodiffusion dits « over-the-top ».

113. L'utilisateur final regarde le contenu audiovisuel via ces plateformes de deux manières différentes :

- Soit de manière linéaire grâce à un service de médias audiovisuels dont les programmes sont destinés à être reçus simultanément par l'ensemble du public ou une partie de celui-ci au moment décidé par l'éditeur de services de médias audiovisuels sur la base d'une grille de programmes élaborée par lui ;

- Soit de manière non linéaire (comme le visionnage en différé[118], la vidéo à la demande et la « web tv » non linéaire) grâce à un service de médias audiovisuels dont les programmes sont destinés à être reçus à la demande et au moment choisi par

[115] Voir plus loin : passage « Services de radiodiffusion linéaire « over-the-top » » (sous 5.2.1.3) et « 5.2.2 Télévision non linéaire ».

[116] Les « offres conjointes » peuvent être des offres conjointes pures comprenant des services indisponibles individuellement, des combinaisons de services comprenant un service pouvant uniquement être acheté en connexion avec un autre service ou des offres mixtes combinant des services disponibles individuellement. L'achat conjoint de ces services est encouragé en accordant au client des conditions avantageuses.

[117] M7 propose des offres groupées, fournissant une composante Internet large bande via DSL et une composante de radiodiffusion via satellite.

[118] Voir plus bas la section 5.2.2 « Télévision non linéaire ».

l'utilisateur, sur la base d'un catalogue de programmes établi par un éditeur de services de médias audiovisuels.

114. Les différentes plateformes de télévision, tant pour la télévision linéaire que non linéaire, sont discutées ci-dessous.

5.2.1. La télévision linéaire

5.2.1.1. La télévision analogique

115. La télévision analogique (également appelée « télévision standard ») est un service envoyant le signal de télévision de manière analogique[119]. Afin de recevoir la télévision analogique, l'utilisateur final n'a besoin, en plus de l'abonnement de base, d'aucun équipement périphérique supplémentaire.

116. Comme indiqué ci-dessus, l'on distingue actuellement trois câblo-opérateurs [120] :

- Telenet couvre la région de langue néerlandaise (à l'exception de la commune de Fourons), certaines zones de la région bilingue de Bruxelles-Capitale et une partie de la région de langue française. L'ancienne zone de couverture de SFR, qui couvrait certaines communes de la région bilingue de Bruxelles-Capitale, deux communes de la région de langue néerlandaise et certaines communes de la province de Hainaut (région de langue française), a récemment été ajoutée à la zone de couverture de Telenet[121]. SFR n'offrait encore la télévision analogique que dans certaines communes de la province de Hainaut[122];
- Nethys couvre plus de 75 % de la région de langue française, la région de langue allemande et une commune de la région de langue néerlandaise ;
- Brutélé couvre 24 communes de la région de langue française et 6 communes de la région bilingue de Bruxelles-Capitale ;
- Brutélé et Nethys ont regroupé leurs activités de télévision sous la marque commerciale VOO. Ensemble, ils couvrent près de 95 % de la région de langue française et 100 % de la région de langue allemande.

[119] Avec la télévision analogique, le son et l'image sont envoyés à l'utilisateur final via des signaux analogiques continus. Avec la télévision numérique par contre, les signaux de télévision numérique sont envoyés comme des données et reçus par l'utilisateur final via une set-up box (décodeur). La télévision numérique fournit une meilleure qualité d'image que la télévision analogique et offre la possibilité de trafic bidirectionnel, ce qui permet des services interactifs.

[120] Orange (précédemment Mobistar) propose depuis mars 2016 des services de radiodiffusion via les réseaux des câblo-opérateurs sur la base de l'offre régulée (voir ci-dessous). Les chaînes analogiques sont reprises dans l'offre standard de télévision numérique d'Orange et ne sont pas proposées séparément.

[121] Comme indiqué au § 107.3, Telenet a procédé au rachat de SFR BeLux le 19 juin 2017. Ainsi, la zone de couverture de Telenet s'étend pour comprendre également le territoire desservi précédemment par SFR BeLux. La marque SFR est toutefois conservée pendant une période de transition. C'est pourquoi les offres de la marque SFR et celles de Telenet sont indiquées séparément dans la suite de cette analyse de détail. Lorsque cela s'avère pertinent, les données de la zone de couverture de Telenet et de l'ancienne zone de couverture de SFR seront regroupées.

[122] SFR (précédemment : Numericable) n'offre plus de services de télévision analogique (disponibles en Région bilingue de Bruxelles-Capitale [jusqu'au 4 avril 2016]).

Opérateur	Appellation commerciale du plan tarifaire	Nombre de chaînes
Telenet	Abonnement au câble (télévision analogique)	22
VOO	La TV analogique	20

Tableau 2 : Offres de télévision analogique des câblo-opérateurs (Q4 2017)

5.2.1.2. Télévision numérique : télévision numérique via le câble et l'IPTV

117. Tant les câblo-opérateurs que Proximus proposent une offre pour la télévision numérique[123] avec un large éventail de packs, allant des offres de base (comprenant de manière standard environ 70 chaînes de télévision) à d'autres packs avancés, incluant des chaînes thématiques et premium.

118. La télévision numérique offre une meilleure qualité d'image que la télévision analogique et permet un trafic bidirectionnel. Les utilisateurs finals peuvent ainsi consulter des services interactifs[124]. Un décodeur est nécessaire pour recevoir la télévision numérique.

119. Proximus propose la télévision numérique via sa plateforme IPTV, des services de radiodiffusion étant fournis à l'utilisateur final via le réseau télécoms bifilaire sur la base de l'xDSL (soit le cuivre) ou du FTTH.

120. Les câblo-opérateurs proposent des services de télévision numérique, de manière groupée avec la télévision analogique, via leur réseau coaxial[125]. Le service de télévision analogique est compris dans les offres de télévision numérique. Cela signifie qu'un client qui souscrit à la télévision numérique par le câble reçoit également le service de télévision analogique. La télévision numérique par le câble offre une meilleure qualité de télévision que la télévision analogique par le câble, tant en ce qui concerne l'image que le son.

121. Orange (précédemment Mobistar) propose depuis mars 2016 des services de radiodiffusion via le réseau des câblo-opérateurs sur la base de l'offre régulée[126]. L'offre d'Orange est exclusivement disponible dans le cadre d'une offre groupée, avec l'internet large bande et des services mobiles.

122. Le tableau ci-dessous résume les offres de télévision numérique.

---

[123] Ces services de télévision sont proposés à l'utilisateur final via une plateforme de télévision qui est indépendante de l'internet public.

[124] Comme par exemple : Guide électronique des programmes, enregistrement intégré, interactivité (VOD, vote en direct, catch up TV).

[125] À l'exception de SFR dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale et dans la région de langue néerlandaise.

[126] Orange utilise actuellement l'offre régulée sur les réseaux de Telenet, Brutélé et Nethys. L'accès à la zone SFR n'a pas encore été mis en œuvre. Un engagement a été pris à cet effet par Telenet dans le contexte de l'approbation de l'acquisition de Coditel par Telenet (voir § 107.3).

Opérateur	Appellation commerciale du plan tarifaire	Chaînes	Caractéristiques
Telenet	Télévision numérique (avec HD Digibox)	75	Enregistrement impossible, demande de films et de programmes possible
Telenet	Télévision numérique (avec HD Digicorder)	75	Enregistrement possible, services VoD
Telenet	TV avec carte	75	Avec carte CI+, enregistrement ou services VoD impossibles
VOO	La TV Numérique Interactive (avec VOOcorder)	70	Enregistrement d'émissions possible, services VoD
VOO	La TV Numérique Interactive (avec Box .évasion)	70	Enregistrement illimité avec DD amovible, grand nombre de services interactifs (VoD)
VOO	La TV Carte Numérique	70	Avec carte CI+, enregistrement impossible et pas de VoD
SFR	TV SFR Silver	130	Enregistrement d'émissions possible, services VoD
SFR	TV SFR Black	175	Enregistrement d'émissions possible, VoD, différentes chaînes thématiques supplémentaires également comprises
Proximus	Proximus TV	80	Prix de la télévision numérique (VoD et enregistrement) téléphonie fixe comprise (uniquement disponible en pack)
Orange	Orange TV	70	Uniquement disponible dans des offres groupées avec l'internet large bande (services interactifs compris) et des services mobiles

Tableau 3 : Offres de télévision numérique par le câble et l'IPTV (Source : sites Internet des opérateurs, Q4 2017)

5.2.1.3. Autres plateformes et offres

123. Outre la télévision par le câble et l'IPTV, des services de télévision sont également proposés via les plateformes de radiodiffusion suivantes.

La télévision numérique par satellite

124. L'on distingue deux types de télévision par satellite :

- La télévision par satellite payante (SATV payante) : dans cette formule, le client final reçoit des signaux de télévision cryptés par satellite dans le cadre d'un abonnement payant ;
- La télévision par satellite « free-to-air » (FTA SATV) : dans cette formule, le client final reçoit des signaux de télévision par satellite sans abonnement payant. Il s'agit ici d'offres avec principalement des chaînes publiques étrangères.

125. Tout comme pour l'IPTV et la télévision numérique par le câble, la SATV offre la haute définition, tant pour l'image que pour le son. La télévision numérique par satellite offre également des chaînes thématiques à la carte. En Belgique, la couverture de la télévision par satellite est nationale.

126. Le fournisseur satellite principal est « M7 Group », qui propose deux offres différentes de SATV payante, à savoir TV Vlaanderen (pour les téléspectateurs néerlandophones) et TéléSAT (pour les téléspectateurs francophones). Ces deux offres proposent la télévision numérique et comprennent des chaînes de télévision belges et environ 500 chaînes de télévision et de radio (en particulier des chaînes de France dans l'offre TéléSAT et des chaînes des Pays-Bas dans l'offre TV Vlaanderen).[127]

127. En région de langue allemande, une part significative des ménages [confidentiel] reçoit des offres de télévision par satellite gratuites étrangères (*free-to-air satellite-tv*, « FTA SATV » comme ASTRA et EUTELSAT) qui leur donne accès à de nombreux services de médias audiovisuels en langue allemande, édités aussi bien par des instituts de radiodiffusion publics que privés.

Opérateur	Appellation commerciale du plan tarifaire	Chaînes	Caractéristiques spécifiques
Télésat	Basic Light	29, upgrade possible à plus de 500 chaînes grâce au satellite	« Pack de Location » avec enregistreur HD interactif

[127] Orange (précédemment Mobistar) n'offre plus de services de télévision par satellite depuis le 1er septembre 2013 (voir aussi la section 5.6.2.4 « Parts de marché des autres opérateurs »).

Télésat	Basic	55, upgrade possible à plus de 500 chaînes grâce au satellite	« Pack de Location » avec enregistreur HD interactif
Télésat	Basic+	72, upgrade possible à plus de 500 chaînes grâce au satellite	« Pack de Location » avec enregistreur HD interactif
TV Vlaanderen	Basic Light	51, upgrade possible à plus de 400 chaînes grâce au satellite	Location du set complet pour la HDTV avec enregistreur HD interactif
TV Vlaanderen	Basic	81, upgrade possible à plus de 400 chaînes grâce au satellite	Location du set complet pour la HDTV avec enregistreur HD interactif
TV Vlaanderen	Basic+	106, upgrade possible à plus de 400 chaînes grâce au satellite	Location du set complet pour la HDTV avec enregistreur HD interactif

Tableau 4 : Offres de SATV payante au 6 juillet 2017 (Source : sites Internet des opérateurs)

Télévision numérique terrestre (DVB-T)

128. La télévision numérique terrestre renvoie aux services de radiodiffusion diffusés par les ondes à l'aide d'antennes d'émission terrestres. La norme utilisée à cet effet est la « Digital Video Broadcast Terrestrial » (DVB-T(2))[128].

129. Via la DVB-T(2), les utilisateurs finals peuvent recevoir, avec le bon équipement de réception[129], un nombre limité de chaînes, sans ou avec un abonnement. L'espace limité de spectre pour l'envoi de services de radiodiffusion via la DVB-T n'autorise qu'un nombre limité de chaînes. La DVB-T(2) permet aussi un trafic bidirectionnel (limité), ce qui rend possibles des services interactifs.

130. Les plateformes DVB-T(2) existantes émettent « free-to-air » sans abonnement, ce qui permet de recevoir les chaînes des émetteurs publics. En outre, TV Vlaanderen a lancé, le 7 décembre 2017,

[128] La diffusion en mode analogique par ondes hertziennes n'existe plus en Belgique depuis le 3 novembre 2008. La norme (ETSI) la plus récente est la DVB-T2, où T2 renvoie à « deuxième génération ». Le débit supérieur par rapport à celui de la norme précédente, la DVB-T, fait que la DVB-T2 est plus adaptée pour l'émission de signaux HDTV.

[129] Il s'agit d'un décodeur (aussi appelé démodulateur ou tuner) compatible avec la norme DVB-T(2)/MPEG2, et éventuellement une antenne et une carte CI+ en plus. Les écrans de télévision et les autres appareils pour regarder du contenu télévisuel peuvent toutefois comporter de manière standard un ou plusieurs de ces périphériques.

« Antenne TV », une offre d'abonnement payante sur la base de la DVB-T2[130]. Pour 9,95 € par mois, cette offre propose 15 chaînes dans une qualité numérique en Flandre et à Bruxelles.

Services de radiodiffusion linéaire « over-the-top »

131. Outre les plateformes de télévision susmentionnées, des services de radiodiffusion linéaire « over-the-top » (OTT) sont également proposés. Le terme OTT regroupe les applications et services de radiodiffusion qui sont proposés à l'utilisateur final via l'internet large bande public, sans qu'il n'y ait de garantie de priorité spécifique.[131]

132. Le fait que de tels services n'aient pas de priorité spécifique sur d'autres trafics de données arrivant via l'internet large bande jusqu'à l'utilisateur final peut entraîner une qualité d'image fluctuante. Le contenu audiovisuel via l'internet large bande doit en effet être envoyé via la largeur de bande présente.

133. Dans le cadre des services de radiodiffusion linéaire OTT, la grille d'émission des producteurs de radiodiffusion et/ou des émetteurs est proposée en intégralité à l'utilisateur final via une connexion internet haut débit. L'utilisateur final reçoit ce faisant le contenu audiovisuel selon la grille d'émission proposée par le fournisseur de radiodiffusion.

134. Plusieurs acteurs de télévision linéaire payante qui proposent leurs services de radiodiffusion via l'IPTV et le réseau câblé proposent également leur contenu linéaire à travers des applications mobiles ou pour tablettes, ainsi que par le biais de sites internet en direct et sans supplément tarifaire. Ce faisant, l'abonnement existant à la télévision est complété par des services qui permettent à l'utilisateur final de regarder directement le contenu audiovisuel sur différents appareils via une connexion internet haut débit. L'application TV Proximus, www.proximustv.be, l'application Yelo Play, yelotv.be, BeTvGO et VooMotion[132] en sont des exemples.

135. En outre, plusieurs chaînes de télévision et d'autres fournisseurs offrent aussi leur contenu audiovisuel de manière linéaire gratuitement via l'internet haut débit, à travers des sites internet, des applications mobiles ou pour tablettes. Stievie Free (un pack de six chaînes), VTM.be, RTBF Auvio et Arte en sont des exemples. Avec « VRT NU »[133], la « Vlaamse Radio en Televisiemaatschappij » (VRT) a lancé, le 30 janvier 2017, une plateforme vidéo permettant de regarder gratuitement et directement du contenu audiovisuel de différentes chaînes via l'ordinateur, la tablette, le smartphone ou la console vidéo.

---

[130] Communiqué de presse Groupe M7 « TV Vlaanderen lanceert binnenkort TV-abonnement via digitale antenne », 9 novembre 2017.

[131] Les services OTT ne doivent pas être confondus avec la « téléphonie mobile » telle que décrite dans l'analyse de marché de la CRC du 1er juillet 2011. La télévision mobile a été décrite dans cette analyse de marché comme la radiodiffusion télévisuelle via des offres de téléphonie mobile, entre autres proposées par Proximus et Mobistar (aujourd'hui Orange). Il a entre-temps été mis fin à ces offres. Toutefois, les services de radiodiffusion peuvent être reçus via les normes standard telles que la 3G et la 4G.

[132] Proximus TV, Yelo Play et VooMotion sont des services qui sont exclusivement compris dans les offres de radiodiffusion existantes en combinaison avec l'internet haut débit chez les opérateurs donnés. Ces exemples dépendent donc du réseau.

[133] Il s'agit de l'équivalent de l'offre similaire RTBF Auvio.

136. En 2012, WeepeeTV a été lancée, une offre payante dans le cadre de laquelle l'on pouvait choisir 10 chaînes dans un pack de 26 pour un abonnement de 10 à 12 euros par mois. Ces services de radiodiffusion pouvaient être achetés via une connexion internet haut débit. En décembre 2013, l'offre a été arrêtée.

137. En août 2017, l'offre « Stievie Premium »[134] a été lancée par Stievie NV, filiale de Medialaan NV. Il s'agit d'une offre payante, comprenant les chaînes de Medialaan et onze autres chaînes. Au total, l'offre comporte dix-huit chaînes, qui peuvent être regardées aussi bien de manière linéaire qu'en différé sur plusieurs écrans pour une redevance d'abonnement mensuelle de 9,99 €.

5.2.2. Télévision non linéaire

138. Dans le cadre de services de télévision non linéaire, l'utilisateur final a la possibilité de regarder des services de télévision en choisissant le moment et la composition. Il s'agit ici de services de radiodiffusion qui existent à la fois comme services complémentaires aux offres de télévision linéaire, mais qui peuvent aussi être proposés séparément à l'utilisateur final, sans être associés à une offre linéaire.

139. Le fait de revoir des émissions déjà diffusées (visionnage en différé), la possibilité de mettre sur pause et de continuer la lecture d'émissions linéaires plus tard et la commande de films, de séries et de documentaires (vidéo à la demande) sont des exemples de télévision non linéaire. La télévision linéaire peut aussi être complétée par des services interactifs, comme par exemple les votes en direct.

140. Les services de radiodiffusion non linéaire sont à la fois fournis :

a) via les plateformes fermées de télévision des câblo-opérateurs et de Proximus (c'est le cas des services de vidéo à la demande et de visionnage en différé de ces opérateurs) ;

b) via les plateformes ouvertes (c'est le cas des services OTT fournis à la fois par les câblo-opérateurs, Proximus et les autres fournisseurs de contenu audiovisuel).

141. Dans le cadre de l'analyse du marché de la radiodiffusion télévisuelle, l'on peut en outre distinguer les formes de télévision non linéaire suivantes :

5.2.2.1. Visionnage en différé

142. Le visionnage en différé permet à l'utilisateur final de regarder du contenu audiovisuel lorsqu'il le souhaite, postérieurement à sa diffusion.

143. Plusieurs acteurs de télévision linéaire payante qui proposent leurs services de radiodiffusion linéaire via l'IPTV et le réseau câblé proposent le visionnage en différé à leurs utilisateurs finals. Ces services sont compris dans l'abonnement à la télévision qu'ont souscrit ces utilisateurs finals. Ces derniers ont accès au visionnage en différé via la plateforme de télévision gérée de leur opérateur, les services

[134] Du 1er janvier 2015 au 21 août 2017, il n'était pas possible de s'abonner à l'offre Stievie payante, même si celle-ci est restée accessible pour la clientèle existante.

OTT complémentaires via différentes applications, ainsi que des sites internet (par exemple : l'application Proximus TV, www.proximustv.be, Yelo Play, yelotv.be, VooMotion).

144. En outre, différents éditeurs offrent directement aux utilisateurs finals la possibilité de regarder du contenu audiovisuel séparément et en différé via une connexion internet haut débit. La plateforme vidéo « VRT NU », lancée en janvier 2017, RTBF Auvio, VTM.be et De Redactie.be en sont des exemples.

145. L'offre gratuite Stievie Free et l'offre payante Stievie Premium[135] permettent également de regarder séparément et en différé du contenu audiovisuel.

5.2.2.2. Vidéo à la demande

146. Les services de VOD permettent d'accéder à des films et séries en payant le contenu à l'acte. Il existe différents fournisseurs de services qui proposent ces services de télévision non linéaire payants, comme UniversCiné, Apple TV et ARTE VOD.

147. Plusieurs acteurs de télévision linéaire payante qui proposent leurs services de radiodiffusion linéaire via l'IPTV et le réseau câblé proposent également du contenu VOD à leurs utilisateurs finals. Ces services sont compris dans l'abonnement à la télévision (via la plateforme gérée des opérateurs). Les utilisateurs finals ont également accès à la vidéo à la demande via des services OTT complémentaires à travers des applications mobiles ou pour tablettes ainsi que par le biais de sites internet (par exemple : l'application Proximus TV, Proximustv.be, Yelo Play, yelotv.be, VooMotion).

148. Il existe aussi des services de vidéo à la demande par abonnement (subscription video on demand ou SVOD), qui permettent de regarder des films et des séries en contrepartie d'un abonnement mensuel. Netflix, le leader mondial américain des services de SVOD, est entré sur le marché belge en septembre 2014. En novembre 2017, Amazon Prime a également lancé son offre équivalente de vidéo à la demande par abonnement en Belgique.

5.2.2.3. Vidéo sur site web

149. Les services de radiodiffusion proposés via différentes plateformes vidéo en ligne (aussi appelés « web tv » ou « web vidéo ») sont des services de radiodiffusion qui peuvent être regardés par fragment par l'utilisateur final à l'aide d'une connexion internet haut débit via un large éventail d'appareils. Ils permettent également à l'utilisateur final de partager lui-même des extraits vidéos (contenu généré par les utilisateurs ou *user generated content*). YouTube, Vimeo et une large offre de plateformes vidéos sur le web mondial en sont des exemples.

[135] Voir points 137 et 407.2.

5.3. DÉFINITION DU MARCHÉ DE PRODUITS

150. Le fait de savoir si les services de radiodiffusion télévisuelle via les plateformes décrites ci-dessus constituent des marchés de détail distincts dépend d'une série de facteurs, comme leurs caractéristiques fonctionnelles, leur prix, leur utilisation par l'utilisateur final.

151. Pour la délimitation du marché de produits, l'on examine avant tout si les services de télévision linéaire et non linéaire sont des substituts. La même question est ensuite examinée pour la télévision gratuite et payante.

152. Puis, l'on étudie la substitution de l'offre et de la demande des différents services et plateformes de radiotransmission[136], plus précisément :

- la substituabilité des offres de télévision analogique et numérique par le câble ;
- la substituabilité des offres de télévision numérique par le câble et des offres IPTV ;
- la substituabilité des offres de télévision numérique par le câble et des offres de télévision payante par satellite ;
- la substituabilité des offres de télévision numérique par le câble et des offres DVB-T ;
- la substituabilité des services de télévision numérique par le câble et des services de télévision OTT.

153. Pour cette analyse, les services IPTV et câblés linéaires, qui ont un taux de pénétration de 95 %[137] auprès des ménages belges, sont utilisés comme base de départ pour les tests de substituabilité susmentionnés.

5.3.1. Substituabilité entre les offres de télévision linéaire et les offres de télévision non linéaire

154. Comme décrit ci-dessus, dans le cadre de la télévision non linéaire, l'utilisateur final a la possibilité de regarder des services de radiodiffusion en choisissant le moment et la composition. Par contre, dans le cadre d'un service de télévision linéaire, l'utilisateur final reçoit le contenu audiovisuel via une grille d'émission bien définie, à une heure fixe, sans avoir de flexibilité lorsqu'il regarde les services de radiodiffusion fournis.

155. La Commission européenne a précédemment noté dans NewsCorp/BSkyB7 que les services de télévision linéaire et non linéaire appartenaient à des marchés différents[138], alors qu'elle laisse la question ouverte dans une série d'autres décisions[139].

---

[136] La méthodologie employée à cet effet est exposée au chapitre 4 « Méthodologie ».

[137] Source : données IBPT 2016, demandées aux opérateurs.

[138] Décision de la Commission du 21 décembre 2010 dans l'affaire M.5932 NewsCorp/BskyB, considérants 106-107.

[139] Décision de la Commission du 25 juin 2008 dans l'affaire M.5121 News Corp/Premiere, considérant 21 et dans l'affaire M.7194-Liberty Global/Corelio/De Vijver Media du 24 février 2015, pp. 10 et suivantes.

156. Dans Liberty Global/Corelio/De Vijver Media, la Commission note entre autres ce qui suit :

« [...] As in Liberty/Ziggo, the Commission notes that linear and non-linear pay TV services differ in terms of content offering, exhibition windows and pricing, and are not necessarily substitutable with one another from a demand-side perspective.

However, the Commission also notes that non-linear services have gradually been integrated in linear TV channels to complement TV broadcasters' and TV distributors' offering and enhance the viewer experience of a traditional linear channel [...] Accordingly, insofar as these non-linear services relate to the content offered by the linear channel, and enable it to be viewed in additional non-linear ways, the Commission considers that such non-linear offerings integrated upon linear channels should be considered as part of the linear viewer experience and included within the overall category of linear channels. »

157. Le CSA analyse ci-dessous si les services de télévision non linéaire constituent ou non un substitut pour les services de télévision linéaire. Pour ce faire, le CSA se réfère à une étude de marché indépendante, réalisée par Profacts (pour le compte de l'IBPT), à une étude de Tera (pour le compte de l'IBPT), à différentes études externes et au monitoring permanent.

Substituabilité du côté de la demande

158. Comme décrit ci-dessus[140], les services de radiodiffusion non linéaire peuvent avoir différentes formes, à la fois comme compléments des offres de radiodiffusion télévisuelle linéaire et dans des offres isolées, fournies via une connexion internet haut débit. L'offre de services de télévision linéaire présente des différences par rapport aux services de radiodiffusion non linéaire sur le plan des caractéristiques, de l'utilisation par l'utilisateur final et de la tarification.

Caractéristiques de la télévision linéaire et non linéaire

159. Comme déjà discuté ci-dessus, les services de télévision linéaire sont proposés dans le cadre d'une grille d'émission bien définie. Les services de télévision linéaire payante proposés par les câblo-opérateurs et Proximus TV en sont des exemples. Ces offres comportent du contenu audiovisuel sur la base d'une grille d'émission fixée par l'opérateur.

160. Le contenu de la télévision non linéaire est par contre diffus et n'est pas proposé dans le cadre d'une grille d'émission bien définie :

160.1. D'une part, les services non linéaires sont compris dans les offres existantes de télévision linéaire gratuite et/ou payante. Le visionnage en différé et les services de vidéo à la

[140] Voir la section 5.2.2 « Télévision non linéaire ».

demande en sont des exemples. Ces services constituent un complément aux packs de télévision linéaire[141].

160.2. D'autre part, les services non linéaires sont proposés séparément par différents prestataires, que ce soit sous forme payante (par ex. abonnement de services de vidéo à la demande comme Netflix) ou gratuite (par ex. services de radiodiffusion sur différentes plateformes vidéos en ligne).

161. Cette dernière forme de télévision non linéaire peut certes aussi montrer un certain degré d'organisation, par exemple sous la forme de catalogues en ligne. Cela diffère toutefois de la télévision linéaire, du fait que l'utilisateur final contrôle, dans le cadre des services de radiodiffusion non linéaire, le moment auquel le contenu audiovisuel est regardé et la composition du contenu audiovisuel même.

162. Les chaînes les plus regardées sont comprises dans les principaux packs standard de télévision linéaire[142]. Pour la télévision non linéaire, ce n'est généralement pas le cas.

163. En ce qui concerne enfin la qualité de l'image, le CSA souligne que les principales offres de télévision linéaire sont proposées via des plateformes de radiodiffusion avec un espace de fréquences réservé. Cela offre une garantie de qualité pour l'image et le son. Pour certaines formes importantes de services non linéaires via une connexion internet haut débit (comme par ex. le streaming web tv), ce n'est pas garanti. Toutefois, d'autres services de radiodiffusion non linéaire, comme les abonnements de vidéo à la demande ou le visionnage en différé[143], offrent une qualité d'image semblable aux principales offres de télévision linéaire.

Pénétration de la télévision linéaire et non linéaire

164. Il ressort de la pénétration de la télévision linéaire et non linéaire et des habitudes des téléspectateurs que ces deux formes constituent plutôt un complément qu'un substitut. Le CSA s'est basé à cet effet sur différentes études. Les principales conclusions sont synthétisées ci-dessous.

165. Il ressort de l'étude de marché de 2016 réalisée par Profacts pour le compte de l'IBPT qu'un répondant sur trois regarde la télévision via internet. Parmi les téléspectateurs, 25 % envisageraient de ne plus regarder la télévision que par Internet en cas d'augmentation tarifaire de 10 %. La télévision par internet est surtout populaire auprès des jeunes : 47 % des jeunes entre 18 et 29 ans regardent régulièrement la télévision via internet. Toutefois, seul 1,7 % des personnes interrogées regardent exclusivement les services de radiodiffusion via une connexion internet haut débit. La grande majorité des personnes interrogées regardent les services de radiodiffusion via une connexion internet haut débit, en combinaison avec un abonnement payant pour la télévision linéaire.

[141] Les services de vidéo à la demande dans les offres de radiodiffusion télévisuelle linéaire de Proximus, VOO, Telenet et SFR en sont des exemples.

[142] Voir la note de bas de page 160.

[143] La qualité peut différer en fonction du prix, vu que l'on peut choisir en TVOD le type de qualité SD ou HD pour un prix différent.

166. Il ressort en outre du rapport Digimeter 2017[144] que la télévision (linéaire) en direct reste la principale forme de consommation du contenu audiovisuel. Une très grande majorité (73,2 %) des personnes interrogées regardent du contenu audiovisuel linéaire sur une base mensuelle. Cela se fait de manière complémentaire avec d'autres formes de consommation de contenu audiovisuel, comme le visionnage en différé (64,6 %). Au quotidien, la télévision linéaire occupe toujours une position dominante (49,8 %) par rapport aux autres formes de contenu audiovisuel. En outre, 82,8 % des personnes interrogées indiquent disposer d'un raccordement à la télévision numérique.

	Ever			Monthly			Daily		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Live/linear	93,9%	94,3%	**86,6%***	81,9%	82,6%	**73,2%***	60,0%	56,6%	**49,8%***
Timeshifted viewing	77,9%	80,6%	**75,2%***	69,2%	73,5%	**64,6%***	29,6%	29,4%	**27,0%**
Pay-per-view for series and films		43,6%	**38,3%**		13,5%	**13,1%**		1,3%	**1,3%**
Play/Play More (Telenet) *(of Flemings having access to a Play/Play More account N=304 or 13,0% of population)*		86,6%	**79,5%***		71,4%	**67,1%***		17,2%	**19,6%**
DVDs	60,0%	56,9%	**53,0%***	23,2%	21,9%	**20,9%**	1,3%	2,4%	**2,1%**
Play Sports (Telenet) *(of Flemings having access to a Play Sports account N=131 or 5,6% of the population)*		76,9%	**72,7%***		72,0%	**58,6%***		16,4%	**14,6%**

Figure 3 : Aperçu des formes les plus regardées de contenu audiovisuel (Source : Digimeter 2017)

167. Il ressort également de cette étude Digimeter que seul un quart des téléspectateurs considèrent les services de vidéo à la demande comme un substitut à la télévision classique :

> *"Flemings still believe that traditional TV stations have their place next to on-demand forms of audiovisual content. In other words, they see services such as Netflix and Telenet Play/Play More as supplements to traditional TV stations, rather than substitutes. This is confirmed by the fifth statement, as 26,6% of Flemings agree that video-on-demand services act as alternatives for traditional TV stations."*

168. Bien que les formes non linéaires de télévision connaissent donc une tendance à la hausse, le rapport Digimeter 2017 montre que ces formes de consommation du contenu audiovisuel par l'utilisateur final sont utilisées de manière complémentaire avec la télévision classique. Regarder la télévision linéaire reste en tout cas le mode de consommation le plus fréquent, ainsi que le confirmaient déjà de précédents rapports Digimeter :

> *« La programmation (linéaire) en direct reste importante dans les habitudes en matière de télévision du Flamand, les écrans mobiles servant de complément par rapport à celle-ci, et non de substitut. [...] Toutefois, lorsque nous demandons aux répondants d'évaluer le degré auquel la télévision en direct/linéaire et le visionnage en différé sont représentés dans leurs*

[144] Digimeter 2017: "Measuring digital media trends in Flanders". Dit rapport analyseert trends op vlak van mediagebruik, waaronder omroepdiensten, in het Nederlandse taalgebied.

habitudes de téléspectateurs, nous pouvons conclure que la télévision en direct reste importante dans les habitudes des téléspectateurs flamands, 60 % d'entre eux indiquant regarder tous les jours la programmation en direct. Le visionnage en différé reste stable, autour de 30 %. Les autres formes de visionnage de la télévision restent une routine quotidienne pour une minorité des répondants. » (traduction libre)

169. Force est de constater que les habitudes de consommation varient en fonction des tranches d'âge. La part des personnes regardant la vidéo en ligne est majoritaire chez les plus jeunes, faisant de celle-ci le mode de consommation dominant de médias audiovisuels au sein de ce segment. Inversement, chez les plus âgés, le mode de consommation dominant reste la télévision linéaire seule ou en complément de la vidéo en ligne. Toutefois, la télévision linéaire reste prépondérante à une échelle globale. Plusieurs acteurs du marché ont formulé des remarques concernant ces différentes habitudes en matière de télévision par tranche d'âge. Ces commentaires sont analysés plus avant à la section 5.3.8"Analyse supplémentaire de l'évolution des services OTT linéaires et non linéaires".

170. Le rapport du CIM concernant les habitudes des téléspectateurs sur les nouveaux écrans[145] tire une conclusion semblable concernant la complémentarité entre le visionnage linéaire de la télévision et les services non linéaires :

« La répartition du visionnage total sur la télévision classique et les nouveaux écrans reste stable dans le Nord par rapport à 2015. Dans le Sud, on observe une augmentation relative de la vision en différée sur les nouveaux écrans. Le visionnage sur la télé classique n'a pas perdu en importance. Selon l'étude CIM TV, la durée de la vision de la télévision classique continue à augmenter au Sud du pays (d'environ 204 minutes par jour en 2015 à 209 minutes par jour en 2016) tandis qu'elle reste stable dans le Nord (181 minutes par jour en 2015, par rapport à 180 en 2016). La TV classique reste de loin la manière de visionner la plus importante. »

CIM Other Screen Monitor

	Sud		Nord	
	2015	2016	2015	2016
TV Classique	92%	92%	94%	93%
Nouveaux écrans TSV	5%	6%	4%	5%
Nouveaux écrans Live	3%	2%	2%	2%
Total	100%	100%	100%	100%

2015 (n= 2264), 2016 (n= 2226) - Population Belge Francophone ayant accès à internet
2015 (n= 2268), 2016 (n= 2168) - Population Belge Néerlandophone ayant accès à internet

Figure 4 : Répartition du temps de visionnage (télévision classique et nouveaux écrans)

[145] « Évolutions dans le visionnage TV et vidéo sur les nouveaux écrans : CIM Other Screen Monitor 2015-2016 », 17/01/2017.

171. L'étude « MediaXperience »[146] confirme elle aussi la position dominante des services classiques de radiodiffusion télévisuelle dans le paysage médiatique : selon cette étude, 29 % du volume de consommation des médias est consacré aux services classiques de radiodiffusion télévisuelle.

« En volume, c'est clairement la TV-vidéo qui fait tourner la roue des médias avec une part de 42 %. La télévision classique s'arroge à elle seule la part du lion : 29 % du temps global passé devant les médias est consacré à regarder les chaînes de télévision. (…) »

« On entend souvent dire que notre consommation vidéo évolue fortement vers de nouveaux modes de consommation, que la télévision est notamment occupée à muter vers l'usage de la VOD (programmes à la demande) ou vers celui de la vidéo online (contenus visionnés sur les sites web). Ces nouveaux modes de vision ne remplacent pas la télévision, loin de là. Au sein de la vidéo, les chaînes TV sont toujours le genre qui affiche la plus forte audience (reach sur l'axe vertical) et la durée de consommation par individu la plus importante (average time spent sur l'axe horizontal). Résultat ? 71 % du volume passé sur les divers écrans est consacré à la TV offline, directs et différés confondus. La vidéo on demand, via les opérateurs TV ou via les services par abonnement, représente 15 % du volume vidéo consommé. La vidéo online, c'est-à-dire la consommation via les sites web, s'élève à 7 %. Les fichiers téléchargés sur internet (principalement des films et des séries) représentent 6 % de la vision quotidienne. Enfin, hors graphique, notons que le marché physique de la VOD, celui qui passe par l'achat ou la location de DVD et blu-ray, ne correspond qu'à un seul pourcent de la consommation vidéo journalière.

« Cannibalisation de la TV par l'OTT et le web ? Pas vraiment. Il est plutôt question de consommation supplémentaire, voire même de consommation extraordinaire… »

[146] L'étude MediaXperience repose sur l'interrogation d'un échantillon de 3 224 personnes âgées de 15 à 64 ans.

Figure 5 : Répartition de la consommation totale des médias (source : MediaXperience)

Détermination des prix

172. La détermination des prix des services de télévision linéaire présente des différences par rapport à celle des services de télévision non linéaire. Les services de télévision linéaire sont gratuits ou payants dans une offre d'abonnement. Les offres payantes sont toutefois prédominantes. La pénétration de la télévision linéaire gratuite est en effet très limitée[147].

173. Il existe par contre différentes manières de fixer les prix pour les services de radiodiffusion non linéaire :

173.1. Il existe la vidéo à la demande transactionnelle (TVOD) et la vidéo à la demande par abonnement (SVOD). La distinction entre les deux réside dans la monétisation du contenu : pour la SVOD, c'est le principe du « all you can eat » avec un abonnement permettant d'accéder à un buffet de contenu à volonté ; à l'inverse, pour la TVOD, le paiement se fait à l'unité, en fonction du nombre de contenus regardés.

173.2. Une part significative de l'offre de radiodiffusion non linéaire est proposée gratuitement ou en complément d'un pack payant de télévision linéaire, avec ou sans surcoût limité. Comme l'illustre la section 5.2.2, les services de radiodiffusion non linéaire les plus courants sont le visionnage en différé, la télévision numérique à la demande et le streaming via web tv. Il

[147] Voir section 5.3.2 « Substituabilité entre les offres de télévision payante et les offres de télévision gratuite. »

s'agit de services qui sont généralement soit gratuits, soit proposés avec ou sans surcoût spécifique limité[148].

174. La fixation du prix des principales formes de télévision linéaire présente par conséquent des différences par rapport à celle des principales formes de télévision non linéaire.

Étude du bureau d'experts Tera

175. Le bureau d'étude Tera a, pour le compte de l'IBPT, mené une étude de marché indépendante supplémentaire concernant la pénétration, la popularité auprès de l'utilisateur final et l'impact des services de radiodiffusion non linéaire (OTT)[149]. Sur la base de son étude du marché, Tera conclut, conformément aux études susmentionnées, que les services de radiodiffusion non linéaire (fournis via une connexion internet large bande) ne constituent pas encore de substitut aux services de radiodiffusion linéaire du point de vue de l'utilisateur final.

« Toutefois, dans la pratique, les ménages privilégiaient toujours très fortement la TV en 2016. Celle-ci représentait l'année dernière 71 % du temps total de vidéos consommées chaque jour en Belgique[150]. La S(VOD) quant à elle ne représentait que 15 % du volume global des vidéos. En outre, les opérateurs de communications électroniques généraient à eux seuls 68 % des volumes vidéos S(VOD), le reste (32 %) étant le fait des services spécialisés tel que celui de Netflix. En d'autres termes, la part des services spécialisés fournis par les OTT dans le volume global des vidéos est très limitée, de l'ordre de 4,8 %[151], dont environ 2,6 % pour Netflix. »

« À l'heure actuelle, les ménages n'ont que très faiblement substitué les services non linéaires des OTT, dont Netflix, aux services des opérateurs de communications électroniques, incluant les services linéaires et non linéaires. »

Monitoring du marché

176. Pendant le monitoring du marché, des sources supplémentaires ont été consultées afin d'analyser le degré de substituabilité entre la télévision linéaire et non linéaire. Ce monitoring du marché se base entre autres sur des rapports d'experts financiers, des articles de presse et des rapports annuels d'opérateurs de radiodiffusion. L'annexe I.2 en présente un aperçu. Les éléments de ce monitoring

---

[148] Il ressort du rapport sur la concentration des médias du régulateur flamand des médias que les revenus tirés de la vidéo à la demande sur le territoire de langue néerlandaise ont stagné ces dernières années. Les services de radiodiffusion non linéaire tarifés différemment jouent peut-être un rôle à ce niveau-ci, comme le montre le rapport :

« Le marché a stagné en 2013, mais en 2014 et surtout en 2015, nous constatons clairement une diminution du nombre de demandes et des revenus. Pour la vidéo à la demande avec l'intervention des services de radiodiffusion télévisuelle, une explication peut être trouvée dans la tendance selon laquelle les services de radiodiffusion télévisuelle mettent de plus en plus de programmes télévisés en ligne. Pour la vidéo à la demande sans l'intervention des services de radiodiffusion télévisuelle, une explication peut être trouvée au niveau de l'apparition de services de streaming comme Netflix. »

[149] Analyses économiques en vue du réexamen des marchés de la large bande et de la radiodiffusion.

[150] http://blog.rmb.be/wp-content/uploads/2016/06/MediaXperience-Presentation_FR.pdf.

[151] 32%*15% = 4,8%.

permanent du marché confirment les observations susmentionnées selon lesquelles la télévision non linéaire constitue un complément à la télévision linéaire plutôt qu'un substitut.

Conclusion

177. Une fois les éléments susmentionnés pris en considération, le CSA conclut que les services non linéaires constituent, du côté de la demande, plutôt un complément aux services de télévision linéaire qu'un substitut.

Substituabilité du côté de l'offre

178. Un opérateur qui ne propose pas de services de radiodiffusion non linéaire pourra adapter son offre à court terme et sans frais supplémentaires pour répondre aux exigences d'une offre de radiodiffusion télévisuelle linéaire.

179. Une offre de services de radiodiffusion non linéaire diffère en effet des services de radiodiffusion linéaire en termes de programmation, de contenu et d'habitudes en matière de télévision[152]. Si un opérateur souhaite transformer son offre non linéaire en offre linéaire, il devra le faire dans une grille d'émission bien définie, avec les caractéristiques de contenu et les prix des offres linéaires. En l'absence de régulation, il n'existe toutefois pas d'offre de gros qui permette à un opérateur de services de radiodiffusion non linéaire de proposer des services de radiodiffusion de manière linéaire[153]. Les coûts pour investir dans une nouvelle plateforme de télévision afin de prévoir une offre de radiodiffusion linéaire sont tels qu'elle ne peut pas être concrétisée à court terme.

180. Si un opérateur fournit des services non linéaires via une connexion internet haut débit (OTT), il peut rencontrer des difficultés à adapter son offre à court terme en une offre de télévision linéaire à part entière, en raison des limites de capacité sur le réseau et le fait que ces services non linéaires ne sont pas prioritaires[154].

181. L'étude de marché de Tera[155] conclut ce qui suit en ce qui concerne la substituabilité du côté de l'offre :

> *« Du côté de l'offre, tel qu'expliqué dans les sections qui précèdent, la substitution est susceptible d'être faible car les services non linéaires et les services linéaires impliquent des cœurs de métier différents. Il n'est alors pas certain que la présence de nouveaux OTT dans le paysage audiovisuel belge engendre des pertes de revenus pour les opérateurs. »*

---

[152] Voir section 5.2.2 « Télévision non linéaire ».

[153] L'on entend par là : une offre linéaire avec les chaînes les plus regardées.

[154] L'étude de marché indépendante du bureau d'étude Tera le confirme :

« Par conséquent un acteur OTT qui souhaite utiliser l'internet large bande pour offrir un service exigeant en termes de débit ou encore de latence rencontrerait nécessairement, à cause de l'absence de priorité spécifique sur les réseaux, des difficultés à garantir une qualité de service à ses clients, surtout pendant les heures de pointe où la capacité du réseau est insuffisante pour gérer les pics de trafic. »

[155] Analyses économiques en vue du réexamen des marchés de la large bande et de la radiodiffusion.

Conclusion

182. Une fois les éléments susmentionnés pris en considération, le CSA conclut, conformément aux observations de la Commission[156], que les services de télévision linéaire et non linéaire ne constituent pas de substituts du côté de l'offre et de la demande.

Dans les réactions à la consultation publique, différents acteurs du marché ont indiqué que les offres de télévision non linéaire fournies via les services « over-the-top » appartenaient au même marché pertinent que la télévision par le câble. Étant donné que ces remarques traitent de l'ensemble des services OTT, tant pour la radiodiffusion télévisuelle linéaire que non linéaire, ces réactions sont toutes analysées en détail à la section 5.3.8 « Analyse supplémentaire de l'évolution des services OTT linéaires et non linéaires ». Il ressortira de cette analyse détaillée des réactions à la consultation concernant les services de radiodiffusion OTT que les conclusions concernant l'analyse de substituabilité qui précède entre télévision linéaire et non linéaire ne changent pas après l'analyse de ces réactions à la consultation.

Ces conclusions valent en principe pour la période de régulation. Cependant, le CSA procédera à un contrôle régulier de la pénétration des services OTT sur le marché belge de la radiodiffusion afin d'examiner une éventuelle évolution significative susceptible d'influencer la structure concurrentielle du marché.

Le CSA suivra dès lors cette évolution de près et pourra procéder à une nouvelle évaluation de la substituabilité entre les offres OTT et les offres de télévision linéaire, le cas échéant avant le terme normal de la présente analyse.

5.3.2. Substituabilité entre les offres de télévision payante et les offres de télévision gratuite

183. Sur le marché de détail des services de radiodiffusion, l'utilisateur final peut accéder à des services de radiodiffusion télévisuelle gratuite ou payante.

184. L'on entend par **télévision gratuite** les services télévisuels pour lesquels l'utilisateur final ne doit pas payer de redevance périodique. Actuellement, la télévision gratuite peut être obtenue via la télévision par satellite gratuite, la DVB-T gratuite et les services OTT gratuits (comme les services de web tv tels que YouTube, VRT.NU, RTBF Auvio[157]). Ces services tirent souvent leurs revenus de la publicité ou il s'agit de chaînes publiques.

185. Les services de radiodiffusion télévisuelle payante sont des services de télévision pour lesquels l'utilisateur final doit payer une redevance périodique. Ils sont actuellement disponibles via le câble,

[156] Voir points 155 et 156.

[157] Voir section 5.2.2« Télévision non linéaire ».

l'IPTV, la télévision payante par satellite, le DVB-T(2) payant et les services de radiodiffusion linéaire OTT payants.

186. La télévision payante peut prendre plusieurs formes, comme l'offre de base pour la télévision (généralement, entre 20 et 100 chaînes), éventuellement élargie par des packs premium et des chaînes thématiques. Le CSA considère cependant qu'il n'est pas opportun de continuer à distinguer les différentes formes de télévision payante. Les chaînes premium et thématiques et les services de vidéo à la demande constituent en effet une extension de l'abonnement de base pour la télévision et ne sont disponibles séparément que de manière limitée. Un utilisateur final n'a donc presque pas de possibilités de recevoir ces autres services payants sans l'abonnement de base pour la télévision.

Substituabilité du côté de la demande

187. La figure ci-dessous illustre l'évolution de la répartition de clients de la télévision payante par plateforme de radiodiffusion. Il en ressort que la plupart des raccordements à la télévision sont assurés par la télévision par le câble, bien que la part des clients IPTV ait progressivement augmenté ces dernières années. La part des clients de la télévision payante par satellite reste très limitée au cours de la période considérée.

Figure 6 : Aperçu du nombre de clients par plateforme de télévision payante

188. Le nombre de clients des services de radiodiffusion télévisuelle gratuite est plus difficile à identifier que celui des services de radiodiffusion télévisuelle payante. Selon le CSA, il est réaliste d'estimer que

0,5 % à 1,5 % des ménages possèdent bel et bien un appareil pour recevoir la radiodiffusion télévisuelle (gratuite ou payante) sans avoir d'abonnement payant[158].

189. Selon le CSA, il n'est pas plausible qu'un groupe suffisamment grand d'utilisateurs finals passent à la télévision gratuite en réaction à une augmentation tarifaire de la télévision payante.

190. La télévision gratuite présente en effet un certain nombre de caractéristiques différentes par rapport à la télévision payante. Comme déjà indiqué, la télévision gratuite est uniquement disponible par satellite, DVB-T et services OTT. Ces plateformes ont chacune leurs propres caractéristiques et, par conséquent, les clients de la radiodiffusion y sont moins habitués qu'aux plateformes traditionnelles fournissant la télévision payante, à savoir le câble et l'IPTV. Pour un examen détaillé de ces caractéristiques, l'on renvoie aux tests de substituabilité avec les services et plateformes de radiodiffusion respectifs ci-dessous.

191. Le contenu de la télévision gratuite est également très différent de celui de la télévision payante. La télévision gratuite par satellite ne permet généralement que de recevoir des chaînes étrangères. La DVB-T hertzienne gratuite n'offre qu'un nombre limité de chaînes. Les services OTT linéaires gratuits englobent enfin l'offre d'une chaîne ou la sélection d'un nombre limité de chaînes[159].

192. Par conséquent, les offres de télévision gratuite ne donnent pas, contrairement à la télévision payante, accès aux chaînes les plus regardées (ce que l'on appelle les chaînes « must have »[160]).

193. Enfin, il convient de remarquer que le nombre de clients de la télévision payante a augmenté ces dernières années[161], et ce, malgré différentes augmentations tarifaires.

194. Compte tenu des facteurs susmentionnés, le CSA estime dès lors qu'il n'est pas plausible que, en cas d'augmentation tarifaire des services de télévision payante, un groupe d'utilisateurs finals suffisamment grand migre vers des services de télévision gratuite.

Substituabilité du côté de l'offre

195. En cas d'augmentation tarifaire des services de télévision payante, il est peu probable selon le CSA que les fournisseurs de services de radiodiffusion gratuite commencent à proposer la télévision payante.

---

[158] Sur la base d'une estimation du nombre total de ménages, du nombre total de clients abonnés à la télévision payante et du nombre de ménages sans télévision, la part de téléspectateurs regardant gratuitement la télévision par rapport au nombre total de clients de la radiodiffusion (payante et non payante) est de 0,5 à 1,5 %.

[159] Par exemple « Stievie Free ».

[160] Selon une enquête de Key International Facts (2009), 10 chaînes représentent à elles seules plus de 85 % du temps de visionnage total. Ces chaînes « les plus regardées » sont proposées partout en Belgique tant via la télévision numérique par le câble et l'IPTV que via la télévision analogique.

[161] Voir plus loin la section 5.6 Analyse concurrentielle.

196. La télévision gratuite implique un modèle économique très différent pour les fournisseurs de services de radiodiffusion. Ce modèle ne permet pas aux fournisseurs de récupérer leurs investissements par le biais d'une redevance périodique de leurs abonnés. Dans le cas de la télévision gratuite, les coûts de transmission sont répercutés sur les émetteurs qui demandent la transmission. Dans certains cas, la fourniture de la télévision gratuite se focalise alors sur un objectif social plus large, comme la fourniture de contenu audiovisuel national à l'étranger, où ce contenu ne serait pas accessible en d'autres circonstances. Un fournisseur de télévision gratuite ne pourrait pas à court terme entrer sur le marché de la télévision payante en cas d'augmentation faible mais significative et durable des prix sur ce marché. En effet, il devrait pour ce faire consentir des investissements non négligeables au niveau des services commerciaux, de la gestion des clients (support, facturation) et de l'encodage (y compris la distribution des cartes).

Conclusion

197. Le CSA conclut que les offres de télévision gratuite n'appartiennent pas au même marché que les offres de télévision payante.[162] Dans la suite de cette analyse, seule la télévision linéaire payante fera donc l'objet de l'analyse de marché, à savoir la fourniture de services de radiodiffusion télévisuelle pour laquelle l'utilisateur final doit verser une redevance périodique.

5.3.3. Substituabilité entre les offres de télévision analogique et numérique

198. L'on a déjà décrit précédemment comment les câblo-opérateurs et Orange proposaient à la fois la télévision analogique et numérique. Les autres opérateurs, comme par exemple Proximus, ne proposent pas la télévision analogique. Le CSA examine dans ce qui suit si les services de télévision analogique appartiennent au même marché que la télévision numérique.

Substituabilité du côté de la demande

199. Dans la précédente décision d'analyse de marché de 2011[163], il a été conclu que la télévision analogique et la télévision numérique appartenaient au même marché pertinent. L'on a en outre observé une tendance générale du marché vers la télévision numérique par le câble. Cette tendance générale à la télévision numérique (par le câble) s'est confirmée ces dernières années, comme l'illustre la figure ci-dessous.

[162] Les analyses de la Commission européenne le confirment également, voir par exemple : Décision de la Commission, affaire COMP/M.7288 – Viacom/Channel5 Broadcasting du 9 septembre 2014, pp. 3 et suivantes et décision de la Commission dans l'affaire COMP/JV.37 BSkyB/Kirch Pay TV du 21 mars 2000, § 24.

[163] Voir la décision de la Conférence des régulateurs du secteur des communications électroniques (CRC) du 1er juillet 2011 concernant l'analyse du marché de la radiodiffusion télévisuelle sur le territoire de la région de langue française.

Figure 7 : Répartition du nombre de clients entre numérique/analogique sur le marché national de la radiodiffusion (source : données des opérateurs)

200. Il en ressort que, ces dernières années, le nombre de clients qui achètent la télévision numérique continue d'augmenter, de 2 539 000 clients en 2010 (59 % du nombre total de clients de la radiodiffusion) à 4 090 871 clients en 2017 (92 % du nombre total de clients de la radiodiffusion).

201. Le nombre de clients achetant au moins la télévision analogique a diminué de 80 % en 2010 à 62 % en 2017. Le nombre de clients achetant uniquement la télévision analogique a diminué de 1 750 713 clients en 2010 à 375 550 clients en 2017 (8 %). Cette tendance à la baisse est également confirmée par l'étude de marché de 2016 de l'IBPT et l'Eurobaromètre.

202. Il convient en outre de souligner que les utilisateurs de la télévision par le câble qui passent aux offres numériques peuvent continuer à utiliser leur service de télévision analogique. Les principaux câblo-opérateurs offrent à la fois la télévision analogique et la télévision numérique. L'on propose donc un mélange des deux technologies aux utilisateurs lorsqu'ils ne décident pas de conserver leur offre analogique pure. Par conséquent, il existe un certain degré d'utilisation complémentaire entre la télévision numérique et la télévision analogique.

203. Malgré la forte augmentation du nombre de spectateurs de la télévision numérique, 62 % du nombre actuel de téléspectateurs reçoivent encore la télévision analogique.

204. Les signaux de télévision analogique et numérique par le câble présentent plusieurs différences pour les utilisateurs finals : la qualité du son et de l'image que proposent les offres de télévision numérique à l'utilisateur final est supérieure à celle des offres de télévision analogique. La télévision numérique peut donner accès à un plus grand nombre de chaînes de télévision, ainsi qu'à une gamme plus étendue de services et de fonctions, comme la télévision interactive, la vidéo à la demande (VoD), le

visionnage en différé et la télévision haute définition (HDTV). Pour la télévision numérique par le câble, il est nécessaire dans la plupart des cas d'utiliser un décodeur[164] qui ne peut être utilisé que pour un seul téléviseur, contrairement à la télévision analogique, qui peut être raccordée à plusieurs téléviseurs.

205. Le passage de l'analogique au numérique ne comporte pas d'obstacles administratifs ou opérationnels conséquents pour le client. Tant les offres de télévision numérique qu'analogique permettent en outre au client final de regarder les chaînes les plus regardées (ce que l'on appelle les chaînes « must have »).

206. L'étude de marché de 2016 de l'IBPT montre que la grande majorité des téléspectateurs qui reçoivent à la fois la télévision analogique et la télévision numérique par le câble regardent principalement la télévision numérique. Le Digimeter montre qu'une série de fonctionnalités, comme le guide électronique des programmes et l'enregistrement d'émissions, sont considérées comme les plus populaires parmi les spectateurs de la télévision numérique. Ces fonctionnalités ne sont pas disponibles avec la télévision analogique. Cela indique que les spectateurs de la télévision numérique attachent de l'importance aux avantages de la télévision numérique et qu'il est peu probable qu'ils fassent marche arrière pour ne plus recevoir que la télévision analogique.

207. Depuis le 4 avril 2016, SFR[165] a cessé son offre analogique dans certaines communes. Les autres câblo-opérateurs n'ont pour le moment pas fait part de plans concrets pour mettre fin à la transmission analogique. Il convient toutefois de noter qu'il y a plus de spectre qui se libère sur le câble si l'on passe d'émissions analogiques à la télévision numérique par le câble.

208. En ce qui concerne la tarification, le CSA remarque que les prix des offres de télévision numérique par le câble coïncident avec ceux des offres analogiques. Du fait de la location d'un décodeur numérique, les prix des offres numériques sont toutefois plus élevés de 8 à 12 euros par mois par rapport aux offres de télévision analogique.

209. La figure ci-dessous explique les similitudes au niveau des coûts mensuels de fourniture de services de télévision via la télévision analogique/numérique par le câble et l'IPTV. Il convient en outre de noter que, bien que les prix de la télévision analogique et numérique soient convergents par câblo-opérateur, il existe des écarts tarifaires significatifs entre les câblo-opérateurs respectifs.

[164] Les câblo-opérateurs permettent aussi de recevoir la télévision numérique cryptée par l'utilisation d'un module de contrôle d'accès à insérer dans un téléviseur équipé d'un démodulateur DVB-C. Dans ce cas, l'utilisateur peut regarder les canaux diffusés en numérique mais ne bénéficient pas des services interactifs, lesquels continuent de nécessiter un décodeur. Pour les offres numériques IPTV, un décodeur est toujours nécessaire du fait que les téléviseurs ne possèdent pas de démodulateur IPTV.

[165] Le rachat de SFR BeLux par Telenet Group a été finalisé le 19 juin 2017. Toutefois, SFR continue encore d'exister comme nom de marque et de produit pendant une période de transition, voir § 107.3.

Figure 8 : Comparaison des prix de juillet 2017 pour la télévision analogique et numérique par le câble[166]

210. Le prix de la télévision numérique par le câble est composé du prix de la télévision analogique, avec en plus le coût du décodeur. Il convient également de souligner que, dans certains cas, le décodeur peut être acheté et non loué, ce qui fait que la différence de prix entre les offres de télévision analogique et les offres de télévision numérique (que les câblo-opérateurs peuvent reprendre dans un pack avec la télévision analogique) n'est plus que de 1 ou 2 euros par mois. Les modules de contrôle d'accès (par exemple pour Telenet : « Televisie met een kaartje ») ne sont disponibles qu'à l'achat[167].

211. Il ressort de l'étude de marché de 2016 de l'IBPT que les consommateurs ayant la télévision numérique ne sont pas prêts à passer à la télévision analogique uniquement. L'une des raisons principales de ne pas envisager la transition à la télévision analogique uniquement est le nombre limité de chaînes de télévision, la qualité de l'image et/ou du son et la difficulté d'enregistrer des émissions, selon les répondants de l'étude de marché.

[166]Amortissement des décodeurs sur trois ans.

[167] 69 € chez Telenet et Voo, 75 € chez SFR.

212. Les éléments présentés ci-dessus montrent que l'on peut observer une évolution de la télévision analogique vers la télévision numérique, et ce, en dépit du fait que la télévision analogique touche toujours une part importante des téléspectateurs.

213. Au vu des éléments présentés ci-dessus, le CSA considère que les offres analogiques et numériques par le câble sont substituables (du côté de la demande) dans une seule direction et que les offres de télévision analogique et numérique appartiennent au même marché.

214. Le CSA estime que l'offre analogique continuera encore d'exister pendant la prochaine période de régulation et que la part des téléspectateurs analogiques, en combinaison ou non avec la télévision numérique, bien qu'en forte baisse, restera toujours importante.

215. Au vu des éléments présentés ci-dessus, le CSA considère que les offres de télévision analogique et numérique appartiennent au même marché. [168]

Substituabilité du côté de l'offre

216. Vu que les offres de télévision analogique et numérique par le câble sont substituables du côté de la demande, il n'est pas nécessaire d'effectuer une analyse de substituabilité du côté de l'offre.

Conclusion

217. Le CSA conclut que, d'un point de vue prospectif et dynamique, les services de radiodiffusion télévisuelle analogique et numérique par le câble sont substituables du côté de la demande (dans une seule direction). Par conséquent, dans le cadre de cette analyse, les offres de télévision analogique et numérique appartiennent au même marché de produits.[169]

218. Dans les réactions à la consultation publique, certains câblo-opérateurs ont indiqué que l'importance de la télévision analogique sur le marché de la radiodiffusion télévisuelle était en baisse. Selon ces acteurs du marché, la télévision analogique ne devrait par conséquent plus faire partie du marché pertinent d'un point de vue prospectif. Un autre câblo-opérateur partage cependant l'opinion que la télévision analogique et la télévision numérique font partie du même marché bien que la télévision analogique soit une technologie en déclin.

219. Le CSA note ce faisant que l'analyse qui précède aborde déjà l'évolution du nombre de clients achetant la télévision analogique. Ce groupe a diminué pendant la période de réglementation

[168] Cette conclusion correspond à la position de la Commission européenne concernant le marché de la télévision payante. La Commission européenne a souligné à plusieurs reprises le fait que la télévision numérique payante n'était qu'une avancée technologique de la télévision analogique payante. Voir par exemple la décision de la Commission COMP/C.2-38.287, Telenor/Canal+/Canal Digital du 29 décembre 2003, § 29. La cour d'appel a également déjà souligné le fait que *« les produits qui appartiennent au même marché de produits [ne] sont [pas] nécessairement homogènes. C'est surtout lorsqu'un produit représente une amélioration technologique d'un autre produit mais répond au même besoin des consommateurs qu'il peut être justifié de considérer pendant une période de transition que ces deux produits appartiennent au même marché malgré des différences pertinentes sur le plan technique. »* (traduction libre) (Bruxelles, 17 mai 2011. 2011/3318).

[169] Cf. également Bruxelles, 13 mai 2015, 2011/AR/2261-2266, 2011/AR/2375, 2011/AR/2377, 2011/AR/2423-24.

précédente. Néanmoins, 62 % des clients de la radiodiffusion télévisuelle reçoivent toujours à l'heure actuelle la télévision analogique.

220. En outre, à l'exception de SFR[170], l'on peut dire qu'aucun câblo-opérateur n'a annoncé de plans concrets pour la suppression progressive de la télévision analogique, que cela soit pendant la période de réglementation précédente ou dans les réactions à la consultation publique.

221. Le CSA note également que l'offre de télévision analogique de différents câblo-opérateurs s'est élargie pendant la période de réglementation précédente, avec de nouvelles chaînes, disponibles également dans l'offre numérique de base.

222. Bien que les acteurs du marché renvoient dans leurs réactions à la consultation publique à l'analyse réalisée par le régulateur néerlandais ACM (précédemment OPTA), il convient de noter que dans l'analyse de marché en question sur le marché néerlandais les signaux de télévision analogique et numérique appartiennent également au même marché[171].

223. Tout comme dans la consultation publique, le CSA souligne également qu'une conclusion différente (à savoir que les offres de télévision analogique et numérique ne feraient pas partie du même marché de produits) n'aurait pas d'impact significatif sur les conclusions de l'analyse concurrentielle du marché de la radiodiffusion, pour les raisons suivantes :

223.1. Comme illustré à la section « 5.6.1 Niveau national », la distribution des parts de marché n'est pas significativement différente selon que les offres de télévision analogique sont incluses ou non dans le marché (bien que les câblo-opérateurs aient une part de marché moindre lorsque les offres de télévision analogique sont exclues du périmètre du marché).

223.2. En raison de la substituabilité à sens unique décrite ci-dessus, disposer d'une base de clientèle en télévision analogique constitue un avantage compétitif pour développer sa clientèle en télévision numérique.

223.3. La télévision analogique demeure un avantage pour la connexion de plusieurs téléviseurs sans devoir acquérir de décodeur ou de carte CI+. Selon l'étude de marché de 2016 de l'IBPT, plus de 40 % des utilisateurs possèdent plus d'un téléviseur. Pouvoir offrir la télévision analogique avec la télévision numérique constitue donc également un avantage compétitif.

---

[170] Voir la note de bas de page 165.

[171] Voir par exemple : Décision radiodiffusion Ziggo, du 5 mars 2009, www.acm.nl, p. 90, point 287 :

« Bien qu'il soit dans une mesure appréciable question d'utilisation complémentaire des signaux de radiodiffusion télévisuelle analogiques et numériques, la délimitation de marchés analogique et numérique séparés ne rendrait pas justice, selon l'avis du collège, à la situation du marché actuelle, où l'on observe une évolution progressive vers la fourniture numérique. […] Le collège décide dès lors de ne pas faire de distinction plus détaillée […] et que le marché pertinent comprend aussi bien la fourniture de signaux de radiodiffusion télévisuelle analogique que numérique. » (traduction libre)

223.4. Dans l'hypothèse d'un marché de produits n'incluant pas la télévision analogique, les câblo-opérateurs auraient des parts de marché certes inférieures, mais l'analyse concurrentielle devrait continuer de tenir compte des deux avantages compétitifs précités.

224. Certains répondants considèrent qu'une substituabilité à sens unique est insuffisante pour inclure deux produits dans le même marché. Cette interprétation a déjà été rejetée par la cour d'appel de Bruxelles qui a considéré que *« certainement lorsqu'un produit constitue une amélioration technologique d'un autre produit mais répond à un même besoin du consommateur, il peut y avoir des raisons de considérer, pendant une période de transition, que ces deux produits appartiennent au même marché malgré des différences pertinentes sur le plan technique »* (traduction libre) [172]. L'auditeur de l'Autorité de la concurrence a suivi cette position[173]. Dans les circonstances présentes, étant donné que 62 % du nombre actuel de téléspectateurs reçoivent encore la télévision analogique, il est logique de considérer que la période de transition entre télévision analogique et télévision numérique est encore en cours.

225. En prenant en considération ces éléments, la conclusion reste inchangée : les signaux de télévision analogique et numérique appartiennent au même marché.

5.3.4. Substituabilité entre les offres de télévision numérique sur réseaux fixes (câble et IPTV)

Substituabilité du côté de la demande

226. L'IPTV et la télévision numérique via le câble offrent toutes les deux une gamme similaire de fonctionnalités, comme une large sélection de chaînes, plusieurs pistes audio, la VoD, le visionnage en différé, l'HDTV et l'EPG (guide électronique des programmes).

227. Bien que l'offre numérique en chaînes diffère d'un câblo-opérateur à l'autre et entre les câblo-opérateurs et Proximus TV, tant Proximus TV que les offres de télévision numérique des câblo-opérateurs proposent les chaînes « must have », qui représentent plus de 80 % du temps d'émission regardé, en qualité numérique.

228. La télévision numérique par le câble et l'IPTV nécessitent toutes les deux un décodeur ou un module de contrôle d'accès (CI+) par appareil pour la réception de la télévision numérique, et ce par téléviseur à raccorder.

229. Une différence essentielle entre les deux plateformes réside dans le fait que la télévision numérique par le câble est fournie avec la télévision analogique. Plusieurs téléviseurs peuvent être raccordés par le biais de cette télévision analogique. Pour pouvoir raccorder plusieurs appareils à l'IPTV, un décodeur supplémentaire (et donc un coût supplémentaire) est nécessaire par appareil, comme déjà indiqué plus haut.

---

[172] Bruxelles Affaires 2011/MR/1 & 2, 17 mai 2011, p. 22.

[173] Autorité belge de la concurrence, décision ABC-2014-C/C-03, 26 mars 2014 (concentration entre Tecteo, EDA et L'Avenir Advertising).

230. Les offres pour l'IPTV et celles pour la télévision numérique par le câble peuvent être regroupées avec l'accès à internet et la téléphonie fixe sur une même ligne de réseau dans le cadre d'offres multiple play.

231. En ce qui concerne la fixation des prix, il convient de remarquer que les offres de Proximus TV ne sont plus proposées séparément. Une comparaison sur la base de produits dual play (internet large bande et télévision) est disponible à la section 6.3 « Évolution des prix des produits multiple play ». L'on peut conclure sur la base de cette comparaison que la redevance d'abonnement mensuelle et les autres coûts des offres de Proximus TV sont comparables à ceux de la télévision numérique par le câble des câblo-opérateurs (par ex. entre 45 € et 52 € de coûts mensuels pour l'offre numérique de départ avec l'internet haut débit).

232. En ce qui concerne la redevance d'abonnement mensuelle et les autres coûts, les offres de l'IPTV pour les packs numériques de base sont comparables à celles pour la télévision numérique par le câble des câblo-opérateurs. Les tarifs de location des décodeurs de Proximus et des câblo-opérateurs sont également similaires.

233. Sur la base de cette analyse, le CSA considère que les offres IPTV et les offres numériques par le câble sont substituables. Les deux plateformes de radiodiffusion appartiennent donc au même marché.

Substituabilité du côté de l'offre

234. Vu que les offres IPTV et les offres de télévision numérique par le câble sont substituables du côté de la demande, il n'est pas nécessaire d'effectuer une analyse de substituabilité du côté de l'offre.

Conclusion

235. Le CSA conclut que les offres IPTV et les offres de télévision numérique par le câble sont substituables et appartiennent donc au même marché.

5.3.5. Substituabilité entre les offres de télévision numérique sur réseaux fixes et les offres de télévision par satellite

Substituabilité du côté de la demande

236. Les offres payantes de SATV sont comparées dans ce qui suit aux offres de télévision payante par le câble et l'IPTV au niveau des caractéristiques fonctionnelles, de la fixation des prix et de pénétration auprès de l'utilisateur final.

Caractéristiques fonctionnelles

237. Le tableau ci-dessous présente une comparaison des caractéristiques fonctionnelles entre le câble numérique d'une part et la SATV payante d'autre part.

	Câble numérique[174]	SATV
Qualité de l'image	Bonne à très bonne (HD)	Bonne à très bonne (HD)
Capacité	Étendue	Très étendue
Contenu pack de base	20-50 chaînes	100-400+ chaînes
Chaînes premium possibles ?	Oui	Oui
Possibilités interactives	Oui	Pas via la SATV Uniquement en combinaison avec une connexion Internet large bande
Plusieurs téléviseurs/Possibilité de regarder et d'enregistrer	Oui, en combinaison avec l'analogique (toujours fourni en même temps)	Uniquement avec un décodeur supplémentaire
Périphériques	Décodeur	Décodeur + antenne parabolique
Couverture	Couverture nationale commune par tous les câblo-opérateurs confondus	Nationale

Tableau 5 : Aperçu des caractéristiques fonctionnelles du câble numérique et de la SATV

238. L'on peut déduire de cet aperçu que la télévision numérique par le câble et la SATV partagent quelques caractéristiques fonctionnelles. La télévision par satellite offre la télévision en haute qualité, tout comme la télévision numérique par le câble. L'offre de télévision par satellite est plus large que celle de la télévision numérique par le câble, mais toutes les deux comportent les chaînes « must have ».

239. Le CSA note toutefois quelques différences fonctionnelles entre la SATV et la télévision numérique par le câble.

239.1. Les possibilités de fourniture de services interactifs de la SATV sont limitées. Une connexion Internet haut débit supplémentaire est toujours nécessaire à cet effet, ce qui représente une différence fonctionnelle essentielle par rapport à la télévision numérique par le câble. La combinaison d'une connexion Internet haut débit isolée avec la SATV pour la fourniture de services interactifs entraîne, du point de vue de l'utilisateur final, des difficultés supplémentaires au niveau du raccordement entre l'antenne, la set-up box et le modem Internet qui ne surviennent pas dans le cadre de la télévision numérique par le câble.

Dans une réaction à la consultation publique, un acteur du marché indique que l'absence de services interactifs sans connexion Internet séparée ne constitue pas un frein à la disposition de l'utilisateur final à changer d'opérateur. Ce faisant, le CSA note toutefois que les limitations en matière d'interactivité constituent bel et bien une différence fonctionnelle

[174]Cela vaut également pour l'IPTV, à l'exception de « Plusieurs téléviseurs », ce qui n'est possible qu'avec un décodeur supplémentaire pour l'IPTV.

avec la télévision par le câble. La disposition limitée du client final à passer à la télévision par satellite (voir points 244 et suivants) est influencée par plusieurs facteurs.

239.2. La SATV nécessite en outre l'installation d'un satellite (parabole/antenne). Dans le cadre de l'étude du marché de l'IBPT, 14 % des répondants avancent cet argument comme raison possible de ne pas passer à la télévision par satellite. Il y a en outre également des restrictions physiques, étant donné que l'antenne parabolique doit être orientée dans la bonne direction, ce qui n'est pas toujours possible au vu de l'emplacement de certains immeubles, par exemple en zone urbaine.

239.3. Les restrictions dans les contrats de location des immeubles à appartements peuvent créer des obstacles supplémentaires au passage à la télévision par satellite.

240. La législation des Régions et des communes peut faire en sorte que l'installation d'antennes paraboliques n'est pas possible partout. L'on peut conclure des éléments qui précèdent que, même si la SATV affiche des caractéristiques fonctionnelles plutôt comparables à celles de la télévision numérique par le câble, il existe des différences importantes entre les deux plateformes de télévision. Cela a un impact sur la disposition de l'utilisateur final à passer à la télévision numérique par le câble en cas d'augmentation tarifaire faible mais significative. C'est ce qui ressort également de l'étude de marché réalisée par l'IBPT en août 2016.

241. Quant à la situation spécifique observable en région de langue allemande (exposée ci-dessus au point 127), il y a lieu de constater que les offres de SATV gratuites ne peuvent pas non plus se substituer aux offres de télévision des câblo-opérateurs. Certaines raisons qui sous-tendent ce constat sont communes à celles exposées ci-dessus pour les offres SATV payantes. Tout d'abord, il existe des différences fonctionnelles, notamment parce que le satellite n'offre pas d'interactivité. Par ailleurs, on l'a vu, l'utilisation d'une antenne parabolique doit se faire dans le respect des réglementations en vigueur, notamment en matière d'urbanisme, auxquelles l'utilisateur final n'est pas soumis dans le cas des offres des câblo-opérateurs. En outre, il faut souligner que les offres des câblo-opérateurs sont payantes, au rebours des offres SATV gratuites, et qu'il y a une différence substantielle dans les contenus disponibles gratuitement par satellite et les offres payantes sur réseaux fixes qui comportent comparativement peu de chaînes de langue allemande.

Détermination des prix

242. Généralement, la nécessité de l'achat d'une antenne parabolique constitue un surcoût important pour l'acquisition de la SATV par rapport au câble numérique.

243. Actuellement, les différents fournisseurs de la SATV proposent cependant des formules permettant d'éviter le coût d'achat important d'une antenne parabolique. Ainsi, TV Vlaanderen et Télésat proposent des packs de location incluant le prix de tous les équipements nécessaires. Les différences de prix entre les offres de SATV et de télévision numérique par le câble se voient ainsi réduites. La figure ci-dessous donne un aperçu des différences de prix entre la SATV et les différentes offres de télévision numérique par le câble.

Figure 9 : Comparaison des prix de juillet 2017 SATV et télévision numérique par le câble

Disposition de l'utilisateur final à prendre la SATV

244. Dans les sections précédentes, l'on a observé que la SATV et la télévision numérique par le câble partageaient un certain nombre de caractéristiques fonctionnelles et pratiquaient une tarification comparable. Comme précisé dans les lignes directrices de la Commission, il ne suffit cependant pas que deux produits appartiennent effectivement au même marché :

> *« Selon une jurisprudence constante, le marché pertinent de produits ou de services comprend tous les produits ou les services qui sont suffisamment interchangeables ou substituables l'un à l'autre, en fonction non seulement de leurs caractéristiques objectives, en vertu desquelles ils sont particulièrement aptes à satisfaire les besoins constants des consommateurs, de leur prix ou leur usage prévu, mais également en fonction des conditions de concurrence et/ou de la structure de la demande et de l'offre sur le marché en question. »*[175]

245. La disposition du client à remplacer un produit spécifique par un autre produit constitue le facteur déterminant à la présence ou non de substituabilité du côté de la demande :

[175] Lignes directrices PSM 2002, § 44, et lignes directrices PSM 2018, § 33.

« Le critère de la substituabilité du côté de la demande est utilisé pour déterminer dans quelle mesure les consommateurs sont disposés à substituer d'autres services ou produits au service ou produit en question »[176]

246. L'on vérifiera ci-dessous, à l'aide de données du marché, dans quelle mesure il est réaliste que l'utilisateur final soit disposé à remplacer la télévision numérique par le câble par la SATV payante en cas d'augmentation du prix de l'abonnement de télévision numérique par le câble.

Évolution de la pénétration de la SATV

247. La figure ci-dessous représente l'évolution du nombre relatif de clients de la SATV payante depuis 2010 vis-à-vis du nombre total de clients de la radiodiffusion, ainsi que la même évolution des offres numériques par le câble et l'IPTV.

Figure 10 : Nombre de clients par plateforme (source : données opérateurs)

248. Cette figure permet de voir que l'évolution de la SATV payante est relativement limitée par rapport aux chiffres de la clientèle de la TV numérique par le câble et de l'IPTV.

249. Entre 2010 et 2013, Mobistar (aujourd'hui Orange) a exploité un service de télévision par satellite, couplé à un accès haut débit. Cette offre a atteint un maximum de 34 000 clients fin 2011[177], ce qui

[176] Lignes directrices PSM 2002, § 39, et lignes directrices PSM 2018, § 28.

[177] Mobistar, résultats de l'année 2012, 6 février 2013.

confirme un faible niveau d'acceptabilité de la part des utilisateurs et que la disposition des utilisateurs à migrer vers la télévision par satellite reste faible[178].

250. La faible pénétration de la télévision par satellite auprès des utilisateurs finals montre clairement que cette plateforme de télévision occupe plutôt une position de niche dans le paysage audiovisuel. Ainsi, la part de marché de la télévision payante par satellite ne représente que 5,8 % du nombre total de clients de la télévision et 7,1 % du nombre total de téléspectateurs numériques (fin 2015)[179].

Étude de marché supplémentaire sur la disposition à prendre la SATV

251. Il ressort de l'étude de marché de 2016 de l'IBPT que les utilisateurs choisissent moins souvent la SATV parce qu'ils sont satisfaits de leur opérateur actuel. D'autres raisons importantes sont, entre autres, le fait de trouver ennuyeux d'installer une antenne parabolique et le fait de ne pas être informé des offres.

252. L'on a également évalué l'intérêt du répondant pour la télévision par satellite en cas d'augmentation hypothétique du prix de son abonnement de télévision actuel de 10 %. Seuls 6 % des répondants seraient « sûrs » de changer.

253. Sur la base de ces éléments, le CSA considère qu'en cas d'augmentation faible, mais significative et durable du prix de la télévision numérique par le câble, les consommateurs n'auront probablement pas tendance à migrer vers les offres de télévision par satellite.

Conclusion pour la substituabilité du côté de la demande

254. À la lumière des éléments susmentionnés, le CSA conclut que la disposition du côté de la demande à prendre la SATV est très limitée. En dépit de quelques similitudes fonctionnelles et d'une tarification comparable à la télévision numérique par le câble, il est dès lors improbable qu'en cas d'augmentation faible, mais significative des prix de l'offre de télévision numérique par le câble, un groupe d'utilisateurs suffisamment important migre vers des offres de SATV. Les offres de télévision par satellite ne sont donc pas substituables aux offres de télévision numérique par le câble du côté de la demande.

<u>Substituabilité du côté de l'offre</u>

255. Un opérateur satellite n'est pas en mesure de modifier ses offres afin de contourner les contraintes juridiques et techniques des offres de télévision par satellite liées à l'installation d'une antenne parabolique et de les rendre donc substituables aux offres de télévision par le câble du point de vue de l'utilisateur final. Les coûts pour investir dans une nouvelle plateforme seraient si élevés que cela ne peut pas être concrétisé à court terme.

256. Vis-à-vis d'une offre de télévision numérique par le câble, un opérateur doit en outre supporter des frais supplémentaires s'il souhaite commercialiser une offre pour la SATV qui soit comparable aux

[178] Bruxelles, 13 mai 2015, 2011/AR/2261-2266, 2011/AR/2375, 2011/AR/2377, 2011/AR/2423-24, § 116.

[179] En ce qui concerne les spécificités de la région de langue allemande, voir le § 127.

offres de télévision numérique par le câble au niveau de la tarification. Ces coûts supplémentaires sont liés au fait que le financement et/ou l'installation de l'antenne parabolique doivent être supportés par l'opérateur pour obtenir un prix concurrentiel vis-à-vis des offres de télévision numérique par le câble et l'IPTV.

257. Il n'est pas possible pour un opérateur satellite d'adapter sa capacité de production, rapidement et sans augmentation considérable des coûts, de manière à pouvoir proposer les mêmes fonctionnalités (interactivité, services à la demande) qu'une offre de télévision numérique par le câble. En l'absence de régulation, il n'existerait très probablement pas d'offre de gros qui permette à un opérateur satellite de proposer la télévision via une autre plateforme.

258. Par conséquent, il n'est pas possible de conclure que les offres de télévision par le câble et par satellite sont substituables du côté de l'offre.

Conclusion

259. Sur la base de cette analyse de substituabilité, le CSA conclut que les offres payantes de télévision par satellite et de télévision numérique par le câble n'appartiennent pas au même marché.

260. En outre, vu le faible nombre d'utilisateurs, l'inclusion de la télévision par satellite dans le marché pertinent n'est pas susceptible d'influencer significativement les conclusions de l'analyse concurrentielle.

261. Dans une réaction à la consultation publique, un acteur du marché indique que la télévision par satellite appartient au même marché que la télévision par le câble. L'acteur en question renvoie ce faisant à un groupe significatif d'utilisateurs qui passerait à la télévision par satellite dans le cas d'une augmentation faible mais significative des prix. Il se base pour ce faire sur le degré de disposition des consommateurs à changer d'opérateur qui découle de l'étude de marché de Profacts, réalisée pour le compte de l'IBPT.

262. Le CSA considère que cette affirmation n'est pas réaliste, sur la base des éléments suivants :

262.1. Comme mentionné ci-dessus, seulement 6 % des personnes interrogées dans cette étude de marché indiquent qu'elles passeront certainement à la télévision par satellite en cas d'augmentation faible mais significative des prix. En outre, 27 % des personnes interrogées répondent qu'elles passeraient « probablement » à une offre satellite. Il ne s'agit pas d'un indicateur suffisant d'une forte disposition du client final à migrer.

262.2. En effet, les personnes qui migreraient « certainement » représentent un pourcentage assez faible. En outre, il est nécessaire de prendre en considération les comportements réels sur le marché afin de constater la disposition réelle des clients à migrer, au lieu de tenir compte

uniquement des intentions déclarées[180]. Comme expliqué en détail ci-dessus, la part de la télévision par satellite est également restée limitée pendant la période de réglementation précédente. Une offre de Mobistar TV, qui a fait l'objet par le passé d'une promotion active, n'est pas parvenue à concrétiser la disposition à migrer nécessaire à la rendre rentable du point de vue économique. Suite à cela, il a été mis fin à cette offre.

263. Par conséquent, le CSA maintient la conclusion selon laquelle la télévision par satellite n'appartient pas au même marché que la télévision par le câble. La CRC est arrivée à la même conclusion dans l'analyse précédente du marché de la radiodiffusion du 1er juillet 2011[181].

264. L'analyse de substituabilité de la télévision par satellite n'avait alors pas été mise en question, que ce soit par la Commission européenne ou par le Conseil de la concurrence.

265. La cour d'appel a également souligné dans son arrêt concernant cette analyse de marché[182] que l'analyse de la CRC relative à la télévision par satellite ne comportait pas d'erreur de jugement :

> *« Il ressort de l'ensemble de ces données que la CRC a examiné la question de la substituabilité de la télévision par satellite selon les lignes directrices de la Commission européenne du 17 juillet 2002 (2002/C 165/03, point 44) et que le raisonnement sur lequel s'appuie sa conclusion ne comporte pas d'erreur de jugement manifeste.*
>
> *Il convient d'ailleurs de souligner à ce niveau que ni le Conseil de la concurrence, ni la Commission européenne n'ont mis en question l'analyse sur ce plan. Sa conclusion a par ailleurs également été confirmée dans les faits qui datent d'après les décisions. Là où, en juillet 2011, l'on mentionnait encore prudemment, dans la conclusion concernant la substituabilité du côté de la demande, l'offre de Mobistar (VRM point 230), en indiquant que, depuis le lancement de cette offre, le passage de la télévision numérique par le câble à la télévision par satellite n'avait pas sensiblement augmenté, il s'est avéré, trois ans après l'analyse, que l'offre de Mobistar est devenue un échec commercial : l'offre n'est plus commercialisée depuis le 15 septembre 2013.*
>
> *De même, aucune donnée factuelle récente n'indique que, depuis la date des décisions, la tendance du consommateur à passer à la télévision par satellite a évolué de manière à légitimer la remise en question de l'analyse contestée. » (traduction libre)*

[180] La littérature spécialisée recommande de mesurer la sensibilité par rapport au prix sur la base des « préférences révélées » et pas sur la base des simples « préférences déclarées ». Voir par exemple Kenneth Train, Discrete choice methods with simulation, 2003.

[181] Décision de la conférence des régulateurs du secteur des communications électroniques (CRC) du 1er juillet 2011 concernant l'analyse du marché de la radiodiffusion télévisuelle sur le territoire de la région de langue néerlandaise.

[182] Bruxelles, 12 novembre 2014, 2011/AR/2289.

5.3.6. Substituabilité entre les offres de télévision sur réseaux fixes et les offres de télévision numérique terrestre (TNT)

266. Comme décrit aux points 128 à 130, la télévision numérique terrestre renvoie aux services de radiodiffusion diffusés par les ondes à l'aide d'antennes d'émission terrestres. La norme utilisée à cet effet est la « Digital Video Broadcast Terrestrial » (DVB-T(2))[183].

267. Les plateformes de radiodiffusion télévisuelle numérique terrestre sont limitées en termes de capacité. Un opérateur qui propose des services de radiodiffusion via cette plateforme de radiodiffusion n'est par conséquent pas en mesure de proposer autant de chaînes que la télévision numérique par le câble ou l'IPTV. Seul un nombre limité de chaînes publiques et commerciales peuvent être reçues via la DVB-T.

268. En région de langue française, l'émetteur public (RTBF) est propriétaire du réseau DVB-T et n'utilise qu'un seul multiplex avec quatre chaînes[184]. Pour l'instant, aucune extension de cette offre n'est prévue à l'horizon de la présente analyse.

269. En outre, le degré de couverture de la DVB-T reste incertain suite à la perte de la bande de fréquences 790-862 MHz, attribuée à la téléphonie mobile en région de langue française.

270. En région de langue néerlandaise, Norkring fournit le réseau DVB-T. Son réseau a été adapté pour permettre la norme DVB-T2 la plus récente pour la télévision terrestre. Via une utilisation plus efficace de la largeur de bande, les chaînes peuvent être proposées dans une meilleure qualité SD et HD via les ondes.

271. En juillet 2012, Telenet a lancé une offre commerciale via la DVB-T, appelée « Teletenne ». Dans un communiqué de presse relatif à ce lancement, Telenet a souligné l'utilisation complémentaire de la DVB-T. Toutefois, le 31 mars 2014, il a été mis fin à l'offre à cause du manque d'intérêt. [185]

272. TV Vlaanderen a lancé, le 7 décembre 2017, « Antenne TV », une offre d'abonnement payante sur la base de la DVB-T2[186]. Pour 9,95 € par mois, cette offre propose 15 chaînes dans une qualité numérique en Flandre et à Bruxelles.

273. En outre, les chaînes des radiodiffuseurs publics RTBF, VRT, ARD et ZDF, l'émission d'information quotidienne « Blickpunkt » de la BRF, mais aussi la station « EuroNews » (en français) et certaines chaînes de CLT-UFA sont aussi disponibles dans diverses parties de la région de langue allemande.

---

[183] L'émission analogique via les ondes n'existe plus en Belgique depuis le 3 novembre 2008. La norme (ETSI) la plus récente est la DVB-T2, où T2 renvoie à « deuxième génération ». Le débit supérieur par rapport à celui de la norme précédente, la DVB-T, fait que la DVB-T2 est plus adaptée pour l'émission de signaux HDTV.

[184] Depuis novembre 2007, la RTBF diffuse gratuitement en TNT ses trois chaînes de télévision (La Une, La Deux et La Trois), ses 5 chaînes de radio (La Première, Vivacité, Musique3, Pure FM et Classic21) ainsi que la chaîne de télévision Euronews et les deux radios de la BRF. Actuellement 90 à 95 % du territoire de la Fédération Wallonie-Bruxelles est couvert par la TNT.

[185] Voir par exemple : *« Belgische kabelaar Telenet stopt met televisie via dvb-t »*, 16 février 2014, https://tweakers.net/nieuws/94349/belgische-kabelaar-telenet-stopt-met-televisie-via-dvb-t.html.

[186] Communiqué de presse Groupe M7 « TV Vlaanderen lanceert binnenkort TV-abonnement via digitale antenne », 9 novembre 2017.

Depuis le 29 mars 2017, la DVB-T2 HD d'Aix-la-Chapelle est disponible dans certaines parties de la région, ce qui inclut 14 chaînes des radiodiffuseurs publics allemands diffusées gratuitement (« free to air »).[187]

Substituabilité du côté de la demande

274. En raison du nombre limité de chaînes disponibles dans les offres DVB-T(2), ces dernières s'adressent par conséquent à un marché de niche de clients satisfaits par un nombre limité de chaînes et/ou pour une utilisation complémentaire avec d'autres plateformes de télévision. Ce caractère de niche est confirmé dans les communiqués de presse concernant le lancement des offres payantes « Teletenne » (arrêtée entre-temps) et « Antenne TV »[188].

275. Les chiffres exacts de l'utilisation de la DVB-T ne sont pas connus. Dans l'étude de marché de 2016 de l'IBPT, moins de 1 % des répondants ont toutefois indiqué faire usage de la DVB-T. La majorité des répondants qui n'utilisent pas la DVB-T indiquent également ne pas vouloir passer à celle-ci en cas d'augmentation significative du prix de leur abonnement de télévision actuel. Une hausse du prix des offres de télévision numérique par le câble ne provoquerait donc pas une migration des consommateurs vers la DVB-T. L'étude de l'Observatoire européen de l'audiovisuel indique également que seul 0,6 % des personnes interrogées reçoivent des services de radiodiffusion via la DVB-T.

276. Comme déjà signalé ci-dessus, Telenet a mis fin à son offre DVB-T le 31 mars 2014 à cause du manque d'intérêt[189]. Vu le caractère récent du lancement d'« Antenne TV », le nombre exact de clients n'est pas encore connu.

277. Pour la réception de la DVB-T(2), des périphériques supplémentaires sont nécessaires, à savoir un module CI+, un décodeur, une carte à puce et une antenne. Avec les téléviseurs modernes, l'achat supplémentaire d'un module C+ et d'un décodeur peut ne pas être nécessaire, étant donné qu'ils sont déjà intégrés. Une antenne extérieure peut en outre être nécessaire selon la capacité de réception (voir également le point 286.4).

278. En raison du spectre limité, la qualité de l'image et du son dépend fortement du lieu et de la capacité de réception de l'utilisateur final. La norme DVB-T2 plus récente peut permettre des émissions en haute définition. Toutefois, comme il ressort des points 286 et suivants, ce n'est pas garanti partout. Des tests de l'offre « Antenne TV» lancée récemment montrent par exemple que la qualité de l'image n'est pas toujours optimale.

---

[187] Outre les 14 programmes des chaînes publiques allemandes diffusés en clair, le téléspectateur peut capter nombre de chaînes privées allemandes à condition de s'abonner à la plateforme freenet TV ; cette possibilité d'abonnement est toutefois réservée aux personnes domiciliées en Allemagne. Une offre totale d'une trentaine de chaînes est disponible en HD (1080p50) depuis le 29 mars 2017. Voir http://dvb-t2hd.de/programme.

[188] Voir plus loin les points 286 et suivants.

[189] Techpulse, 17 février 2014 : *« Telenet trekt op 31 maart 2014 de stekker uit Teletenne omdat het commerciële succes naar eigen zeggen beperkt is, door een gebrek aan interesse. »*

279. Enfin, il convient de noter que les opérateurs qui émettent des signaux de télévision via la DVB-T sont très limités dans leurs possibilités de fournir des services interactifs, comme les services à la demande, en raison du spectre disponible limité.

280. Vu le faible nombre d'utilisateurs, le spectre disponible limité qui restreint le nombre de chaînes disponibles et peut entraîner une variation de la qualité de l'image en fonction de la capacité de couverture, ainsi que les possibilités limitées de télévision interactive, le CSA considère que les offres de télévision numérique sur les réseaux fixes et les offres DVB-T ne sont pas substituables du côté de la demande.

Substituabilité du côté de l'offre

281. Un opérateur DVB-T ne peut pas proposer de service de télévision équivalent à celui proposé par le câble ou l'IPTV. Compte tenu du fait que le spectre est une ressource rare, un opérateur DVB-T ne peut pas obtenir suffisamment de spectre à court terme pour proposer une offre aussi diversifiée que l'offre de TV numérique sur les réseaux fixes.

282. Il n'est pas davantage possible pour un opérateur DVB-T d'adapter, rapidement et sans augmenter ses coûts de manière substantielle, sa capacité de production de manière à proposer les mêmes fonctionnalités (interactivité, services à la demande) qu'une offre de télévision par le câble. Par conséquent, il n'est pas possible de conclure que les offres de télévision par le câble et DVB-T sont substituables du côté de l'offre.

283. Sur la base de ces éléments, le CSA considère que les offres de télévision numérique sur les réseaux fixes et les offres DVB-T ne sont pas substituables du côté de l'offre.

Conclusion

284. Sur la base de cette analyse de substituabilité, le CSA conclut que les offres de télévision sur les réseaux fixes et les offres DVB-T n'appartiennent pas au même marché de produits.

285. Dans les réactions à la consultation publique, un acteur du marché a indiqué que les possibilités de proposer les offres DVB-T doivent être prises en considération. L'on renvoie ce faisant aux entrants possibles.

286. Comme décrit ci-dessus, le 7 décembre 2017, une offre a été lancée via la DVB-T2 en Flandre et à Bruxelles par TV Vlaanderen. Tant les testeurs du produit que le fournisseur TV Vlaanderen soulignent, lors du lancement, les limitations susmentionnées vis-à-vis des offres de télévision classique.

286.1. La limitation au niveau du spectre disponible, qui influence aussi bien la qualité de l'image que les options interactives :

Il ressort d'un test d'utilisateur effectué par Belga, communiqué par VRTNws[190] :

« Par rapport à la télévision numérique classique de Proximus et de Telenet, il y a encore beaucoup de défauts. Les émissions ne sont par exemple pas en haute définition. Selon Yannick Altruy, country manager, « Il est techniquement possible de passer à la HD, car les tuners DVB-T sont compatibles avec celle-ci, mais les chaînes HD occupent bien plus de largeur de bande que les chaînes SD, ce qui diminuerait fortement le nombre de chaînes que nous pouvons offrir ». Aussi, enregistrer les programmes et les mettre sur pause n'est pas aussi simple. Cela nécessite une clé USB supplémentaire et les possibilités sont limitées. »

Il ressort d'un test d'utilisateur réalisé par De Standaard[191] :

« Nous pouvons enregistrer des programmes sur une clé USB et mettre des émissions en direct sur pause. Toutefois, tout cela se passe tout de même moins facilement qu'avec un abonnement à la télévision numérique par le câble ou un abonnement DSL chez Proximus ou Orange. Mais le problème principal se situe au niveau de la qualité de l'image. « Antenne TV » n'émet pas en HD. L'image numérique est en outre très compressée, ce qui entraîne souvent des tâches de couleur peu agréables. »

286.2. Le caractère de niche a également été souligné dans les différents tests d'utilisateurs lors du lancement de la nouvelle norme DVB-T2.

Dans sa communication, l'entreprise indique vouloir tenir compte du succès du visionnage mobile de la télévision.

« « Antenne TV » peut servir de deuxième connexion dans la chambre, mais aussi en camping, sur un bateau ou au kot. À condition naturellement que ceux-ci se trouvent sur le territoire de la Flandre et de Bruxelles. En outre, Altruy compte sur le fait que de nouveaux produits arriveront l'année prochaine sur le marché pour le visionnage mobile. Ainsi, selon lui, des tuners DVB-T2 portables seront commercialisés, comme il existe déjà des lecteurs de DVD portables[192]. »

« « Antenne TV » restera donc probablement un produit de niche. La DVB-T est par exemple toujours restée populaire auprès des bateliers, qui ont continué pendant tout ce temps à regarder les chaînes de la VRT de cette manière. Pareil pour les campeurs, s'il n'y a pas de connexion Internet fixe dans les environs[193]. »

---

[190] VRT Nws : « TV Vlaanderen lanceert Antenne TV zonder kabel of internet », https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2017/12/07/tv-vlaanderen-lanceert-antenne-tv-zonder-kabel-of-internet/, 7 décembre 2017, traduction libre.

[191] « Antenne TV brengt televisie terug naar de ether », De Standaard, 7 décembre 2017, traduction libre.

[192] VRT Nws : « TV Vlaanderen lanceert Antenne TV zonder kabel of internet », https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2017/12/07/tv-vlaanderen-lanceert-antenne-tv-zonder-kabel-of-internet/, 7 décembre 2017, traduction libre.

[193] « Antenne TV brengt televisie terug naar de ether », De Standaard, 7 décembre 2017, traduction libre.

286.3. Le même caractère de niche a déjà été souligné par Telenet lors du lancement de son offre « Teletenne », arrêtée en 2014 à cause d'un manque d'intérêt :

« Le lundi 2 juillet, Telenet lancera son nouveau produit télévision, Teletenne. Avec une antenne et un décodeur spécial, les clients en Flandre et à Bruxelles pourront regarder la télévision avec une qualité d'image et de son supérieure, même là où un raccordement au câble s'avère difficile voire impossible. Teletenne est donc la solution idéale pour les résidences secondaires, les chambres à dormir ou les pavillons de jardin. Mais également pour les kots ou les habitations qui se situent en dehors de la zone câblée. »[194]

286.4. En outre, il ressort de la carte sur le site Internet de TV Vlaanderen que la zone de couverture permettant de regarder cette offre chez soi est assez limitée. Pour la plupart des zones en Flandre, l'installation d'une antenne extérieure supplémentaire est donc nécessaire. Cela entraîne des complications supplémentaires qui peuvent influencer la disposition du consommateur à changer d'offre (voir également le point 239.2). Dans une partie de la Flandre, la réception DVB-T est en outre impossible, aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur.

287. Vu les limitations techniques et le caractère de niche de la DVB-T(2), qui se révèlent durables sur la base du lancement de produit le plus récent, la conclusion du CSA selon laquelle les offres DVB-T et la télévision par le câble n'appartiennent pas au même marché reste inchangée.

5.3.7. Substituabilité des services de télévision numérique par plateforme fermée (câble et IPTV) et par des services linéaires payants « over-the-top »

288. Les services de télévision linéaire « over-the-top » (OTT) englobent les services de radiodiffusion télévisuelle proposés directement à l'utilisateur final via l'Internet large bande, sans priorité spécifique.

289. Comme indiqué ci-dessus, les services de télévision non linéaire (dont les services OTT non linéaires, comme par exemple la « web tv », font partie) ne constituent pas un substitut pour les services de télévision linéaire. Il reste à examiner si les services linéaires payants OTT[195] appartiennent ou non au marché de produits en question.

<u>Substituabilité du côté de la demande</u>

290. Le nombre d'offres de télévision OTT linéaire payante est actuellement très limité. Seul un produit sur le marché offre pour le moment la télévision OTT linéaire payante. En août 2017, l'offre « Stievie Premium »[196] a été lancée par Stievie NV, filiale de Medialaan NV. Il s'agit ici d'une offre avec un nombre de chaînes limité. Au total, l'offre comporte dix-huit chaînes, qui peuvent être regardées

[194] Communiqué de presse de Telenet du jeudi 21 juin 2012 : « Telenet lance Teletenne ».

[195] Pour une description des services linéaires OTT, voir la section 5.2.1.3.

[196] Voir point 137.

aussi bien de manière linéaire qu'en différé sur plusieurs écrans pour une redevance d'abonnement mensuelle de 9,99 €.

291. En 2012, WeepeeTV a été lancée. Il s'agissait d'une offre payante dans le cadre de laquelle l'on pouvait choisir 10 chaînes dans un pack de 26 pour un abonnement de 10 à 12 € par mois. Ces services de radiodiffusion pouvaient être achetés via une connexion Internet haut débit. En décembre 2013, l'offre a été arrêtée. WeePeeTV représentait une part de marché inférieure à 0,1 %.

292. Les réactions à la consultation publique ne mentionnent aucune offre de télévision OTT linéaire payante supplémentaire. Un acteur du marché a toutefois indiqué que le prestataire néerlandais Mobile2Morrow propose des services sur le marché belge. Il s'agit ici d'un pack de chaînes de télévision locales néerlandaises et d'une série de chaînes internationales. L'offre ne comporte aucune des chaînes « must have » sur le marché belge[197].

293. Des différences peuvent apparaître au niveau de la qualité de service par rapport aux offres sur l'IPTV et les plateformes câblées. Les services OTT sont en effet transmis via l'Internet large bande, généralement sans priorité spécifique, ce qui ne garantit pas toujours la qualité de la transmission. Les signaux de la télévision numérique par le câble sont, quant à eux, envoyés via un service de transmission sous-jacent, spécialement dédié à l'envoi de signaux de télévision et indépendamment d'autres services.

294. Comme cela a déjà été souligné, il ressort de l'étude de marché de l'IBPT de 2016 qu'un répondant sur trois regarde la télévision via Internet (par ex. deredactie.be, rtbf.be, YouTube). Seul 1,7 % des personnes interrogées regardent uniquement les services de radiodiffusion via une connexion Internet haut débit.

295. Au vu de ces éléments, le CSA estime qu'en cas d'augmentation faible mais significative du prix de la télévision numérique par le câble et de l'IPTV, les utilisateurs ne passeront pas aux services OTT payants.

Substituabilité du côté de l'offre

296. Un opérateur qui propose des services de radiodiffusion linéaire OTT ne pourra pas adapter son offre à court terme et sans frais supplémentaires pour répondre aux exigences d'une offre de radiodiffusion télévisuelle linéaire via le câble ou l'IPTV.

297. En l'absence de régulation, il n'existe toutefois pas d'offre de gros qui permette à un opérateur de services de radiodiffusion OTT de proposer des services de radiodiffusion via une plateforme comparable au câble ou à l'IPTV. Les coûts pour investir dans une nouvelle plateforme de télévision sont tels qu'elle ne peut pas être concrétisée à court terme.

[197] Voir l'aperçu des chaînes sur https://www.mobile2morrow.com/nl/tv-channels/, consulté le 5 janvier 2017.

Conclusion

298. Sur la base de cette analyse de substituabilité, le CSA conclut que les offres linéaires OTT payantes et les offres de télévision numérique par plateforme fermée (câble et IPTV) n'appartiennent pas au même marché.

5.3.8. Analyse supplémentaire de l'évolution des services OTT linéaires et non linéaires

299. Dans les réactions à la consultation publique, plusieurs acteurs du marché notent l'importance des services de télévision OTT.

300. Un acteur du marché indique ce faisant que plusieurs types de services OTT évoluent tellement que les limites entre ceux-ci disparaissent. Ainsi, selon lui, les services OTT doivent être considérés comme un ensemble et ne doivent pas être évalués sur la base des différentes analyses de substituabilité auxquelles ils ont été soumis dans le projet de décision.[198]

301. Le CSA estime que cette répartition est toutefois pertinente pour délimiter correctement le marché. Le point de départ est ici la manière dont l'utilisateur final reçoit des services de télévision, les consomme et dans quelle mesure ces différents services de télévision diffèrent sur le plan fonctionnel les uns des autres[199].

302. À chaque analyse de substituabilité, le CSA a examiné l'évolution de la télévision OTT. Comme décrit dans les sections en question, le CSA a pour ce faire effectué une étude de marché détaillée de ces services concernant la période de réglementation précédente, en tenant compte des évolutions technologiques, des comportements des acteurs du marché, du lancement de nouveaux produits et de la disposition du consommateur final à migrer. En outre, une étude supplémentaire a été réalisée par le bureau d'experts Tera, dans laquelle l'évolution des services OTT a été examinée.

303. Le CSA a analysé les arguments développés par les acteurs du marché concernant les services OTT dans leurs réactions à la consultation publique. Étant donné que ces remarques portent sur l'ensemble des services OTT abordés dans les différentes analyses de substituabilité, ces réactions sont toutes examinées ci-après.

5.3.8.1. L'offre de services de télévision OTT

304. Plusieurs acteurs du marché indiquent qu'il y a un nombre croissant d'offres de télévision OTT disponibles sur le marché belge. Le CSA a également constaté cela dans son projet de décision, qui

---

[198] Il s'agit plus précisément des sections suivantes de cette analyse de marché :

Section 5.3.1 « Substituabilité entre les offres de télévision linéaire et les offres de télévision non linéaire », section 5.3.2 « Substituabilité entre les offres de télévision payante et les offres de télévision gratuite » et section 5.3.7 « Substituabilité des services de télévision numérique par plateforme fermée (câble et IPTV) et par des services linéaires payants « over-the-top ».

[199] Selon la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE), le marché pertinent de produits ou de services comprend tous les produits ou les services qui sont suffisamment interchangeables ou substituables l'un à l'autre, en fonction non seulement de leurs caractéristiques objectives, en vertu desquelles ils sont particulièrement aptes à satisfaire les besoins constants des consommateurs, de leur prix ou leur usage prévu, mais également en fonction des conditions de concurrence et/ou de la structure de la demande et de l'offre sur le marché en question.

décrit en détail les différents types de services de radiodiffusion OTT. Ensuite, il a étudié en détail les rapports entre les services OTT linéaires payants d'une part et la télévision numérique par plateforme fermée (câble et IPTV) d'autre part (dans ce contexte, également appelée « télévision classique »).

305. Au terme de ces différentes analyses, on peut conclure que les services OTT (linéaires ou non, gratuits ou payants) constituent soit un complément aux offres de télévision classique (comme le visionnage en différé et certaines formes de vidéo à la demande), soit une offre de contenu fragmenté (comme les abonnements de vidéo à la demande ou la télévision web gratuite).

306. Cette complémentarité entre les services de télévision classique et les services OTT est également confirmée par John Porter, CEO de Telenet[200]. John Porter voit Telenet comme un futur « intégrateur », proposant différents services de télévision (classiques et en ligne) dans un seul environnement. Et il tend également la main à VRT NU et à Stievie, services de streaming respectifs de la VRT et de Medialaan :

> *« Il s'agit de bons services, mais le téléspectateur ne veut pas naviguer sur beaucoup de plateformes différentes pour rechercher une expérience télé ».*

307. La complémentarité de ces services est illustrée, en outre, par l'association de Proximus avec Netflix., Proximus a en effet intégré l'accès à Netflix dans son décodeur[201] et propose désormais Netflix en bonus dans le cadre de son offre Tuttimus.

308. Il convient en outre de noter qu'aucun des services OTT mentionnés par les acteurs du marché lors de la consultation publique ne comprend les chaînes les plus regardées (chaînes « must have »), à l'exception de l'offre très récente de Stievie Premium[202].

309. La catégorisation en chaînes et la programmation qui caractérisent la télévision classique sont en outre absentes des services OTT disponibles. Cette caractéristique se retrouve toutefois dans la télévision classique. Or, les experts s'accordent à souligner l'importance de ce facteur de classement chez le consommateur[203] :

> *Jo Caudron : « Dans le futur, nous aurons encore plus de choix et de produits. De ce fait, les consommateurs auront en même temps besoin d'encore plus de catégorisation du contenu. »*

---

[200] John Porter, CEO de Telenet : « We moeten het Vlaamse televisielandschap versterken », VRT Nws, jeudi 21 septembre 2017, https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2017/09/20/we-moeten-het-vlaamse-televisielandschap-versterken/, traduction libre

[201] Astel, Proximus offre Netflix durant 6 mois, 20 octobre 2014.

[202] L'impact de la très récente offre Stievie Premium est discuté aux points 333 et suivants.

[203] Reportage Terzake (VRT Nws : « We moeten het Vlaamse televisielandschap versterken », jeudi 21 septembre 2017, https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2017/09/20/we-moeten-het-vlaamse-televisielandschap-versterken/, à partir de 4 minutes et 2 secondes, traduction libre

John Porter : « Le consommateur ne veut pas rechercher du contenu à plusieurs endroits pour une expérience télévisuelle. Nous avons une architecture ouverte sur notre plateforme et nous accueillons d'autres services de streaming. »

310. En outre, la tarification des services OTT mentionnés par les acteurs du marché diffère de celle de la télévision câblée, comme décrit dans les tests de substituabilité ci-dessus.

311. Dès lors, nonobstant la prise en compte de l'existence et de l'évolution des services OTT dans son projet de décision, le CSA relève que les caractéristiques fonctionnelles de ces offres diffèrent réellement de celles de la télévision classique. La manière de recevoir le contenu audiovisuel (structuré ou non en bouquets de chaînes) et le mode de tarification (payant ou gratuit) figurent parmi ces différences. De même, la qualité de l'image des services OTT est sujette à des variations plus importantes que la télévision classique, du fait de leur diffusion sur plateforme non gérée (voir plus loin).

312. En outre, les acteurs du marché mentionnent dans leurs réactions un grand nombre d'offres qui sont uniquement disponibles à l'étranger. KNIPRR, NLziet, Huwaei Youfone et Facebook Watch en sont quelques exemples. Un acteur du marché mentionne l'existence de Mobile2Morrow sur le marché belge. Il s'agit ici toutefois d'une offre qui ne comprend que des chaînes régionales néerlandaises et une série de chaînes internationales.

313. Le CSA surveille l'évolution de ces offres internationales. Cependant, au terme d'une analyse prospective des marchés, rien n'indiqueque ces produits seraient rendus disponibles sur le marché belge. Par ailleurs, rien n'indique, selon le CSA, que ceux-ci seraient, le cas échéant, suffisamment comparables à la télévision classique, par exemple sur le plan du contenu audiovisuel. Les exemples étrangers invoqués dans les réactions à la consultation publique n'y répondent pas pour le moment. Il convient en outre de noter que dans les réactions à la consultation concernant le projet de décision de l'analyse de marché de la radiodiffusion en 2011, la percée d'acteurs étrangers semblables, comme Joost et Hulu, avait également été mentionnée par les acteurs du marché. Or, jusqu'à présent, ces acteurs n'ont pas fait leur apparition sur le marché belge de la radiodiffusion.

314. Une étude de Tera menée pour le compte de l'IBPT confirme enfin le caractère différencié des services OTT :

« Il n'est en revanche pas certain que le développement d'acteurs tel que Netflix ait un impact significatif sur les services linéaires payants. En effet, la part des services S(VOD) des OTT dans le volume global de vidéos est pour l'heure très limitée. En outre, du côté de la demande comme de l'offre, les services non linéaires et linéaires sont relativement différenciés.

Dans ces conditions, la pression concurrentielle qu'ils exercent et risquent d'exercer à un horizon de 3 ans sur les opérateurs proposant des services de télévision linéaire payante semble assez limitée. »

315. Bien qu'il y ait donc une série de services OTT sur le marché belge, les sections qui précèdent ont montré que ceux-ci présentaient des différences fonctionnelles à plusieurs titres par rapport aux

services de télévision classique. Les conclusions du CSA sur ce point restent inchangées. Lorsque cela s'est avéré nécessaire, le CSA a néanmoins adapté le projet de décision, en tenant compte des évolutions de produits récentes. L'impact de la très récente offre Stievie Premium est discuté aux points 333 et suivants.

5.3.8.2. Disposition de l'utilisateur final à migrer

316. Un élément crucial de l'analyse des services OTT est la disposition de l'utilisateur final à passer de la télévision classique aux services OTT. Le CSA a examiné en détail cette disposition à migrer à la section 5.3.1 « Substituabilité entre les offres de télévision linéaire et les offres de télévision non linéaire ».

317. Afin de déterminer le nombre de clients des services OTT et analyser la disposition des utilisateurs à migrer malgré la disponibilité limitée des données, le CSA s'est basé sur une série d'indicateurs. Ceux-ci proviennent d'une étude de marché propre (réalisée par Profacts), de rapports externes (parmi lesquels ceux de Tera, du Digimeter, de MediaXpericence et du CIM), du nombre de clients des opérateurs et de plusieurs autres sources (experts, rapports annuels, etc.).

318. Comme décrit en détail dans le projet de décision, il en ressort que les différents services OTT représentent, d'un point de vue prospectif, un complément aux services de télévision classique plutôt qu'un substitut à ceux-ci. Dans leurs réactions à la consultation, plusieurs acteurs du marché ont formulé des remarques concernant cette conclusion et présenté l'argument selon lequel il y avait une disposition suffisante des utilisateurs finals à migrer des services de télévision classique vers les services OTT. Ces remarques sont analysées plus en détail ci-dessous.

319. Une indication importante de la disposition limitée des utilisateurs à migrer vers les services OTT est le fait que le nombre de clients des services de télévision classique (à savoir l'IPTV et la télévision par le câble) a augmenté pendant la période de réglementation précédente[204], et ce, avec un taux de pénétration relativement élevé et malgré plusieurs augmentations tarifaires de l'IPTV et des offres câblées. Cela montre que l'évolution des services OTT ne se fait pas en remplacement des services de télévision classique mais de manière complémentaire à ceux-ci. Si les deux se substituaient, le nombre de clients des offres de télévision classique devrait en effet diminuer.

320. Ce caractère complémentaire est exprimé plus en détail dans les différentes études de marché utilisées par le CSA dans le cadre de son analyse, parmi lesquelles les rapports Digimeter, de MediaXperience et du CIM. Quelques acteurs du marché contestent cette conclusion sur la base des rapports susmentionnés. La conclusion du CSA reste toutefois inchangée.

321. Le visionnage linéaire de la télévision reste la principale manière de consommer les offres de radiodiffusion. Les services OTT sont principalement achetés de manière complémentaire, comme l'illustre le tableau ci-dessous issu du rapport Digimeter 2017. L'on peut y voir que le visionnage

[204] Voir le point 187.

linéaire reste la principale manière (56,6 %) de regarder la télévision au quotidien[205]. Le CSA note que l'utilisation totale de ces différentes formes de consommation de télévision est supérieure à 100%, ce qui indique le caractère complémentaire des différentes formes de consommation du contenu audiovisuel.

WAYS TO WATCH TV CONTENT**

	Ever			Monthly			Daily		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Live/linear	93,9%	94,3%	**86,6%***	81,9%	82,6%	**73,2%***	60,0%	56,6%	**49,8%***
Timeshifted viewing	77,9%	80,6%	**75,2%***	69,2%	73,5%	**64,6%***	29,6%	29,4%	**27,0%**
Pay-per-view for series and films		43,6%	**38,3%**		13,5%	**13,1%**		1,3%	**1,3%**
Play/Play More (Telenet) *(of Flemings having access to a Play/Play More account N=304 or 13,0% of population)*		86,6%	**79,5%***		71,4%	**67,1%***		17,2%	**19,6%**
DVDs	60,0%	56,9%	**53,0%***	23,2%	21,9%	**20,9%**	1,3%	2,4%	**2,1%**
Play Sports (Telenet) *(of Flemings having access to a Play Sports account N=131 or 5,6% of the population)*		76,9%	**72,7%***		72,0%	**58,6%***		16,4%	**14,6%**

Video table 1 'How do you watch TV content?' (N=2.345, except where indicated otherwise)
* Statistically significant change compared to the previous year, based on a chi-square test.
** Due to the low sample size, Proximus Movies & Series Pass and Proximus TV/TV+ were excluded from analysis.

Figure 11 : Manières de regarder le contenu audiovisuel (Source : Digimeter 2017 « Measuring digital media trends in Flanders »)

322. Le rapport Digimeter 2017 désigne clairement ce caractère complémentaire dans son analyse :

> *"Overall, Flemings are satisfied with the offerings of traditional TV stations (47,0%, -1,1 percentage points). Among Flemings aged 15-29, however, we do see decreased satisfaction (40,6%, -7,1 percentage points). Satisfaction with Telenet Play/Play More (49,3%, +3,1 percentage points) and especially Netflix (64,7%, +7,4 percentage points) has increased significantly compared to last year. Flemings still believe that traditional TV stations have their place next to on-demand forms of audiovisual content. <u>In other words, they see services such as Netflix and Telenet Play/Play More as supplements to traditional TV stations, rather than substitutes</u>. This is confirmed by the fifth statement, as 26,6% of Flemings agree that video-on-demand services act as alternatives for traditional TV stations. However, this is a significant increase compared to last year, when only 18,9% agreed on this statement (+7,6 percentage points). Particularly among Flemings aged 15-29, there is a substantial segment that seems to consider video-ondemand services a substitute for traditional TV stations (46,2%, +12,0 percentage points)."*

323. Quelques acteurs du marché notent que l'utilisation de la télévision OTT est significativement plus populaire auprès des générations plus jeunes. Le CSA a déjà reconnu cette tendance dans son projet de décision. Néanmoins, une utilisation complémentaire reste également observable pour ces

[205] En outre, la deuxième catégorie la plus importante, le « timeshifted viewing », soit le visionnage en différé, comporte également des services compris dans les offres de télévision classique.

générations (31,9%), pour lesquelles les vidéos en ligne sont il est vrai plus regardées que dans d'autres tranches d'âge, comme le montre la figure ci-dessous. Il ressort en outre de cette figure que les catégories « Télévision traditionnelle exclusive » et « Combinaison de vidéos en ligne et de télévision traditionnelle » restent les principales catégories lorsque les différentes catégories d'âge sont considérées de manière globale.

Figure 12 : Comparaison de la télévision traditionnelle et des vidéos en ligne (Source : Digimeter 2017 « Measuring digital media trends in Flanders »)

324. Il convient en outre d'observer que les tranches d'âge où le visionnage de vidéos en ligne est dominant (principalement chez les 15-19 ans et les 20-29 ans) ne répresentent qu'environ 20% de la population[206]. Il convient en outre de noter que ce ne sont pas nécessairement les représentants de ces tranches d'âge qui prennent les décisions dans les ménages en ce qui concerne l'achat de services de radiodiffusion. Cette décision d'achat se situe plutôt dans les tranches d'âge moyenne et supérieure, pour lesquelles la télévision classique reste un facteur dominant dans la consommation de services de radiodiffusion.

[206] Ceci a été récemment confirmé par John Porter, CEO de Telenet : « Il y a des gens qui veulent seulement une connexion Internet et un téléphone mobile, comme mon fils de 24 ans, qui regarde des films sur le mur de sa chambre avec un projecteur. Mais ce n'est de loin pas la majorité. Nous ne devons pas nous laisser aveugler par le comportement des millenials ». Gaming moet Telenet redden, De Tijd, 16 mai 2018 (traduction libre).

325. Dans leur ensemble, ces données indiquent donc, toutes catégories d'âge confondues, le caractère complémentaire des services OTT et de la télévision classique.

326. Vu l'intégration croissante des services OTT dans l'offre de télévision classique, il n'est en outre pas établi que la popularité des services OTT auprès des plus jeunes se traduira par un effet de substitution avec les services de télévision classique. Le CEO de Telenet, John Porter, a clairement exprimé l'intention de continuer à intégrer à l'avenir les services OTT aux services de télévision classique[207]. Dans le même ordre d'idées, le service de SVOD de Netflix est actuellement déjà disponible dans les packs de Proximus, ce qui montre à nouveau son caractère complémentaire.

327. Une étude du régulateur britannique Ofcom[208] conclut également que la consommation audiovisuelle des 16-24 ans reste majoritairement orientée vers la télévision classique lorsqu'on additionne la télévision en direct, la Video-on-Demand du fournisseur de radiodiffusion et la télévision de rattrapage.

328. Un acteur du marché reprend la citation suivante d'une étude du régulateur néerlandais ACM :

« Toutefois, les téléspectateurs ne disposent que d'un temps limité qu'ils partagent sur plusieurs plateformes. En ce sens, les plateformes de vidéo en ligne se concurrencent non seulement les unes les autres pour attirer l'attention des téléspectateurs sur des médias traditionnels, mais concurrencent également d'autres prestataires de services vidéo, comme Netflix et Videoland. » (traduction libre)

329. Le CSA note ici que les services complémentaires sont par définition achetés ensemble et par conséquent utilisés naturellement en alternance par le consommateur final. Ce n'est que dans le cas où le consommateur remplace les services de télévision classique par des services OTT que ces deux types de services ne se partageraient pas l'attention de l'utilisateur final. Une telle situation ne se présente pas nettement pour le moment. En outre, la dernière analyse de marché de l'ACM a également souligné le caractère complémentaire des services OTT et noté que ceux-ci n'appartenaient pas dans cette analyse de marché au même marché pertinent que les services de télévision classique.

330. La complémentarité est également confirmée dans différentes sources pendant le monitoring permanent du marché[209], ainsi que par l'étude indépendante du bureau d'experts Tera :

« Toutefois, dans la pratique, les ménages privilégiaient toujours très fortement la TV en 2016. Celle-ci représentait l'année dernière 71 % du temps total de vidéos consommées chaque jour en Belgique[210]. La S(VOD) quant à elle ne représentait que 15 % du volume global des vidéos.

---

[207] Digimeter 2016 : « Measuring digital media trends in Flanders » Ce rapport analyse les tendances au niveau de l'utilisation des médias, dont les services de radiodiffusion, dans la région de langue néerlandaise.

[208] Cité par Nethys dans sa présentation à la Commission d'enquête du Parlement wallon, le 10 mars 2017.

[210] http://blog.rmb.be/wp-content/uploads/2016/06/MediaXperience-Presentation_FR.pdf

En outre, les opérateurs de communications électroniques généraient à eux seuls 68 % des volumes vidéos S(VOD), le reste (32 %) étant le fait des services spécialisés tel que celui de Netflix. En d'autres termes, la part des services spécialisés fournis par les OTT dans le volume global des vidéos est très limitée, de l'ordre de 4,8 %[211], dont environ 2,6 % pour Netflix. »

« À l'heure actuelle, les ménages n'ont que très faiblement substitué les services non linéaires des OTT, dont Netflix, aux services des opérateurs de communications électroniques, incluant les services linéaires et non linéaires. »

331. En outre, Cable Europe, l'organisation de représentation des intérêts des câblo-opérateurs européens confirme elle-même le caractère complémentaire des services de radiodiffusion OTT dans le « Cable yearbook 2017 ». Dans la présentation accompagnant celui-ci et donnée notamment par le président de Cable Europe, Matthias Kurth, ce caractère complémentaire est mis en avant :

"The role online video has played has been to expand the overal market for subscription video- OTT growth has not come at the expense of pay TV, meaning that the cord-cutting trend seen in North-America has not spread to Europa."[212]

Comme également indiqué dans l'analyse susmentionnée du CSA, le « Cable Yearbook » de 2017 note aussi que l'évolution de la radiodiffusion télévisuelle OTT ne s'accompagne pas d'une tendance à la baisse de la télévision classique :

Figure 13 : Télévision payante et abonnements vidéos en ligne (Source : Présentation lors du « Cable Yearbook 2017 » - Cable Europe & IHS)

332. Enfin, il convient de noter qu'aucun autre régulateur européen ne place les services OTT dans le même marché pertinent que ceux de la radiodiffusion télévisuelle classique. Cela ressort d'une étude

[211] 32 %*15 % = 4,8 %.

[212] Présentation IHS Markit & Cable Europe lors du lancement du « Cable Yearbook 2017 » : slides « Discussion and Q&A, Matthias Kurth (Cable Europe Executive chairman) & Ted Hall (Research director, IHS Markit), slide 13.

comparative du service de renseignements indépendant Cullen International, réalisée pour le compte du CSA[213].

5.3.8.3. Impact du lancement de Stievie Premium

333. Plusieurs acteurs du marché renvoient au lancement récent de Stievie Premium. C'est actuellement la seule offre OTT qui propose une offre de chaînes structurée, il est vrai bien plus limitée que les services de télévision classique, mais comprenant la plupart des chaînes « must have ».

334. Comme déjà évoqué au point 137, l'offre payante de Stievie a été commercialisée récemment. Il est par conséquent trop tôt pour pouvoir conclure de la capacité de cette offre à entraîner une disposition suffisante des clients finals à migrer. Le CSA considère toutefois que celle-ci est peu probable pour les raisons suivantes.

335. Dans l'enquête menée par TERA, il est indiqué que seuls 27 % des consommateurs connaissent réellement Stievie Premium dans la seule Région flamande. Une offre payante précédente comparable à Stievie n'a pu atteindre qu'une part de marché marginale[214]. En outre, en 2012, un produit similaire a été lancé, Weepee TV, auquel il a été mis fin en 2013 pour pénétration limitée. Par conséquent, il est trop tôt pour le moment pour pouvoir tirer des conclusions concernant le potentiel de Stievie Premium à constituer une offre concurrentielle susceptible d'entraîner une disposition effective des clients finals à migrer.

Figure 14 : Niveau de notoriété de l'application Stievie

[213] Il n'y a qu'en Italie que les services OTT sont repris dans le même marché que les bouquets de chaînes payants. Toutefois, là non plus, la télévision linéaire et les services de radiodiffusion OTT n'appartiennent pas au même marché.

[214] Le 31/12/2015, une offre payante précédente de Stievie comptait [confidentiel] abonnés payants, dont [confidentiel] dans la région de langue néerlandaise. Du 1er janvier 2015 au 21 août 2017, il n'était plus possible de souscrire à cette offre payante, bien que cette version payante de Stievie ait continué à exister pour les clients existants.

336. Il ressort en outre des tests d'utilisateurs et du monitoring permanent du marché[215] que plusieurs spécialistes observent des limitations au niveau de la compétitivité de cette offre Stievie, notamment pour les raison suivantes :

- La nécessité d'acheter une connexion Internet séparément.

« Il nous semble toutefois qu'il ne s'agit pas encore d'une alternative à part entière. Nous avons comparé ce que l'on perdrait avec, d'une part, le pack double play le moins cher chez Proximus et Telenet complété par un abonnement à Stievie Premium, et, d'autre part, le pack triple play Scarlet Trio. Avec ce dernier, le consommateur paie jusqu'à 67 % de moins par mois. Si nous comparons avec les packs triple play de Proximus et de Telenet, l'option double play avec Stievie Premium s'en sort un peu mieux dans quelques cas, même si l'économie reste toujours très limitée. »[216]

« Les nouvelles sont moins bonnes aussi pour celui qui envisage de couper définitivement le câble. Le consommateur qui souhaite en permanence regarder la télévision en streaming a vraiment besoin d'un abonnement avec le téléchargement illimité. Les prix de celui-ci sont absurdement élevés chez les grands acteurs tels que Telenet et Proximus. C'est délibérément le cas parce que la comparaison des prix avec un pack tout en un reprenant la télévision et la téléphonie devient alors plus intéressant. »[217]

- Limitations concernant la qualité de l'image[218] :

« Le problème ne devient vraiment frappant que lorsqu'on lit l'app via Apple Airplay ou Google Chromecast, qui est finalement supporté, sur un grand écran. Il ne faut pas regarder 'Blokken' pour compter les blocs. Il est ainsi difficile de considérer Stievie comme une alternative à part entière à la télévision numérique. Ne coupez donc pas le câble et laissez votre set-top box où elle est. » – Dries Cluts, Rédacteur en chef TechPulse, traduction libre

Ce n'est pas non plus pour la qualité de l'image que vous devrez le faire. Dès le lancement de leur nouveau service vidéo, Stievie propose la qualité SD, quelque part 'entre 480p et la HD 720p' disent-ils eux-mêmes. Une qualité minable donc, lorsque l'on sait que la plupart des smartphones permettent aujourd'hui 1080p. Celui qui vient d'acheter une télévision 4K pourra jouer aux blocs tous les soirs avec les pixels de l'écran. À cause de la faible qualité d'image, l'on atterrit (involontairement) dans le jeu de Ben Crabbé pour moins de dix euros ! – Lucas Weyts, rédacteur en chef Tandem Tech, traduction libre

---

[215] Voir également l'annexe I.

[216] Test-Achats : « Stievie Premium: nog niet meteen concurrentie voor de kabel », 1er septembre 2017 - https://www.test-aankoop.be/hightech/tv-s/nieuws/stievie-premium-nog-niet-meteen-concurrentie-voor-de-kabel, traduction libre

[217] De Morgen : « Bye, bye Telenet? Is het eindelijk tijd om de kabel door te knippen? » 28 août 2017 - https://www.demorgen.be/technologie/bye-bye-telenet-is-het-eindelijk-tijd-om-de-kabel-door-te-knippen-be56d114/, traduction libre

[218] La qualité de l'image de Stievie Premium s'élève au maximum à 720p.

337. En outre, il est possible qu'il y ait des problèmes de capacité lors de l'envoi d'une offre OTT linéaire à un grand groupe de clients finals.

338. Vu les éléments susmentionnés, le CSA conclut que le récent lancement de Stievie Premium ne modifie pas les conclusions ci-dessus concernant la disposition des clients à migrer vers des services OTT linéaires.

5.3.8.4. Étude de marché concernant la disposition des clients à migrer vers les services OTT

339. Enfin, le CSA a analysé la disposition des clients à migrer vers les services OTT dans l'étude de marché réalisée par Profacts. Il en ressort que seulement 1,7 % des répondants regardent exclusivement la télévision via Internet. La grande majorité des personnes interrogées regardent les services de radiodiffusion via une connexion Internet haut débit, en combinaison avec un abonnement payant pour la télévision linéaire.

340. Dans cette étude de marché, 25 % des répondants font part de leur intention de ne plus regarder la télévision que par Internet en cas d'augmentation tarifaire de 10 %. Plusieurs acteurs du marché notent dans leurs réactions à la consultation qu'il s'agit là d'un indicateur de l'existence d'une substituabilité entre les services OTT et la télévision classique.

341. Toutefois, afin d'évaluer correctement le degré de disposition des clients à migrer, il est nécessaire de se baser sur les comportements réels des utilisateurs finals. La littérature spécialisée recommande de mesurer la sensibilité par rapport au prix sur la base des « préférences révélées » et pas sur la base des simples « préférences déclarées »[219]. Les préférences « déclarées » sont basées simplement sur les réponses des personnes interrogées. Pour calculer les préférences « révélées » (comme dans le cadre des travaux d'Analysys et de Tera), les sondés ont été interrogés notamment à propos du nom de leur opérateur, ainsi que des caractéristiques de leur offre. L'estimation de l'élasticité-prix a ensuite été réalisée au moyen d'une analyse économétrique utilisant ces informations. Cette méthode, dite des « préférences révélées », est considérée comme la méthode scientifique la plus rigoureuse pour l'évaluation des élasticités-prix, au contraire de celle par les préférences déclarées, qui tend à surestimer l'élasticité. Il faut donc considérer que le pourcentage de 25 % d'utilisateurs déclarant qu'ils ne regarderaient plus la télévision que par Internet en cas d'augmentation tarifaire de 10 % est inapproprié pour évaluer leur disposition à migrer vers les services OTT.

5.3.8.5. Qualité d'image et capacité du réseau

342. Le CSA a souligné dans son projet de décision le fait que les services OTT sont transmis via l'Internet large bande, généralement sans priorité spécifique, ce qui ne garantit pas toujours la qualité de la transmission. Les signaux de la télévision numérique par le câble sont, quant à eux, envoyés via un

[219] Kenneth Train, *Discrete choice methods with simulation,* 2003

« Revealed-preference data relate to people's actual choices in real-world situations. These data are so called because people reveal their tastes, or preferences, through the choices they make in the world. Stated preference data are data collected in experimental or survey situations where respondents are presented with hypothetical choice situations. The term refers to the fact that the respondents state what their choices would be in the hypothetical situations » chapitre 7, p. 152

service de transmission sous-jacent, spécialement dédié à l'envoi de signaux de télévision et indépendamment d'autres services.

343. Cela offre une garantie de qualité pour l'image et le son. Par contre, pour certaines formes importantes de services non linéaires via une connexion Internet haut débit (comme par ex. le streaming web tv), la qualité de service n'est pas garantie. Comme noté ci-dessus, la qualité d'image de Stievie Premium s'élève au maximum à 720p, ce qui ne peut pas garantir de qualité d'image haute définition, surtout avec les écrans plus grands.

344. Dans leurs réactions à la consultation concernant le projet de décision, les acteurs du marché notent toutefois que les services OTT tels que Netflix peuvent offrir une qualité SD et HD via les connexions Internet habituelles. Cela a également déjà été mentionné par le CSA dans son projet de décision.

345. Dans celui-ci, le CSA se demande si et dans quelle mesure le client final et le réseau seraient impactés au cas où une offre de télévision linéaire complète via OTT était achetée. Dans un premier temps, le CSA considère l'impact sur le réseau cœur : la télévision par multicast ou DVB-C ne nécessite que de transporter une seule fois chaque canal par le réseau cœur jusqu'au nœud d'accès du réseau, indépendamment du nombre de spectateurs. Pour un service OTT, chaque canal regardé par chaque utilisateur doit être transporté jusqu'au nœud. Si 1 000 utilisateurs finals utilisent le service OTT, 1 000 canaux viennent s'ajouter aux canaux du multicast dans le réseau cœur. C'est une capacité bien supérieure à un vrai multicast pour lequel l'alternative du partage de la plateforme IP avait été jugée préférable par les opérateurs. Le réseau cœur n'est donc pas pourvu en capacité lors d'un tel saut et une migration massive vers une offre de télévision linéaire via OTT entraînerait donc une rechute significative de la qualité des images et des vitesses large bande, et ce, sur l'ensemble du réseau. Ce constat est valable pour tous les types de réseaux.

346. Pour les réseaux câblés, il y a également un effet supplémentaire sur la connexion large bande de tous les clients finals raccordés au même segment coaxial. Cet effet ne se limite donc pas uniquement à la connexion haut débit des utilisateurs finals de l'offre de télévision OTT linéaire en direct en raison du haut taux de partage du réseau d'accès. Lorsque ces utilisateurs OTT occupent une capacité disproportionnellement élevée de la capacité disponible sur ce segment coaxial, les mêmes effets que ceux indiqués ci-dessus se présenteront, mais à une échelle locale : une chute significative des vitesses large bande, les interruptions de connexions...

347. Quelques acteurs du marché notent que l'évolution des réseaux permet d'éviter les limitations de capacité. L'étude de marché du bureau d'experts Tera réalisée pour le compte de l'IBPT indique ce qui suit à ce sujet :

> *« Plus la taille du tuyau réservé à l'Internet ouvert est petite, moins les services OTT peuvent concurrencer les services spécialisés ou 'gérés', pour lesquels l'opérateur de la boucle locale réserve une place dédiée gérée par la box. Par conséquent un acteur OTT qui souhaite utiliser l'Internet large bande pour offrir un service exigeant en termes de débit ou encore de latence rencontrerait nécessairement, à cause de l'absence de priorité spécifique sur les réseaux, des difficultés à garantir une qualité de service à ses clients, surtout pendant les heures de pointe*

où la capacité du réseau est insuffisante pour gérer les pics de trafic. […] Aucun opérateur ne fournit d'ailleurs de tel service en Belgique actuellement, ce qui est un indice indirect de la difficulté qui existe pour proposer un service TV en OTT équivalent à un service TV géré. »

348. Le CSA conclut toutefois que, dans une perspective prospective, les limitations de capacité sur le réseau restent pertinentes si un opérateur souhaite offrir une offre de télévision linéaire complète de qualité suffisamment élevée à un grand groupe de clients finals. Il convient de noter que les fournisseurs des services de télévision classique amènent pour cette raison leurs services de télévision jusqu'à l'utilisateur final surtout via la DVB-C et le multicast et non via l'Internet « unmanaged ». Les conclusions concernant les limitations de capacité telles qu'examinées dans le projet de décision restent dès lors inchangées.

5.4. DÉFINITION DU MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE

349. Pour rappel, un marché géographique pertinent est « le territoire sur lequel les entreprises concernées sont engagées dans la fourniture ou la demande des produits ou services pertinents, où elles sont exposées à des conditions de concurrence similaires ou suffisamment homogènes et qui se distingue des territoires voisins sur lesquels les conditions de concurrence sont sensiblement différentes »[220]. Dans le domaine des communications électroniques, deux critères principaux sont traditionnellement utilisés : la zone couverte par les réseaux et l'existence d'instruments légaux et réglementaires.[221]

350. En Belgique, plusieurs éléments renforcent la nécessité de se poser la question d'une éventuelle segmentation du marché de la fourniture des services de télévision[222], comme entre autres :

- les limites des zones de couverture respectives des réseaux câblés ;
- l'organisation administrative et institutionnelle basée sur les régions et les communautés ;
- la répartition des pouvoirs en termes de communications électroniques entre plusieurs régulateurs compétents pour l'État fédéral et chaque communauté en Belgique, ainsi que les différences linguistiques entre les différentes régions du pays ;
- Les différences culturelles qui existent entre les différentes communautés.

351. Lors des analyses réalisées en 2011, plusieurs marchés géographiques ont été définis dont les limites correspondaient aux limites des zones de couverture respectives des réseaux câblés.

352. Ni la Commission européenne, ni le Conseil de la concurrence n'avaient de remarques concernant cette définition géographique du marché. La cour d'appel a également souligné dans son arrêt

[220] Communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence, § 8 (JO C 372 du 9/12/1997, pp. 0005 - 0013).

[221] Lignes directrices PSM 2002, § 59, et lignes directrices PSM 2018, § 51.

[222] Ce qui ne signifie pas que ces spécificités doivent pour cela constituer des critères déterminants de segmentation du marché en l'espèce. Cf. Bruxelles, 13 mai 2015, 2011/AR/2261-2266, 2011/AR/2375, 2011/AR/2377, 2011/AR/2423-24, § 127 : «*Une délimitation du marché géographique au niveau des territoires des Régions linguistiques ou des Communautés ne répond pas à des préférences linguistiques des consommateurs et ne saurait justifier une segmentation du marché sur cette base.* »

concernant cette analyse de marché[223] que l'analyse de la CRC concernant la définition du marché géographique ne comportait pas d'erreur de jugement :

353. Dans le cadre de la présente analyse, une segmentation géographique selon la zone de couverture des réseaux câblés peut être recommandée pour le marché de détail pertinent de la radiodiffusion[224], pour les raisons suivantes :

- Absence de substitution du côté de l'offre et de la demande entre les offres de radiodiffusion des réseaux câblés dans leurs zones de couverture respectives ;
- Hétérogénéité des conditions de concurrence entre les zones câblées ;
- Hétérogénéité des règles et des réglementations.

5.4.1. Zone de couverture des opérateurs et réseaux présents

354. Un élément clé de l'analyse de la dimension géographique du marché est l'absence de substitution directe du côté de la demande et de l'offre entre les offres des réseaux câblés[225]. Ceux-ci sont situés dans des zones de couverture géographique différentes, d'où l'absence de concurrence directe entre les câblo-opérateurs.

355. Concernant la substitution de la demande, l'on peut dire que si un câblo-opérateur situé dans la zone « A » augmente son tarif de 5 % à 10 %, un client dans cette zone câblée ne peut pas passer chez un câblo-opérateur établi dans une zone « B » parce que le câblo-opérateur de la zone « B » n'a pas accès au client dans la zone « A ». Par conséquent, les offres des câblo-opérateurs ne sont pas substituables du côté de la demande. Un utilisateur final confronté à une hausse de prix ne peut pas décider de migrer vers les services d'un opérateur dans une autre zone de couverture. De plus, un ménage pris séparément ne peut pas choisir entre plusieurs câblo-opérateurs, tout simplement parce que ce ménage est lié à un seul câblo-opérateur local.

356. Du côté de l'offre, un câblo-opérateur situé dans la zone « B » ne peut pas facilement entrer sur le marché de la zone « A » à court terme en réaction à une augmentation légère mais significative des tarifs de la zone « A », et ce, en raison des coûts élevés et des longs délais propres à la construction d'une infrastructure d'accès dans la zone « A ».

357. Par conséquent, les offres des câblo-opérateurs situés dans des zones de couverture différentes ne sont pas substituables du côté de l'offre.

---

[223] Bruxelles, 12 novembre 2014, 2011/AR/2289.

[224] La cour d'appel s'est déjà prononcée dans ce sens dans son arrêt du 13 mai 2015, 2011/AR/2261 : « 130. Il n'est pas discuté que la substitution directe entre les offres de télévision offertes dans les zones de couverture des réseaux de câbles est inexistante, tant du côté de offre que de la demande. Il en découle que le marché géographique pertinent doit être délimité suivant ces zones de couverture, sauf s'il devait être admis que la substitution en chaîne produit une pression indirecte sur les prix entre zones géographiques. »

[225] Lignes directrices PSM 2002, §§ 57 et 58, et lignes directrices 2018, § 47.

358. L'absence de substitution directe du côté de la demande et de l'offre est également confirmée par la cour d'appel dans son arrêt concernant la révision des conditions imposées par le Conseil de la concurrence suite à la concentration de Telenet/Canal+[226] :

> *« Tout d'abord, TELENET ne démontre pas que la zone de couverture de son infrastructure câblée n'est pas essentiellement régionale. Le service de TELENET est lié à l'infrastructure et est donc limité au niveau régional. TELENET est exclusivement actif en Flandre, à l'exception de quelques communes bruxelloises. Aucun autre câblo-opérateur n'est actif dans la zone de couverture de TELENET. Les clients wallons ne peuvent pas se raccorder au réseau câblé de TELENET. Les clients domiciliés en Flandre ne peuvent pas non plus être raccordés au câble en Wallonie. Les zones de couverture des câblo-opérateurs en Belgique sont clairement distinctes les unes des autres et ne se chevauchent pas ou pratiquement pas. » (traduction libre)*

359. La cour d'appel a également souligné dans son arrêt concernant cette analyse de marché[227] que l'analyse de la CRC concernant la substitution directe ne comportait pas d'erreur de jugement :

> *« Il n'existe pas de discussion concernant le fait qu'il n'y ait pas, entre les zones de couverture des réseaux câblés, de substitution directe entre les offres de radiodiffusion du côté de l'offre et du côté la demande. »*

5.4.2. Hétérogénéité des conditions de concurrence

360. Le CSA souligne que des différences existent au niveau des conditions de concurrence dans les zones de couverture des câblo-opérateurs.

361. Comme le montre le tableau ci-dessous, il existe des différences au niveau des parts de marché des opérateurs dans les différentes zones de couverture.

	Zone de couverture Telenet	Zone de couverture Brutélé	Zone de couverture Nethys
Câblo-opérateur	[70-80] %	[50-60] %	[50-60] %
Proximus	[20-30] %	[40-50] %	[40-50] %

Tableau 6 : Parts de marché 2016 sur le marché des raccordements à la télévision dans les différentes zones de couverture des câblo-opérateurs (« uniquement analogique » + « analogique + numérique »)

362. Toutefois, indépendamment de la zone de couverture, les câblo-opérateurs et Proximus possèdent systématiquement une part de marché supérieure à 99 % sur le marché en question[228]. Les opérateurs

[226] Bruxelles 17 mai 2011, R.G. 2011/3318.

[227] Bruxelles, 12 novembre 2014, 2011/AR/2289.

[228] Voir la section 5.6 Analyse concurrentielle.

sur les plateformes alternatives possèdent seulement une part de marché limitée dans chacune des zones de couverture du câble.

363. L'étude de marché de 2016 de l'IBPT montre que la motivation du choix d'un opérateur de télévision varie dans les zones de couverture respectives des câblo-opérateurs[229].

364. Les offres de télévision, tant au niveau des chaînes standard et premium qu'au niveau des services (interactifs) additionnels, varient en fonction de la zone câblée. Chaque câblo-opérateur développe son propre pack de contenu et de services, ce qui explique les différences manifestes selon le réseau câblé.

365. En revanche, il convient de noter que ces disparités résultent également de différences culturelles[230] et de la législation (à savoir la réglementation du « must carry » et du « must offer ») dans les zones régionales où les câblo-opérateurs sont actifs[231].

366. À noter également que l'offre peut varier dans un réseau câblé donné, en particulier lorsqu'un réseau câblé dessert plusieurs régions linguistiques.. Il ressort des statistiques concernant l'audimat que les différences culturelles dans les différentes zones de couverture influencent le profil des téléspectateurs.

367. Au niveau des tarifs, nous constatons des différences marquées par zone de couverture des câblo-opérateurs. À cet égard, il convient de souligner que, bien que les écarts de prix constituent une indication supplémentaire de la présence de conditions de concurrence hétérogènes, ces écarts sont également influencés par des facteurs abordés ci-dessus (entre autres des différences dans l'offre, les préférences des consommateurs et l'état technique du réseau).

5.4.3. Hétérogénéité concernant les instruments réglementaires et légaux

368. Les lois et réglementations qui ont été adoptées dans le passé dans les régions linguistiques respectives par les Communautés et l'État fédéral contribuent également à renforcer l'homogénéité de chaque zone de couverture des réseaux câblés. Ces différences de réglementation exercent une influence sur le contexte concurrentiel et sur la composition des offres.

369. Les exemples de différences légales et réglementaires comprennent par exemple les conditions d'exploitation, les règles « must carry » et les contributions audiovisuelles.

---

[229] Chez Telenet, le prix est par exemple décisif, alors que chez VOO, c'est l'offre qui est décisive.

[230] Une série d'études montrent que les différences culturelles entre les différentes zones de couverture donnent lieu à plusieurs modèles de télévision. Une étude d'International Key Facts en 2009 met en exergue des différences importantes entre le nord et le sud de la Belgique en ce qui concerne les dix chaînes favorites des abonnés.

[231] Voir aussi : www.csa.be, www.vlaamseregulatormedia.be, www.medienrat.be, www.ibpt.be.

5.4.4. Présence de la substitution en chaîne

370. La Commission européenne souligne dans ses lignes directrices PSM 2002 et 2018 que l'existence d'un tel effet de substitution en chaîne peut élargir la définition du marché géographique :

> *« […] En substance, il y a substituabilité en chaîne lorsqu'il peut être démontré que, bien que les produits A et C ne soient pas directement substituables, le produit B peut se substituer au produit A et au produit C et ceux-ci peuvent donc être considérés comme appartenant au même marché de produits, étant donné que la fixation de leur prix pourrait être influencée par la substituabilité du produit B. Le même raisonnement vaut pour la définition du marché géographique. Étant donné le risque inhérent à toute extension excessive du marché pertinent, la présence d'un phénomène de substituabilité en chaîne doit être attestée par des éléments suffisamment probants. »*[232]

371. L'absence de substitution directe du côté de l'offre et de la demande entre les zones de couverture des câblo-opérateurs a déjà été démontrée à la section 5.4.1 « Zone de couverture des opérateurs et réseaux présents ». Cela indique que le marché géographique pertinent est celui des zones de couverture des câblo-opérateurs respectifs.

372. Toutefois, vu que la plateforme IPTV existante de Proximus a une couverture quasi nationale et que l'opérateur en question applique un prix uniforme et national, il n'est pas exclu qu'une pression concurrentielle indirecte puisse exister entre les câblo-opérateurs en raison de leur concurrence commune avec Proximus qui opère au niveau national. Cet effet de substitution en chaîne impliquerait une définition du marché géographique plus large que celle des zones de couverture du câble respectives.

373. Le bureau d'étude Tera[233] a étudié l'existence d'une telle substitution en chaîne pour le compte de l'IBPT. L'analyse consiste à évaluer dans quelle mesure une diminution du tarif sur le marché de détail d'un câblo-opérateur est susceptible de conduire à une diminution du prix de détail de Proximus (cf. lien 1 à la figure 15) puis à une diminution du prix d'un autre câblo-opérateur (cf. lien 2 à la figure 15).

[232] Lignes directrices PSM 2002, § 62, et lignes directrices PSM 2018, § 43.

[233] Analyses économiques en vue du réexamen des marchés de la large bande et de la radiodiffusion.

Figure 15 : Schéma de la substitution en chaîne (Tera)

374. Sur la base de cette étude du marché de Tera[234], il a été démontré qu'aucun des deux liens, ni le lien 1 ni le lien 2, n'était effectif dans le cas du marché de la radiodiffusion en Belgique.

374.1. le lien 1 n'est pas vérifié : Proximus ne modifierait pas sa politique tarifaire s'il advenait que Telenet choisisse de baisser ses tarifs. En effet, à une relativement faible élasticité-prix s'ajoute le fait que Proximus est relativement peu affectée (elle perd peu de clients) en cas de baisse des prix mise en œuvre par un câblo-opérateur car ce dernier couvre une partie limitée du territoire.

374.2. le lien 2 n'est pas vérifié : aucun des trois câblo-opérateurs ne modifierait sa politique tarifaire s'il advenait que Proximus choisisse de baisser des tarifs. Cette conclusion diffère de celle de la précédente étude préliminaire. Cela s'explique par le différentiel d'élasticité entre les deux études. L'élasticité câble calculée pour la présente étude est en effet inférieure, pour différentes raisons exposées précédemment (cf. § 341), à l'élasticité câble estimée dans le cadre de l'étude préliminaire.

375. Par conséquent, étant donné que les liens 1 et 2 ne sont pas vérifiés, l'existence de substitution en chaîne entre les câblo-opérateurs n'est pas démontrée et cela n'entraîne pas la supposition d'un marché géographique plus large que les zones de couverture des câblo-opérateurs respectifs.

5.4.5. Conclusion concernant la définition du marché géographique

376. L'absence de substitution de l'offre et de la demande entre les zones de couverture des câblo-opérateurs et les différences au niveau des conditions de concurrence entre les zones câblées

[234] Analyses économiques en vue du réexamen des marchés de la large bande et de la radiodiffusion.

peuvent entraîner une segmentation géographique par zone de couverture des câblo-opérateurs respectifs.

377. Comme il a été rappelé plus haut, le marché de détail de la radiodiffusion ne fait pas partie des marchés qui sont listés par la Commission européenne dans la recommandation de 2014 comme marchés susceptibles de faire l'objet d'une réglementation *ex ante*. Le CSA a procédé à un examen de ce marché de la radiodiffusion en tant que point de départ pour l'analyse des marchés de gros de la radiodiffusion et non en vue d'une éventuelle réglementation *ex ante* du marché de détail en soi.

378. En l'espèce, le CSA estime que la conclusion qui serait tirée quant à la délimitation géographique des marchés de radiodiffusion en Belgique n'est pas nécessaire pour procéder ensuite à une analyse éclairée des marchés de gros en amont. En effet, la situation concurrentielle ne diffère pas fondamentalement selon qu'elle est analysée au niveau national ou au niveau de la zone de couverture des câblo-opérateurs.[235]

379. Par contre, le CSA considère que les données et informations dont il dispose concernant le marché de détail et qu'il a exposées plus haut sont des éléments à prendre en compte dans le cadre de l'examen des marchés de gros liés à la fourniture de services de radiodiffusion, ainsi que dans le cadre de la détermination des mesures correctrices éventuellement nécessaires.

380. Dans leurs réactions à la consultation, les acteurs du marché ont formulé des remarques concernant la nécessité d'une définition du marché géographique pertinent.

381. Le CSA note avant tout le fait qu'il a étudié de manière approfondie les indicateurs pertinents, comme décrit aux sections 5.4.1 et suivantes. Cette analyse correspond à l'analyse du marché géographique pertinent réalisée en 2011. Ni la Commission européenne, ni le Conseil de la concurrence n'avaient de remarques concernant cette définition géographique du marché. La cour d'appel a également souligné dans son arrêt concernant cette analyse de marché[236] que l'analyse de la CRC concernant la définition du marché géographique ne comportait pas d'erreur de jugement.

382. Comme noté ci-dessus, le CSA considère qu'il n'est néanmoins pas nécessaire de s'exprimer sur la définition exacte du marché géographique.

383. Le résultat de cette analyse n'a en effet pas d'impact fondamental sur les résultats de l'analyse de la situation concurrentielle et les conclusions qui ont été tirées de celle-ci[237].

383.1. Dans tous les cas de figure (c'est-à-dire que le marché soit considéré comme national ou qu'il soit déterminé sur la base des zones de couverture des câblo-opérateurs), la

[235] La cour d'appel a estimé dans son arrêt du 3 décembre 2014, 2011/AR/2421, considérant 44, que : « Le cadre réglementaire n'oblige pas le régulateur à une définition exhaustive et à une analyse des marchés (de détail) telles qu'exigées pour les marchés à réguler. »

[236] Bruxelles, 12 novembre 2014, 2011/AR/2289.

[237] Voir la section 5.6 « Analyse concurrentielle ».

caractéristique fondamentale demeure qu'un utilisateur ne peut avoir accès qu'à (maximum) deux opérateurs en l'absence de régulation. Cela a pour conséquence qu'en l'absence de régulation, le bénéfice des consommateurs en termes de choix et de prix ne serait donc pas maximisé, alors qu'un bénéfice maximal dans ces domaines constitue un des objectifs majeurs du cadre réglementaire[238].

383.2. Les constatations relatives aux marchés de détail n'ont pas pour but de déterminer si une entreprise détient une puissance significative sur le marché de détail, mais de servir de base au recensement et à l'analyse des marchés de gros pertinents. La définition exacte du marché de détail géographique n'a pas d'impact sur ces conclusions.

384. Les sections 5.6.1 et 5.6.2 donnent d'un côté les parts de marché au niveau national et d'un autre côté les parts de marché par zone de couverture des câblo-opérateurs. Il en ressort que la concentration du marché est très élevée dans chacun de ces cas, bien que les parts de marché individuelles puissent varier. Le choix reste limité pour le consommateur.

385. Comme abordé plus loin à la section 8.3 « Des conséquences négatives pour les utilisateurs en l'absence de régulation », le marché de détail de la radiodiffusion est en outre caractérisé par quelques aspects susceptibles d'avoir un impact négatif sur l'utilisateur final, comme l'absence de concurrence par les prix et de choix pour le consommateur. La délimitation du marché géographique pertinent n'a pas plus d'impact sur ces conclusions. Par conséquent, le CSA maintient son point de vue selon lequel la délimitation du marché géographique pertinent n'entraînerait pas d'autres conclusions que celles discutées au chapitre 10.

5.5. CONCLUSION SUR LA DÉFINITION DES MARCHÉS DE DÉTAIL DE LA RADIODIFFUSION

386. Sur la base des analyses menées aux sections 5.3 « Définition du marché de produits » et 5.4 « Définition du marché géographique », le CSA conclut que le marché de détail de la radiodiffusion peut être défini comme suit pour les besoins de la présente décision : le marché de détail de la fourniture de signaux de télévision, y compris les signaux analogiques et numériques, par le câble (CATV) et le DSL (IPTV).

387. Pour les besoins de la présente décision, la question de la dimension géographique de ce marché peut rester ouverte.

5.6. ANALYSE CONCURRENTIELLE

388. Ce chapitre analyse la situation concurrentielle sur le marché de la radiodiffusion. Le point de départ de cette analyse est le marché de la radiodiffusion pertinent délimité précédemment. Celui-ci comprend les services de télévision payante linéaire qui sont proposés à l'utilisateur final via le câble et les plateformes IPTV.

[238] Article 8, paragraphes 2 à 4,de la Directive « cadre » 2002/21.

389. Dans la décision de la CRC du 1er juillet 2011 concernant la radiodiffusion[239], l'on a conclu que la situation sur le marché de la radiodiffusion se caractérisait par des barrières élevées à l'entrée, l'absence de concurrence effective et des possibilités et des incitants pour les opérateurs d'adopter des comportements ayant des conséquences néfastes pour l'utilisateur final, comme la fixation de prix élevés et un manque de choix.

390. Cette analyse n'a pas soulevé d'objections fondamentales, ni de la Commission européenne, ni du Conseil de la concurrence. La cour d'appel a également confirmé l'analyse de la CRC dans ses conclusions[240] :

> *« La conclusion générale relative au test des trois critères semble dès lors à juste titre être, pour chacune des zones de couverture des câblo-opérateurs, que les trois critères sont respectés, de manière à ce qu'il existe une justification pour la régulation ex ante. »* (traduction libre)

391. Ce chapitre a pour objectif d'examiner si la situation concurrentielle sur le marché de la radiodiffusion pertinent a évolué vers une concurrence effective et/ou peut se manifester comme tel au cours de la prochaine période de régulation. Les éléments suivants sont analysés à cet effet :

- Les parts de marché des opérateurs sur le marché de la radiodiffusion.
- L'évolution du prix des offres sur le marché de la radiodiffusion en question.
- Les barrières à l'entrée sur le marché de la radiodiffusion en question.
- Les barrières au changement pour l'utilisateur final sur le marché de la radiodiffusion en question.

392. Le marché pertinent délimité dans la section 5.3 constitue le point de départ de cette analyse. Les opérateurs sur le marché pertinent sont Proximus, les câblo-opérateurs respectifs Orange (à partir de 2016), Alpha Networks (de 2010 à 2013) et BASE (2013 à 2014).

393. Lorsque cela s'avèrera nécessaire, cette analyse prendra en considération les offres et les opérateurs qui se trouvent en dehors du marché pertinent et peuvent actuellement et/ou pourront à l'horizon de la prochaine période de régulation, influencer la situation concurrentielle.

5.6.1. Niveau national

5.6.1.1. Pénétration de la radiodiffusion télévisuelle au niveau national

394. Le nombre de raccordements à la télévision sur les réseaux câblés et IPTV a atteint en 2017 un taux de pénétration de 95 % du nombre de ménages. Le nombre total de raccordements à la radiodiffusion est passé à 4,466 millions au cours de la période concernée. Le nombre de clients ayant

[239] La Commission européenne a invité les autorités de régulation à suivre de près les évolutions sur le marché au niveau des infrastructures et de la concurrence des services et, si nécessaire avant la fin de la période régulée, de procéder à nouveau à l'analyse de marché si ces évolutions influençaient le résultat du test des trois critères. La Commission n'a, au point mentionné, invité la CRC qu'à une observation précise du marché.

[240] Bruxelles, 12 novembre 2014, 2011/AR/2289. Dans cet arrêt, la cour d'appel approfondit chacun des éléments discutés dans l'analyse concurrentielle.

au moins la télévision numérique a continué à augmenter jusqu'à 4,091 millions de clients, comme l'illustre la figure ci-dessous.

Figure 16 : Évolution du nombre total de raccordements sur le marché national de la radiodiffusion (télévision analogique + numérique)

5.6.1.2. Part de marché de la radiodiffusion télévisuelle au niveau national

395. La figure ci-dessous représente les parts de marché sur le marché la radiodiffusion, par plateforme de radiodiffusion. Il ressort de cette figure que la part de marché de l'IPTV (principalement Proximus[241]) a augmenté au niveau national de [30-40] % à [30-40] %. La part de marché des câblo-opérateurs diminue de [60-70] % à [60-70] %.

[241] Les opérateurs IPTV présents sur le marché pertinent sont Proximus et Scarlet. Au niveau des services télévisuels, Scarlet est un revendeur des offres de Proximus. Dans la suite de la présente analyse, les offres de Scarlet et de Proximus seront donc considérées comme un tout, sauf indication contraire. Alpha Networks est un opérateur IPTV repris de 2010 à 2013. Sa part de marché atteint au maximum 0,03 % (2012).

Figure 17 : Parts de marché au niveau national (analogique + télévision numérique)

396. Le tableau ci-dessous représente les parts de marché des différents opérateurs sur le marché pertinent au niveau national. Il en ressort que, outre Proximus et les câblo-opérateurs, d'autres acteurs ont une part de marché très limitée au niveau national. Proximus et les câblo-opérateurs possèdent plus de 99 % de part de marché pendant la période considérée.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Telenet	[50-60] %	[50-60] %	[40-50] %	[40-50] %	[40-50] %	[40-50] %	[40-50] %	[40-50] %
Proximus[242]	[20-30] %	[20-30] %	[20-30] %	[20-30] %	[20-30] %	[30-40] %	[30-40] %	[30-40] %
Nethys	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %
Brutélé	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %	[5-10] %	[0-5] %	[0-5] %
Orange							[0-5] %	[0-5] %
Alpha Networks	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %	[0-5] %				
BASE				[0-5] %	[0-5] %			

Tableau 7 : Parts de marché sur le marché des raccordements à la télévision (analogique + numérique)

397. Comme décrit précédemment, le marché de la radiodiffusion se caractérise toutefois par des différences selon la zone de couverture des câblo-opérateurs respectifs. C'est pourquoi l'on recommande de continuer à analyser les parts de marché dans chacune de ces zones de couverture distinctes.

[242] Y compris Scarlet.

5.6.2. Parts de marché au niveau des zones de couverture des câblo-opérateurs

5.6.2.1. Parts de marché dans la zone de couverture de Telenet

398. Les figures ci-dessous représentent les parts de marché dans la zone de couverture de Telenet en ce qui concerne « la télévision numérique + analogique » et « la télévision numérique »[243].

Figure 18 : Parts de marché dans la zone câblée Telenet (télévision numérique + analogique)

Figure 19 : Parts de marché dans la zone câblée Telenet (télévision numérique)

399. La part de marché totale de Telenet diminue au cours de la période allant de 2010 à 2017 de [80-90] % à [70-80] %, alors que la part de marché de Proximus augmente de [10-20] % à [20-30] %. Pour

[243] « Autres opérateurs » : Scarlet et Orange.

la télévision numérique seule, la part de marché de Telenet diminue de [70-80] % à [60-70] % et la part de marché de Proximus passe à [20-30] %.

400. Bien que l'écart affiche une tendance à la baisse, Telenet dispose toujours d'une part de marché significativement supérieure à celle de Proximus dans sa zone de couverture. La part de marché commune de Telenet et de Proximus diminue légèrement en 2017. Les autres opérateurs ont une part de marché inférieure qui augmente de moins de 1 % à un peu plus de 2%.

5.6.2.2. Parts de marché dans la zone de couverture de Brutélé

401. Les figures ci-dessous représentent les parts de marché dans la zone de couverture de Brutélé en ce qui concerne « la télévision numérique + analogique » et « la télévision numérique ».

Figure 20 : Parts de marché télévision (analogique + numérique) dans la zone câblée de Brutélé

Figure 21 : Parts de marché de la télévision numérique dans la zone câblée de Brutélé

402. La part de marché de Brutélé dans sa zone de couverture diminue au cours de la période allant de 2010 à 2017 de [70-80] % à [50-60] %, alors que la part de marché de Proximus augmente de [20-30] % à [40-50] %. Pour la télévision numérique, la part de marché de Brutélé diminue de 5 points de pourcentage pour atteindre [40-50] %, alors que la part de marché de Proximus augmente de [40-50] % à [50-60] %.

403. Si la télévision analogique est prise en compte, Brutélé a toujours une part de marché significativement supérieure à celle de Proximus. En ce qui concerne la télévision numérique, la différence en part de marché est moins grande. Que l'on prenne en compte ou non la fonctionnalité analogique, la part de marché commune de Brutélé et de Proximus baisse de presque 100 % à 96,5%. Les autres opérateurs ont une part de marché de 3,5 %.

5.6.2.3. Parts de marché dans la zone de couverture de Nethys

404. Les figures ci-dessous représentent les parts de marché dans la zone de couverture de Nethys en ce qui concerne « la télévision numérique + analogique » et « la télévision numérique ».

Figure 22 : Parts de marché télévision (analogique + numérique) dans la zone câblée de Nethys

Figure 23 : Parts de marché de la télévision numérique dans la zone câblée de Nethys

405. Malgré la diminution de sa part de marché sur l'ensemble du marché de la télévision de [70-80] % fin 2010 à [40-50] % fin 2017, Nethys possède encore la part de marché la plus importante dans sa zone de couverture (analogique + numérique). Du fait de la croissance continue de la part de marché de Proximus (jusqu'à [40-50] % fin 2016), la différence des parts de marché diminue toutefois entre les deux opérateurs pour passer de 45 points de pourcentage à 11.

406. Proximus possède fin 2016 [50-60] % du marché de la télévision numérique, soit 4 % de plus que l'année précédente. Sa part de marché diminue toutefois de [50-60] % à [50-60] % au cours de la période en question (2010-2016). La part de marché de Nethys pour la télévision numérique augmente de [40-50] % à [40-50] % au cours de la période en question (2010-2016).

407. Dans la zone de couverture de Nethys, les parts de marché de Proximus et de Nethys convergent l'une vers l'autre entre 2010 et 2014. Par la suite, les parts de marché divergent à nouveau légérement. Leur part de marché commune reste stable au cours de la période considérée, à presque 100 %. Les autres opérateurs ont une part de marché inférieure à 1 %.

5.6.2.4. Parts de marché des autres opérateurs

408. Il ressort de l'analyse susmentionnée que la part des clients de la radiodiffusion sur le marché étendu de la radiodiffusion est fortement concentrée, avec les câblo-opérateurs et Proximus qui occupent ensemble presque 100 % de part de marché. Les autres opérateurs ont une part de marché qui augmente légèrement de 1 % à 2 à 3,5%au cours de la période considérée..

409. En 2010, Orange (précédemment Mobistar) a lancé une offre de télévision sur la base de la télévision par satellite. Avec celle-ci, elle a atteint une part de marché maximale de 0,8 % (34 000 clients) en 2011. En 2013, l'offre de télévision a été arrêtée avec une part de marché de 0,6 %. En mars 2016, Orange a lancé une offre de télévision, cette fois-ci sur la base de l'offre régulée sur les plateformes

câblées, combinée à l'internet haut débit et à la téléphonie mobile. En octobre 2016, Orange a signalé 17 000 clients pour cette offre[244]. Fin 2017, le nombre de clients a augmenté jusqu'à 102.900[245].

410. En 2013, KPN Group Belgium (précédemment BASE, aujourd'hui reprise par Telenet) a lancé une offre groupée avec l'internet haut débit, la télévision et la téléphonie fixe, sous le nom de « Snow ». Cette offre était proposée à l'utilisateur final via un contrat wholesale avec Proximus. L'offre a atteint 35 000 clients en 2013 (une part de marché d'environ 0,5 %). Snow a été arrêtée en 2014. BASE a ce faisant déclaré que l'offre n'était économiquement pas rentable.

411. En 2010, Alpha Networks a lancé Billi-tv, une offre de télévision combinée à l'internet haut débit proposée via le dégroupage du réseau de cuivre de Proximus. Grâce à celle-ci, Alpha Networks a atteint une part de marché maximale de 0,03 % en 2011. En 2014, Billi-TV a arrêté ses offres de télévision parce que celles-ci n'étaient pas rentables économiquement.

412. M7 offre des services de radiodiffusion par satellite en Flandre (TV Vlaanderen) et en Belgique francophone et germanophone (Télésat). Le nombre de clients de la radiodiffusion de TV Vlaanderen s'élève, fin 2017, à [50 000-100 000], ce qui revient à [0-5] % de part de marché dans sa zone de couverture.

413. Au cours de la période de régulation passée, des services de radiodiffusion linéaire OTT sont apparus sur le marché de la radiodiffusion :

413.1. En 2012 a été lancée WeepeeTV, une offre payante dans le cadre de laquelle l'on pouvait choisir 10 chaînes dans un pack de 26 pour un abonnement de 10 à 12 euros par mois. En décembre 2013, l'offre a été arrêtée. WeePeeTV représentait alors une part de marché inférieure à 1 %.

413.2. En février 2013, l'application mobile **STIEVIE** a été lancée par Stievie NV, filiale de Medialaan NA. L'application payante n'était toutefois pas disponible du 1er janvier 2015 au 21 août 2017.

413.2.1 En août 2015, STIEVIE FREE a été lancée, permettant de regarder six chaînes en direct et en différé. Le 31/12/2015, Stievie comptait [confidentiel] abonnés payants, dont [confidentiel] dans la région de langue néerlandaise.

413.2.2 En août 2017, « Stievie Premium » a été lancée. Il s'agit ici d'une offre avec un nombre de chaînes limité. Au total, l'offre comporte dix-huit chaînes, qui peuvent être regardées aussi bien de manière linéaire qu'en différé sur plusieurs écrans pour une redevance d'abonnement mensuelle de 9,99 €.

[244] En mai 2017, 50 000 clients ont été signalés.

[245] Orange, analisten en investeerders toolkit FY2017.

414. Comme décrit ci-dessus[246], ces services constituent un complément des offres IPTV et par le câble sur le marché de la radiodiffusion pertinent.

5.6.2.5. Conclusion concernant les parts de marché

415. Le marché de radiodiffusion pertinent est resté très concentré au cours de la période de régulation passée, Proximus et les câblo-opérateurs représentant presque 100 % du nombre de clients de la radiodiffusion.

416. Si nous prenons en compte les offres en dehors du marché de la radiodiffusion pertinent, cette image ne change pas :

416.1. Différentes offres alternatives ont été arrêtées au cours de la période de régulation passée, sans pouvoir atteindre une masse critique de clients de la radiodiffusion.

416.2. Les offres alternatives existantes ont une part de marché sur le marché étendu de la radiodiffusion qui est inférieure ou égale à 1 %.

5.6.3. Évolution des prix

417. Sur le marché de la radiodiffusion pertinent, il y a eu différentes augmentations tarifaires au cours de cette période. Une description détaillée de ces augmentations tarifaires est reprise à l'annexe A. Vu que 73 % des clients de la radiodiffusion achètent leurs produits de radiodiffusion dans le cadre d'une offre groupée, l'évolution des prix des offres groupées, illustrée à la section 6.3, est importante pour évaluer l'évolution générale des prix des produits de radiodiffusion.

5.6.3.1. Évolution des prix de la télévision analogique standalone

418. Le tableau ci-dessous représente l'évolution nominale des prix pour la télévision analogique standalone. Il en ressort qu'au cours de la période concernée (2011 - 2017), le niveau nominal des prix des offres pour la télévision analogique a connu une augmentation entre 17 % et 36 %.

Plans tarifaires	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Augmentation tarifaire par rapport à 2011
SFR/Numericable Télédistribution	16,47	17,30	17,81	18,81	20,56	21,26	22,21	**35 %**
VOO La TV analogique	13,99	13,99	16,86	17,50	18,00	18,00	19,00	**36 %**
Abonnement au câble Telenet	14,40	14,65	15,20	15,35	16,00	16,30	16,90	**17 %**

[246] Voir section 5.2.2.

Tableau 8 : Évolution nominale des prix pour la télévision analogique standalone (Source : sites Internet des opérateurs et calculs IBPT)

419. Le graphique ci-dessous compare cette évolution des prix à l'évolution de l'indice des prix à la consommation (IPC)[247] vis-à-vis du point de base (Q4 2011 = 100). Si la courbe d'un plan tarifaire se positionne à un niveau supérieur (sur l'axe vertical) à celle de l'IPC, cela indique que les prix du plan tarifaire en question ont plus augmenté que le coût de la vie général. L'IPC a augmenté de 8,88 % de 2011 à 2017. Comme mentionné ci-dessus, l'augmentation du niveau de prix des offres de télévision analogique varie de 17 % à 36 %[248], bien au-dessus de l'indice des prix.

Figure 24 : Évolution des prix de la télévision analogique standalone

5.6.3.2. Évolution des prix de la télévision numérique standalone

420. Le tableau ci-dessous représente l'évolution nominale des prix pour la télévision numérique standalone[249].

Plans tarifaires	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Augmentation tarifaire par rapport à 2011

[247] L'IPC est un moyen de mesurer les évolutions du coût de la vie à l'aide du prix d'un panier déterminé de biens et de services.

[248] Depuis le 1er janvier 2015, le contrôle des prix pour la télédistribution a été transféré aux entités fédérées.

[249] Les évolutions tarifaires de la télévision numérique peuvent, au début de la période considérée, être (en partie) une conséquence de l'augmentation du tarif TVA en vigueur sur ces services de 12 % à 21 % en 2012.

TV SFR Silver/Numericable TV Plus	20,80	29,90	27,90	39,90	41,15	41,85	42,80	**106 %**
TV SFR Black/Numericable TV Platinum				59,90	61,15	61,15	61,15	
VOO (avec VOObox)	15,25	16,74	18,78	20,25				
VOO (avec VOOCorder)	18,50	21,55	22,95	24,95	26,95	26,95	27,45	**48 %**
VOO (avec box .evasion)					30,95	30,95	31,45	
Telenet (avec HD Digibox)	17,98	17,40	17,95	18,10	18,75	19,05	21,15	**18 %**
Telenet (avec HD Digicorder)	22,40	22,65	23,40	23,70	24,70	25,15	25,90	**16 %**

Tableau 9 : Évolution nominale des prix pour la télévision numérique standalone (Source : sites Internet des opérateurs et calculs IBPT)

421. Le graphique ci-dessous compare l'évolution des plans tarifaires à l'évolution de l'indice des prix à la consommation (IPC). L'augmentation du prix des offres de télévision numérique varie de 16 % à 106 %, bien au-dessus du niveau de l'IPC, qui a augmenté de 8,88 %.

Figure 25 : Évolution des prix de la télévision numérique standalone

422. Jusqu'en 2014, Proximus proposait des produits de télévision numérique standalone sous le nom de « Belgacom TV ». Il ressort de la figure ci-dessous que le prix de ce produit a augmenté de 19,7 % entre 2008 et 2013. Depuis 2014, Proximus n'offre plus de produits de télévision standalone.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Belgacom TV (avec décodeur)	17,95	20,50	20,50	21,50	21,50	21,50

Tableau 10 : Évolution des prix de Belgacom TV

423. Pour des informations détaillées sur l'évolution des offres groupées avec une composante de radiodiffusion, l'on renvoie à la section « 6.3. Évolution des prix des produits multiple play ».

5.6.3.3. Conclusion concernant l'évolution des prix

424. Les offres sur le marché pertinent de la radiodiffusion ont connu différentes augmentations tarifaires ces dernières années, tant pour la télévision analogique seule que pour la télévision numérique. Cela a entraîné une augmentation des prix supérieure à l'augmentation de l'indice des prix à la consommation.

425. Comme déjà souligné, un nombre significatif de clients de la radiodiffusion achètent leurs produits télévisuels dans des offres groupées. Il ressortira de l'analyse à la section 6.3 que les offres groupées avec une composante de radiodiffusion ont également connu différentes augmentations tarifaires au cours de la période en question.

426. À la section 6.3.3 « Augmentation annuelle des prix : position des opérateurs, analystes » et au chapitre 8 « Conclusions sur les marchés de détail », l'on examine dans quelle mesure la structure du marché incite les augmentations tarifaires vis-à-vis de l'utilisateur final pour les opérateurs qui proposent des produits avec une composante de radiodiffusion.

5.6.4. Paramètres financiers

427. Les possibilités financières des opérateurs et l'accès facile aux marchés des capitaux peuvent indiquer que les entreprises sont dans une certaine mesure capables d'agir indépendamment des autres concurrents, clients et consommateurs. Le tableau ci-dessous comprend les chiffres d'affaires des activités de radiodiffusion des opérateurs consultés.

En milliers d'euros	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Telenet SA	> 500.000	> 500.000	> 500.000	> 500.000	> 500.000	> 500.000
Proximus	> 200.000	> 200.000	> 200.000	> 200.000	> 200.000	> 200.000
Nethys	> 100.000	> 100.000	> 100.000	> 100.000	> 100.000	> 100.000
Brutele	> 40.000	> 40.000	> 40.000	> 40.000	> 40.000	> 40.000
SFR[250]	> 20.000	> 20.000	> 20.000	> 20.000	> 20.000	> 20.000
Orange (précédemment Mobistar SA)[251]	< 10.000	< 10.000	< 10.000	-	-	< 10.000

[250] Voir point 107.3.

[251] Orange (précédemment Mobistar) a lancé une offre de télévision sur la base de la télévision par satellite en 2010. En 2013, l'offre de télévision a été arrêtée. En 2016, Orange a lancé une offre via l'offre câblée régulée (voir point 107.4).

En milliers d'euros	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alpha Networks[252]	< 1.000	< 1.000	< 1.000	-	-	-
KPN Group Belgium [253]	-	-	< 10.000	< 10.000	< 1.000	-

Tableau 11 : Chiffre d'affaires des activités de radiodiffusion (Source : données IBPT)

428. Les revenus totaux de la télévision numérique et analogique ont augmenté de manière significative pendant la période 2011-2016. C'est chez Proximus que l'on observe l'augmentation la plus forte (+55%), mais le chiffre d'affaires des câblo-opérateurs continue d'augmenter également. Le chiffre d'affaires issu des services de radiodiffusion de Telenet est presque deux fois plus élevé que celui de Proximus.

429. D'autres opérateurs ont tiré des recettes très limitées des activités de radiodiffusion par rapport à Proximus et aux câblo-opérateurs. Même le plus petit câblo-opérateur (SFR) avait (avant son rachat par Telenet) un chiffre d'affaires significativement supérieur à celui des opérateurs alternatifs. Comme discuté ci-dessus, les offres d'entre autres Orange (précédemment Mobistar), Alpha Networks et BASE ont été arrêtées en raison de leur rentabilité économique limitée. Cela indique que les revenus élevés nécessaires pour commercialiser une offre rentable économiquement sur le marché de la radiodiffusion constituent un seuil pour les nouveaux entrants.

430. Pour la discussion concernant les marges EBITDA des opérateurs actifs sur le marché de détail de la radiodiffusion, nous renvoyons à la section 7.5.6 de la décision de la CRC relative à l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion.

5.6.5. Barrières à l'entrée

5.6.5.1. Des infrastructures qu'il n'est pas aisé de dupliquer

431. Si le réseau d'un opérateur est caractérisé par des investissements considérables et que beaucoup de temps serait nécessaire pour un nouvel acteur potentiel de le dupliquer, l'on peut parler d'une infrastructure qu'il n'est pas aisé de dupliquer.

<u>Dupliquer le réseau de cuivre et le réseau câblé d'acteurs existants sur le marché de radiodiffusion pertinent</u>

432. Les coûts irrécupérables sont l'un des facteurs influençant la duplicabilité d'une infrastructure. Les coûts irrécupérables sont des coûts fixes importants qui sont nécessaires à la production d'un service ou d'un produit, mais qui ne peuvent plus être récupérés en cas d'arrêt de ceux-ci.

433. Le réseau des câblo-opérateurs et de Proximus est caractérisé par un grand degré de coûts irrécupérables. Pour dupliquer ce réseau, un nouvel entrant sur le marché devrait effectuer des travaux techniques et urbanistiques considérables (par ex. ouverture de rues), ce qui n'est pas

[252] En 2010, Alpha Networks a lancé Billi-tv. En 2014, Billi-TV a arrêté ses offres de télévision.

[253] En 2013, KPN Group Belgium a lancé une offre groupée avec l'internet haut débit, la télévision et la téléphonie fixe, sous le nom de « Snow ». Cette offre a été arrêtée en 2014.

rentable d'un point de vue économique. Cet aspect rend la duplicabilité du réseau câblé et de la plateforme IPTV de Proximus peu probable[254].

Entrer sur le marché via les offres de gros de Proximus ou des câblo-opérateurs

434. Une première option est le recours aux possibilités de dégroupage du réseau de cuivre de Proximus (le câble de télédistribution ne peut quant à lui pas être dégroupé physiquement). Un nouvel entrant pourrait en effet proposer des services de radiodiffusion via les offres de dégroupage régulées.

435. Le dégroupage de la boucle locale à grande échelle est toutefois économiquement difficile à réaliser. C'est illustré par le fait qu'il n'y a en ce moment aucun acteur possédant un large dégroupage de la boucle locale qui lui permettrait d'atteindre un nombre significatif d'utilisateurs finals afin d'être concurrentiel par rapport aux offres existantes sur le marché de la radiodiffusion pertinent. Dans le passé, Alpha Networks a fourni une offre de radiodiffusion (Billi) via dégroupage, disponible dans 19 communes. Ces activités ont été arrêtées en 2015, parce qu'elles n'étaient pas rentables économiquement.

436. D'un point de vue prospectif également, il est très peu probable que le dégroupage du réseau cuivre constitue une solution satisfaisante, compte tenu des évolutions de ce réseau. Quant au dégroupage du réseau fibre, il n'est pas proposé par Proximus.

437. De plus, le fait est que pour la fourniture de services de radiodiffusion via le réseau DSL, la technologie VDSL2 est plus appropriée que l'ADSL2+. En effet, le VDSL2 peut atteindre des largeurs de bande supérieures, nécessaires aux services de radiodiffusion avec des services et des images haute définition, comme le fait de pouvoir enregistrer et lire des images en même temps et la possibilité de combiner cela avec l'internet haut débit. La technologie VDSL2 devrait, contrairement à l'ADSL2+, être dégroupée au niveau de la cabine de rue (technologie appelée dégroupage de la sous-boucle locale). Ce dégroupage de la sous-boucle locale n'a toutefois pas été ouvert aux opérateurs alternatifs à l'époque de l'analyse de marché précédente, vu que cet accès n'était pas compatible avec le déploiement du vectoring sur le réseau VDSL2 et parce que sa faisabilité économique était considérée comme limitée et complexe.

438. Depuis 2011[255], un opérateur qui souhaite entrer sur le marché de la télévision peut utiliser la fonctionnalité multicast imposée à Proximus pour l'accès au bitstream. L'offre de référence wholesale multicast de Proximus a donné la possibilité aux opérateurs alternatifs de proposer eux-mêmes la télévision numérique en utilisant la plateforme IPTV de Proximus. La fonctionnalité multicast a entre-temps été retirée de l'offre de référence wholesale à la suite de l'annulation des décisions de la CRC du 1er juillet 2011 et du 18 décembre 2014. Base (aujourd'hui reprise par Telenet) a lancé en 2013 une offre groupée avec l'internet haut débit, la télévision et la téléphonie fixe, sous le nom de « Snow », qui a toutefois été arrêtée en 2014. Cette offre était proposée à l'utilisateur final via un contrat wholesale avec Proximus.

[254] Comme déjà souligné dans la décision de la CRC du 1er juillet 2011.

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

439. En outre, en l'absence de régulation, un opérateur verticalement intégré disposant d'une infrastructure ne sera en principe pas incité à proposer des offres de gros commerciales parce que cela revient à permettre le développement de la concurrence pour ses offres de détail (cf. chapitre 7). Par conséquent, en l'absence de régulation, l'existence même des offres de dégroupage, de bitstream et de multicast n'est nullement assurée. Il en va de même des offres de gros permettant l'accès aux réseaux des câblo-opérateurs : ces offres n'existaient pas avant d'être imposées par la régulation et leur maintien en l'absence de régulation n'est nullement assuré.

L'absence de la possibilité de dupliquer la fonctionnalité analogique

440. Les câblo-opérateurs ont, contrairement aux autres acteurs actuels sur le marché, la possibilité de fournir des signaux de télévision analogique. Il s'agit d'une fonctionnalité très difficile à dupliquer pour les nouveaux entrants potentiels et même pour Proximus.

441. Le CSA estime que la fonctionnalité analogique peut offrir un avantage concurrentiel (cf. paragraphes 223.2 et 223.3). Dans les réactions à la consultation publique, certains câblo-opérateurs ont indiqué que l'importance de la télévision analogique sur le marché de la radiodiffusion télévisuelle était en baisse. Le CSA note ce faisant que les points susmentionnés abordent déjà l'évolution du nombre de clients achetant la télévision analogique. Ce groupe a diminué pendant la période de réglementation précédente. Néanmoins, 62 % des clients de la radiodiffusion télévisuelle reçoivent toujours à l'heure actuelle la télévision analogique.

442. En outre, à l'exception de SFR[256], l'on peut dire qu'aucun câblo-opérateur n'a annoncé de plans concrets pour la suppression progressive de la télévision analogique, que cela soit pendant la période de réglementation précédente ou dans les réactions à la consultation publique.

443. Le CSA note également que l'offre de télévision analogique de différents câblo-opérateurs s'est élargie pendant la période de réglementation précédente, avec de nouvelles chaînes, disponibles également dans l'offre numérique de base.

444. Le CEO de Telenet, John Porter, souligne enfin le fait que 300 000 clients qui n'achètent que la télévision analogique n'auront pas tendance à migrer vers un autre opérateur. Cela indique le potentiel des câblo-opérateurs à conserver le groupe existant des consommateurs qui ne regardent que la télévision analogique. Une question importante est de savoir à quel point le potentiel de clients mécontents ou hésitants de Telenet qui migreront éventuellement vers Mobistar est grand. C'est surtout pour le groupe qui n'achète pour le moment qu'un seul produit chez Telenet qu'il y a peut-être un risque. Il s'agit de 27 % des clients, soit 590 000 relations de clientèle. Parmi celles-ci, un groupe d'environ 300 000 personnes achètent uniquement la télévision analogique. *« Mais il s'agit surtout de papis et de mamies. Je ne pense pas qu'ils représenteront des départs en masse »*, selon Porter[257].

[256] Voir la note de bas de page 165.

[257] Traduction libre.

La possibilité d'entrer sur le marché de la radiodiffusion via les services OTT

445. Un fournisseur de services de radiodiffusion pourrait utiliser la possibilité de proposer une offre via l'internet large bande (applications OTT) à l'utilisateur final. Comme déjà indiqué ci-dessus, le fait de regarder la télévision via l'internet large bande n'offre pas de priorité spécifique, ce qui fait que la qualité du signal peut plus difficilement être garantie. Si le prestataire souhaite fournir une offre équivalente à celle des opérateurs IPTV et des câblo-opérateurs, celui-ci peut en outre, dans le cas d'une clientèle considérable, rencontrer des problèmes de capacité sur le réseau.

446. L'étude de marché du bureau d'experts Tera réalisée pour le compte de l'IBPT indique ce qui suit à ce sujet :

> *« Plus la taille du tuyau réservé à l'internet ouvert est petite, moins les services OTT peuvent concurrencer les services spécialisés ou 'gérés', pour lesquels l'opérateur de la boucle locale réserve une place dédiée gérée par la box. Par conséquent un acteur OTT qui souhaite utiliser l'internet large bande pour offrir un service exigeant en termes de débit ou encore de latence rencontrerait nécessairement, à cause de l'absence de priorité spécifique sur les réseaux, des difficultés à garantir une qualité de service à ses clients, surtout pendant les heures de pointe où la capacité du réseau est insuffisante pour gérer les pics de trafic. […] Aucun opérateur ne fournit d'ailleurs de tel service en Belgique actuellement, ce qui est un indice indirect de la difficulté qui existe pour proposer un service TV en OTT équivalent à un service TV géré. »*
>
> *« A contrario, plus la taille du tuyau réservé à l'internet ouvert est grande (ADSL de qualité, VDSL, câble, fibre, 4/5G, etc.), plus les services OTT sont en mesure de proposer une qualité de service équivalente aux services gérés. Par exemple, dans le cas de services audiovisuels ils sont alors capables de proposer de la HD, de la 4K, du streaming, la gestion du direct, un zapping efficace, etc. Cette évolution pourrait rendre possible, à terme, la fourniture d'un service TV en OTT distinct pour composer une offre 3P, même si aucun exemple n'existe à ce jour[258]. »*

447. La possibilité d'offrir des services de télévision linéaire over-the-top est analysée plus en détail dans la partie III de cette décision.

5.6.5.2. La nécessité d'acquérir des droits de contenu

448. Outre les investissements techniques, le lancement de services de radiodiffusion télévisuelle nécessite également pour les nouveaux entrants un effort pour négocier les droits de contenu, en particulier avec les principaux propriétaires de contenu, comme les chaînes nationales et locales belges. Lors de précédentes tentatives d'entrée sur le marché, les nouveaux entrants comme Orange (Mobistar) et KPN (Snow) ont été confrontés à la difficulté d'acquérir les droits de contenu qui leur étaient nécessaires. De plus, les nouveaux entrants sur le marché de la radiodiffusion sont confrontés, pour

[258] Voir la figure 7, la note de bas de page 165 et l'annexe I. Il convient d'ajouter qu'en dehors de la problématique de l'accès lui-même il faudrait que l'ensemble du réseau de l'opérateur proposant ce service en OTT soit capable d'assumer ce trafic en mode non géré. Cette utilisation nécessiterait en outre un changement de modèle pour un opérateur utilisant une offre TV classique (notamment s'il possède des équipements de réseau cœur dédié à la fourniture de TV en mode géré du type plateforme IPTV).

l'acquisition de contenus audiovisuels, à des clauses de « garanties minimales »[259] généralement prévues dans les contrats avec les détenteurs de droits. Des clauses de cette nature ne sont pas conciliables avec le statut d'éditeur bénéficiant du statut must-carry.

5.6.5.3. Conclusion concernant les barrières à l'entrée

449. Le marché de détail pour les services de radiodiffusion télévisuelle est caractérisé par des barrières à l'entrée élevées.

450. L'existence de ces barrières à l'entrée est confirmée par différents échecs d'entrée sur le marché, comme souligné aux points 404 et suivants.

5.6.6. Barrières au changement

451. Les barrières au changement sont des facteurs qui compliquent le passage d'un opérateur à un autre. Ces barrières peuvent permettre de renforcer la position dominante des câblo-opérateurs et de Proximus, du fait que de nouveaux acteurs rencontrent plus de difficultés à gagner des clients de concurrents existants.

5.6.6.1. La possibilité de fournir des signaux de télévision analogique en même temps que des signaux de télévision numérique

452. À l'heure actuelle, 88 % des consommateurs regardent encore la télévision tous les jours via un téléviseur et plus de 40 % d'entre eux ont même deux téléviseurs ou plus. Alors que les câblo-opérateurs peuvent fournir simultanément la télévision numérique sur un appareil et la télévision analogique sur un deuxième (ou plusieurs autres) appareil(s), un décodeur à part ou une carte numérique sont nécessaires pour l'IPTV pour recevoir des signaux de télévision sur chaque téléviseur supplémentaire[260].

453. De plus, la fonctionnalité analogique offre la possibilité aux câblo-opérateurs de permettre à leurs clients, partout sur leurs réseaux, de regarder la télévision tout en enregistrant une autre émission en même temps[261]. À l'avenir, l'intérêt du deuxième téléviseur pourrait progressivement diminuer du fait de l'utilisation de nouvelles méthodes via OTT sur différentes plateformes. Aujourd'hui, ces nouvelles plateformes sont plutôt complémentaires pour regarder la télévision que des substituts.

5.6.6.2. Barrières techniques et administratives

454. **Barrières techniques et administratives :** Le délai de résiliation dans lequel un dédommagement doit être payé, l'installation de nouveaux équipements, la pose éventuelle de nouveaux câbles et le

[259] Avant d'atteindre un certain volume d'utilisateurs, un opérateur paie néanmoins autant de coûts de contenu que si ce volume minimum était atteint.

[260] En outre, seuls deux postes de télévision sont autorisés par abonnement Proximus TV et cette option est uniquement possible pour les clients VDSL2 (source : site Internet Proximus).

[261] Enregistrer et regarder la télévision en même temps n'est pas possible partout sur le réseau de Proximus : seuls les clients VDSL2 peuvent le faire.

paiement de nouveaux frais d'activation en cas de migration vers un autre opérateur sont autant d'éléments qui constituent des barrières au changement.

Le programme Easy Switch a été lancé par l'IBPT pour faciliter le changement d'opérateur fixe (téléphone fixe, internet et télévision dans le cadre d'un pack) et a été concrétisé par l'arrêté royal du 6 septembre 2016 relatif à la migration des services de ligne fixe et des offres groupées de services dans le secteur des communications électroniques. Cependant, ce programme n'apporte pas une solution à l'ensemble des obstacles. L'installation de nouveaux équipements, d'un nouveau câblage ou les coûts d'activation sont des obstacles qu'Easy Switch ne peut supprimer. La procédure Easy Switch est en vigueur depuis le 1er juillet 2017. Le CSA observe une tendance à la hausse dans les taux d'attrition au Q3 2017 par rapport au Q2 2017, et ce, aussi bien chez Telenet que chez Proximus. Celle-ci peut s'expliquer par le programme Easy Switch et/ou la contrainte concurrentielle croissante d'Orange pendant la période Back To School[262]. Les taux d'attrition sont discutés plus en détail à la section 6.4.2.

5.6.6.3. L'absence de contre-pouvoir d'achat

455. La puissance d'achat peut être décrite comme le degré auquel les utilisateurs finals d'un produit donné peuvent exiger une baisse de prix de son producteur. Habituellement, le degré de puissance d'achat est mesuré à l'aide de la part des principaux clients dans le chiffre d'affaires total d'une entreprise. Lorsque le chiffre d'affaires d'une entreprise dépend d'un groupe relativement petit d'acheteurs, il est question d'une grande puissance d'achat. Inversement, lorsque le chiffre d'affaires est principalement réalisé par un groupe important d'utilisateurs relativement petits, la puissance d'achat est limitée.

456. La clientèle des opérateurs sur le marché pertinent des produits de radiodiffusion se compose principalement de ménages individuels. La puissance d'achat individuelle naturelle est de ce fait très limitée. C'est illustré par le fait que les opérateurs ont pu appliquer différentes augmentations de prix sur les marchés pertinents ces dernières années.

5.6.6.4. L'existence d'une clientèle historique

457. Les coûts de migration susmentionnés s'appliquent aussi, à l'exception de la fonctionnalité analogique, à la migration entre d'autres opérateurs et le câblo-opérateur. Historiquement parlant, le câblo-opérateur dispose cependant d'une grande clientèle de téléspectateurs analogiques. Lors du passage à la télévision numérique, ceux-ci ne doivent pas changer de fournisseur, ce qui entraîne un plus grand inconvénient de coûts de migration pour les autres opérateurs que pour les câblo-opérateurs. Des mesures plus contraignantes sont nécessaires pour passer d'un opérateur à l'autre que pour passer, chez le même câblo-opérateur, du service analogique à un autre service. Les possibilités dont dispose le câblo-opérateur pour convertir sa clientèle analogique à la télévision numérique renforcent donc les barrières au changement.

[262] Dans les présentations du Q3 2017 de Proximus et de Telenet, la contrainte concurrentielle croissante a été mentionnée comme raison d'un taux d'attrition supérieur.

5.6.6.5. Les offres multiple play

458. Les offres multiple play d'opérateurs constituent un obstacle à la migration vers d'autres opérateurs. Du fait que des produits de télévision sont vendus avec plusieurs autres produits, comme l'internet large bande et la téléphonie, dans une seule offre, la disposition d'un client à migrer vers un autre opérateur ne dépend pas seulement du produit de radiodiffusion mais 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. Ce point est décrit en détail à la section 6.4.2.

459. À l'heure actuelle, 73 % des clients ont la télévision dans le cadre d'une offre conjointe et seuls 9 % ont changé d'offre conjointe l'année passée.

Figure 26 : Proportion de clients TV en multiplay

5.6.6.6. Économies d'échelle

460. Les économies d'échelle se produisent lorsque le coût moyen de la production d'un produit baisse à mesure que sa production et sa vente augmentent. Ces économies sont généralement réalisées dans des situations où les coûts fixes sont élevés et les coûts variables faibles, ce qui est le cas dans le secteur de la radiodiffusion. Les économies d'échelle peuvent constituer un avantage par rapport aux concurrents existants et aux entrants potentiels sur le marché, du fait que ces derniers ne disposent pas immédiatement d'une vaste clientèle permettant de réaliser des économies d'échelle.

461. Dans leurs zones de couverture respectives, les câblo-opérateurs disposent d'une clientèle (historique) considérable sur le marché de la radiodiffusion[263]. Proximus dispose aussi d'économies d'échelle pour la fourniture de services de télévision, du fait de sa grande clientèle (historique) pour l'internet haut débit et la téléphonie (fixe). Ces opérateurs disposent de leur propre réseau fixe, qu'ils ont pu en grande partie déployer historiquement et dont ils ont déjà pu amortir le déploiement sur

[263] Même active sur une zone de couverture plus petite, SFR dispose d'une clientèle plusieurs fois supérieure à celle d'un nouvel entrant comme Orange.

leur grande clientèle historique. Les économies d'échelle constituent un avantage significatif par rapport aux entrants potentiels sur le marché, étant donné qu'au départ, ils ne disposent pas d'une grande clientèle et qu'ils seront donc soumis à des coûts unitaires considérablement plus élevés.

5.6.6.7. Économies de gamme

462. Les économies de gamme se produisent lorsque le coût moyen de production d'un produit baisse à mesure que la gamme de produits d'une entreprise s'élargit. Ces économies sont réalisées grâce à la possibilité de répartir les coûts communs (par ex. coûts de gestion de réseau, de marketing ou de facturation) entre tous les produits. Dans le secteur de la radiodiffusion, les économies de gamme sont principalement possibles car un opérateur :

- peut utiliser un même réseau pour offrir plusieurs services ;
- peut vendre ces services dans des offres groupées. Ainsi, les produits de télévision numérique sont proposés avec plusieurs produits connexes, comme l'internet large bande et la téléphonie. C'est ce que l'on appelle les produits multiple play.

463. Le réseau des câblo-opérateurs et celui de Proximus permettent de distribuer plusieurs services : en plus de la télévision, les câblo-opérateurs proposent également l'internet large bande et des services de téléphonie via son réseau HFC. Les câblo-opérateurs et Proximus peuvent ainsi répartir les coûts communs, liés à l'exploitation et à la gestion du réseau, entre plusieurs services.

464. Parmi les consommateurs, 73 % ont aujourd'hui accès à la télévision dans le cadre d'une offre conjointe. Les économies de gamme dont bénéficient Proximus et les câblo-opérateurs grâce aux offres multiple play constituent toutefois un avantage significatif par rapport aux entrants potentiels sur le marché, qui ne disposent pas des capacités de réseau ou de l'accès aux inputs essentiels pour fournir plusieurs produits et/ou services.

5.6.7. Conclusion de l'analyse concurrentielle

465. Le CSA maintient, sur la base des éléments susmentionnés, que le marché de détail pour la radiodiffusion télévisuelle présente certaines caractéristiques qu'il convient de prendre en compte dans le cadre de l'examen des marchés de gros qui se situent en amont de ce marché, parce qu'elles peuvent influencer la réalisation des objectifs généraux du cadre réglementaire :

- Le marché pertinent de la radiodiffusion télévisuelle reste très concentré, Proximus et les câblo-opérateurs disposant d'une part de marché considérable dans chacune des zones de couverture du câble. Les autres opérateurs ont une part de marché inférieure à 1 %.
- La part de marché reste concentrée dans chacune des zones câblées respectives, malgré différentes augmentations tarifaires ces dernières années.
- Les offres groupées gagnent constamment en popularité, surtout les offres comprenant l'accès Internet à haut débit et la télévision numérique. Aujourd'hui, 73 % des utilisateurs finals achètent des services de radiodiffusion dans le cadre d'une offre groupée.

- Les prix appliqués sur le marché de détail pour les services de radiodiffusion sont régulièrement augmentés et ont augmenté davantage que l'inflation au cours de la période concernée.
- Il y a un sérieux risque que, sans offre régulée, le marché de la radiodiffusion reste concentré. Il s'est avéré ces dernières années que les offres lancées sur des plateformes alternatives n'étaient pas économiquement viables ou formaient un complément aux services de radiodiffusion existants des opérateurs IPTV et des câblo-opérateurs.

chapitre 6. ÉVENTUALITÉ D'UN MARCHÉ DES OFFRES GROUPÉES

466. Comme cela a été souligné précédemment, la vente de services haut débit et de services de radiodiffusion se fait désormais majoritairement sous la forme d'offres groupées (incluant le cas échéant également d'autres services comme la téléphonie fixe ou des services mobiles).

467. La tendance à la hausse de l'offre et l'achat de plusieurs produits au sein d'une même offre auprès du même opérateur (ce que l'on appelle les produits « multiple play », produits groupés, offres conjointes ou « packs ») est abordée ci-dessous.

6.1. TYPES ET FOURNISSEURS D'OFFRES GROUPÉES

468. Dans le cadre de cette analyse, une offre conjointe peut être définie comme l'offre en commun de produits séparés (deux ou plus) par un même opérateur[264]. En général, ces offres conjointes reviennent moins cher que si le client achetait chaque produit de l'offre conjointe séparément. Aussi celles-ci sont généralement facturées comme un tout par l'opérateur.

469. Le tableau ci-dessous montre les différents types d'offres de produits groupés, en mentionnant quel opérateur offre ces offres conjointes. Selon qu'une offre groupée contient deux, trois ou quatre produits, il est question de double, de triple ou de quadruple play.

[264] Selon l'agenda numérique de l'EC : « '*Bundled offer*' *means a commercial offer of two or more of the below services marketed as a single offer and offered for a single price. Services include (1) Fixed Broadband, (2) Fixed Telephony, (3) Mobile Telephony (4) Mobile Broadband and (5) Pay TV (Mobile TV should not be included)*. » Il convient de souligner que la définition d'offres conjointes varie toutefois d'un État membre à l'autre (cf. BEREC(15)77 Indicators on bundles – 25/05/2015). Dans le cadre de cette analyse, il convient de comprendre par « offre conjointe » l'achat de plusieurs produits auprès du même opérateur. Ces offres conjointes sont en général facturées au moyen d'une facture unique. La présence d'une réduction par rapport à l'achat séparé de ces produits ne constitue pas une condition requise.

Type d'offre conjointe	Éléments de l'offre conjointe	Opérateur
Double play	(1) Internet large bande + téléphonie fixe	• Proximus • VOO • Opérateurs alternatifs (comme Schedom, EDPNet, Alpha Networks)
	(2) Internet large bande + télévision numérique	• Proximus • Câblo-opérateurs
	(3) Télévision numérique + téléphonie fixe	• Proximus
Triple play	(4) Internet large bande + téléphonie fixe + télévision numérique	• Proximus • Câblo-opérateurs • Opérateur satellite M7
	(5) Internet large bande + téléphonie mobile + télévision numérique	• Orange (depuis Q2 2016) • Proximus
Quadruple play	(6) Internet large bande + téléphonie fixe + télévision numérique + téléphonie mobile	• Proximus • Telenet • VOO

Tableau 12 : Aperçu des produits multiple play

470. Cet aperçu montre que :

- Tant les câblo-opérateurs que Proximus ou les opérateurs alternatifs opérant via le réseau DSL de Proximus (par ex. Schedom sous la marque Dommel, EDPNet, Alpha Networks sous la marque Billi) ou opérant via le réseau des câblo-opérateurs (Orange) offrent l'accès Internet à haut débit dans des produits groupés ;

- Les offres conjointes avec une composante de télévision numérique ne sont toutefois proposées que par Proximus (et sa filiale Scarlet), les câblo-opérateurs et Orange (via le réseau des câblo-opérateurs sur la base de l'accès régulé).

471. Les prestataires DSL alternatifs n'offrent pas d'offres conjointes avec la télévision numérique, à l'exception de M7 (bouquets TV Vlaanderen et Telesat). Ce dernier propose bel et bien la télévision par satellite dans une offre conjointe avec l'internet large bande et la téléphonie fixe, sur la base des offres commerciales de Proximus (Carrier DSL).

- Offres historiques[265] : Alpha Networks offrait depuis mars 2010 des offres conjointes avec une composante de télévision numérique sous le nom « Billi » sur la base du dégroupage de la boucle locale, mais a mis fin à ses offres de télévision en 2014 ;
- Mobistar offrait depuis 2010 des offres conjointes avec la télévision par satellite, dans le cadre desquelles une connexion Internet (IPTV via monocast) était utilisée pour permettre la vidéo à la demande et l'interactivité, mais a mis fin à ces offres en 2013. Mobistar avait alors environ 30 000 abonnements via satellite.[266] Depuis mars 2016, Mobistar (Orange) utilise le réseau des câblo-opérateurs pour proposer des offres conjointes avec l'internet haut débit et la télévision numérique. En juillet 2016, Orange a signalé 10 500 acheteurs de cette offre[267] ; en octobre 2016, ils étaient devenus 33 400[268]. Au troisième trimestre de 2017, le nombre de clients a augmenté jusqu'à 82 000[269].
- En 2013, KPN Group Belgium (à l'époque BASE, aujourd'hui reprise par Telenet) a lancé une offre groupée avec l'internet haut débit, la télévision et la téléphonie fixe, sous le nom de « Snow ». Cette offre a été proposée à l'utilisateur final via un contrat wholesale avec Proximus. L'offre, qui a atteint 35 000 clients en 2013, a été arrêtée en 2014.

6.2. ÉVOLUTION DE LA DEMANDE DE PRODUITS MULTIPLE PLAY

472. L'évolution de l'achat des offres multiple play sera examinée ci-après. L'on abordera dans un premier temps l'évolution générale des offres conjointes. Enfin, l'on analysera l'évolution de l'achat des différents types d'offres conjointes avec une composante d'internet haut débit ou de télévision numérique.

6.2.1. Évolution générale des offres conjointes

473. La vente d'offres conjointe continue de croître. En 2017, leur vente a augmenté de 4,3 points de pourcentage, pour atteindre environ 3 189 776 ménages, soit 68 % du nombre total de ménages.

[265] Période 2010-2014. Offres qui ont été supprimées.

[266] Mobistar a rapporté 27 846 abonnements à la télévision par satellite à l'IBPT pour fin 2012 et 34 141 pour fin 2011.

[267] Orange, communiqué de presse, 20 juillet 2016.

[268] Orange, communiqué de presse, 9 février 2017.

[269] Orange, communiqué de presse, 23 octobre 2017.

474. Depuis 2013, le nombre d'additions nettes est passé de 143 386 à 88 697 en 2014 et à 85 277 en 2015. En 2016, le nombre d'additions nettes grimpe à 114 642. En 2017, les additions nettes se sont élevées à 131 601.

Figure 27 : Nombre de ménages avec une offre conjointe et additions nettes (Source : IBPT)

475. Le triple play reste la combinaison d'offre conjointe la plus populaire, mais le type d'offre conjointe comprenant une composante mobile (quadruple play) connaît la croissance la plus forte. Fin 2017, un peu plus de 938 918 ménages possèdent une offre conjointe comprenant les trois services fixes (téléphonie, large bande et télévision) ainsi qu'un service mobile. Avec une croissance de 12,1 % sur une base annuelle, le quadruple play atteint une part de 29,4 % dans le nombre total d'offres conjointes. L'année précédente, cette part se situait encore autour de 27 %. Notons également que, parmi les grandes entreprises, une forte proportion exprime une préférence pour un fournisseur unique de services fixes et mobiles[270].

476. Malgré l'augmentation du quadruple play, la majorité des ménages continue toutefois à combiner trois services auprès d'un fournisseur : un peu plus de 1,68 million de ménages ont, fin 2017, une offre conjointe triple play, soit 53 % du nombre total d'offres conjointes sur le marché résidentiel.

[270] Beltug, Étude de marché conjointe, marché ICT belge en 2017 – résultats pour les organisations de plus de 200 travailleurs.

Figure 28 : Évolution du double play, du triple play et du quadruple play (Source : IBPT)

477. Les services fixes sont le plus souvent vendus dans le cadre d'une offre conjointe. Fin 2017, 71 % des ménages belges disposaient de la télévision dans le cadre d'une offre conjointe. La téléphonie fixe est vendue pour 86 % via un contrat conjoint et la large bande fixe pour 89 %. Les services mobiles (téléphonie et/ou large bande) sont beaucoup moins fournis dans le cadre d'une offre conjointe : environ 29 % des ménages belges qui disposent d'un service mobile achètent ce service dans le cadre d'une offre conjointe comprenant des services fixes. C'est toutefois ce type d'offres conjointes qui connaît la plus forte progression.

Figure 29 : Part des formes de contrat groupées ou dégroupées par service télécoms (Source : IBPT)

6.2.2. Évolution des différents types d'offres groupées avec une composante Internet large bande ou la télévision numérique

6.2.2.1. Part des offres groupées dans le nombre total d'abonnés à l'internet large bande

478. Les utilisateurs achètent de plus en plus souvent l'internet large bande avec d'autres produits auprès d'un même opérateur. La figure ci-dessous représente l'évolution du nombre d'utilisateurs qui achètent l'internet haut débit dans les différentes sortes d'offres groupées par rapport au nombre total d'abonnés à la large bande. En 2017, 89 % de l'ensemble des utilisateurs de l'internet large bande achetaient l'internet large bande dans une offre groupée, alors que ce chiffre ne s'élevait encore qu'à 67 % en 2010.

Figure 30 : Part des abonnés à la large bande fixe achetant la large bande dans le cadre d'une offre conjointe (Source : IBPT)

6.2.2.2. Part des offres groupées dans le nombre total de clients de la télévision numérique

479. La figure ci-dessous représente l'évolution du nombre d'utilisateurs qui achètent la télévision numérique dans le cadre d'une offre groupée par rapport au nombre total de clients de la télévision numérique. Il ressort de cette figure que le nombre de clients de la radiodiffusion numérique qui achètent une offre conjointe ne cesse d'augmenter : en 2017, 71 % de l'ensemble des ménages ayant la télévision ont acheté leur produit de radiodiffusion dans le cadre d'une offre conjointe.

Figure 31 : Part des abonnés à la télévision ayant la télévision numérique dans une offre conjointe (Source : IBPT)

6.2.2.3. Importance croissante des offres de type « triple play » et « quadruple play »

480. Les figures ci-dessus mettent en évidence la proportion croissante d'offres de type « triple play » et « quadruple play ».

480.1. Les offres « triple play » (haut débit, télévision et téléphonie fixe) représentent en 2017 environ 50 % des ventes de services haut débit et environ 38 % des ventes de services de radiodiffusion.

480.2. Les offres « quadruple play » (haut débit, télévision, téléphonie fixe et services mobiles) représentent en 2017 28 % des ventes de services haut débit et plus de 20 % des ventes de services de radiodiffusion. La proportion des offres « quadruple play » dans le total des ventes a été multipliée par plus de 10 entre 2010 et 2017. Fin de l'année 2017, le nombre d'abonnés des produits quadruple play a atteint presque 304 000 pour Telenet WIGO (lancé en juin 2016) et 360 000 pour Proximus Tuttimus (lancé en octobre 2016). VOO One n'a été lancé qu'en septembre 2017.

481. Ces évolutions ne sont pas sans conséquences pour le développement de la concurrence. Elles révèlent qu'il est devenu extrêmement difficile d'entrer sur les marchés du haut débit et de la radiodiffusion sans proposer des offres groupées.

482. S'agissant des offres groupées incluant la téléphonie fixe, il convient de rappeler que Proximus avait, en 2017, une part de marché de respectivement [50-60] % sur le marché des raccordements téléphoniques à faible capacité (PSTN, ISDN-2 et VoB) et [60-70] % sur le marché des raccordements téléphoniques à haute capacité (ISDN-30 et IP Centrex)[271]. En 2017, Proximus avait une part de marché supérieure à 70 % sur le marché des services téléphoniques nationaux accessibles au public en position déterminée pour les utilisateurs résidentiels et supérieure à [80-90%] sur le marché pour les utilisateurs non résidentiels (en valeur)[272]. Les offres de gros d'accès au haut débit (accès local, accès central) peuvent être utilisées pour construire des offres de détail de haut débit, mais aussi des offres de détail de téléphonie fixe. En l'absence de régulation de ces offres de gros d'accès au haut débit, les marchés de la téléphonie fixe (accès et services) pourraient voir leur niveau de concentration augmenter, du fait que les opérateurs alternatifs n'auraient plus accès aux réseaux de Proximus et des câblo-opérateurs. En l'absence de la régulation susmentionnée, les opérateurs alternatifs ne pourraient pas proposer d'offre double play ou triple play[273], ce qui fait qu'ils perdraient aussi des clients sur le marché de la téléphonie fixe.

483. S'agissant des services mobiles, il existe en Belgique trois opérateurs disposant de leur propre infrastructure (Proximus, Orange et Telenet/Base). En l'absence de régulation permettant d'accéder

[271] Statistiques annuelles IBPT.

[272] Statistiques annuelles IBPT.

[273] L'importance croissante des offres groupées incluant la téléphonie fixe est soulignée au chapitre 6.

aux réseaux fixes, il est probable qu'un opérateur mobile dépourvu de réseau fixe ne puisse plus avoir accès aux réseaux des opérateurs fixes pour construire des offres combinant des services fixes et mobiles. De plus, prospectivement, la nécessité croissante de décharger les réseaux mobiles du trafic de données renforce la complémentarité entre les services fixes et mobiles. Confrontés au risque de congestion, les opérateurs mobiles ont besoin d'un accès à un réseau fixe.

484. Un opérateur mobile dépourvu d'accès à un large réseau fixe pourrait par conséquent se trouver dans une position désavantageuse[274]. Pour ces deux raisons (impossibilité de construire des offres combinant des services fixes et mobiles et impossibilité de décharger son réseau du trafic de données mobiles), la concurrence sur le marché des services mobiles serait affaiblie en l'absence de régulation des services fixes.

6.2.3. Volumes et parts de marché

6.2.3.1. Large bande fixe et télévision (avec et sans composante mobile)

485. Les abonnements double play avec la large bande fixe et la télévision ont connu un pic en 2012, avant d'amorcer une diminution parce que les clients migraient vers des offres conjointes combinant trois services fixes (éventuellement en combinaison avec un service mobile). Depuis 2016, on observe à nouveau une croissance du fait du lancement d'offres groupées par Orange sur les réseaux câble de Telenet, Brutélé et Nethys.

Figure 32 : Évolution du nombre d'abonnements double play avec la large bande fixe et la télévision (avec et sans la composante mobile)

<u>Au niveau national</u>

486. Jusqu'en 2017, Telenet participe à la tendance à la baisse des offres double play avec la large bande et la télévision, alors que Proximus affiche une évolution inverse : la croissance du nombre d'abonnés

[274] Ecorys, Idate and ICRI, Future electronic communications markets subject to ex-ante regulation, Final report for DG Connect, 18 septembre 2013.

ayant la télévision et la large bande fixe dans une offre groupée entre 2012 et 2016 entraîne pour Proximus une augmentation de la part de marché de [30-40] % à [40-50] %. En 2017, la part de marché de Proximus recule à [30-40] % du fait de la croissance du double play chez Orange. La part de marché de Telenet reste stable.

Figure 33 : Parts de marché sur le marché du double play large bande fixe et télévision (avec et sans une composante mobile) (Source : IBPT)

Par zone de couverture

487. Il convient toutefois de noter que Telenet et VOO fournissent le double play dans différentes zones de couverture. Les graphiques ci-dessous donnent un aperçu des parts de marché sur le marché du double play (large bande fixe et télévision numérique) dans ces différentes zones de couverture.

Zone Telenet

Figure 34 : Parts de marché sur le marché du double play large bande fixe et télévision numérique dans la zone de couverture de Telenet (Source : IBPT)

Zone Brutélé

Figure 35 : Parts de marché sur le marché du double play large bande fixe et télévision numérique dans la zone de couverture de Brutélé (Source : IBPT)

Zone Nethys

Figure 36 : Parts de marché sur le marché du double play large bande fixe et télévision numérique dans la zone de couverture de Nethys (Source : IBPT)

Zone SFR

Figure 37 : Parts de marché sur le marché du double play large bande fixe et télévision numérique dans la zone de couverture de SFR (Source : IBPT)

488. Ces graphiques montrent que le double play (avec Internet haut débit et télévision numérique)[275] n'était fourni jusqu'en 2015 que par Proximus et les câblo-opérateurs. Jusqu'au lancement d'Orange en mars 2016, les opérateurs alternatifs ne fournissaient pas de double play « large bande et télévision numérique ». Les câblo-opérateurs ont la plus grande part de marché dans les différentes zones de couverture, sauf dans la zone de couverture de SFR.

489. Dans la zone de couverture de Telenet, nous notons une forte augmentation de la part de Proximus dans le nombre de double play au cours de la période allant de 2012 à 2016, soit une augmentation de [20-30] % du nombre de double play en 2012 à [40-50] % en 2016.

[275] Les opérateurs alternatifs tels qu'EDPnet et Alpha Networks (Billi) fournissent toutefois le double play (Internet haut débit et téléphonie fixe).

6.2.3.2. Large bande fixe + télévision + téléphonie fixe (avec et sans composante mobile)

490. Un peu plus de 2,25 millions de ménages belges ont, fin 2017, un pack de trois services fixes (avec et sans composante mobile). Le marché connaît une croissance continue, de 12,9 % par an en moyenne entre 2010 et 2017.

Figure 38 : Évolution du nombre d'offres groupées triple play : large bande fixe, télévision et téléphonie fixe (avec et sans composante mobile) (Source : IBPT)

<u>Au niveau national</u>

491. Parmi les abonnés résidentiels à une offre groupée de trois services fixes (large bande fixe, télévision et téléphonie fixe) avec et sans l'ajout d'un service mobile (téléphonie et/ou large bande), 43 % achètent leur offre conjointe chez Telenet. Proximus atteint une part de marché de [30-40] %, qui, en combinaison avec Scarlet, passe à [40-50] %.

Figure 39 : Parts de marché sur le marché du triple play large bande fixe, télévision et téléphonie fixe (Source : IBPT)

Par zone de couverture

492. Il convient de noter que Telenet, VOO et SFR fournissent le triple play dans différentes zones de couverture. Les graphiques ci-dessous donnent un aperçu des parts de marché sur le marché du triple play (large bande fixe, téléphonie fixe et télévision numérique) dans ces différentes zones de couverture.

Zone Telenet

Figure 40 : Parts de marché sur le marché du triple play (large bande fixe, téléphonie fixe et télévision numérique) dans la zone de couverture de Telenet (Source : IBPT)

Zone Brutélé

Figure 41 : Parts de marché sur le marché du triple play (large bande fixe, téléphonie fixe et télévision numérique) dans la zone de couverture de Brutélé (Source : IBPT)

Zone Nethys

Figure 42 : Parts de marché sur le marché du triple play (large bande fixe, téléphonie fixe et télévision numérique) dans la zone de couverture de Nethys (Source : IBPT)

Zone SFR

Figure 43 : Parts de marché sur le marché du triple play (large bande fixe, téléphonie fixe et télévision numérique) dans la zone de couverture de SFR (Source : IBPT)

493. Le triple play (Internet haut débit, téléphonie fixe, télévision numérique) n'est fourni que par Proximus et les câblo-opérateurs.

494. Dans la zone de couverture de Telenet, Telenet fournit [60-70] % des offres conjointes triple play et Proximus [30-40] %. C'était également le cas pour les produits triple play dans la zone de couverture de SFR avant le rachat de celle-ci par Telenet. Dans les autres zones de couverture, Proximus dispose de la plus grande part du nombre total de produits triple play.

6.3. ÉVOLUTION DES PRIX DES PRODUITS MULTIPLE PLAY

495. Il ressort de l'étude du marché de l'IBPT concernant l'utilisation des services de télécommunications de 2016 que selon environ 27 % des répondants, le prix est la principale motivation lors du choix d'un opérateur. Le CSA prendra aussi bien en considération l'évolution des prix dans notre pays que le niveau des prix belges dans un contexte international, afin d'analyser la compétitivité sur les marchés de détail.

496. Les produits télécoms avec une composante large bande sont dans un premier temps caractérisés par leur vitesse de téléchargement. En outre, les produits se caractérisent par leur vitesse de chargement et le volume de données autorisé. Ces caractéristiques ont connu une évolution constante au cours de la période considérée. En ce qui concerne la vitesse de téléchargement, les clients de Proximus peuvent aujourd'hui bénéficier, sauf avec le produit de base, d'une vitesse maximale de 100 Mbps, alors que celle-ci était de 30 Mbps il y a cinq ans. La vitesse de téléchargement des produits de Telenet a augmenté au fil des ans de 30, 60 et 120 Mbps jusqu'à 50, 100 et 200 Mbps respectivement pour le produit Basic Internet et les produits de gamme moyenne et haut de gamme. Dans le cas de VOO, Toudoo et Wahoo proposent actuellement une vitesse de téléchargement de respectivement 100 et 125 Mbps, alors que les clients d'Un Peu et de Passionnément pouvaient en 2011 bénéficier en surfant d'une vitesse de téléchargement de respectivement 15 et 35 Mbps.

497. D'autres éléments qualitatifs peuvent également être d'une certaine utilité (économique) pour les utilisateurs finals (comme par exemple les données mobiles gratuites, les chaînes de télévision supplémentaires). Dans le cadre d'une analyse de prix, tant en ce qui concerne l'évolution des prix qu'une prise en considération des prix dans un contexte international, il convient toutefois de faire abstraction de tels éléments. Au fil des ans, les besoins des consommateurs ont par ailleurs eux aussi évolué. Un produit proposé aujourd'hui dans une gamme inférieure peut, sur le plan qualitatif, au moins offrir autant qu'un produit qualifié par le passé de gamme moyenne. Toutefois, il est toujours perçu par les consommateurs comme un produit de base.

498. Dans les réactions à la consultation publique, quelques acteurs du marché ont indiqué que le CSA ne tenait pas suffisamment compte du fait que les clients finals ont généralement pu bénéficier d'une amélioration des caractéristiques de l'internet et qu'ils paient de ce fait toujours moins par Mbps. Pour cette raison, la tendance des prix devrait se baser sur l'évolution du coût moyen par catégorie de vitesse, plutôt que sur l'évolution du prix des produits individuels. Sur la base d'une étude du marché belge de la large bande qu'un acteur du marché a fait réaliser, ce dernier est arrivé à la conclusion que les prix du haut débit ont connu une tendance à la baisse significative entre 2010 et 2017 pour toutes les catégories de vitesse, à l'exception des produits haut débit avec une vitesse de téléchargement de plus de 100 Mbps.

499. Le CSA estime cependant que cette vision des choses n'est pas représentative de l'évolution des prix. D'une part, ces résultats sont obtenus sur la base d'une simple moyenne arithmétique et non d'une moyenne pondérée ; elle ne tient donc pas compte de ce que paient réellement les consommateurs. D'autre part, le prix par Mbps est rarement ou jamais mis en avant dans la communication commerciale des opérateurs ; il est donc douteux qu'il s'agisse du paramètre qui influence la compréhension et le choix des utilisateurs. Dans le cadre de la présente décision, le CSA démontrera l'évolution des prix tant sur la base du **coût moyen par catégorie de vitesse** que sur la base de l'évolution des **prix des produits individuels**. Dans la section ci-dessous, le CSA justifiera également pourquoi il convient selon lui de préférer la deuxième approche.

500. Un acteur du marché note que si le prix est retenu comme facteur de comparaison, il convient d'examiner l'évolution du prix le plus bas disponible sur le marché, ainsi que les marges des opérateurs. Le CSA ne partage pas cet avis. C'est sur la base de l'ensemble de la gamme de produits des opérateurs les plus représentatifs que le niveau de prix général peut être exprimé le mieux possible. Si l'évolution des prix se base uniquement sur les produits les moins chers, l'on passe outre le fait que ceux-ci ne représentent qu'un nombre limité de clients.

501. Tous les arguments et toutes les considérations générales du CSA reprises dans cette section valent toujours pour la démonstration des tendances des prix des produits groupés, comme exposé à la section 6.3.1 « Marché résidentiel ».

Évolution du prix moyen pondéré par catégorie de vitesse

502. Pour les besoins du calcul de l'évolution des prix nominaux moyens pondérés des produits large bande standalone par catégorie de vitesse, le CSA s'est basé sur l'importance du produit, exprimée par le nombre d'abonnés ayant souscrit au produit en question. À cet égard, l'on considère les produits de Proximus, Telenet et VOO. Le choix du CSA en ce qui concerne la délimitation des catégories de vitesse (à savoir, respectivement « inférieure ou égale à 30 Mbps », « supérieure à 30 Mbps et inférieure ou égale à 100 Mbps » et « supérieure à 100 Mbps ») s'inspire de celui de l'étude BIAC.

503. Certains acteurs du marché notent qu'en Belgique, un large choix de produits haut débit est disponible et que ceux-ci sont proposés à un large éventail de prix. Selon ces acteurs, cela indique que le marché est suffisamment concurrentiel. Le CSA ne partage pas cet avis et estime que le nombre de produits n'est pas en soi un indicateur de la compétitivité sur les marchés de détail. Par rapport à 2011, le nombre de produits disponibles n'a par ailleurs pas augmenté de manière significative.

504. Un acteur du marché indique que les offres avantageuses de Scarlet améliorent notamment de manière durable la dynamique sur le marché et que Scarlet parvient à attirer toujours plus de clients. Dans son calcul du coût moyen pondéré par catégorie de vitesse, le CSA n'a toutefois pas repris les produits de Scarlet, étant donné que Scarlet, malgré la croissance constante de sa clientèle, ne représente que [0-10 %] de l'ensemble du marché de la large bande. Le fait de ne pas reprendre Scarlet dans les calculs ne compromet par conséquent pas la représentativité de ceux-ci. Proximus, Telenet et VOO disposent en effet ensemble d'une part de marché suffisamment grande pour

représenter le marché belge de la large bande. Le SPF Économie (Observatoire des prix) et la Commission européenne (étude BIAC) basent leurs observations sur les plans tarifaires des trois principaux opérateurs.

505. Le coût moyen pondéré des plans tarifaires large bande standalone affiche une tendance à la baisse pour toutes les catégories de vitesse entre 2013 et 2017.

506. L'évolution du prix moyen pondéré par catégorie de vitesse, calculée sur la base de données collectées dans le cadre de l'étude BIAC, montre une progression similaire[276].

507. Il convient de noter que le type de résultat « évolution du prix moyen pondéré par catégorie de vitesse » doit être interprété avec la prudence nécessaire, et ce, pour les raisons suivantes.

    507.1. Le résultat peut être fortement influencé par le choix des limites inférieures et supérieures des catégories de vitesse et le nombre de catégories de vitesse.

    507.2. Des fluctuations notables de la courbe de tendance peuvent être la conséquence du glissement d'un ou de plusieurs produits vers une catégorie de vitesse supérieure (alors que le prix n'évolue pas forcément), suite à l'augmentation de la vitesse de téléchargement affichée. Aussi, le lancement ou la suppression de produits peuvent fortement influencer le niveau de prix moyen d'une année à l'autre.

    507.3. Les nouveaux produits ne sont généralement pas représentatifs pendant leur année de lancement, étant donné que la clientèle de ceux-ci est alors en pleine constitution. Pendant la phase de lancement, le nouveau produit ne représentera qu'un nombre limité d'abonnés de l'opérateur en question et aura donc une part relativement limitée dans le prix moyen pondéré.

508. Afin d'obtenir une image exhaustive de l'évolution des prix, il est important d'analyser également l'évolution des prix des offres individuelles.

509. Cela peut être illustré à l'aide de l'exemple ci-dessous. La courbe de tendance bleue représente l'évolution des prix d'un même produit (même nom de produit avec une vitesse de téléchargement croissante au fil des ans), alors que la courbe de tendance rouge représente le prix d'une même catégorie de vitesse (la même catégorie de vitesse mais différents noms de produits au fil des ans). Si l'on examine l'évolution des prix d'un produit large bande standalone pour Proximus dans la catégorie de vitesse 30-50 Mbps, il s'avère que le prix de ce dernier affiche une tendance à la baisse. En effet, initialement, c'est un produit du type « Comfort » qui a été pris en considération, alors que, suite à l'augmentation de la vitesse du produit « Comfort » de 30 Mbps à 70 Mbps en 2015, c'est le prix de l'offre « Start », moins chère, qui a par la suite été pris en compte (courbe de tendance rouge).

[276] L'étude BIAC tient également compte des promotions, des coûts uniques et des coûts d'utilisation supplémentaires pour la téléphonie fixe (dans le cas du triple play) et seules trois catégories de vitesse sont utilisées. En outre, les données ne sont pas forcément collectées au cours de la même période. De ce fait, des différences sont observées à la fois au niveau des prix absolus et de l'évolution des prix.

Un client Proximus ayant souscrit à un produit du type « Comfort » en 2012 et n'ayant pas changé de produit depuis lors, a certes pu, au fil des années, profiter d'améliorations au niveau de la vitesse de téléchargement, mais a également été confronté à des augmentations tarifaires (courbe de tendance bleue). Si le client n'est pas passé à un produit « Start », il a donc été soumis à une augmentation des prix annuelle.

Figure 44 : ***Illustration de la différence entre l'évolution du prix d'offres individuelles et l'évolution du prix d'une catégorie de vitesse***

510. Sur la base d'informations que l'IBPT a demandées, le CSA a pu constater que, dans la pratique, les consommateurs ne passent que très rarement à un produit avec de moins bonnes caractéristiques (« downgrade »). Si les consommateurs passent à un autre produit (du même type de produits) suite au lancement d'une nouvelle génération de plans tarifaires, cela concernera généralement un produit qui se positionne dans le même segment ou dans un segment supérieur (« product tier ») et qui présente au moins les mêmes caractéristiques au niveau de l'internet que le produit initial. Les clients ont par ailleurs en grande majorité tendance à conserver plus longtemps leurs produits historiques, qui sont généralement aussi soumis à des augmentations tarifaires.

511. Dans les passages suivants sont abordés l'évolution des prix moyens pondérés par catégorie de vitesse, ainsi que l'évolution des prix des offres groupées.

512. Tous les arguments et toutes les considérations générales du CSA reprises dans la discussion de l'évolution des prix des produits large bande à la section 5.6.3 valent toujours pour la démonstration des tendances des prix des produits multiple play.

6.3.1. Marché résidentiel

Double Play

513. Les produits télécoms avec une composante large bande sont dans un premier temps caractérisés par leur vitesse de téléchargement. En outre, les produits se caractérisent par leur vitesse de chargement et le volume de données autorisé. Ces caractéristiques ont connu une évolution constante au cours de la période considérée. En ce qui concerne la vitesse de téléchargement, les clients de l'offre Internet + TV de Proximus peuvent aujourd'hui bénéficier d'une vitesse de téléchargement maximale de 100 Mbps, alors que celle-ci était de 30 Mbps il y a cinq ans. La vitesse de téléchargement de l'offre Internet de base + télévision de Telenet a augmenté de 30 à 50 Mbps au fil des ans. Dans le cas de VOO, Toudoo, Wahoo et Tatoo proposent actuellement une vitesse de téléchargement de respectivement 75, 125 et 200 Mbps, alors que les clients d'Un Peu, de Passionnément et de Fiber 100 pouvaient en 2012 bénéficier en surfant d'une vitesse de téléchargement de respectivement 15, 35 et 100 Mbps.

Évolution du prix moyen pondéré par catégorie de vitesse

514. Le coût moyen pondéré des offres avec une vitesse de 30-100 Mbps fluctue, mais a diminué en termes absolus en 2017 par rapport à 2013. Le prix des offres ultra-rapides a substantiellement diminué au cours de la période considérée. Les plans tarifaires double play avec une vitesse modérée ont connu une augmentation tarifaire.

515. L'évolution du prix moyen pondéré par catégorie de vitesse, calculée sur la base de données collectées dans le cadre de l'étude BIAC, montre une progression similaire.

Évolution du prix des offres individuelles

516. L'évolution nominale des prix des produits double play (internet haut débit et télévision numérique) est représentée dans le tableau ci-dessous.

Plans tarifaires[1]	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Augmentation tarifaire par rapport à 2011 en %
Proximus Internet Start + Proximus TV (60)	43,87	43,95	45,95	45,95	45,95	46,95		
Proximus Internet Confort + Proximus TV (100)	54,21	50,95	53,95	53,95	53,95	54,95	55,00	**1 %**
Proximus Internet Maxi + Proximus TV (100)	62,18	64,95	65,95	65,95	65,95	65,95		
Telenet Basic internet + TV numérique (30)	45,28	45,28	48,90	49,70	51,69	52,65	53,70	**19 %**
Telenet Internet Fiber 100 + TV numérique (100)						75,50	76,90	
Telenet Internet Fiber 200 + TV numérique (200)						97,30	98,90	
VOO Pack Duo Toudoo (75)	40,95	42,40	40,95	42,95	45,45	45,45	48,95	**20 %**
VOO Pack Duo Wahoo (125)	61,95	63,40	60,95	62,95	54,95	54,95	55,95	**-10 %**
VOO Pack Duo Tatoo (200)		92,55	90,95	92,95	74,95	74,95	76,95	
SFR BOX SFR Silver sans téléphonie (100)						58,99	57,99	
SFR BOX SFR Black sans téléphonie (200)						67,99	68,99	

Tableau 13 : Évolution nominale des prix des produits double play (internet haut débit et télévision numérique) (Source : sites Internet des opérateurs et calculs IBPT)

517. Le graphique ci-dessous compare l'évolution des plans tarifaires à l'évolution de l'indice des prix à la consommation (IPC)[277]. L'évolution des deux est ce faisant examinée vis-à-vis du point de base (Q4 2011 = 100). Si la courbe d'un plan tarifaire se positionne à un niveau supérieur (sur l'axe vertical) à celle de l'IPC, cela indique que les prix du plan tarifaire en question ont plus augmenté que le coût de la vie général. L'IPC a augmenté de 8,88 % de 2011 à 2017.

[1] L'appellation des plans tarifaires dans le tableau se base sur le nom actuel du plan tarifaire. Pour plus d'informations concernant l'ancienne appellation du produit, voir Annexe A.

[277] L'IPC est un moyen de mesurer les évolutions mensuelles du coût de la vie à l'aide du prix d'un panier déterminé de biens et de services.

Figure 45 : Évolution des prix des produits double play (internet haut débit et télévision numérique) par rapport à l'indice des prix à la consommation (Source : sites Internet des opérateurs, calculs régulateur et SPF Economie)

Conclusion

- Les produits de base des opérateurs ont connu une augmentation supérieure à celle de l'évolution de l'IPC. Ainsi « VOO Pack Duo Toudoo » connaît la plus forte hausse tarifaire (10,7 points de pourcentage de plus que l'IPC), suivi par « Telenet Basic Internet » (9,7 points de pourcentage de plus que l'IPC). Le produit de base de Proximus n'est plus commercialisé. Entre 2011 et 2016, le prix de ce produit a augmenté d'environ 7 %.
- Les produits haut de gamme et de gamme moyenne de Telenet et SFR n'ont été commercialisés qu'assez récemment. Le produit haut de gamme de Proximus n'est plus commercialisé. L'augmentation tarifaire de ce dernier produit était d'environ 6 % entre 2011 et 2016.
- L'introduction de la nouvelle ligne de produits de VOO en 2015 a entraîné la diminution du prix du produit de gamme moyenne (« VOO Pack Duo Wahoo ») d'environ 10 % depuis 2011. Le prix du produit haut de gamme de VOO a également connu une importante diminution tarifaire.

518. Pour obtenir des informations plus détaillées sur l'évolution des prix entre 2011 et 2017 par opérateur, voir l'annexe A.

Triple Play

519. En ce qui concerne la vitesse de téléchargement, les clients de l'offre triple play de Proximus peuvent aujourd'hui bénéficier, sauf avec le produit de base, d'une vitesse de téléchargement maximale de 100 Mbps, alors que celle-ci était de 30 Mbps il y a cinq ans. La vitesse de téléchargement des produits Whop et Whoppa de Telenet a augmenté respectivement de 20 à 100 Mbps et de 50 à 200 Mbps au fil des années. Dans le cas de VOO, Toudoo, Wahoo et Tatoo en triple play proposent actuellement une vitesse de téléchargement de respectivement 75, 125 et 200 Mbps, alors que les clients d'Un Peu, de Passionnément et de Fiber 100 pouvaient en 2012 bénéficier en surfant d'une vitesse de téléchargement de respectivement 15, 35 et 100 Mbps.

Évolution du prix moyen pondéré par catégorie de vitesse

520. Le coût moyen pondéré affiche une tendance à la hausse pour toutes les catégories de vitesse. Il convient de noter que depuis 2015, plus aucun produit ayant une vitesse inférieure à 30 Mbps n'est commercialisé par les grands opérateurs. Les produits de Scarlet, qui fait partie du groupe Proximus, n'ont à nouveau pas été repris dans les calculs.

521. L'évolution du prix moyen pondéré par catégorie de vitesse, calculée sur la base de données collectées dans le cadre de l'étude BIAC, montre également une tendance à la hausse pour les offres avec une vitesse de 30-100 Mbps. Les produits triple play ultra-rapides sont devenus moins chers entre 2013 et 2014, mais sont bel et bien caractérisés par une forte tendance à la hausse depuis 2014. Les produits avec une vitesse de téléchargement modérée sont également devenus significativement plus chers.

Évolution du prix des offres triple play individuelles

522. L'évolution nominale des prix des produits triple play (internet haut débit, télévision numérique et téléphonie fixe) est représentée dans le tableau ci-dessous.

Plans tarifaires[278]	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Augmentation tarifaire par rapport à 2011 en %
Proximus Internet Start + Proximus TV + Telephony (60)	51,92	55,95	57,95	57,95	57,95	58,95	58,95	**14 %**
Proximus Familus hors bouquet TV (100)	62,46	59,95	62,95	62,95	62,95	63,95	67,00	**7 %**
Proximus Familus avec bouquet TV (100)	70,43	73,95	74,95	74,95	74,95	74,95	74,95	**6 %**
Telenet Whop (100)	58,28	58,28	61,45	62,50	65,49	67,48	68,82	**18 %**

[278] L'appellation des plans tarifaires dans le tableau se base sur le nom actuel du plan tarifaire. Pour plus d'informations concernant l'ancienne appellation du produit, voir l'annexe A.

Plans tarifaires[278]	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Augmentation tarifaire par rapport à 2011 en %
Telenet Whoppa (200)	68,28	68,28	71,70	72,95	75,94	77,93	79,48	**16 %**
VOO Trio Toudoo (75)	47,95	48,41	48,95	50,95	54,95	54,95	56,95	**19 %**
VOO Trio Wahoo (125)	68,95	69,41	68,95	70,95	64,95	64,95	65,95	**-4 %**
VOO Trio Tatoo (200)		99,95	98,95	100,95	84,95	84,95	86,95	
BOX SFR White (50)	34,90	45,90	49,90	49,90	52,90	54,99	55,99	**60 %**
BOX SFR Silver (100)	51,90	55,90	59,90	59,90	62,90	63,49	64,59	**24 %**
BOX SFR Black (200)	69,90	69,90	69,90	69,90	73,90	75,99	76,99	**10 %**
Scarlet Trio/One (50)	50,00	51,00	39,00	39,00	39,00	39,00	39,00	**-22 %**

Tableau 14 : L'évolution nominale des prix des produits triple play (Source : sites Internet des opérateurs et calculs IBPT)

523. Depuis 2016, Orange propose un produit triple play (internet haut débit, télévision numérique, **téléphonie mobile**) au prix suivant[279] :

Orange	Internet + TV + Aigle	78,00
Orange	Internet + TV + Colibri	57,00

Tableau 15 : Prix des offres triple play d'Orange (Source : site Internet de l'opérateur)

524. Ces prix sont restés stables en 2017.

525. Le graphique ci-dessous compare l'évolution des plans tarifaires à l'évolution de l'indice des prix à la consommation (IPC)[280]. Pour obtenir des informations plus détaillées sur l'évolution des prix entre 2011 et 2017 par opérateur, voir l'annexe « Évolution des prix de détail sur le marché résidentiel national ».

[279] Sélection de l'offre.

[280] L'IPC est un moyen de mesurer les évolutions mensuelles du coût de la vie à l'aide du prix d'un panier déterminé de biens et de services.

Figure 46 : Évolution des prix des produits triple play (internet haut débit et télévision numérique) par rapport à l'indice des prix à la consommation (Source : sites Internet des opérateurs, calculs régulateur et SPF Economie)

526. En ce qui concerne les services triple play, le niveau des prix en Belgique a historiquement toujours été élevé par rapport aux pays voisins[281].

527. En ce qui concerne les offres triple play (Internet, télévision et téléphonie fixe), la Belgique se situe à la dernière (sans les frais d'utilisation supplémentaires pour la téléphonie fixe) ou à l'avant-dernière position (y compris les coûts de 25 appels) par rapport aux pays voisins. La différence de prix entre la Belgique et les Pays-Bas est limitée en valeur absolue.

[281] Depuis 2012, l'IBPT publie tous les ans une étude de prix qui compare le niveau des prix des produits de télécommunications sur le marché belge au niveau des prix des produits similaires dans nos pays voisins. Voir également l'étude comparative de l'IBPT : « Étude comparative du niveau des prix des produits de télécommunications en Belgique, aux Pays-Bas, en France, en Allemagne, au Luxembourg et au Royaume-Uni [Tarifs du mois d'août 2016] »

Figure 47 : Moyenne pondérée par pays triple play (Internet + télévision + téléphonie fixe), 30-100 Mbps, sans coûts d'appel pour la téléphonie fixe (gauche) et avec coûts d'appel pour 25 appels de téléphonie fixe (droite). (Source : calculs propres, données provenant des sites Internet des opérateurs, août 2016, prix TVA incl. EUR PPP).

528. De même, pour une offre *triple play* avec une composante large bande ultra-rapide (vitesse de téléchargement d'au moins 100 Mbps), la Belgique est plutôt chère par rapport aux pays voisins. La Belgique occupe l'avant-dernière place, avant le Luxembourg.

Figure 48 : Moyenne pondérée par pays triple play (Internet + télévision + téléphonie fixe), 100+ Mbps, sans coûts d'appel pour la téléphonie fixe (gauche) et avec coûts d'appel pour 25 appels de téléphonie fixe (droite). (Source : calculs propres, données provenant des sites Internet des opérateurs, août 2016, prix TVA incl. EUR PPP).

529. Un acteur du marché a indiqué que la comparaison des prix résidentiels avec les pays voisins tient insuffisamment compte des profils d'utilisation réalistes et que des coûts trop élevés sont notamment pris en compte pour la téléphonie vocale fixe. Le CSA en est conscient et note que les profils d'utilisation pour la composante téléphonie fixe dans le cadre d'un produit triple play font actuellement l'objet d'une révision par l'IBPT. Les résultats pour les profils triple play pour lesquels l'on ne tient pas compte des coûts d'utilisation supplémentaires éventuels pour la téléphonie fixe (graphiques à gauche dans les figures ci-dessus) ne sont de ce fait en aucun cas influencés.

530. Il ressort de l'étude BIAC 2016[282] (comparant 28 pays) que le plan tarifaire triple play belge le moins cher dans les catégories de vitesse 12-30 Mbps, 30-100 Mbps et 100+ Mbps est respectivement 55,8 %, 41,6 % et 14,9 % plus cher que la moyenne de l'UE-28 des plans tarifaires les moins chers. Les prix des plans tarifaires double play (large bande et télévision) belges les moins chers sont 34,7 %, 21,7 % et 7,1% plus élevés que ceux de la moyenne de l'UE-28 des plans tarifaires les moins chers pour les catégories de vitesse respectives. Il ressort des résultats de l'étude BIAC 2018 (données d'octobre 2017) que la position de la Belgique a reculé. En ce qui concerne le triple play, la Belgique est le pays le plus cher pour les catégories de vitesse de moins de 30 Mbps et de 30-100 Mbps. Pour l'internet ultra-rapide, la Belgique occupe l'avant-dernière place. Les plans tarifaires triple play belges sont dans notre pays 55 %, 49 % et 33 % plus chers que la moyenne pour les catégories de vitesse respectives. Pour le double play (large bande et télévision), les différences par rapport à la moyenne de l'UE-28 s'élèvent à présent à 41 %, 33 % et 17 % respectivement.

Conclusion :

- Les prix des produits triple play ont connu une plus forte augmentation que les produits double play au cours de la période 2011-2017. La plupart des produits ont connu une augmentation tarifaire supérieure à celle de l'évolution de l'IPC.
- De manière générale, les produits de base des opérateurs connaissent la plus forte hausse tarifaire, supérieure à celle de l'évolution de l'IPC. Ainsi, le plan tarifaire « Internet Start + Proximus TV + Telephony » a augmenté de 4,66 points de pourcentage de plus que l'augmentation de l'IPC. Le produit de base de SFR « SFR White » a connu la hausse la plus importante, avec 51,55 points de pourcentage de plus que l'augmentation de l'IPC.
- Les prix des produits haut de gamme et de moyenne gamme ont connu une augmentation moins forte. Ainsi, le plan tarifaire « Proximus Familus hors bouquet TV » a augmenté de 1,61 point de pourcentage de moins que l'IPC.
- Les prix des produits triple play de SFR et de Telenet sont ceux qui augmentent le plus (Whop 9,21 % points de pourcentage de plus que l'IPC ; Whoppa 7,52 % points de pourcentage de plus que l'IPC).En ce qui concerne les services triple play, le niveau des prix en Belgique a historiquement toujours été élevé par rapport aux pays voisins[283]. La compétitivité de la Belgique a encore diminué pendant l'année passée, comme l'a confirmé l'étude BIAC de la Commission européenne.

Quadruple play

531. Nous examinerons à présent les prix des offres quadruple play. Cette offre conjointe représente 27 % du nombre total d'offres conjointes sur le marché et gagne chaque année en importance sur le marché des offres groupées. L'année précédente, ce pourcentage se situait encore aux alentours de 25 % et, en 2013, seulement 6 % d'entre elles étaient des offres quadruple play.

[282] https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/fixed-broadband-prices-europe-2016.

[283] Depuis 2012, l'IBPT publie tous les ans une étude de prix qui compare le niveau des prix des produits de télécommunications sur le marché belge au niveau des prix des produits similaires dans nos pays voisins. Voir également l'étude comparative de l'IBPT : « Étude comparative du niveau des prix des produits de télécommunications en Belgique, aux Pays-Bas, en France, en Allemagne, au Luxembourg et au Royaume-Uni [Tarifs du mois d'août 2016] »

532. L'évolution nominale des prix des produits quadruple play (internet haut débit, télévision numérique, téléphonie fixe et téléphonie mobile) est représentée dans le tableau ci-dessous.

Plans tarifaires[284]	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Proximus/Belgacom Internet Start + Proximus TV + Telephony + Smart+25/Comfort² + Classic Line + Mobile Comfort 25 (60)	75,95	77,95	77,95	77,95	78,95	
Proximus/Belgacom Internet Comfort/Confort + Proximus TV + Telephony + Smart+15/Favorite + Comfort + Classic Line + Mobile Comfort 15 (100)	69,95	72,95	72,95	75,95	76,95	
Proximus/Belgacom Internet Maxi + Proximus TV + Telephony + Smart+15/Intense + Comfort + Classic Line + Mobile Comfort 15 (100)	83,95	84,95	87,95	87,95	87,95	
Proximus Tuttimus 3GB (1 carte SIM) (100)						90,94
Proximus Tuttimus 10GB (1 carte SIM) (100)						101,94
Proximus Tuttimus 20GB (1 carte SIM) (100)						115,94
VOO Pack One (200)						95,00
BOX SFR White & Mobile White/Numericable Triple Play Start & Mobile Start/Triple Play Start & Mobile Extra (50)	50,85	50,85	54,85	57,85	59,98	
BOX SFR Silver & Mobile White/Numericable Triple Play Extra & Mobile Start/Triple Play Extra & Mobile Extra (100)	60,85	60,85	64,85	67,85	68,48	
BOX SFR Black & Mobile White/Numericable Triple Play Max & Mobile Start/Triple Play Max & Mobile Extra (100)	73,95	74,85	74,85	78,85	80,98	
Telenet WIGO 2GB/3GB (jusqu'à 2 cartes SIM) (200)					100,00	100,00

[284] L'appellation des plans tarifaires dans le tableau se base sur le nom actuel du plan tarifaire. Pour plus d'informations concernant l'ancienne appellation du produit, voir l'annexe A « Évolution des prix de détail sur le marché résidentiel ». Les produits qui ne sont plus commercialisés activement depuis plus de deux ans déjà ne sont pas repris dans ce tableau.

Plans tarifaires[284]	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Telenet WIGO 5GB/10GB (jusqu'à 5 cartes SIM) (200)					120,00	120,00
Telenet WIGO 10GB/15GB (jusqu'à 5 cartes SIM) (200)					140,00	140,00
Telenet WIGO 40GB (jusqu'à 5 cartes SIM) (200)						195,00

Tableau 16 : Évolution nominale des prix des produits quadruple play (Source : sites Internet des opérateurs et calculs IBPT)

533. Le graphique ci-dessous compare l'évolution des plans tarifaires à l'évolution de l'indice des prix à la consommation (IPC)[285].

Figure 49 : Évolutions des prix des plans tarifaires quadruple play par rapport à l'évolution de l'indice des prix à la consommation (Source : sites Internet des opérateurs, calculs régulateur et SPF Economie)

<u>Conclusion :</u>

- Les produits quadruple play ont connu une augmentation du niveau des prix supérieure à celle de l'évolution de l'IPC au cours de la période 2012-2017.
- En ce qui concerne la génération la plus récente d'offres groupées quadruple play haut de gamme (Proximus Tuttimus, Telenet Wigo et VOO Pack One), auxquelles plusieurs cartes SIM peuvent être associées, aucune évolution des prix pas pu encore être constatée.

[285] L'IPC est un moyen de mesurer les évolutions mensuelles du coût de la vie à l'aide du prix d'un panier déterminé de biens et de services.

- Pour le quadruple play, la Belgique obtient des résultats moyens si nous comparons les prix résidentiels à ceux en vigueur dans nos pays voisins. Pour plus d'informations concernant la comparaison des prix à l'échelle internationale sur le marché résidentiel, voir l'Annexe B « Etude de comparaison des prix à l'échelle internationale ».

6.3.2. Marché non résidentiel

534. L'évolution nominale des prix des packs les plus représentatifs sur le marché non résidentiel est représentée dans le tableau ci-dessous. Il s'agit de packs du type double play (large bande et téléphonie fixe) et quadruple play (large bande, large bande mobile, téléphonie fixe et téléphonie mobile)[286].

[286] Certains de ces produits peuvent inclure aussi des services de radiodiffusion.

Business Packs	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Augmentation tarifaire par rapport à 2011
Proximus Bizz Pack Comfort + Phone (LB + TF)		50,00	52,00	52,00	52,00	53,00		
Proximus Bizz Office/Bizz Pack Maxi + Phone/Bizz Internet Favourite + telephony (LB + TF)	55,91	55,00	57,00	57,00	57,00	57,00	59,00	**6 %**
Proximus Bizz Pack Intense + Phone/Bizz Internet Intense + telephony (LB + TF)	63,76	60,00	62,00	62,00	62,00	62,00		
Telenet Fluo/Business Shake M (LB + TF)	55,00	55,00	56,00	57,1	59,5	61,00	62,50	**14 %**
Telenet Fluo Plus /Business Shake L (LB + TF)	70,00	80,00	82,00	83,60	87,00	89,00		
SFR Business Silver/Start/Numericable Net 60 + Phone (LB + TF)				51,00	51,00	55,50	56,50	
SFR Business Black/Max/Numericable Net 200 + Phone (LB +TF)				71,00	71,00	75,50	76,50	
Proximus Bizz Pack Comfort + Phone + Smart XL20 (LB + LBM + TF + TM)				52,00	52,00	68,00		
Proximus Bizz Pack Maxi + Phone + Smart XL20 (LB + LBM + TF + TM)				57,00	57,00	72,00		
Proximus Bizz Pack Intense + Phone + Smart XL20 (LB + LBM + TF + TM)				62,00	62,00	77,00		
Proximus Bizz-All in 5GB (LB + LBM +TF + TM)							79,00	
Proximus Bizz-All in 5GB (LB + LBM + TF + TM)							88,00	
Proximus Bizz-All in 5GB (LB + LBM + TF + TM)							105,00	

Tableau 17 : Évolution nominale des prix des packs sur le marché non résidentiel (Source : sites Internet des opérateurs et calculs MEDIENRAT)

535. Le graphique ci-dessous compare l'évolution du prix des plans tarifaires à l'évolution de l'indice des prix à la consommation (IPC) en ce qui concerne les packs pour lesquels des séries temporelles historiques sont disponibles depuis 2011.[287]

Figure 50 : Évolution du prix des packs sur le marché non résidentiel par rapport à l'évolution de l'indice des prix à la consommation (Source : sites Internet des opérateurs, calculs MEDIENRAT et SPF Economie)

<u>Conclusion</u>

- Le prix du pack non résidentiel Fluo de Telenet a augmenté depuis 2011, de 14 %. Le prix du double play de Proximus Bizz Office a augmenté d'environ 6 %. Les prix des différents produits quadruple play de Proximus ont très fortement augmenté entre 2013 et 2017. Il n'est pas encore possible de tirer une conclusion concernant l'évolution, étant donné que la nouvelle génération de produits professionnels du type « Bizz All-in » lancée récemment ne peut pas être associée de manière univoque aux produits historiques.

- Il ressort d'une étude comparative des prix à l'échelle internationale réalisée pour l'IBPT pour le marché non résidentiel[288] que :
    - Par rapport aux pays voisins, la Belgique affiche toujours les coûts les plus élevés pour les offres conjointes large bande fixe et téléphonie fixe pour les quatre types d'entreprises individuelles analysées à ce niveau.
    - Les offres triple play et quadruple play avec la téléphonie mobile sont de mieux en mieux accueillies sur le marché non résidentiel, étant donné que les opérateurs fixes souhaitent offrir aux utilisateurs finals un service complet avec des départements

[288] http://www.ibpt.be/fr/operateurs/ibpt/publications/etude-de-comparaison-des-prix-des-produits-de-telecommunications-pour-les-utilisateurs-professionels-en-belgique-en-france-en-allemagne-aux-pays-bas-et-au-royaume-uni-tarifs-fevrier-mars-2017.

mobiles. Pour ce type de produits aussi, les opérateurs belges s'avèrent bien plus chers que dans les pays voisins où cette offre est disponible.

536. Dans sa réaction à la consultation, un acteur du marché indique qu'en ce qui concerne le marché non résidentiel, les combinaisons d'offres groupées avec des offres standalone ou les combinaisons de différentes offres groupées ne sont pas prises en considération.

537. Dans le cadre de l'étude comparative des prix à l'échelle internationale pour le marché non résidentiel réalisée pour le compte de l'IBPT, outre les prix des « offres groupées pures », les coûts des télécommunications de huit types d'entreprises ont bien été définis sur la base du concept du multiple play. La comparaison considère pour les types d'entreprises comptant un utilisateur des télécommunications aussi bien les services individuels que les offres groupées/combinaisons de deux à quatre services individuels différents (« multiple play »). Une offre multiple play peut le cas échéant se composer d'offres groupées ou de produits standalone fournis par plusieurs opérateurs si cela permet une économie du point de vue de l'utilisateur. Les résultats de cette analyse sont synthétisés à l'Annexe C de la présente analyse de marché

6.3.3. Augmentation annuelle des prix : position des opérateurs, analystes et autres parties prenantes

538. Les opérateurs soulignent la qualité de leurs produits pour justifier le niveau de prix actuel, y compris les augmentations tarifaires. Il ressort de différents communiqués de presse parus suite aux augmentations tarifaires successives de Telenet et de Proximus que la fixation des prix ne constitue pas un facteur essentiel de la concurrence :

- **Augmentation des prix de Telenet à partir du 25 janvier 2015 :** *« Telenet adapte ses tarifs suite à l'augmentation d'un certain nombre de frais pour l'entreprise. L'année dernière, l'entreprise a en effet considérablement investi dans de nouvelles technologies et dans l'élargissement des services dans les paquets de produits existants. De plus, tous les clients Internet de Telenet ont, via la nouvelle technologie EAP récemment lancée, accès au 1,2 million de hotspots et homespots, ce qui leur permet de réduire leur consommation de data mobile de manière radicale. »*[289]
- **Augmentation des prix de Proximus à partir du 1er janvier 2016 :** *« Bien entendu, les opérateurs télécom voudraient nous faire croire que de telles augmentations tarifaires ne doivent rien au hasard mais vont de pair avec la nécessaire amélioration du service. Proximus tente ainsi de justifier l'augmentation tarifaire annoncée par des vitesses de téléchargement plus élevées. À partir du 1er janvier, les abonnés aux packs Comfort et Maxi pourront télécharger à des vitesses pouvant atteindre les 100 Mbps. Les vitesses en upload aussi seront améliorées. »*[290]
- **Augmentation des prix de Telenet à partir du 14 février 2016 :** *« Telenet considère que les hausses tarifaires sont nécessaires pour pouvoir continuer à investir. La consommation Internet double tous les 18 mois et le nombre d'appareils numériques augmente à vue d'œil. La demande pour l'internet rapide, pour plus d'internet mobile et plus de capacité continuera dès lors à*

[289] https://press.telenet.be/telenet-adapte-plusieurs-tarifs-le-25-janvier-2015.

[290] https://www.test-achats.be/hightech/internet/news/nouvelle-annee-nouvelle-augmentation-tarifaire-chez-proximus.

augmenter. Telenet prend la grande majorité de ces investissements à son propre compte mais doit aussi en répercuter une partie sur ses clients, semble-t-il. »[291] *(traduction libre)*

- **Augmentation des prix de Telenet à partir du 19 février 2017 :** *« La demande de connexions plus rapides, de possibilités élargies, d'internet plus mobile et de capacité accrue continue d'augmenter. Les ménages utilisent de plus en plus souvent plusieurs appareils en même temps pour surfer sur Internet dans et hors de la maison. D'ici 2020, l'utilisation de données mobiles devrait être huit fois plus importante. Afin de pouvoir répondre aux attentes des consommateurs et des entreprises et de garantir la meilleure qualité, il est indispensable d'investir en permanence dans le réseau, les produits et le service. »*[292] Suite à cette annonce, Test-Achats a communiqué ce qui suit : *« C'est une stratégie claire de Telenet d'opérer les plus grandes modifications de tarif sur ses packs 3 play. L'opérateur telecom sait mieux que personne qu'un consommateur possédant plusieurs services dans un pack ne sera jamais ou très rarement [enclin] à changer d'opérateur.* Les prix du quadruple play (WIGO) sont restés inchangés. Test-Achats a indiqué à ce sujet : *« En outre, Telenet n'augmente pas le prix de son nouveau pack 4 play (WIGO) de sorte qu'il est intéressant pour les clients actuels du 3 play qui hésite[nt] à y passer. Telenet peut ainsi fidéliser un peu plus ses clients puisque l'inclinaison des consommateurs à changer d'opérateur diminue à mesure que l'on prend plus de services chez le même opérateur*[293] *».*
- **Augmentation des prix de Proximus à partir du 1er janvier 2017 :** L'entreprise a augmenté le prix d'une série d'anciens produits qui ne sont pour la plupart plus vendus depuis le lancement d'une nouvelle offre en octobre 2016. À ce moment-là, Tuttimus, Mobilus et Familus entre autres ont été commercialisés. La CEO de Proximus, Dominique Leroy, a déclaré à ce sujet : « La grande majorité de nos clients souhaitent une solution globale incluant tous les services. »[294] (traduction libre).
- **Augmentation des prix de VOO à partir du 1er juillet 2017 :** Test-Achats a annoncé à ce sujet : *« Cette énième augmentation tarifaire d'un grand opérateur confirme une fois de plus le manque de concurrence sur le marché belge des télécommunications. » « La principale augmentation tarifaire impacte la formule internet NET toudoo. À partir du 1er juillet, celle-ci vous coûtera 26,95 € par mois, soit 2 € (7 %) de plus qu'auparavant. Cela rend l'abonnement plus de 17 % plus cher que la formule alternative la moins chère du marché. Autre abonnement internet touché, NET wahoo devient 1 € plus cher et coûtera désormais 46,95 € par mois. Pour la plupart des forfaits, nous constatons également une augmentation de minimum 1 € par mois. L'augmentation la plus remarquable est observée pour NET + TEL (téléphonie fixe et télévision). Ce forfait coûtera 35,95 € par mois, soit une augmentation de plus de 9 %. Les forfaits triple play TRIO toudoo et TRIO tatoo ont augmenté de 2 €. Ces forfaits coûteront 56,95 € et 86,95 € par mois, soit respectivement 46 % et 30 % de plus par rapport aux options les moins chères pour une même utilisation. »*[295].
- **Dès le 1er août 2017, Proximus a augmenté les prix de l'offre groupée quadruple play Tuttimus.** Le volume de données mobiles compris augmente « afin de mieux répondre aux attentes », indique Proximus dans un communiqué de presse. Le produit haut de gamme de

[291] http://www.standaard.be/cnt/dmf20160106_02052052.

[292] https://press.telenet.be/telenet-informe-ses-clients-au-sujet-de-ladaptation-des-prix.

[293] https://www.test-achats.be/hightech/telecom/news/nouvelle-annee-nouvelle-hausse-des-prix-chez-telenet.

[294] Tuttimus : « Proximus countert Telenet met nieuw totaalpakket », De Tijd, 18/10/2016.

[295] https://www.test-achats.be/hightech/telecom/news/augmentation-tarifaire-voo.

Tuttimus donnera dorénavant droit à 20 GB de données au lieu de 10 GB, mais le prix du produit augmente toutefois de 101,94 € à 115,94 € (bouquet TV compris)[296].

- **« Augmentation discrète » du prix des anciennes offres télécoms groupées de Proximus à partir du 1er janvier 2018 :** En novembre 2017, Proximus a annoncé sur son site Internet une augmentation substantielle du prix du produit « 2-Play Internet et TV » (+7,2 %). La différence de prix avec le triple play présentant des caractéristiques Internet comparables (Familus sans bouquet TV) est diminuée ainsi de 4 à 8 euros (59 € pour le double play contre 67 € pour le triple play). La plupart des augmentations tarifaires (entre 2 et 7,2 %) s'appliquent aux produits historiques (Internet Comfort et une série d'offres groupées double et triple play). Lorsqu'un produit équivalent est disponible dans la gamme des nouveaux produits, le produit historique coûtera dorénavant aussi cher que le nouveau produit. Quand ce n'est pas le cas, les clients seront encouragés à passer à un nouveau produit (plus cher), certes avec des spécifications supérieures. Dans tous les cas, l'adaptation tarifaire peut difficilement être considérée comme une simple adaptation au coût de la vie. Les évolutions tarifaires poursuivront vraisemblablement la migration des produits double play aux produits triple et quadruple play. À ce sujet, l'agence Belga News a indiqué ce qui suit le 30 novembre 2017 : *« Le quadruple play est actuellement le segment qui connaît la croissance la plus forte, avec une part de marché de 27 % en 2016 contre 22 % en 2014. Le porte-parole de Test-Achats formule l'avertissement suivant dans un commentaire : cette formule est la manière par excellence de fidéliser des clients pour plusieurs années, sans que ceux-ci n'aillent encore comparer les prix à ceux de la concurrence ».*
- **Le 13 novembre 2017, Proximus a lancé, « en toute discrétion », une nouvelle offre groupée comprenant l'internet, la télévision et la téléphonie mobile[297].** Le nouveau pack, « Minimus », remplace l'ancienne offre « Internet+TV+Mobile », mais coûte cependant 4 euros de plus par mois et comprend pour ce prix la moitié du volume de données mobiles précédent. Il semble que l'opérateur souhaite inopinément augmenter le prix. Dans la configuration minimale avec 1,5 GB de données mobiles et sans bouquets de chaînes supplémentaires, « Minimus » coûte en effet 74,99 € par mois. La même combinaison, mais avec le double de données mobiles, coûtait, dans le pack « Internet+TV+Mobile » qui a disparu, 70,99 €. Le client qui souhaite un abonnement GSM en plus avec 10 GB payait auparavant 81,99 euros par mois ; avec « Minimus », cela passe à 99,99 euros par mois. Proximus lance toutefois la nouvelle formule avec une réduction provisoire de 25 euros valable les quatre premiers mois. Selon le porte-parole de Proximus, Haroun Fenaux, les deux produits ne sont pas comparables. « Nous avons créé un nouveau produit », dit-il. Il souligne une différence : avec « Minimus », tous les abonnements GSM qui se trouvent dans le même pack peuvent s'appeler gratuitement. Il s'agit en effet d'une différence, mais par rapport à un pack de 10 GB de données mobiles, la comparaison ne tient déjà plus debout. Dans ce cas, les appels sont illimités dans les deux packs et le fait que les appels aux membres de la famille soient gratuits ne change donc plus rien. Toutefois, la différence de prix s'élève dans ce cas à 18 € par mois.

539. Il ressort du rapport annuel 2016 de l'Observatoire des prix que l'inflation des services en Belgique est plus élevée en moyenne que dans les trois principaux pays voisins. La catégorie des services de

[296] https://www.proximus.com/nl/news/les-clients-de-proximus-bénéficieront-bientôt-du-volume-de-données-le-plus-élevé-en-pack-sur-le.

[297] « Proximus; Minimus of eerder Maximus? », Het Laatste Nieuws, 13/11/2017.

télécommunications y a contribué dans une grande mesure. Ce sont surtout les augmentations tarifaires des offres conjointes qui ont joué un rôle important à ce niveau :

« Au cours de la période 2008-2016, les services de télécommunications ont fortement contribué à l'écart d'inflation pour les services. Ils étaient responsables de 16,7 % de l'écart d'inflation pour les services. L'inflation des services de télécommunication a surtout contribué à l'écart d'inflation annuelle en 2011, 2012, 2013, 2015 et 2016. ».

« Ainsi, entre 2015 et 2016, les prix pour les services de télécommunication en Belgique ont augmenté de 4,2 %, alors que les prix étaient stables en France (+0,5 %) et toujours orientés à la baisse en Allemagne (-1,6 %) et aux Pays-Bas (-5,1 %). »

« Entre 2014 et 2015, le prix des offres groupées en Belgique a augmenté de 1,6 %. Entre 2014 et 2016, le prix des offres groupées en Belgique a même augmenté de 8,5 %. L'inflation en glissement annuel en 2016 s'élevait à 6,8 % en Belgique, alors qu'elle atteignait seulement 0,6 % aux Pays-Bas et était même négative en Allemagne (-1,1 %). [...] En 2016, les services groupés ont le plus contribué à l'écart d'inflation avec les pays voisins. »

Il ressort de l'analyse des prix dans le troisième rapport trimestriel de 2017 de l'Observatoire des prix qu'au premier trimestre de l'année 2017, l'augmentation tarifaire des services de communications (+4,1 %) correspondait à l'augmentation tarifaire de ces services en 2016. Aux deuxième et troisième trimestres de 2017, un ralentissement de l'augmentation des tarifs des services de communications a été constaté (augmentation des prix de 2,2 % au deuxième trimestre et de 1,1 % au troisième trimestre). En Allemagne, en France et aux Pays-Bas, l'inflation des services de télécommunications au troisième trimestre s'élevait respectivement à -0,7 %, -5,9 % et -8 %. L'évolution en Belgique au troisième trimestre est la conséquence d'une diminution annuelle des prix plus marquée pour les communications téléphoniques mobiles (-1,2 % sur une base annuelle au troisième trimestre contre +1,4 % au trimestre précédent) suite à la suppression des frais d'itinérance. L'inflation pour les offres groupées est revenue à 2,0 % au troisième trimestre 2017 (contre 3,1 % au cours du trimestre précédent). L'abonnement Internet est devenu 0,4 % plus cher sur une base annuelle.

Il ressort de la figure ci-dessous que lorsque les augmentations tarifaires des services de télécommunications fixes sont considérées sur une période plus longue, celles-ci dépassent, pour tous les services, l'augmentation générale des prix à la consommation.

Figure 51 : Évolution de l'indice général des prix à la consommation par rapport aux produits de télécommunications (Source : SPF Economie)

540. Le chapitre 8, « Conclusions sur les marchés de détail », décrit plus en détail comment la structure du marché pour les opérateurs qui fournissent des produits groupés se caractérise par des incitants qui permettent des augmentations tarifaires pour l'utilisateur final.

<u>Conclusion :</u>

541. Malgré pas mal de mécontentement des clients et des groupes de protection des consommateurs comme Test-Achats (comme l'illustrent par exemple la campagne pour les achats groupés suite aux augmentations tarifaires de Telenet en janvier 2015 et une pétition de plus de 70 000 clients[298]), les augmentations tarifaires annuelles de Proximus et Telenet semblent se succéder.

542. Les analystes financiers confirment que la structure du marché belge permet aux principaux opérateurs d'appliquer de telles augmentations tarifaires successives, voir à la section 8.2 « Des prix en augmentation régulière ».

[298] www.iklaatmenietpluimen.be.

6.4. ASPECTS STRATÉGIQUES DES OFFRES GROUPÉES

6.4.1. Attirer de nouveaux clients

543. Comme le montre la section 6.2 « Évolution de la demande de produits multiple play », la demande pour les produits multiple play a énormément augmenté ces dernières années.

544. Il ressort en outre de l'étude de marché réalisée par l'IBPT en 2016 qu'une personne sans offre groupée sur 3 envisage d'acheter une offre groupée. À cet égard, ce sont surtout les produits multiple play comprenant l'internet large bande et la télévision numérique qui sont populaires.

545. Cette tendance est confirmée par les opérateurs qui proposent actuellement de tels packs, et ce, surtout pour les offres triple play. Ainsi, Telenet s'oriente par exemple de plus en plus sur l'offre de services de téléphonie et d'internet large bande avec la télévision par le câble sous la forme d'offres groupées. *« Bien que Telenet ait déjà tiré des avantages considérables de cette tendance à la hausse des produits conjoints, qui lui permet de vendre plus de produits et de services aux clients individuels, Telenet reste d'avis que cette tendance fournira encore plus d'avantages à l'avenir »* (rapport semestriel 2016 Telenet)

546. Proximus aussi reconnaît l'importance des offres conjointes : « Proximus a clôturé le trimestre Q3 2017 avec 673 000 ménages quadruple play (+17% par rapport à Q3/'16). Par conséquent, Proximus a renforcé sa clientèle avec des ménages qui affichent généralement une rotation plus limitée. » (Rapport financier Q3/2017 Proximus)

547. Dans son arrêt du 3 décembre 2014[299], la cour a jugé que l'on ne pouvait pas nier que dans les circonstances actuelles du marché, la limitation pour les opérateurs alternatifs de proposer une offre multiple play avec un produit de télévision aux consommateurs représente manifestement un inconvénient concurrentiel vis-à-vis des opérateurs qui en disposent bel et bien.

6.4.2. Garder la clientèle actuelle

548. Les consommateurs ayant une offre conjointe ont moins tendance à passer à un autre fournisseur. Le consommateur craint en effet qu'il ne soit trop compliqué de transférer facilement tous les produits auprès d'un nouveau fournisseur. Le taux d'attrition du client diminue à mesure que le nombre de services achetés dans le cadre d'une offre conjointe augmente. En moyenne, 12 % des ménages ayant acheté des services non groupés ont résilié ces derniers en 2016. Avec un pourcentage de 11 %, la fréquence à laquelle les ménages double play résilient leur offre conjointe double play est inférieure à celle des ménages achetant des services dégroupés. C'est pour le triple play et le quadruple play que le taux d'attrition est le plus bas, avec respectivement 8 % et 5 %.

[299] Bruxelles, 3 décembre 2014, 2011/AR/2421, § 86.

Figure 52 : Taux d'attrition par type d'offre groupée en 2015-2016 (Source : rapport de l'IBPT sur la situation du marché des communications électroniques)

549. Le taux d'attrition peut se révéler encore plus bas chez les principaux opérateurs. Proximus rapporte des taux de 22,7 % pour les clients single play, 11,7% pour les clients double play, 10,1 % pour les clients triple play et 3,1 % pour les clients quadruple play.

Figure 53 : Taux d'attrition de Proximus (Source : Q3 2017 Présentation Proximus)

Pour sa part, Telenet rapporte un taux de 9,5 % pour l'ensemble de ses services haut débit. Le taux pour les offres groupées devant logiquement se situer sous ce niveau, puisque dans les résultats du Q3 2017, nous pouvons lire la citation suivante de John C. Porter (CEO de Telenet) :

> *« I mean, WIGO churn is well below half of average churn, and we are confident that it is a very compelling value proposition that cannot be beat in the marketplace. And certainly, the complexity of leading, when you have that many products is some – another thing that causes people to choose to stay with, as long as you don't do any – as long as your customer service is not poor and our customer service is excellent. »*

Figure 54 : Taux d'attrition de Telenet (Source : Q3 2017 Présentation Telenet)

550. L'avantage que les opérateurs retirent d'un taux d'attrition inférieur et donc du fait de garder un client plus longtemps, peut s'expliquer comme suit. La VAN[300] d'un client qui achète un produit groupé (par ex. : Internet large bande et télévision numérique) se compose de la somme de la VAN des composantes individuelles[301] (dans ce cas-ci, un client de l'internet large bande seul et un client de la télévision numérique seule) d'une part et de la VAN résultant de la hausse de la durée de vie par rapport aux clients d'offres non groupées et des coûts de transaction inférieurs (par ex. coûts de marketing, coûts de facturation, coûts de recrutement) d'autre part.

551. Les opérateurs peuvent ainsi proposer à leurs clients une des composantes d'une offre conjointe (par ex. la télévision numérique) avec un rendement fortement inférieur, parce que celui-ci est compensé par la VAN supérieure sur les autres produits (par ex. Internet large bande) dans l'offre conjointe. Cette VAN supérieure sur les autres produits est due à la plus longue durée de vie, aux coûts de transaction inférieurs et à la possibilité de vendre des services en plus de ces produits.

6.4.3. Revenus supérieurs par client

552. A l'aide du simple exemple suivant, Adams & Yellen (1976) et McAfee, McMillan et Whinston (1989) montrent comment des opérateurs peuvent augmenter leurs revenus au-dessus du niveau possible dans une situation où les mêmes produits sont vendus individuellement.

[300] Valeur actuelle nette, un indicateur économique de la valeur d'un client sur toute la durée de son abonnement chez un opérateur défini.

[301] Éventuellement avec un facteur de diminution à cause de la réduction obtenue sur les produits groupés par rapport aux versions seules.

Figure 55 : Préférences des consommateurs pour le bien 1 et le bien 2

553. La figure ci-dessus montre l'appréciation donnée par trois consommateurs (A, B et C) à deux biens (bien 1 et bien 2). Le consommateur A est prêt à payer 70 € pour le bien 2, mais seulement 30 € pour le bien 1. Le consommateur B est prêt à payer 50 € pour chaque produit. Enfin, le consommateur C est prêt à payer 70 € pour le bien 1, mais seulement 30 € pour le bien 2.

554. Supposons que le prix des deux biens soit de 50 €. Vu les préférences susmentionnées, le consommateur B achètera les deux produits, alors que le consommateur A n'achètera que le bien 2 et le consommateur C que le bien 1. Le revenu total pour l'entreprise sera donc de : A (50) + B (100) +C (50) = 200.

555. Toutefois, si l'entreprise propose ces deux biens dans un pack à 100 euros (soit la somme des prix des produits seuls), les trois consommateurs seront prêts à acheter le pack pour 100 €. Autrement dit, les préférences des consommateurs pour les deux produits sont cumulées. Ceci permet d'augmenter les revenus de l'entreprise à A (100) + B (100) + C (100)= 300, soit une hausse des revenus de 50 % par rapport à la situation où les deux produits sont vendus séparément. La vente de produits groupés permet donc aux opérateurs de combiner les préférences des consommateurs pour un produit à celles pour d'autres produits, augmentant ainsi les recettes totales.

556. Une autre possibilité pour les opérateurs de générer un profit grâce aux stratégies de regroupement est la vente croisée (« cross-selling ») et la vente de gamme supérieure (« upselling »). La vente croisée renvoie à la vente de produits additionnels aux clients existants, alors que la vente de gamme supérieure renvoie à la vente de services additionnels ou plus avancés avec un produit existant. Dans le cas de produits groupés comprenant la télévision numérique, il peut s'agir par exemple de la fourniture de services de vidéo à la demande.

557. La vente d'offres groupées permet aux opérateurs d'augmenter le revenu moyen par client (ARPU). Telenet indique ainsi dans son rapport annuel de 2016 que grâce à la hausse des ventes d'offres

conjointes, elle a réussi à *« réaliser un revenu moyen supérieur par client et une nouvelle diminution de la perte de clients. Pour les six mois clôturés le 30 juin 2016, le revenu moyen par client s'élevait à 53,0 €, une augmentation de 2,8 €, soit +6 %, par rapport aux six mois clôturés le 30 juin 2015 lorsque le revenu moyen par client s'élevait à 50,2 €. » (traduction libre)*

558. L'effet des offres groupées sur l'ARPU est une combinaison de la dynamique suivante :

- Le client d'une offre groupée achète davantage de services auprès d'un même opérateur, ce qui fait que cet opérateur voit son ARPU augmenter (alors que le client achetait peut-être auparavant des produits standalone chez différents opérateurs).

- Afin de rendre l'offre groupée intéressante pour le client, l'opérateur fera des réductions sur les offres groupées. Cela a un effet négatif sur son ARPU, étant donné que le client paie moins par rapport au produit standalone. Dans la configuration actuelle du marché belge, c'est le premier effet qui domine (augmentation de l'ARPU).

559. Dans la figure 56, l'on observe une corrélation entre le revenu moyen par client unique et la pénétration des produits groupés chez Telenet. La clientèle triple play augmente de 5 % au Q3 2017, alors que l'ARPU par client augmente simultanément de 4 %.

Figure 56 : ARPU de Telenet (Source : présentation du rapport trimestriel Q3 2017)

560. Proximus aussi doit l'évolution positive des revenus à sa stratégie de convergence. Proximus mentionne ainsi dans son rapport financier annuel de 2015 : *« L'évolution favorable des revenus était en majeure partie due au succès de la stratégie de convergence de Proximus, dans le cadre de laquelle des services supplémentaires ont été vendus à la clientèle. »*

En 2015, le segment Consumer a généré des revenus sous-jacents de l'ordre de 2.889 millions EUR, dont 2.188 millions EUR ou 76 % provenant des ménages X-play.
Les revenus tirés des ménages 4-play ont augmenté de manière constante pour atteindre, fin 2015, 705 millions EUR, soit 12,8 % de plus que l'année précédente. Ce résultat provient de l'évolution favorable du nombre de ménages 4-play combinée à la hausse du revenu moyen par ménage 4-play (ARPH), qui atteint 115,9 EUR, soit une hausse de 0,2 % par rapport à 2014.
Les revenus tirés des ménages 3-play ont également augmenté de 3,0 % par rapport à 2014 en raison d'un meilleur mix de produits et d'une hausse de la RGU.

Revenus (*) par x-Play (en millions EUR)

	2014	2015	var. en glissement annuel EUR million	var. en glissement annuel %
Total	2119	2188	69	3,3%
1-Play	520	510	-10	-2,0%
2-Play	336	316	-20	-6,0%
3-Play	638	657	19	3,0%
4-Play	625	705	80	12,8%

(*) Revenus non soumis à audit, changements mineurs possibles

Revenus moyens par ménage et petite entreprise par x-play (ARPH) (en EUR)

	2014	2015	var. en glissement annuel €	var. en glissement annuel %
Total	62,4	65,5	3,1	4,9%
1-Play	34,3	36,0	1,8	5,2%
2-Play	58,3	58,7	0,4	0,7%
3-Play	83,7	84,1	0,4	0,4%
4-Play	115,7	115,9	0,2	0,2%

(*) Revenus non soumis à audit, changements mineurs possibles

Figure 57 : Impact des offres groupées sur les revenus de Proximus

6.4.4. Stratégies commerciales qui concrétisent la convergence

561. Le déplacement des produits standalone vers une offre convergente est une tendance due au succès des produits groupés. Ce n'est pas seulement dû aux avantages dont un client bénéficie à l'achat de plusieurs services auprès d'un seul fournisseur, mais également à la pression sur les prix exercée par les offres groupées. Grâce aux réductions sur les offres groupées octroyées par l'opérateur, un client devra, en principe, payer ses services moins chers que lorsqu'il les achète séparément.

562. Ainsi, les opérateurs visent, via leur politique commerciale, à persuader aussi bien les clients existants que les nouveaux clients d'opter pour un produit triple play au lieu d'un produit double play. Telenet n'octroie par exemple pas de réduction sur ses produits double play, alors que c'est bel et bien le cas pour les produits triple play Whop et Whoppa. Le prix des produits double play Internet Fiber 100 + télévision numérique et Internet Fiber 200 + télévision numérique s'élève respectivement à 76,90 € et à 98,90 €. Les produits Whop et Whoppa sont respectivement proposés au tarif mensuel de 68,82 € et de 79,84 €, alors que les caractéristiques de l'offre de télévision et de l'offre Internet sont identiques. Du point de vue du client, aucun avantage n'est par conséquent lié à l'achat d'un produit double play, même s'il n'a pas besoin de la téléphonie fixe, au contraire. Proximus a limité son offre double play Internet et télévision en 2017 à un seul produit, alors que trois options étaient auparavant disponibles (Start, Confort et Maxi). En janvier 2018, le prix du produit « Internet + TV » est passé de 55 € à 59 €, ce qui fait que la différence de prix avec le produit triple play d'entrée de gamme, qui propose certes une vitesse de téléchargement inférieure, est de moins d'un euro. La différence de prix avec les produits triple play Familus est quoi qu'il en soit considérablement réduite par cette augmentation des prix.

563. Ce sont surtout les opérateurs « mobile only » qui sont concernés par la tendance à la convergence et plus précisément le succès des offres groupées quadruple play qui comprennent une composante mobile. Le prix affiché des offres groupées porte généralement sur l'ensemble des services, ce qui fait que, du point de vue du client final, une comparaison des prix de la composante mobile du quadruple play avec un abonnement mobile seul n'est pas toujours évidente (manque de transparence). En outre, les spécifications d'une composante mobile qui fait partie d'une offre groupée et celles d'un abonnement mobile seul ne sont pas toujours comparables. Ainsi, les minutes d'appel mobile sont par exemple souvent illimitées dans les offres groupées, alors que pour les produits seuls, un prix unitaire à la minute peut s'appliquer. Les opérateurs intégrés appliquent certaines stratégies pour exclure du marché les opérateurs « mobile only ».

564. Voici quelques exemples de Telenet, VOO et Proximus qui peuvent illustrer ce qui précède : l'on peut en général dire que les appels mobiles dans le cadre d'une offre groupée peuvent fournir un avantage tarifaire pour le client et/ou un avantage sous la forme de meilleures caractéristiques du produit.

565. Le nouveau client a trois possibilités lorsqu'il souhaite souscrire à un abonnement mobile chez Telenet :

- **Abonnement mobile seul** « Prix selon usage »
- **Abonnement mobile seul** « King » (15 € par mois) et « Kong » (25 € par mois)
- **Appels mobiles dans le cadre d'une offre groupée quadruple play WIGO :** Bien que la composante mobile de l'offre WIGO d'une part et une formule tarifaire mobile standalone d'autre part ne soient pas entièrement comparables au niveau des spécifications, il semble tout de même intéressant d'acheter la téléphonie mobile dans le cadre d'une offre groupée. Cela peut être illustré à l'aide de WIGO 3 GB, pour lequel le prix de l'abonnement s'élève à 100 €. Si l'on additionne le prix d'un abonnement Kong seul (25 €) et celui d'un triple play Whoppa (79,48 €), le coût mensuel total s'élève à 104,48 €. Dans ce cas, le client dispose d'1 GB de données de moins qu'avec WIGO 3 GB, mais le crédit peut toutefois être réparti entre deux cartes SIM. Dans le cadre d'une offre groupée, les appels mobiles sont en outre illimités. Si le client choisit un abonnement mobile standalone, un tarif de 0,20 € par minute est dû en dehors de l'offre d'appel. Whoppa en combinaison avec King (15 €) est moins cher qu'une offre WIGO 3 GB (coût mensuel global de 94,48 €), mais le client reçoit toutefois 1,5 GB de données en moins et seulement 150 minutes d'appel. Pour un supplément d'un peu plus de 5 €, l'on dispose avec WIGO 3 GB d'un produit significativement plus avantageux.

- L'achat de la téléphonie mobile dans le cadre de l'offre groupée WIGO est quoi qu'il en soit plus avantageux que l'option « prix selon usage », même dans le cas d'une consommation réelle modérée. Une consommation de 30 minutes d'appel et de 500 GB de données mobiles équivaudrait déjà dans ce cas à un coût mensuel de 80 €.

566. Nous lisons également dans le rapportage financier de Telenet qu'elle attribue une plus grande proportion de réductions liées à WIGO aux revenus mobiles, ce qui confirme clairement leur stratégie tarifaire.

Figure 58 : Revenus rapportage Telenet Q3 2017 (Source : présentation du rapport trimestriel Q3 2017)

567. Chez VOO, le produit quadruple play One est proposé au prix mensuel de 95 €. La composante mobile de One offre au client final un volume d'appel illimité et 2 GB de données. Si un client choisit une combinaison du produit triple play équivalent Trio Tatoo (86,95 €) et de l'abonnement mobile standalone Wahoo (300 minutes d'appel et 2 GB de données pour 22 € par mois), cela lui reviendrait à 108,95 €. Même pour la combinaison avec un abonnement mobile de base Toudoo (150 minutes d'appel et 1 GB de données pour € 12 par mois), le prix total (98,95 €) serait plus élevé qu'avec un abonnement One. Chez VOO, la vente du produit One pendant la phase de lancement a fait l'objet d'une promotion via l'offre d'un abonnement GSM gratuit pendant un an d'une valeur de 144 €.

568. L'avantage pour un client Proximus qui achète la téléphonie mobile dans le cadre du produit quadruple play Tuttimus ne se situe pas au niveau financier mais dans la mise à disposition d'un volume de données supérieur et d'une quantité supérieure de minutes d'appel. Tuttimus 3 GB prévoit un volume de données mobiles de 3 GB, alors que la formule d'abonnement mobile liée Mobilus S ne propose que 1,5 GB. En ce qui concerne Tuttimus 10 GB et le plan tarifaire mobile standalone lié Mobilus M, les volumes de données s'élèvent respectivement à 10 GB et à 5 GB. Un client de Tuttimus

10 GB peut en outre effectuer des appels illimités, alors que le volume d'appel compris de Mobilus M est limité à 300 minutes d'appel.

6.4.5. Création de convergences technologiques

569. Enfin, les opérateurs capables de vendre différents produits dans une offre groupée peuvent bénéficier de convergences technologiques. Par convergence technologique, l'on entend le passage d'une situation où différents services sont fournis par des réseaux existants séparés et dissociables à une situation où différents produits et services de télécommunications sont accessibles sur différents réseaux et plateformes. Cela permet de créer de nouveaux services, qui peuvent générer à leur tour des revenus supplémentaires. Le partage de plateformes communes pour tous ces services réduit également les coûts.

6.5. AVANTAGES POSSIBLES POUR LE CONSOMMATEUR

6.5.1. Économie sur les coûts de transaction et avantages tarifaires pour le consommateur

570. Les utilisateurs finals peuvent davantage apprécier les offres groupées que la somme des produits vendus séparément. La réduction de prix dont bénéficie le consommateur et les économies sur les frais de transaction (par ex. une facture unique pour plusieurs produits) sont les principaux avantages du point de vue de l'utilisateur final.

> *« Consumers may place a higher value on consuming bundles compared to standalone services if they face lower transaction costs as a result. For example, consumers may prefer to receive a single bill for their communications services, and as a result may have a higher willingness to pay for the bundle compared to the standalone services.[…] When this is the case, it is possible that a hypothetical monopolist of the bundle would be able profitably to maintain a SSNIP on the price of the bundle above the competitive level (this would likely be the case where the transaction cost saving is greater than the SSNIP imposed). […] [W]hen this is the case, it is appropriate to define the market as a bundle. »*[302] *[…]*

571. Comme il ressort de l'étude de marché de 2016 de l'IBPT, la figure ci-dessous montre les principales motivations à choisir une offre conjointe.

[302] ORECE, décembre 2010, Report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition, BoR (10)64, §§ 63 et 84.

Figure 59 : Motivations du consommateur à choisir une offre conjointe (Source : Étude de marché 2016 de l'IBPT)

572. Il en ressort que la principale raison que le consommateur a de choisir une offre groupée est l'avantage tarifaire. Une offre groupée est en effet intéressante pour l'utilisateur final parce que son prix total est généralement inférieur à la somme des tarifs des composantes prises séparément.

573. L'on compare ci-dessous les tarifs de Telenet, SFR et VOO si l'on achète une offre groupée ou les produits séparément. L'achat de produits isolés est comparé aux offres conjointes sur la base de caractéristiques analogues (volume de données, vitesse de chargement/téléchargement Internet, location du digicorder, minutes d'appel gratuites...).[303]

574. Il ressort de cette comparaison que l'achat d'offres conjointes est effectivement plus avantageux pour le consommateur. Les opérateurs augmentent ainsi l'attrait des offres groupées.

<u>Réduction liée à une offre conjointe -Telenet</u>

Nombre de produits	Plans tarifaires distincts	Plan tarifaire en offre conjointe	Avantage en termes de prix en cas d'achat dans le cadre d'une offre conjointe
2	Basic Internet + Télévision numérique	Basic Internet + Télévision numérique	0 %

[303] La comparaison pour Proximus n'a pas été réalisée, vu que Proximus ne commercialise pas de plan tarifaire pour la télévision seule. Pour VOO, l'on n'a pas comparé de triple play, vu que VOO n'a pas commercialisé de plan tarifaire pour la téléphonie fixe seule.

	Internet Fiber 100 + Télévision numérique	Internet Fiber 100 + Télévision numérique	0 %
	Internet Fiber 200 + Télévision numérique	Internet Fiber 200 + Télévision numérique	0 %
3	Internet Fiber 100 + TV numérique + Freephone Europe	Whop	30%
	Internet Fiber 200 + TV numérique + Freephone Europe	Whoppa	34 %

Tableau 18 : Réduction liée a une offre conjointe de Telenet calculée sur la base des prix au Q4 2017 (Source : sites Internet des opérateurs et calculs IBPT)

Réduction liée à une offre conjointe - SFR

Nombre de produits	Plans tarifaires distincts	Plan tarifaire en offre conjointe	Avantage en termes de prix en cas d'achat dans le cadre d'une offre conjointe
2	Net SFR 100 + TV SFR Silver	BOX SFR Silver (sans téléphonie)	30%
3	Net SFR 100 + TV SFR Silver + Téléphonie fixe SFR Silver	BOX SFR Silver	39 %

Tableau 19 : Réduction liée à une offre conjointe de SFR calculée sur la base des prix au Q4 2017 (Source : sites Internet des opérateurs et calculs IBPT)

Réduction liée a une offre conjointe - VOO

Nombre de produits	Plans tarifaires distincts	Plan tarifaire en offre conjointe	Avantage en termes de prix en cas d'achat dans le cadre d'une offre conjointe
2	Internet Toudoo + TV numérique avec Box.evasion	Pack Duo Toudoo	16 %
	Internet Wahoo + TV numérique avec Box.evasion	Pack Duo Wahoo	29 %

Tableau 20 : Réduction liée à une offre conjointe de VOO calculée sur la base des prix au Q4 2017 (Source : sites Internet des opérateurs et calculs IBPT)

6.5.2. Services supplémentaires et caractéristiques de produits améliorées

575. Un autre aspect attrayant des offres groupées pour le consommateur réside dans les caractéristiques améliorées des produits, comme une vitesse supérieure ou un volume de données plus important, ou des services supplémentaires donnés aux produits groupés par rapport aux versions disponibles individuellement.

- Ainsi, le câblo-opérateur SFR offre par exemple dans certains packs des vitesses supérieures et des limites de téléchargement supérieures pour l'internet haut débit lorsque celui-ci est acheté dans un pack (la BOX SFR Black n'est par exemple pas disponible avec des débits semblables proposés avec l'internet haut débit seul), par rapport au même produit d'Internet haut débit disponible individuellement ;
- VOO propose par exemple un plus grand volume de données dans un pack « Duo Toudoo » par rapport à l'« Internet Toudoo » disponible individuellement ;
- Telenet propose par exemple gratuitement l'application Yelo Play, lorsque le consommateur achète la télévision numérique dans un pack.

576. La stratégie des opérateurs de fournir de meilleures caractéristiques de produits ou des services supplémentaires dans une offre conjointe est également une manière de vendre des produits plus chers (vente de gamme supérieure) et de lier les clients aux offres conjointes entre autres du fait que le changement d'opérateur devient plus difficile et plus complexe.

577. Il ressort de l'étude de marché de 2016 de l'IBPT que la plupart des personnes tiennent bel et bien à leur offre conjointe. Seuls 21 % des consommateurs abandonneraient leur offre conjointe pour acheter les produits séparément s'il s'avérait que les produits seuls sont moins chers qu'une offre conjointe.

6.6. MARCHÉ DES OFFRES GROUPÉES

578. En dépit du fait que la pénétration croissante des produits multiplay ne constitue pas en soi une raison suffisante pour distinguer un marché de détail séparé pour les offres groupées, la question est de savoir si un tel marché d'offres groupées peut se développer durant la prochaine période de régulation. À cet égard, la Commission note ce qui suit dans sa recommandation de 2007 :

> *« If, in the presence of a small but significant non-transitory increase in price [SSNIP] there is evidence that a sufficient number of customers would "unpick" the bundle and obtain the service elements of the bundle separately, then it can be concluded that the service elements constitute the relevant markets in their own right and not the bundle[304]. »*

[304] Note explicative accompagnant la recommandation de la Commission concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation *ex ante* conformément à la directive 2002/21/CE, SEC(2007) 1483/2, § 3.2

579. Si la pression sur les prix exercée par les produits individuels sur le prix des offres groupées est donc suffisante, cela ne peut pas entraîner la distinction d'un marché de détail séparé pour les produits multiplay.

580. Dans sa recommandation de 2014 aussi[305], la Commission souligne le fait qu'un marché d'offres conjointes distinct ne doit pas nécessairement être distingué :

> *« However, despite the fact that bundling is one of the dominant trends observed at the retail level, this Recommendation does not propose to define a separate retail market for bundles because evidence to date has not indicated that there is a need for ex ante regulation of bundles, which may contain a previously regulated input. Furthermore, even if an NRA would define a retail market for triple play, for example, the wholesale inputs needed to compose this bundle would remain separate and non-substitutable, such as for example local access, higher-level access and termination.*
>
> *What is important in this respect is that NRAs are able to ensure that the vertically integrated SMP operator's regulated elements of the bundle can be effectively replicated (in terms of both technical and economic replicability) at the retail level, without an implicit extension of regulation to other components which are available under competitive conditions. Moreover, it has been argued that, in cases of the provision of the fixed voice service with broadband access and/or IPTV, bundling at the retail level is rather a phenomenon of continued provision of a declining fixed voice service alongside broadband access and/or IPTV, rather than an economically significant offer that alters the competitive dynamics over a longer period. »*

581. L'OCDE aborde également les difficultés de définition d'un marché pour les produits groupés dans son rapport « Triple and Quadruple Play Bundles of Communication Services »[306].

> *« The underlying difficulty with regards to market definition of bundles is to find out whether observed bundle prices are competitive (i.e. to disentangle whether they are a result of economies of scope or a result of leverage, as mentioned in BEREC, 2010b). This proves difficult to ascertain, as it becomes extremely arbitrary to assign costs to specific elements of the bundle, as most infrastructure elements are used by all the services. »*
>
> *« If the SSNIP test is applied to a situation where current prices are above the competitive price benchmark, and if, as commonly is the case, price elasticities increase with the price, then the test is run at a higher starting point elasticity (Gual, 2004). As a consequence the SSNIP test would incorrectly lead to establishing broader markets as even small price increases will result in significant substitution (also known as the 'cellophane fallacy'). The main issue here is then to identify the prices*

[305] Note explicative accompagnant la recommandation de la Commission concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation *ex ante* conformément à la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques, SWD(2014) 298, p. 18.

[306] OECD (2015), « Triple and Quadruple Play Bundles of Communication Services », OECD Science, Technology and Industry Policy Papers, No. 23, OECD Publishing, Paris. (http://dx.doi.org/10.1787/5js04dp2q1jc-en).

that would be expected under competitive conditions. If bundles are being used to leverage market power, the observed prices may be not an adequate proxy of competitive prices. »

582. Le CSA conclut sur cette base que, bien qu'une tendance à la hausse des offres groupées se poursuive sur les marchés de détail distincts, une définition d'un marché distinct pour les offres groupées peut ne pas être opportune.

583. Néanmoins, l'IBPT a réalisé une étude supplémentaire des éléments esquissés par l'ORECE[307] dans sa recommandation et des contributions possibles à l'existence d'un marché de produits groupés. Cette analyse est exposée à l'annexe C. Le CSA en conclut qu'aucune image claire ne peut être esquissée concernant l'existence ou non d'un marché pour les offres groupées.

584. Le CSA remarque enfin que la définition ou non d'un marché pour les produits groupés ne mène pas à d'autres conclusions que celles tirées de l'analyse précédente des marchés de détail respectifs (voir le chapitre 8). Afin de permettre la concurrence sur les marchés de détail, les opérateurs doivent en effet être en mesure de retirer les mêmes inputs de gros que les parties intégrées verticalement et ayant une part de marché considérable. Comme le remarque la Commission dans sa recommandation[308], les inputs de gros qui sont nécessaires pour répliquer les offres groupées restent distincts et non substituables. En cas de marché pour les produits groupés, les implications restent par conséquent identiques pour les marchés de gros supérieurs.

585. En outre, les effets concurrentiels des offres groupées ont été repris dans l'analyse des marchés de détail distincts.

586. En l'absence d'image claire et en raison des difficultés associées à la définition d'un marché des produits groupés, le CSA laisse par conséquent la question de l'existence d'un marché de produits groupés ouverte. L'existence ou non d'un tel marché n'a en outre pas d'influence sur les conclusions concernant les marchés de détail et l'analyse des marchés de gros en amont qui a suivi. En effet, les conséquences pour l'utilisateur final qui sont évoquées ici resteraient les mêmes si un marché groupé existait.

[307] ORECE, décembre 2010, Report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition, BoR (10)64.

[308] Note explicative accompagnant la recommandation de la Commission concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation *ex ante* conformément à la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques, SWD(2014) 298, p. 18.

chapitre 7. IMPACT POTENTIEL DES OFFRES DE GROS COMMERCIALES

587. Le CSA constate qu'il existe, à côté des offres de gros dont la fourniture a été rendue obligatoire par la régulation, des offres de gros commerciales ou volontaires. Il est par conséquent utile d'examiner si de telles offres pourraient, à elles seules, constituer une réponse efficace à la situation constatée sur les marchés de détail du haut débit et de la télévision.

588. Le CSA considère que l'existence d'offres de gros commerciales en l'absence de régulation n'est pas garantie.

588.1. Un opérateur verticalement intégré disposant d'une infrastructure ne sera en principe pas incité à proposer des offres de gros commerciales parce que cela revient à permettre le développement de la concurrence pour ses offres de détail. Les câblo-opérateurs n'ont jamais proposé d'offres de gros commerciales et ont en outre contesté l'obligation de donner accès à leur réseau. Telenet [confidentiel][309]. Proximus propose des offres de gros commerciales (Carrier DSL, partage de la plateforme TV, WBA FTTH), mais il n'est nullement certain que ces offres subsisteraient en l'absence de régulation. Le CSA note par exemple que [confidentiel][310]. Les offres de gros commerciales n'apparaissent parfois que sous la pression de la régulation. C'est seulement après que la CRC a imposé à Proximus une obligation de fournir la fonctionnalité multicast que KPN et Proximus ont conclu un accord commercial pour la fourniture de services de gros de haut débit et de télévision. Proximus a par ailleurs décidé de ne pas maintenir cette fonctionnalité dans son offre de référence après l'annulation de la décision de la CRC du 18 décembre 2014. Les offres de gros commerciales peuvent également être utilisées pour tenter de dissuader les acheteurs potentiels de recourir aux offres régulées (un opérateur PSM peut avoir une incitation à privilégier les offres de gros grâce auxquelles il conserve un maximum de la valeur ajoutée, un maximum de contrôle technique et/ou un maximum de liberté contractuelle).

588.2. Les offres de gros commerciales ne correspondent pas nécessairement aux offres régulées. Ainsi par exemple, en comparaison avec les offres régulées BRUO, BROBA et WBA VDSL2, l'offre de gros commerciale Carrier DSL se situe en bas de l'échelle des investissements. Elle n'offre donc pas à l'opérateur alternatif un aussi grand degré de contrôle de ses offres de détail et un aussi grand degré d'indépendance par rapport à Proximus. Les opérateurs alternatifs reprochent à l'offre de gros commerciale WBA FTTH de comporter davantage de restrictions que les offres régulées BROBA et WBA VDSL2 (choix limité des profils, limites de volumes) qui empêchent de se différencier de Proximus.

[309] Lettre de Telenet [confidentiel].

[310] Commentaires de Proximus (Belgacom) sur le projet de décision de l'IBPT du 28 mars 2013 concernant l'impact du déploiement FTTH.

588.3. Les offres de gros commerciales ne sont pas nécessairement disponibles aussi rapidement que la demande s'en fait sentir. À titre d'exemple, Proximus a lancé son offre de détail Proximus TV en 2005, alors que des négociations au sujet d'une offre de gros de radiodiffusion ont eu lieu en 2010 et ont abouti en 2012.

588.4. Il existe plusieurs exemples d'échec de négociations commerciales, tant entre des opérateurs alternatifs et Proximus qu'entre des opérateurs alternatifs et les câblo-opérateurs. Ainsi par exemple, ni les négociations entre Orange et Proximus, ni celles entre Orange et les câblo-opérateurs n'ont abouti à un accord commercial pour la fourniture de services de gros de radiodiffusion.

588.5. L'existence éventuelle d'une offre commerciale ne constitue pas à elle seule la garantie de la signature de contrats de fourniture. Si les négociations commerciales entre Proximus et KPN pour la fourniture de services de gros de radiodiffusion ont abouti (permettant le lancement de l'offre SNOW), cela n'a pas été le cas des négociations entre Proximus et Orange portant sur le même objet. Dans un premier temps, parmi l'ensemble des opérateurs alternatifs, un seul avait conclu un contrat sur la base de l'offre commerciale WBA FTTH[311], tandis que plusieurs opérateurs ont émis des critiques tant sur le niveau des prix que sur les caractéristiques techniques. En octobre 2017, un contrat a été conclu entre Proximus et EDPNet[312] et, plus récemment, entre Proximus et Destiny[313]. Il est cependant vraisemblable que la conclusion de ce dernier contrat a été permise ou à tout le moins facilitée par la pression de la régulation[314].

589. D'autre part, il est douteux qu'en l'absence de régulation, des offres de gros commerciales puissent permettre aux opérateurs alternatifs d'exercer une contrainte concurrentielle efficace et suffisamment significative sur le marché à l'horizon de la présente analyse.

589.1. Même en cas d'aboutissement des négociations, l'impact des offres de gros commerciales sur le marché peut être considéré comme peu significatif, comme le démontre par exemple le cas de l'offre SNOW (qui a atteint un maximum de 35 000 clients).

589.2. En l'absence de régulation, les clients des offres de gros commerciales disposeraient d'un faible contre-pouvoir d'acheteur vis-à-vis de Proximus et des câblo-opérateurs.

---

[311] Un autre opérateur avait conclu un accord portant non pas sur l'accès central mais sur la revente de l'offre FTTH. Cf. lettre de Proximus du 24 octobre 2017.

[312] « EDPnet signe un contrat commercial wholesale Fiber-to-the-Home avec Proximus », communiqué de presse de Proximus, 4 octobre 2017.

[313] "Proximus and Destiny announce commercial Fiber to the Business wholesale deal", communiqué de presse de Proximus, 24 avril 2018.

[314] Dans son projet de décision du 7 juillet 2017, l'IBPT avait annoncé qu'il pourrait valider les prix résultant d'un accord équilibré conclu par Proximus avec un ou plusieurs demandeurs d'accès suffisamment significatifs avant l'adoption définitive de la présente décision (au lieu de déterminer des prix d'accès à l'aide d'un modèle de coûts). Il est donc vraisemblable que l'acceptation par Proximus de cet accord résulte de l'incitation à négocier générée par le projet de décision.

Ils représenteraient en effet de faibles volumes et ils ne disposeraient pas d'alternatives crédibles si Proximus ou les câblo-opérateurs souhaitaient dégrader les conditions tarifaires et/ou non tarifaires de leurs offres de gros. D'autre part, Proximus et les câblo-opérateurs pourraient avoir une incitation à dégrader les conditions tarifaires et non tarifaires de ces offres, dans le but d'augmenter les coûts de leurs concurrents, voire de les exclure du marché.

590. Compte tenu des éléments qui précèdent, le CSA considère que l'existence d'offres de gros commerciales n'est pas garantie en l'absence de régulation et que, même en cas d'existence de telles offres de gros commerciales, il est douteux qu'elles puissent permettre aux opérateurs alternatifs d'exercer une contrainte concurrentielle efficace à l'horizon de la présente analyse.

chapitre 8. CONCLUSIONS SUR LES MARCHÉS DE DÉTAIL

8.1. DES BARRIÈRES À L'ENTRÉE ÉLEVÉES ET UN NIVEAU DE CONCENTRATION ÉLEVÉ

591. Le marché de la radiodiffusion télévisuelle se caractérise par l'existence de **barrières à l'entrée élevées**, dues notamment à la nécessité de disposer d'infrastructures s'étendant jusqu'aux utilisateurs finaux. Ces infrastructures sont coûteuses et difficiles à dupliquer.

592. Les barrières à l'entrée découlent également d'autres facteurs tels que la politique d'offres couplées des principaux opérateurs, qui a pour effet de fidéliser les clients, ou encore la difficulté d'acquisition des droits sur le contenu TV pour les opérateurs qui n'ont pas encore atteint une échelle suffisante.

593. Il en résulte une forte concertation des parts de marché[315], mise en évidence aux sections 4.3 et 5.6 :

593.1. Les principaux opérateurs (Proximus et les câblo-opérateurs, dans leurs zones de couverture respectives) détiennent à eux seuls près de 98 % du marché résidentiel du haut débit au niveau national.

593.2. Ce constat de forte concentration reste valable si l'on examine la distribution des parts de marché à l'intérieur de la zone de couverture de chaque câblo-opérateur.

593.3. Le marché de la radiodiffusion reste également très concentré. Proximus et les câblo-opérateurs disposent chacun d'une part de marché importante dans chaque zone câblée, tandis que les autres opérateurs ne disposent que d'une part de marché marginale, lorsqu'ils ne sont pas contraints de sortir du marché.

593.4. Quels que soient le marché de produits[316] et la zone câblée considérés, le premier opérateur ne détient jamais moins de 50 % des parts de marché ; les deux premiers opérateurs ne détiennent jamais ensemble moins de 80 % des parts de marché.

593.5. Il en résulte des indices HHI (Herfindahl-Hirschman) toujours supérieurs à 3000, c'est-à-dire des valeurs caractéristiques de marchés très concentrés[317].

---

[315] Les parts de marché sont ici exprimées en volume.

[316] Haut débit résidentiel, haut débit toutes entreprises, haut débit « mass market » (clients résidentiels + entreprises de moins de 10 personnes), haut débit pour les entreprises de plus de 10 personnes, radiodiffusion, offres double play haut débit et télévision, offres triple play haut débit, télévision et téléphonie fixe.

[317] La concentration du marché peut être mesurée au moyen de l'indice de Herfindahl-Hirschman (HHI). Cet indicateur traduit dans quelle mesure un petit nombre d'entreprises contrôle une part plus ou moins importante de la production. Il se calcule en faisant la somme des carrés des parts de marché de toutes les entreprises d'un marché. Plus le HHI est élevé, plus le marché est concentré entre les mains d'un faible nombre d'entreprises. De manière générale, lorsque le HHI est inférieur à 1 000, on considère que le marché est faiblement concentré. Lorsque le HHI se situe entre 1 000 et 1 800, on considère que le marché est moyennement concentré. Le marché est considéré comme fortement concentré lorsque le HHI est supérieur à 1 800.

594. Cette situation traduit **la prépondérance des opérateurs qui, pour des raisons historiques**[318]**, disposent de leur propre infrastructure**. Les opérateurs dépourvus de réseaux d'accès ne détiennent que des parts de marché très limitées et sont parfois contraints de sortir du marché. La capacité concurrentielle de ces derniers repose en grande partie sur les offres d'accès des opérateurs détenant leur propre infrastructure. Ce constat est valable pour le marché du haut débit résidentiel, pour le marché du haut débit professionnel et pour le marché de la radiodiffusion télévisuelle.

595. On observe également **des niveaux d'attrition particulièrement bas**, en particulier pour les offres groupées (cf. section 6.4.2). La forte pénétration des offres groupées (particulièrement celles associant le haut débit et la télévision, avec ou sans d'autres services) va de pair avec une baisse du taux d'attrition, ou *churn*[319]. Plus une offre commerciale groupe de services, plus le *churn* diminue, c'est-à-dire que les utilisateurs ont tendance à rester fidèle à leur fournisseur, ce qui entrave l'entrée sur le marché et le développement des concurrents. Le développement des offres groupées incluant des services de radiodiffusion renforce également les barrières à l'entrée du fait de la difficulté pour les nouveaux entrants d'acquérir les droits de diffusion indispensables.

596. Le marché du haut débit et celui de la radiodiffusion télévisuelle ont enregistré **plusieurs échecs d'entrées sur le marché** (Mobistar TV, Snow, Billi, Weepee) ou un repli vers le marché des entreprises, potentiellement plus rémunérateur mais néanmoins dominé par Proximus.

597. Il convient enfin de noter que les barrières à l'entrée sur le marché dans les secteurs de réseau tels que les télécommunications peuvent avoir un effet d'entraînement sur l'ensemble de l'économie. De ce fait, les gains de productivité dans d'autres secteurs peuvent être influencés négativement. Cela contribue aux conséquences négatives pour les utilisateurs finals telles qu'abordées à la section 5.4. L'impact négatif peut donc être plus large et ne pas se limiter aux marchés de détail susmentionnés. Le Fonds monétaire international (FMI) estime dès lors cruciale la stimulation de la concurrence et de l'innovation dans les secteurs de réseau tels que les télécommunications :

> *« De plus, des obstacles à la concurrence et le dynamisme limité des entrées et sorties d'entreprises <u>semblent avoir entravé la croissance de la productivité dans une série de services, avec des retombées négatives sur d'autres secteurs</u>. Doper la productivité permettrait d'améliorer la compétitivité extérieure et d'atténuer l'incidence du vieillissement de la population sur la croissance potentielle. Les efforts devraient cibler l'augmentation des investissements dans les infrastructures de transport et d'énergie, et le renforcement des capacités institutionnelles propres à <u>favoriser la concurrence</u>, en particulier dans les services professionnels et d'entreprises et les industries de réseau telles que les télécommunications. »*[320]

[318] Proximus et les câblo-opérateurs ont pu déployer et amortir leur réseau pendant une longue période durant laquelle ils ont bénéficié d'un monopole de droit ou de fait.

[319] Voir la section 6.4.2 Garder la clientèle actuelle.

[320] FMI Belgique : Conclusions de la mission de consultation de 2018 au titre de l'article IV - 18 décembre 2017.

8.2. DES PRIX EN AUGMENTATION RÉGULIÈRE

Télévision analogique et numérique

598. Sur le marché résidentiel, les prix nominaux de la télévision analogique ont augmenté plus fortement depuis 2011 que l'indice des prix à la consommation (de 17 % pour Telenet, de 36 % pour VOO et de 35 % pour SFR). Le niveau des prix de la télévision numérique a également augmenté au cours de la période concernée (de 16 % et de 48 % pour VOO et Telenet respectivement, le prix a doublé pour SFR).

599. Pour la télévision en tant que produit standalone, aucune information internationale comparative n'est disponible. Ces produits standalone représentent toutefois d'année en année une proportion de plus en plus faible du marché, comme illustré à la section 6.2 « Évolution de la demande de produits multiple play ».

Multiple play - résidentiel

600. Les produits triple play ont connu une augmentation tarifaire supérieure à l'évolution de l'IPC et une plus forte augmentation que les produits double play au cours de la période 2011-2017.

601. Par rapport aux pays voisins, le niveau des prix des produits triple play (le principal segment au sein des offres conjointes) a historiquement toujours été élevé en Belgique. La position de la Belgique dans un contexte européen plus large a reculé au cours de l'année passée. Sur le plan du quadruple play, la Belgique obtient des résultats moyens par rapport aux pays voisins. Il ressort de l'étude BIAC (comparant 28 pays) que le plan tarifaire triple play belge le moins cher dans les catégories de vitesse 12-30 Mbps, 30-100 Mbps et 100+ Mbps est respectivement 55,8 %, 41,6 % et 14,9 % plus cher que la moyenne de l'UE-28 des plans tarifaires les moins chers. Les prix des plans tarifaires double play (télévision) belges les moins chers sont 34,7 %, 21,7 % et 7,1% plus élevés que ceux de la moyenne de l'UE-28 des plans tarifaires les moins chers pour les catégories de vitesse respectives.

Multiplay - professionnel

602. Les prix du pack non résidentiel Fluo de Telenet ont augmenté depuis 2011, de 14 %. Le prix du double play de Proximus Bizz Office a augmenté de 6 % et est de ce fait devenu moins cher en termes réels. Les prix des produits quadruple play de Proximus ont considérablement augmenté entre 2013 et 2016.

603. Par rapport aux pays voisins, la Belgique affiche toujours les prix les plus élevés pour les offres conjointes de large bande fixe et de téléphonie fixe. Les offres triple play et quadruple play avec la téléphonie mobile semblent bien plus chères en Belgique que dans les pays voisins où cette offre est disponible

604. Les prix des services de télécommunications se traduisent en niveaux élevés de profitabilité chez plusieurs opérateurs, comme illustré à la section 5.6.4.

Analyse de l'évolution des prix des télécommunications par l'Observatoire des prix

605. Les prix des services de télécommunications en Belgique ont augmenté de 4,2 % entre 2015 et 2016, alors que les prix sont restés stables en France (+ 0,5 %) et ont continué à évoluer à la baisse en Allemagne (- 1,6 %) et aux Pays-Bas (- 5,1 %). Il ressort également du rapport annuel 2016 de l'Observatoire des prix que l'inflation des services en Belgique est plus élevée en moyenne que dans les trois principaux pays voisins. La catégorie des services de télécommunications y a contribué dans une grande mesure. Ce sont surtout les augmentations tarifaires des offres conjointes qui ont joué un rôle important à ce niveau. L'inflation à un an d'intervalle s'élevait en 2016 à 6,8 % en Belgique pour les offres groupées, alors que celle-ci n'était que de 0,6 % aux Pays-Bas et était même négative en Allemagne (- 1,1 %).

606. Il ressort du troisième rapport trimestriel 2017 de l'Observatoire des prix qu'au premier trimestre de l'année 2017, l'augmentation tarifaire des services de communications (+4,1 %) correspondait à l'augmentation tarifaire de ces services en 2016. Aux deuxième et troisième trimestres de 2017, un ralentissement de l'augmentation des tarifs des services de communications a été constaté (augmentation des prix de 2,2 % au deuxième trimestre et de 1,1 % au troisième trimestre). En Allemagne, en France et aux Pays-Bas, l'inflation des services de télécommunications au troisième trimestre s'élevait respectivement à -0,7 %, -5,9 % et -8 %. L'évolution en Belgique au troisième trimestre est la conséquence d'une diminution annuelle des prix plus marquée pour les communications téléphoniques mobiles (-1,2 % sur une base annuelle au troisième trimestre contre +1,4 % au trimestre précédent) suite à la suppression des frais d'itinérance. L'inflation pour les offres groupées est revenue à 2,0 % au troisième trimestre 2017 (contre 3,1 % au cours du trimestre précédent). L'abonnement Internet est devenu 0,4 % plus cher sur une base annuelle.

607. L'évolution des prix des services de communications fixes est d'autant plus notable lorsqu'on la compare à celle des services mobiles. Le marché mobile se caractérise par une plus grande compétitivité par rapport aux marchés pour les produits fixes. Les prix des services mobiles affichent déjà depuis des années une tendance à la baisse, qui s'est fortement accentuée en 2013 suite à l'évolution du marché par la tarification sévère des abonnements mobiles de Telenet et l'impact d'une série de mesures réglementaires. Le prix du profil postpaid le plus pertinent (300 minutes d'appel, SMS illimités et 1 GB de données) a par exemple diminué d'environ 65 % depuis 2012. En 2013, le prix de ce profil n'a diminué que de 48 % par rapport à l'année 2012. Les appels mobiles sont aussi devenus bien moins chers en termes réels, comme le montre la figure ci-dessous qui prend en considération l'évolution depuis 2014. Les prix pour la large bande et les offres groupées ont par contre plus rapidement augmenté que l'indice général des prix à la consommation.

Figure 60 : Évolution de l'indice des prix à la consommation et des prix des services de télécommunications (Source : SPF Économie)

Observations des analystes et explications des opérateurs

608. Plusieurs analystes financiers confirment l'appréciation portée par le CSA sur la structure du marché et ses conséquences. Ces analystes considèrent que la structure du marché belge permet aux principaux opérateurs de pratiquer des hausses de prix, que ceux-ci ne sont pas incités à baisser leur prix, voire sont en mesure de combiner hausse des parts de marché et hausse de prix.

> *« Growing profitability is a function of the optimal market structure, in our view. The Belgian market is composed of three players that can offer fixed and mobile products, but only two of them own integrated fixed/mobile infrastructure (PROX and TNET), with Orange Belgium dependent on wholesale cable to offer fixed broadband. Market disruption is unlikely: large customer bases dissuade PROX and TNET from price aggression, while Orange Belgium is constrained by relatively high wholesale prices in fixed. »*[321]

> *« Proximus, knowing that cable operators would not cut unless it does it itself should therefore not react by adjusting their catalogue prices and accept that Mobistar takes a bit of subscriber*

[321] HSBC Global Resarch, Belgian Telcos « 2017: Another year of EBITDA growth », 27 février 2017.

market share. Repricing of its entire fixed subscriber base as a result of price cuts would be much more costly for Proximus than losing some market share. »[322]

« We expect Telenet and Proximus to prioritise margin over share, avoiding cutting headline fixed prices (which in Telenet's case would lead to lower wholesale prices for Mobistar anyway) and instead offer quad play promotions and discounts on mobile. »[323]

« An aggressive fight back from Telenet and Proximus is not expected as they run risk to their back book, and suggest they may prefer to cede modest market share, rather than this price adjustment. We understood that Telenet would be able to offset a loss of c. 40,000 subs by an increase in of EUR1 in ARPU, this seems feasible given the 5% price increases last two years ».[324]

« The lack of proper competition has resulted in further concentration of market share in the hands of the historical incumbent Proximus and cable operators Telenet, VOO and SFR, allowing them to impose higher prices on fixed-line products. In addition, both Proximus and Telenet have been using cross-subsidisation of mobile services by leveraging on their packs. As a result, mobile prices are in line with European average, while fixed prices are among the highest ».[325]

« Market disruption is unlikely: large customer bases dissuade Proximus and Telenet from price aggression, while Orange is constrained by high wholesale prices in fixed. » [326]

« We believe that the current market structure is favourable for operators that own both fixed and mobile infrastructures, namely the incumbent Proximus and the main cable operator Telenet . »

« The fact that the 2015-18 guidance has not changed since early 2016 despite Orange launching its fixed broadband offer (based on a regulated access to the cable networks) indicates that Telenet is not expecting any disruption, in our view. »

609. Des déclarations des opérateurs eux-mêmes confirment ces appréciations :

---

[322] HSBC Global Research, Belgian Telcos « Testing for disruptive moves », 10 septembre 2015, page 8.

[323] Citi Research, Belgian Telecoms, 1er décembre 2015, p. 1.

[324] Kepler Cheuvreux, Summary of call with IR Orange Belgium, 14 juillet 2016.

[325] Kepler Cheuvreux, Telecom services Benelux, 16 novembre 2016, p. 7.

[326] HSBC Global Resarch, Belgian Telcos « 2017: Sound market structure again », 10 février 2017.

« […] we do have a very strong position with the consumer because of our level of transparency. And we managed to implement the rate increase in January of this year, with certainly no impact on churn, and very little impact on NPS as well. »[327]

« Excluding BASE's contribution, Telenet's revenue growth would have been around 5%, driven by a 4% increase in our cable subscription revenue as a result of continued multiple-play growth, more premium entertainment in our mix, and the benefit of certain selective price increases since February this year. »[328]

« First to come back on your question on pricing, I think first of all, Belgium has always been a very rational country and I think we have rational players. So we really have the objectives to remain like that certainly ourselves.

And if you look at fiber, fiber is very much a value-creation product. So, the whole thinking in Belgium where we say we want to bring more for more and to have more speeds, more capacity, more content, more services, is certainly the intention that we have to bring fiber. And of course, gain market share, but gain market share not on a price war, but gain market share more on a service and a value-added product.

So today there is no willingness from us certainly to start a very difficult price element. I think what you see today [ph] is that you ever run (01:03:56) with some lower price, so there are some more price competition on the more sensitive side of the market, but that currently hasn't changed the dynamic of the market, which is mainly value-accretive market, where people are willing to pay more for more service and more value. »[329]

610. Il convient enfin de mentionner les initiatives et déclarations récentes de certains opérateurs. Le 14 mai 2018, Voo a annoncé une série d'augmentations tarifaires, souvent supérieures à l'inflation, pour ses produits standalone (TV et Internet) et pour ses offres groupées (2P et 3P)[330]. Le CEO de Telenet John Porter a quant à lui déclaré que l'absence d'augmentation des prix au début de l'année 2018 était due notamment au fait que le régulateur préparait une analyse de marché.[331]

[327] John Porter, Chief Executive Officer de Telenet, cité dans Telenet Group Holding NV Earnings Call, Q2 2016.

[328] Birgit Conix, Chief Financial Officer de Telenet, citée dans Telenet Group Holding NV Earnings Call, Q3 2016.

[329] Sandrine Dufour, Chief Financial Officer de Proximus, citée par Bloomberg, Business Update Call, 16 décembre 2016.

[330] Lettre de Voo à ses clients du 14 mai 2018.

[331] Gaming moet Telenet redden, De Tijd, 16 mai 2018.

8.3. DES CONSÉQUENCES NÉGATIVES POUR LES UTILISATEURS EN L'ABSENCE DE RÉGULATION

Moins de choix pour les utilisateurs

611. En l'absence de régulation, il est peu probable que de nouveaux entrants puissent exercer une contrainte concurrentielle efficace à moyen terme uniquement en investissant dans leur propre infrastructure. Un risque sérieux existe donc qu'en l'absence de régulation, les marchés de détail soient encore plus concentrés. Les offres disponibles sur les marchés de détail du haut débit et de la radiodiffusion seraient vraisemblablement limitées aux offres des opérateurs disposant de leur propre infrastructure (Proximus et les câblo-opérateurs).

612. Sur le marché résidentiel, le choix des utilisateurs serait vraisemblablement réduit à deux opérateurs seulement (Proximus et le câblo-opérateur local). En effet, en l'absence de régulation, ces opérateurs ne seraient vraisemblablement pas incités à proposer des offres d'accès à leurs concurrents (ou à tout le moins à leur proposer des offres suffisamment attractives[332]). Concrètement, des offres telles que celles de Snow ou de Billi dans le passé, ou d'Orange aujourd'hui pourraient ne plus exister vu l'absence d'offres commerciales satisfaisantes.

613. Une hausse de la concentration est également très probable sur le marché des entreprises. Étant donné que les câblo-opérateurs ont une couverture des zones d'activités économiques inférieure à celle de Proximus, la concurrence y est très dépendante des services de gros de cette dernière (certains nouveaux entrants orientés vers les grandes entreprises disposent de leur propre infrastructure, mais uniquement sur des zones de couverture relativement limitées). Par conséquent, les offres d'opérateurs tels que Colt, Destiny, EDPnet et d'autres pourraient disparaître ou ne plus être disponibles que sur une portion restreinte du territoire.

614. Du fait que les grandes entreprises peuvent avoir des sites répartis dans différentes régions mais souhaitent généralement faire appel à un seul fournisseur pour l'ensemble de leurs besoins, les câblo-opérateurs et les nouveaux entrants qui disposent localement de leur propre infrastructure ne seraient plus en mesure de répondre aux besoins de ce type de clientèle.

615. Comme noté par l'ORECE[333], étant donné qu'un marché caractérisé par la présence de seulement deux opérateurs implique automatiquement qu'un des acteurs possède une part de marché de 50 % ou plus, il peut être attendu qu'un marché caractérisé par des barrières à l'entrée élevées et la présence d'un seul ou de deux opérateurs soulève des **inquiétudes relatives à la dominance et plus généralement à la situation concurrentielle.**

616. En matière de radiodiffusion, ce constat est confirmé par deux décisions récentes. Ainsi, dans une décision du 26 mars 2014, l'Autorité belge de la concurrence a expressément indiqué que « *au regard de ses parts de marché et compte tenu du fait que TECTEO possède une infrastructure difficilement duplicable, de l'écart de parts de marché avec le second joueur, et de la relative stabilité des parts de marché de TECTEO, il y a donc lieu de conclure que TECTEO, sur le marché de la diffusion de services*

[332] Cf. chapitre 7 "Impact potentiel des offres de gros commerciales".

[333] Berec report on co-investment and SMP in NGA networks (avril 2012), p. 39.

audiovisuels au détail, possède une position dominante »[334]. D'autre part, dans une décision du 24 février 2015, la Commission européenne considère quant à elle que Telenet détient une position dominante sur le marché de détail de la fourniture de services de télévision dans sa zone de couverture[335].

Un impact négatif sur des marchés de détail adjacents

617. La proportion croissante d'offres groupées incluant des services fixes et mobiles et la nécessité croissante de décharger le trafic mobile sur des réseaux fixes renforce la complémentarité entre services fixes et mobiles. Dans une décision récente analysant un projet de concentration sur le marché belge[336], la Commission européenne a considéré qu'il n'existait pas, à l'heure actuelle, un marché de détail distinct pour les services multiple play fixes et mobiles. La Commission a cependant évalué les risques pour la concurrence en considérant qu'il existait un accès régulé aux réseaux fixes en Belgique. En l'absence de régulation, le CSA considère que **la probable disparition des offres de gros d'accès aux réseaux fixes constituerait un handicap pour les opérateurs purement mobiles**[337].

618. Comme souligné par le projet de décision de l'IBPT relatif à l'analyse de marché du haut débit, l'absence de régulation des marchés de gros du haut débit constituerait également un handicap pour les opérateurs alternatifs sur les marchés de l'accès téléphonique fixe et des services téléphoniques fixes.

Un affaiblissement de la concurrence par les prix

619. En l'absence de régulation, l'incitation à pratiquer la concurrence par les prix pourrait être inférieure à ce qu'elle est actuellement.

620. En effet, les opérateurs en place se sauraient protégés de l'entrée de nouveaux concurrents. Par exemple, des initiatives telles que celles de SNOW ou Orange (des packs double play ou triple play

[334] Décision ABC-2014-C/C-03 du 26 mars 2014 en application de l'article IV.61, § 1er, 1° et § 2, premier alinéa, 1° CDE dans l'affaire CONC-C/C-13-0030 TECTEO/EDA – Avenir Advertising, §§ 98-100.

[335] Affaire E M.7194-LIBERTY GLOBAL/CORELIO/W&W/DE VIJVER MEDIA, 24 février 2015, « The Commission finds that Telenet holds such a dominant position on the market for the retail provision of TV services in its footprint. Telenet would also be dominant in case a narrower product market definition were to be used, namely the market for the retail provision of FTA/basic pay TV services » ; traduction libre : « La Commission considère que Telenet détient une telle position dominante sur le marché de détail de la fourniture de services de télévision dans sa zone de couverture. Telenet serait également dominante dans le cas où une définition du marché de produits plus limitée avait été utilisée, à savoir le marché de la fourniture au niveau de détail de services de télévision FTA/basic pay. »

[336] Décision de la Commission du 4/02/2016 déclarant une concentration compatible avec le marché intérieur et avec le fonctionnement de l'accord EEE (Affaire M.7637 – Liberty Global/BASE Belgium), §§ 329 et suivants.

[337] Un risque déjà mis en évidence par Ecorys, Idate and ICRI, (Future electronic communications markets subject to ex-ante regulation, Final report for DG Connect, 18 septembre 2013) et confirmé par certains analystes financiers (HSBC, Belgian Telcos, Market structure to reward integrated players, 17 février 2017).

pour 39 €) ne pourraient plus voir le jour du fait que les opérateurs en place ne donneraient plus accès à leurs réseaux ou n'y donneraient plus accès à des conditions suffisamment attractives.

621. En l'absence de telles initiatives, Proximus pourrait aussi freiner ou cesser la commercialisation des offres d'entrée de gamme vendues sous la marque Scarlet, ou en relever le prix. On peut noter en effet que c'est après le lancement par Base (sous la marque Snow) d'une offre 3P d'entrée de gamme à 39 € que Scarlet a positionné sa propre offre 3P également à 39 € (alors que cette offre était précédemment commercialisée à 51 €)[338].

622. Par ailleurs, les opérateurs en place pourraient poursuivre ou même amplifier leurs pratiques actuelles d'augmentations régulières des prix.

Conclusion

623. Le CSA considère que, en l'absence de régulation, le bénéfice des utilisateurs - tant résidentiels que professionnels - en termes de choix et de prix ne serait pas maximisé, alors qu'un bénéfice maximal dans ces domaines constitue un des objectifs majeurs du cadre réglementaire[339].

624. Dans son avis du 29 mars 2018, l'Autorité belge de la concurrence (ABC) se déclare globalement d'accord avec l'analyse concurrentielle du régulateur sur les marchés de détail. L'ABC partage en particulier le diagnostic du régulateur quant à la concentration des marchés et quant aux évolutions tarifaires. Elle partage également la crainte du régulateur qu'en l'absence d'offre réglementée, les conséquences pour le consommateur seraient un choix réduit et des prix toujours plus élevés.

625. Conformément à la méthodologie définie (section 4.5.2) et à la note explicative accompagnant la recommandation 2014[340], les constatations relatives aux marchés de détail seront prises en considération dans le cadre du recensement et de l'analyse des marchés de gros pertinents.

[338] « Triple-play à 39 € : Scarlet mime Snow ! », La Dernière Heure, 13 juillet 2013.

[339] Article 8, paragraphes 2 à 4,de la Directive « cadre » 2002/21.

[340] Note explicative accompagnant la recommandation 2014, p. 19 : « In principle, lack of effective competition may occur at the retail level or the wholesale level or both. The identification of a retail market (as part of the value chain) for the purposes of *ex ante* market analysis does not imply, where there is a finding of a lack of effective competition by a NRA, that regulatory remedies would be applied to a retail market. Regulatory controls on retail services can only be imposed where relevant wholesale measures would fail to achieve the objective of ensuring effective competition at retail level. » Traduction libre : « En principe, un manque de concurrence effective peut se produire au niveau de détail ou de gros ou aux deux niveaux. L'identification d'un marché de détail (comme partie de la chaîne de valeur) afin d'effectuer une analyse de marché *ex ante* n'implique pas, là où un manque de concurrence effective est constaté par un ARN, que des mesures régulatoires devraient être imposées sur un marché de détail. Des contrôles régulatoires sur des services de détail peuvent seulement être imposés lorsque les mesures pertinentes au niveau de gros échoueraient à atteindre l'objectif d'assurer une concurrence effective au niveau de détail. »

Partie III. MARCHÉ DE GROS DE LA RADIODIFFUSION

chapitre 9. EXISTENCE D'UNE DEMANDE POUR UN ACCÈS DE GROS À LA RADIODIFFUSION SUR LES RÉSEAUX CÂBLÉS

626. Comme indiqué dans la note explicative accompagnant la recommandation de 2014[341], il convient d'envisager au moins deux types de marchés en cause dans le secteur des communications électroniques : celui des services ou facilités fournis aux utilisateurs finals (marchés de détail) et celui des services ou facilités nécessaires en amont pour fournir ces services aux utilisateurs finals (marché de l'accès ou encore marché de gros). Ensuite, on peut distinguer d'autres marchés de détail ou de gros en fonction des caractéristiques de la demande et de l'offre.

627. L'analyse des marchés de détail du haut débit et de la radiodiffusion a mis en évidence l'existence de barrières à l'entrée élevées, notamment du fait d'infrastructures difficiles à dupliquer. L'analyse de ces marchés de détail a également mis en évidence le fait que haut débit et télévision sont dans une forte proportion vendus ensemble dans des offres groupées (cf. chapitre 6). Un opérateur alternatif désireux d'être actif sur le marché de détail de la radiodiffusion sera donc en principe demandeur d'inputs de gros qui lui permettent de commercialiser des offres de radiodiffusion, soit séparément, soit dans le cadre d'offres groupées, à l'instar de ce que font les opérateurs disposant de leur propre infrastructure (Proximus et les câblo-opérateurs).

628. L'analyse du marché de gros de l'accès local a conduit à la conclusion que Proximus disposait d'une puissance significative sur ce marché. De ce fait, un certain nombre d'obligations lui ont été imposées, dont l'obligation de fournir des inputs de gros à ses concurrents. L'accès de gros au réseau local de Proximus permet à un opérateur alternatif de construire des offres de détail de haut débit, de radiodiffusion et de téléphonie fixe.

629. De même, l'analyse du marché de gros de l'accès central a conduit à la conclusion que Proximus disposait d'une puissance significative sur le marché de l'accès central sur les réseaux cuivre et en fibre. De ce fait, un certain nombre d'obligations lui ont été imposées, dont l'obligation de fournir des inputs de gros à ses concurrents. L'accès de gros au réseau central de Proximus permet à un opérateur alternatif de construire des offres de détail de haut débit, de radiodiffusion (grâce à la fonctionnalité multicast ou, en alternative, l'accès à la plateforme de télévision numérique de Proximus) et de téléphonie fixe.

630. L'analyse du marché de gros de l'accès central a également conduit à la conclusion que chaque câblo-opérateur disposait d'une puissance significative sur le marché de l'accès central sur le réseau câblé dans sa zone de couverture. De ce fait, un certain nombre d'obligations lui ont été imposées, dont l'obligation de fournir des inputs de gros à ses concurrents. L'accès de gros au réseau central des câblo-opérateurs permet à un opérateur alternatif de construire des offres de détail à haut débit. Il

[341] Note explicative, page 7.

permet également à l'opérateur alternatif de développer son propre service de téléphone fixe sur le câble[342].

631. Par contre, les inputs dont la fourniture a été imposée aux câblo-opérateurs ne permettent pas à un opérateur alternatif de commercialiser des offres de détail de radiodiffusion.

632. Sur les réseaux câblés, les services haut débit reposent sur la technologie Eurodocsis, tandis que les services de radiodiffusion reposent sur la technologie DVB-C (Digital Video Broadcasting – Cable).

633. Du point de vue de la demande, un opérateur alternatif ne remplacerait pas un accès de gros à la radiodiffusion par un accès de gros au haut débit. Ces deux services ont en effet des fonctionnalités très différentes. Ces deux services répondent plutôt à une logique de complémentarité, comme en témoigne la proportion d'offres groupées sur le marché.

634. Du point de vue de l'offre, un câblo-opérateur offrant uniquement des services d'accès de gros au haut débit ne pourrait pas offrir des services d'accès de gros à la radiodiffusion sans encourir des coûts et des délais substantiels. Il devrait pour cela déployer la technologie DVB-C dans son réseau, ce qui suppose l'acquisition et le déploiement des équipements[343] ainsi que, pour le personnel, l'acquisition des compétences nécessaires à gérer ces équipements.

635. L'accès central basé sur la technologie Eurodocsis n'est pas en mesure de supporter des offres de télévision linéaire comparables à celle des câblo-opérateurs via le DVB-C. Dans la pratique, cela résulterait en une offre de télévision linéaire OTT en direct, développée en remplacement des services de télévision numérique classiques. Mais la capacité disponible sur le réseau n'est pas suffisante pour cela. Selon le rapport Digimeter[344] de 2016, 41,3 % des Flamands regardent la télévision entre une à trois heures, tandis que 36,1 % la regardent plus de trois heures. De même, on relève que la consommation quotidienne de la télévision linéaire au sud du pays est de 3h19 en 2016[345]. Il est dès lors vraisemblable que le téléspectateur moyen regarde la télévision pendant 2 heures chaque jour de la semaine. Vu l'offre actuelle de chaînes HD, l'on peut raisonnablement supposer que, pendant ces 2 heures[346], le téléspectateur moyen regarde du contenu audiovisuel HD. Le CSA estime que le contenu audiovisuel HD nécessite un débit de 6 Mbps[347]. Le développement d'une telle offre de

[342] Même en l'absence d'un accès de gros aux services EuroPacketCable, un opérateur alternatif peut développer par ses propres moyens une offre de téléphone fixe *over-the-top*.

[343] Dans le cas de Telenet, il s'agirait par exemple d'installations DVB-C dans les 48 têtes de réseau afin d'atteindre l'ensemble de sa zone de couverture.

[344] https://www.imec-int.com/nl/digimeter-2016/download.

[345] http://www.rmb.be/study/18977-Barom%C3%A8tre+TV+%3A+crosstabs.html.

[346] À l'heure actuelle, il n'existe encore aucune chaîne de télévision linéaire émettant en 4K ou en qualité ultraHD en Belgique ; Netflix propose cela en Belgique, mais uniquement aux clients qui ont souscrit à l'abonnement le plus cher. Aux Pays-Bas, il existe toutefois déjà une chaîne, Xite, qui propose chez KPN une qualité 4K. Des chaînes 4K existent également en Allemagne, en France et au Royaume-Uni. Étant donné que la 4K n'est pas encore disponible en Belgique, elle n'est pas prise en compte, mais lorsque ce sera le cas, l'impact sur la consommation de données correspondante sera considérable en raison du fait que la 4K nécessite un débit de 30 Mbps au lieu de 6 Mbps pour la HD.

[347] Cette valeur peut varier selon l'écran utilisé : smartphone, tablette, ordinateur ou télévision numérique HD. Le CSA utilise la valeur contenue dans l'offre de référence multicast.

télévision linéaire entraînerait par conséquent une consommation de données supplémentaires de 158 GB[348] par écran. Selon une enquête de l'IBPT menée auprès des consommateurs, 42 % des ménages belges possèdent deux postes de télévision ou plus. À supposer qu'ils téléchargent le contenu audiovisuel pour ces appareils via Internet, il convient de multiplier pour eux la consommation totale de données par le nombre de postes de télévision.

636. Ce n'est pas que du point de vue du client de détail, qui bénéficie aujourd'hui d'un volume de données allant de 100 GB[349] à un volume illimité[350], que l'impact d'un service de télévision OTT linéaire sur le volume de données disponible est grand. Cela peut également avoir un impact considérable sur le réseau même, donc du point de vue du câblo-opérateur. Ce dernier dimensionne son réseau en fonction de l'utilisation pendant les heures pleines. Dans la pratique, il attribue à chaque utilisateur une certaine consommation de données constante moyenne. Par exemple, le client d'un profil de consommation faible a une consommation de données moyenne de 100 kbps[351], le client d'un profil moyen arrive à 500 kbps et un profil élevé à 1 000 kbps. Cette valeur semble très faible par rapport aux vitesses maximales (jusqu'à 200 Mbps) proposées, mais cela est dû au fait que les vitesses très élevées ne sont utilisées que très brièvement et seulement lorsque cela s'avère nécessaire. Le câblo-opérateur dimensionne son réseau de manière à ce que la somme totale de tout ce trafic de données moyen puisse être traitée par son réseau.

637. Toutefois, si tous ces consommateurs commencent subitement à utiliser des services de télévision linéaire « over-the-top », l'utilisation de cette vitesse doit être prise en compte dans la consommation de données moyenne. En sachant qu'une chaîne HD utilise environ 6 Mbps, cela signifie que la consommation moyenne en période de pic augmente tout à coup à respectivement 6,1 Mbps, 6,5 Mbps et 7 Mbps. Même si les évolutions futures au niveau du codec peuvent réduire de moitié la valeur de 6 Mbps à 3 Mbps, il est toujours question de multiplication par quatre au moins du trafic en période de pic. Cela représenterait une charge très lourde sur le réseau des opérateurs. Cela aurait un impact considérable sur la performance du segment de réseau qui est raccordé à ce nœud spécifique, influençant la qualité du réseau. Les conséquences potentielles sont une connexion large bande plus lente, des interruptions de service, l'absence d'interactivité sur la set-top-box,... Ces conséquences se répercutent sur la connexion large bande de tous les clients finals raccordés au même nœud et pas seulement sur celle des utilisateurs finals de l'offre de télévision linéaire OTT en direct. Et ce, en raison de la nature partagée du réseau.

638. Cette conclusion est également étayée par la section 5.3.7 « Substituabilité des services de télévision numérique par le câble et des services linéaires payants 'over-the-top' » dans l'analyse du marché de détail de la radiodiffusion. Aucune substituabilité n'a été trouvée entre les deux services en raison de l'absence d'offre et d'une faible propension à l'intégration. Le CSA ne prévoit pas, à l'horizon de la

[348] 6 Mbps x 0,125 (bytes/bit) x 3 600 (sec/h) x 2 (h/jour) x 30 (jour/mois) / 1 024 (MB/GB) = 158 GB.

[349] Le profil Toudoo de VOO.

[350] Toutes les offres illimitées sont toutefois soumises à une obligation « Fair Use Policy » dans leurs conditions générales. Cela signifie que l'on attend de l'utilisateur qu'il utilise sa connexion de manière raisonnable. Certains câblo-opérateurs utilisent à cet effet une limite concrète stricte au-delà de laquelle des mesures sont prises, d'autres pas.

[351] Les nombres suivants sont indicatifs.

présente analyse, le lancement d'offres de télévision linéaire OTT suffisamment comparables aux offres actuelles de télévision linéaire.

639. Il existe dès lors une demande pour un accès de gros à la radiodiffusion sur câble, dérivée de la demande de services de radiodiffusion sur le marché de détail.

chapitre 10. DÉFINITION DU MARCHÉ DE PRODUITS

10.1. PRODUIT DE RÉFÉRENCE

640. Le CSA définit dans la présente section le produit de référence (« focal product ») pour la définition du marché de l'accès de gros à la radiodiffusion sur les réseaux câblés. Les sections suivantes examineront dans quelle mesure il est justifié d'inclure d'autres produits dans ce marché.

641. Le CSA considère que la combinaison de l'accès à la plateforme de télévision numérique et de la revente de l'offre de télévision analogique constitue le produit de référence :

641.1. L'offre combinée de la télévision numérique et de la télévision analogique est la pratique des principaux câblo-opérateurs du pays. Seule SFR a supprimé son offre de télévision analogique dans sa zone de couverture bruxelloise.

641.2. Il convient de rappeler que les utilisateurs de la télévision par le câble qui passent aux offres numériques peuvent continuer à utiliser leur service de télévision analogique. Un mélange des deux technologies est donc proposé aux utilisateurs (aussi longtemps que l'offre de télévision analogique n'est pas supprimée).

641.3. Cette combinaison permet aux opérateurs de gros de proposer des services de télévision analogique et numérique, tout comme les câblo-opérateurs.

641.4. Dans un réseau câblé HFC, l'utilisateur final reçoit toujours la totalité des signaux électriques de toutes les chaînes de télévision analogique et numérique disponibles. Lorsqu'un utilisateur final regarde une chaîne déterminée, cela signifie que seuls les signaux électriques de cette chaîne déterminée sont transformés en image. Un changement de chaîne ne signifie donc pas pour autant que les signaux électriques en question ne sont plus reçus. Un changement de chaîne a pour seule conséquence que d'autres signaux électriques sont transformés en image. D'un point de vue technique, les signaux de télévision analogique et numérique sont toujours présents partout. Une analyse de substituabilité de la revente de services de télévision analogique et de l'accès à la plateforme de télévision numérique serait vide de sens en raison de ce caractère indissociable et n'est donc pas réalisée.

10.2. SUBSTITUABILITÉ DE L'ACCÈS DE GROS À LA RADIODIFFUSION SUR CÂBLE ET PLATEFORMES DE TÉLÉVISION ALTERNATIVE (SATELLITE, IPTV)

<u>Substituabilité du côté de la demande</u>

642. L'accès de gros à la radiodiffusion sur câble n'est pas substituable à d'autres formes d'accès de gros à la radiodiffusion tels que le satellite ou le multicast.

643. **Le satellite** ne constitue pas un substitut satisfaisant. L'analyse du marché de détail de la radiodiffusion a révélé que les utilisateurs ne considèrent pas la télévision par satellite comme un

service suffisamment comparable à la télévision par câble. Le CSA renvoie à ce propos à l'analyse de substituabilité entre télévision par câble et télévision par satellite sur le marché de détail (cf. section 5.3.5). De ce fait, un opérateur désireux d'offrir des services de radiodiffusion au plus grand nombre d'utilisateurs ne considèrera pas un service de gros d'accès au satellite comme suffisamment substituable à un accès de gros à la radiodiffusion sur les réseaux câblés.

644. De plus, une migration d'un accès à la plateforme de télévision numérique vers une offre de télévision par satellite entraînerait d'importants investissements pour l'opérateur alternatif. Il doit remplacer l'équipement existant (set-top-box et modem) chez tous ses clients finals par un nouvel équipement (une antenne parabolique, une set-top-box, une connexion large bande et un modem). Rechercher des fournisseurs, déterminer la forme sous laquelle cet équipement se présentera, développer l'interface utilisateurs sur la set-top-box, le développement technique du matériel, les tests, l'implémentation et le déploiement sont autant d'éléments qui font qu'en cas de hausse tarifaire permanente mais légère de l'accès à la plateforme de télévision numérique, un bénéficiaire n'aura pas tendance à migrer vers une offre par satellite.

645. La télévision par satellite ne permet pas de proposer des services interactifs tels que le visionnage en différé ou la VoD. Une connexion large bande et le modem correspondant sont nécessaires à cet effet. Cela signifie qu'un opérateur alternatif qui souhaite migrer vers une offre par satellite, devra demander, outre l'accès au satellite, un accès à un opérateur de réseau (comme Proximus, Telenet (SFR inclus) Brutélé ou Nethys) qui propose un accès Internet. Cela signifie que l'opérateur alternatif doit demander un accès à deux services différents auprès de deux fournisseurs de gros différents(et donc payer deux services de gros).

646. Pour toutes ces raisons (remplacement de l'équipement terminal chez le client final, support de deux réseaux d'accès et absence d'intérêt de la part du client final), le CSA conclut que l'accès à la plateforme de télévision numérique et aux services de télévision par satellite ne sont pas substituables du côté de la demande. Cette conclusion est confirmée par un exemple concret sur le marché belge. En 2010, Orange (à l'époque, Mobistar) a lancé une offre par satellite (« Starpack »). L'offre n'est jamais parvenue à séduire plus de 34 000 clients et a été stoppée en 2013 déjà.

647. **L'accès au multicast ou à la plateforme IPTV de Proximus** permet, de même que l'accès à la plateforme de télévision numérique des câblo-opérateurs, de distribuer des signaux de télévision aux utilisateurs finals. Cependant, l'accès au multicast ou à la plateforme IPTV de Proximus ne constitue pas une solution satisfaisante pour un opérateur alternatif qui souhaite commercialiser des offres groupées associant haut débit et télévision. En l'absence d'une offre d'accès de gros à la radiodiffusion sur les réseaux câblés, cet opérateur alternatif devrait acquérir des inputs de gros pour le haut débit et pour la radiodiffusion auprès de deux fournisseurs différents. Il subirait de ce fait le handicap de devoir supporter le coût de 2 accès de gros. L'expérience a par ailleurs montré que l'accès au multicast ou à la plateforme IPTV de Proximus ne constituait pas non plus une solution satisfaisante pour un opérateur alternatif qui souhaite commercialiser des offres de radiodiffusion standalone. Une offre IPTV standalone peut difficilement être compétitive sur le marché de détail par rapport aux offres de radiodiffusion sur câble, du fait que le service IPTV exige nécessairement une connexion haut débit sous-jacente. Cela explique que Proximus n'a jamais commercialisé activement d'offre IPTV standalone.

648. Une migration d'un accès à la plateforme numérique vers une offre multicast entraînerait en outre d'importants investissements pour l'opérateur alternatif étant donné qu'il devra remplacer, chez tous ses clients finals, l'équipement existant (modem et set-top-box pour un réseau câblé) par un nouvel équipement (modem et set-top-box pour un réseau de cuivre). Rechercher des fournisseurs, déterminer la forme sous laquelle cet équipement se présentera, développer l'interface utilisateurs sur la set-top-box, le développement technique du matériel, les tests, l'implémentation et le déploiement sont autant d'éléments qui font qu'en cas de hausse tarifaire permanente mais légère de l'accès à la plateforme de télévision numérique, un bénéficiaire n'aura pas tendance à migrer vers une offre multicast.

649. Il n'est pas non plus garanti que chaque client final soit raccordé tant au réseau de cuivre qu'au réseau câblé, ce qui fait qu'une migration entraînera le rejet de clients existants qui doivent être remplacés par de nouveaux clients. Étant donné que la recherche de nouveaux clients est plus intensive en capital que le fait de garder des clients existants, la migration entraînera une perte supplémentaire.

650. Certains répondants à la consultation contestent les conclusions du test de substituabilité ci-dessus. Ces critiques reposent notamment sur les arguments suivants :

- L'hypothèse de base (la migration d'un opérateur alternatif d'un service à l'autre) ne serait pas pertinente ;
- Le CSA applique un raisonnement circulaire afin de réglementer la radiodiffusion télévisuelle sur le câble ;
- Les coûts de migration sont surestimés ;
- L'accès au multicast ou l'accès à la plateforme IPTV ne sont pas traités, ce qui fait que le marché reste effectivement limité aux câblo-opérateurs ;
- L'absence d'une analyse de la contrainte indirecte.

Selon certains opérateurs, il conviendrait de prendre pour hypothèse un nouvel entrant sur le marché et non un opérateur existant qui doit changer de fournisseur. Dans les circonstances propres au marché belge, le CSA considère que la migration d'un opérateur alternatif d'un service à l'autre est l'hypothèse la plus adéquate qui doit fonder l'analyse de substituabilité. Pour définir un marché, il convient de prendre en considération deux contraintes concurrentielles principales que sont i) les possibilités de substitution du côté de la demande et ii) les possibilités de substitution du côté de l'offre. Le sens du mot « substitution » est bien, selon le cas, que l'acheteur ou le vendeur remplace un produit par un autre. Ceci ressort tant du cadre sectoriel (les lignes directrices PSM) que du droit de la concurrence (la communication sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence). Ces textes font abondamment usage de termes tels que « substituer », « remplacer », « pertes de ventes », « interchangeabilité », « se tourner vers des produits de substitution », « clients » qui tous indiquent qu'il est pertinent d'adopter le point de vue d'une personne qui achète déjà les produits analysés. Le CSA n'aperçoit pas de raisons pour lesquelles l'hypothèse devrait être différente selon qu'on analyse un marché de détail ou de gros[352]. Il n'aperçoit pas non plus de raisons pour lesquelles l'hypothèse devrait être différente selon qu'on analyse un

[352] Si les lignes directrices PSM utilisent parfois le terme « consommateur », elles énoncent toutefois (point 1) « les principes sur lesquels les autorités réglementaires nationales (ARN) doivent fonder leur analyse des marchés », or les marchés que les ARN doivent analyser sont principalement des marchés de gros.

marché dans un cadre *ex ante* ou *ex post*. Dans le domaine du contrôle des concentrations (qui, comme la régulation sectorielle, intervient *ex ante*), la Commission a par exemple considéré[353] que la substituabilité du côté de la demande était limitée lorsque des exigences très strictes étaient nécessaires pour assurer la compatibilité avec les équipements des clients et que les clients devaient faire face à des difficultés techniques et économiques pour migrer vers des matériaux alternatifs. Dans le cas en question, les clients industriels devaient acheter de nouveaux équipements ou modifier substantiellement leurs équipements existants, ainsi qu'engager des coûts de recherche et de test de produits. De même, il apparaît clairement que, dans le cadre de l'examen d'un recours à l'encontre d'une décision *ex ante* de l'Ofcom, tant le Competition Appeal Tribunal que l'Ofcom considèrent que les coûts de migration pour les clients existants sont un facteur pertinent dans l'évaluation de la substituabilité[354]. Ces exemples démontrent la pertinence du point de vue d'un opérateur existant et la pertinence des facteurs pris en considération par le CSA pour analyser la substituabilité. En outre, il n'y a pas eu d'entrées significatives sur le marché belge dans les années récentes. Le principal opérateur alternatif qui est entré sur le marché sur le marché fixe (Internet et TV) est Orange, dont la part de marché se situe actuellement dans l'intervalle [0-5]%. Compte tenu de l'absence ou de la rareté des entrées au cours des années récentes et, au contraire, de différents retraits du marché (Billi, Snow), une future entrée significative[355] est improbable dans les circonstances présentes. Dès lors, à l'horizon de la présentre analyse, il faut conclure que, dans le contexte belge, il n'est pas approprié de baser l'analyse de substituabilité sur l'impact d'un nouvel entrant hypothétique. Pour plus de détails concernant ce point méthodologique, il est renvoyé aux points 1594 et suivants de la décision de la CRC sur l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle.

651. Dans sa réponse à la consultation, un opérateur a noté que le régulateur tient seulement compte, lorsqu'il affirme que l'IPTV ne constitue pas une alternative pour la CATV, du scénario d'un opérateur alternatif qui choisit de revendre des services large bande de détail via le câble et qui, en l'absence d'offre de radiodiffusion de gros sur le câble, serait obligé de combiner deux plateformes. Le répondant estime que l'analyse de substituabilité ne doit toutefois pas se baser sur la supposition que, en l'absence de réglementation, un des produits de gros ne serait pas présent sur le marché étant donné qu'il s'agit d'un raisonnement circulaire.

652. Le CSA estime avoir choisi le scénario « greenfield » le plus vraisemblable sur la base des expériences passées. Il est incontestable qu'aucun marché de gros n'existait sur le câble avant l'analyse de marché réalisée par les régulateurs en 2011, dans laquelle l'accès à la plateforme de radiodiffusion et l'accès large bande correspondant ont été imposés. Les câblo-opérateurs ont uniquement commencé à offrir un tel accès à partir du moment où le régulateur leur a imposé cette obligation. Malgré les demandes d'accès d'opérateurs alternatifs aux câblo-opérateurs concernés, ceux-ci n'ont pas réussi à obtenir l'accès à leurs plateformes afin de pouvoir proposer un service quelconque. Ensuite, le risque est réel que les câblo-opérateurs concernés retirent aussi rapidement ces produits de gros ou les rendent moins intéressants pour les opérateurs alternatifs si aucune réglementation n'oblige cet accès.

---

[353] Commission européenne, décision du 20 décembre 2006 dans l'affaire COMP/M.4215 – Glatfelter/ Crompton Assets, points 25 à 32.

[354] Competition Appeal Tribunal, British Telecommunications v Office of Communications (BCMR), 10 novembre 2017. Cf. également lignes directrices PSM 2018, §§ 38-40.

[355] Par « entrée significative », il faut entendre une entrée sur le marché d'un acteur ayant l'ambition et la capacité de capturer une partie non négligeable du marché, par exemple 10%, compte tenu de la nécessité de générer des économies de gammes et d'échelle à terme, et qui a la capacité de faire concurrence aux acteurs existants de manière durable.

653. Il convient à cet égard de renvoyer à la demande d'accès d'Orange au réseau de SFR[356], qui n'a jusqu'à présent pas encore permis un accès effectif. Lors du rachat de SFR par Telenet, l'Autorité belge de la concurrence a explicitement imposé dans ce cadre la condition de reprendre les obligations d'accès en vigueur de l'analyse de marché de 2011. Le régulateur n'a donc pas été imprudent en partant du principe, dans son analyse de substitution, qu'une telle offre de gros ne serait pas présente sur le marché et qu'un opérateur alternatif serait donc contraint de s'approvisionner auprès de deux plateformes différentes, avec toutes les conséquences négatives qui en résultent.

654. Dans sa réponse à la consultation, un opérateur a indiqué que les coûts de migration étaient exagérés pour les raisons suivantes:

654.1. Une augmentation des prix de 5 % à 10% peut seulement être imposée par un fournisseur de gros, lorsqu'il négocie avec un opérateur. Toutefois, à ce moment-là, le parc de CPE existant de cet opérateur est en majeure partie déjà amorti.

654.2. Un opérateur alternatif ne doit pas migrer tous les clients en une seule fois, mais peut le faire progressivement et ainsi répartir les coûts en raccordant par exemple seulement les nouveaux clients au nouveau réseau et en ne migrant les clients existants que lorsque leur contrat arrive à terme ou lorsque le CPE de ce client est amorti.

654.3. Changer de fournisseur de CPE est un coût nécessaire pour un opérateur, parce que celui-ci doit remplacer progressivement ses CPE existants afin de pouvoir offrir de nouveaux services et tenir compte des évolutions technologiques.

654.4. Le risque existe effectivement qu'une maison ne soit pas simultanément raccordée au réseau câblé et cuivre, mais ce risque est estimé à moins de 10 %, ce qui est négligeable pour le répondant.

654.5. L'accès à la télévision analogique n'est pas un avantage concurrentiel.

655. Le CSA ne partage pas cet avis et formule les observations suivantes concernant ces objections.

655.1. Le moment du test SSNIP est lorsque Telenet ou VOO augmenteraient les prix de gros de manière permanente de 5 % à 10 %. Le moment d'une telle augmentation par Telenet ou VOO n'a aucun lien avec le moment des négociations entre un fournisseur CPE et un opérateur. L'on peut donc supposer qu'au moment de

[356] Le 22 décembre 2016, Telenet Group SPRL, une filiale directe de Telenet Group Holding SA, a conclu un accord définitif pour le rachat de Coditel Brabant SPRL, active sous la marque SFR (précédemment Numericable). Cette concentration a été approuvée sous conditions par l'Autorité belge de la concurrence le 12 juin 2017. L'accès à la zone SFR n'a pas encore été mise en œuvre. Un engagement a été pris à cet effet par Telenet dans le contexte de l'approbation de l'acquisition de Coditel par Telenet (voir § 107.3).

l'augmentation des prix, les CPE existants de l'opérateur alternatif ne sont pas amortis.

655.2. Un opérateur alternatif est libre de choisir sa stratégie de migration. La stratégie proposée semble toutefois indifférente à l'augmentation du prix de gros, étant donné que cela implique qu'un opérateur alternatif peut et souhaite attendre que ses clients finals existants soient à la fin de leurs contrats ou aient un CPE obsolète. Toutefois, plus la migration dure, plus l'opérateur alternatif doit payer le prix majoré longtemps, maintenir deux interfaces IT différentes, offrir deux installations et deux supports de réparation différents, exploiter deux environnements CPE différents, entretenir deux réseaux différents, etc. En d'autres termes, du point de vue des coûts, l'opérateur alternatif a tout intérêt à ce que la période de migration soit la plus courte possible. En tout état de cause, si la stratégie de migration implique que l'opérateur alternatif doit supporter la hausse du prix de gros de 5 à 10%, cela ne correspond pas à une analyse de substituabilité (test SSNIP) au sens du droit de la concurrence.

655.3. Le CSA reconnaît que les CPE doivent être remplacés à un certain moment, compte tenu des évolutions technologiques, mais cela coïncidera rarement avec la modification des prix. La substituabilité doit être envisagée de manière générale et non pas dans des circonstances idéales mais peu fréquentes.[357]

655.4. Le répondant considère la perte de clients en cas de migration entre le câble et l'IPTV comme négligeable. Sur base des données relatives à la couverture, l'IBPT estime la perte de clients entre 10 et 20%, ce qui peut difficilement être considéré comme négligeable.

655.5. Dans l'analyse de substituabilité des services de télévision analogique et numérique au chapitre concernant les marchés de détail, le CSA a répondu de manière approfondie à la critique selon laquelle il aurait exagéré l'importance de la télévision analogique.[358] Le CSA a conclu à ce niveau que les deux services appartiennent au même marché et a noté *« que l'analyse qui précède aborde déjà l'évolution du nombre de clients achetant la télévision analogique. Ce groupe a diminué pendant la période de réglementation précédente. Néanmoins, 62 % des clients de la radiodiffusion télévisuelle reçoivent toujours à l'heure actuelle la télévision analogique. »* Le CSA a aussi expliqué que l'avantage compétitif procuré par la télévision analogique résidait dans la disponibilité d'une base de clientèle à migrer vers la télévision numérique et dans la plus grande facilité à vendre des services aux utilisateurs qui ont plusieurs téléviseurs.

---

[357] Idéalement, un opérateur alternatif discuterait en effet du prix, de l'apparence, de la fonctionnalité, du logiciel etc. de son nouveau CPE à la fin de la période d'amortissement des CPE existants. Toutefois, du fait de l'augmentation des prix en question, l'opérateur alternatif est probablement obligé de le faire plus rapidement ou, en d'autres termes, lorsque ses CPE existants ne sont pas encore amortis. Le risque existe donc que les CPE existants représentent encore à ce moment-là trop de valeur pour envisager une migration.

[358] Voir la section 5.3.3.

656. Un répondant explique que le CSA néglige le marché de gros de l'accès au multicast ou la plateforme de télévision. De ce fait, la définition du marché géographique est erronée, ce qui amène le répondant à conclure que de cette manière une réglementation permanente est imposée en définissant systématiquement des mini-marchés conformément à l'infrastructure du réseau de l'opérateur concerné.

657. Le CSA ne marque pas son accord sur ce point. Le régulateur suit les procédures établies, telles que déterminées par la réglementation européenne et nationale en matière de définition du marché. Selon cette méthodologie, le régulateur arrive aux conclusions observées ci-dessus.

657.1. Premièrement, l'importance du multicast ou de l'accès à la plateforme IPTV a été reconnue par le régulateur. Suite à cette analyse, la fourniture d'un accès multicast ou d'un accès à la plateforme IPTV a été imposée à Proximus. Le répondant semble critiquer l'absence de définition d'un marché du multicast ou de l'accès à la plateforme IPTV mais reste en défaut d'expliquer en quoi cela aurait été susceptible de conduire à des conclusions différentes de celles de la présente analyse.

657.2. Deuxièmement, l'accès au multicast ou à la plateforme de télévision est effectivement considéré dans l'analyse de substituabilité. La conclusion est toutefois qu'ils n'appartiennent pas au même marché, pour les raisons décrites aux paragraphes qui précèdent. C'est donc à juste titre que le CSA ne tient pas compte de l'accès au multicast ou à la plateforme de télévision dans la suite de ce chapitre. Étant donné que la prémisse du répondant est erronée, le CSA ne s'étend pas davantage concernant les conséquences que le répondant a associées à cette erreur.

658. Un des répondants à la consultation a critiqué l'absence d'une analyse de la contrainte indirecte que pourrait exercer l'IPTV de Proximus sur les produits de gros TV des câblo-opérateurs. Le CSA observe d'une part, qu'il n'existe pas de produit de détail télévision *standalone* chez Proximus et, d'autre part, que Telenet ne vend de facto pas d'offres de gros de télévision *standalone*, même si le produit existe dans son offre de référence. Dans de telles circonstances, un test de contrainte indirecte pour le marché de gros de la radiodiffusion en tant que tel n'a pas de sens.

659. Les offres de gros de Telenet incluant une composante haut débit et une composante TV pourraient éventuellement subir une contrainte indirecte de la part des offres de détail correspondantes de Proximus. Le CSA a procédé à une évaluation de cette contrainte et constate que la perte réelle est inférieure à la perte critique, même en utilisant des valeurs conservatrices[359].

660. En raison du remplacement de l'équipement terminal chez le client final, du support de deux réseaux d'accès et de l'incertitude concernant le raccordement du client final, le CSA conclut que l'accès à la

[359] Le CSA a utilisé une élasticité de -1,6 (borne inférieure de l'élasticité-prix calculée par le consultant Tera pour les offres incluant le haut débit et la télévision sur le câble), une marge de 100 % (qui maximise la perte critique). L'ARPU utilisé pour Telenet est issu de sa publication « Investors & Analysys Toolkit » ; cet ARPU est conservateur en ce sens qu'il reflète aussi les revenus des clients TV *standalone*. En l'absence de données publiques, l'ARPU de VOO a été estimé de façon conservatrice en utilisant les prix promotionnels.

plateforme de télévision numérique et aux services multicast ne sont pas substituables du côté de la demande. Comme expliqué ci-dessus, il n'existe pas de contrainte indirecte suffisante pour remettre cette conclusion en question.

661. Enfin, le CSA tient encore à signaler que ni la télévision par satellite, ni le multicast ne permettent à un opérateur alternatif de proposer des services de télévision analogique à ses clients finals qui utilisent souvent ce service pour un deuxième ou troisième poste de télévision dans le ménage. En cas de multicast ou de satellite, un bénéficiaire doit vendre ou louer à ses client finals des set-top-boxes supplémentaires pour les services de télévision sur ce deuxième ou troisième poste, ce qui représente une dépense supplémentaire pour le client final et donc un obstacle supplémentaire à la substituabilité de l'accès à la plateforme de télévision numérique aux plateformes de télévision alternative.

662. Pour ces motifs, le CSA conclut que l'accès à la plateforme de télévision numérique et aux plateformes de télévision alternative ne sont pas substituables du côté de la demande.

Substituabilité du côté de l'offre

663. La probabilité que Proximus (en tant que fournisseur de multicast ou d'accès à la plateforme de télévision numérique) ou des opérateurs de télévision utilisant un satellite pour des services de radiodiffusion (comme TV Vlaanderen ou TéléSAT) proposent à l'avenir des services de télévision de gros via un câble coaxial est inexistante étant donné que ni l'une ni les autres ne disposent d'un réseau câblé HFC. Les coûts de déploiement d'un tel réseau câblé HFC ne peuvent pas être récupérés par la fourniture de services de télévision de gros au cours de la période de régulation prévue. À cet égard, les câblo-opérateurs possèdent une infrastructure non duplicable.

664. C'est pourquoi le CSA conclut qu'il n'y a pas de substituabilité du côté de l'offre entre l'accès à la plateforme de télévision numérique et aux plateformes de télévision alternative (satellite, IPTV).

Conclusion

665. Le CSA conclut qu'il n'y a de substituabilité ni du côté de la demande, ni du côté de l'offre entre l'accès à la plateforme de télévision numérique et aux plateformes de télévision alternative (satellite, IPTV). Par conséquent, l'accès à la plateforme de télévision numérique et aux plateformes de télévision alternative (satellite, IPTV...) ne relèvent pas du même marché pertinent de produits pour la présente analyse.

10.3. ELÉMENTS D'ANALYSE COMPLÉMENTAIRES DANS L'HYPOTHÈSE D'UN MARCHÉ DE GROS DE LA RADIODIFFUSION ÉLARGI

Caractère improbable de cette hypothèse

666. Le CSA considère qu'il n'y a pas lieu d'examiner l'hypothèse d'un marché de gros de la radiodifusion élargi, en particulier élargi à la principale plate-forme alternative qui est l'IPTV . Le CSA démontre suffisamment à la section 10.2 que l'offre de gros IPTV n'est pas substituable à une offre de gros de radiodiffusion sur câble, de sorte que l'hypothèse d'une définition de marché différente est

particulièrement improbable. Or l'obligation de motivation ne peut conduire à devoir démontrer les hypothèses les plus improbables. Ce caractère improbable découle des pratiques commerciales sur les marchés de détail et des caractéristiques technologiques et économiques des réseaux sous-jacents.

667. L'analyse des marchés de détail du haut débit et de la radiodiffusion a illustré abondamment le phénomène des offres groupées associant haut débit et radiodiffusion, ainsi que la stratégie commerciale des opérateurs en la matière (cf. section 6.4.4.). Il a en particulier été mentionné que 73% des abonnés à la télévision achètent la télévision numérique dans le cadre une offre conjointe, tandis que 84% des abonnés à la large bande fixe achètent ce service dans le cadre d'une offre conjointe.

668. Le CSA a constaté ci-dessus (cf. Chapitre 9.) que l'analyse du marché de gros de la radiodiffusion était justifiée par l'existence d'une demande pour un accès de gros à la radiodiffusion sur câble, dérivée de la demande de services de radiodiffusion sur le marché de détail. Ce constat découlait en particulier du fait que l'accès central basé sur la technologie Eurodocsis n'est pas en mesure de supporter des offres de télévision linéaires comparables à celle des câblo-opérateurs via le DVB-C. Autrement dit, les inputs dont la fourniture a été imposée aux câblo-opérateurs sur le marché de l'accès central ne permettraient pas à un opérateur alternatif de commercialiser des offres de détail de radiodiffusion, seules ou dans le cadre d'offres groupées.

669. Il est dès lors tout à fait improbable qu'un opérateur alternatif qui serait déjà bénéficiaire d'un accès haut débit via le câble et qui souhaiterait bénéficier en complément d'un accès de gros de la radiodiffusion en vue de commercialiser des offres groupées combinant haut débit et radiodiffusion, demande pour cela accès à une plateforme IPTV. En effet, cela l'obligerait à acquérir des inputs de gros pour le haut débit et pour la radiodiffusion sur deux infrastructures différentes et auprès de deux fournisseurs différents ; il subirait de ce fait le handicap de devoir supporter le prix d'accès à ces deux infrastructures .

670. Il ressort au contraire des constatations qui précèdent une complémentarité forte et spécifique entre la demande d'accès aux services de gros sur les réseaux câblés utilisables pour fournir du haut débit et de la télévision, en particulier dans le cadre d'offres groupées, lesquelles constituent présentement la stratégie généralement privilégiée par les principaux opérateurs.

671. L'expérience a par ailleurs montré que l'accès au multicast ou à la plate-forme IPTV ne constituait pas non plus une solution satisfaisante pour un opérateur alternatif qui souhaite commercialiser des offres de radiodiffusion standalone. Une offre IPTV standalone peut difficilement être compétitive sur le marché de détail par rapport aux offres de radiodiffusion sur câble, du fait que le service IPTV exige nécessairement une connexion haut débit sous-jacente. Cela explique que Proximus n'a jamais commercialisé activement d'offre IPTV standalone.

672. De plus, l'opérateur alternatif qui obtient un accès à une plateforme IPTV dispose de facto de la connexion haut débit sous-jacente, un produit d'accès qui relève du marché de l'accès central sur cuivre et fibre . Contrairement à la technologie Eurodocsis donnant accès au haut-débit via le câble,

un accès de gros central sur cuivre et fibre ne nécessite pas un accès supplémentaire à une autre technologie pour offrir des services de télévision.

673. Une demande pour une offre IPTV standalone en lieu et place d'une offre de radiodiffusion sur câble est dès lors improbable et ne peut donc justifier l'hypothèse d'un élargissement du marché de gros de radiodiffusion.

Eléments d'analyse complémentaires

674. En tout état de cause, dans la mesure où un marché de gros de la radiodiffusion élargi était défini et analysé, le CSA considère que ce marché possèderait un grand nombre de caractéristiques communes avec l'éventuel marché de gros de l'accès central élargi, dont la situation est examinée dans l'analyse de marché de gros large bande de l'IBPT ».

675. Les caractéristiques relevées pour les marchés de détail et de gros (concentration, maturité et homogénéité des produits, barrières à l'entrée, structures de coûts similaires, parts de marché importantes pour Proximus et les câblo-opérateurs…) sont largement tranposables aux marchés de détail et de gros de la radiodiffusion.

676. Un refus d'accès à services de gros de radiodiffusion constitue de manière très probable un point focal de coordination en l'absence de régulation, pour des raisons similaires à celles développées dans le cadre d'un marché de l'accès central élargi. De même, Proximus et les câblo-opérateurs ont un intérêt commun à maintenir leurs marges sur le marché de détail, sur lequel ils pratiquent une stratégie commerciale globalement similaire, ici aussi basée principalement sur les offres groupées.

677. La transparence est élevée tant sur le marché de détail que sur le marché de gros, pour des raisons similaires à celles développées dans le cadre d'un marché de l'accès central élargi.

678. Il existe, au minimum, une forme simple, rapide et crédible de dissuasion qui consiste en la menace implicite de revenir à des conditions normales de concurrence sur le marché de détail.

679. Les clients, les entreprises présentes sur le marché et les concurrents potentiels ne sont pas en mesure de compromettre les résultats attendus d'une coordination sur le marché de gros de la radiodiffusion.

680. Le 25 mai 2018, la Commission européenne a adopté une décision relative aux différents projets qui lui avaient été notifiés par la CRC. Dans cette décision, la Commission ne formule pas d'observations pour ce qui concerne la définition ou l'analyse concurrentielle des marchés de gros de la radiodiffusion télévisuelle. A la lumière des observations formulées par la Commission au sujet du marché de l'accès central, la CRC complète ci-dessous, à titre surabondant, les éléments qui, selon la Commission, pourraient rendre le marché propice à une coordination tacite sur les marchés de gros de la radiodiffusion télévisuelle.

681. Les produits d'accès de gros à la radiodiffusion de Proximus et des câblo-opérateurs sont **relativement homogènes** même si les technologies sous-jacentes (IPTV et DVB-C) sont différentes.

Tous deux permettent de transmettre un grand nombre de canaux numériques (de l'ordre de 70 chez Brutélé et Nethys, de l'ordre de 80 chez Proximus et chez Telenet)[360]. Tous deux permettent de transmettre des chaînes en haute définition. Cette homogénéité des produits se traduit par une substituabilité des offres de détail de Proximus et des câblo-opérateurs, qui a été constatée à la section 5.3.4.

682. L'homogénéité des produits de gros à la radiodiffusion est aussi illustrée par le fait que Base (sous la marque Snow) et Orange ont lancé tour à tour des offres de détail comparables en s'appuyant la première sur un accès de gros au réseau de Proximus, la seconde sur un accès de gros aux réseaux des câblo-opérateurs[361]. L'homogénéité facilite la collusion tacite et notamment l'adoption durable de stratégies commerciales similaires. Avec des produits homogènes, il est plus facile d'atteindre le prix de monopole et la collusion est plus facile à coordonner. L'homogénéité des produits renforce également la transparence étant donné que les acteurs du marché, même s'ils n'observent pas les prix ou quantités de leurs concurrents, peuvent plus facilement déduire les informations pertinentes de leurs propres prix et quantités. Par conséquent, les autorités antitrust interprètent généralement l'homogénéité des produits comme facilitant la collusion[362].

683. En ce qui concerne **la mise en commun d'éléments de réseau** (un facteur qui pourrait renforcer l'interdépendance et donc l'intérêt à la coopération entre opérateurs), la CRC considère que cette caractéristique n'est pas pertinente dans le cas d'espèce. En effet, Proximus et les câblo-opérateurs ne mettent pas d'éléments de réseau en commun. Cela n'empêche cependant pas l'existence de liens et d'interactions entre eux, comme mentionné aux §§ 1872 et suivants de la décision de la CRC relative à l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle (achats réciproques de services, interactions dans le cadre d'associations professionnelles, contacts multi-marchés).

684. De plus, même si ces opérateurs opèrent des technologies différentes (IPTV pour Proximus, DVB-C pour les câblo-opérateurs), il peut être considéré que **leurs structures de coûts sont globalement similaires**. Bien qu'opérant des technologies différentes, Proximus et les câblo-opérateurs doivent acquérir des inputs similaires (fourreaux et câbles pour leurs réseau longue distance et leur réseau d'accès, équipements électroniques, en particulier la plate-forme de télévision numérique, le système de gestion d'accès conditionnel, les serveurs VOD, et pour leurs utilisateurs, techniciens et ingénieurs, véhicules, acquisition de droits sur le contenu, etc.). Tant la structure de coûts de Proximus que celle des câblo-opérateurs est en outre caractérisée par une forte proportion de coûts fixes[363] et par des investissements réguliers dans l'amélioration de leurs infrastructures (l'infrastructure déployée, notamment le réseau d'accès, sert à la fois pour le haut débit et la radiodiffusion). Pour Proximus comme pour les câblo-opérateurs, la connexion d'utilisateurs supplémentaires au réseau d'accès génère relativement peu de coûts variables. Du fait de leur faible niveau, ces coûts variables ont

[360] La principale différence entre les deux plateformes réside dans le fait que la télévision numérique par le câble est fournie avec la télévision analogique.

[361] Base combinant un accès de gros à la radiodiffusion et un accès central acquis tous deux auprès de Proximus et Orange combinant un accès de gros à la radiodiffusion et un accès central acquis tous deux auprès des câblo-opérateurs).

[362] Ivaldi M., Jullien B., Rey P., Seabright P. and Tirole J., The Economics of Tacit Collusion, Final Report for DG Competition, European Commission, March 2003.

[363] Sur les marchés de télécommunications, les coûts fixes sont en général extrêmement élevés, tandis que les coûts variables ont tendance à être relativement faibles (BEREC report on oligopoly analysis and regulation, BoR (15) 195, décembre 2015, p. 46).

relativement peu d'impact sur la détermination des prix. Il est donc peu probable que d'éventuelles différences entre leurs structures de coûts ne perturbent la poursuite d'une ligne de conduite commune. Prospectivement, le fait que Proximus vise à déployer de la fibre optique en priorité sur les façades (mode de déploiement classique des câblo-opérateurs belges) devrait contribuer à rendre les structures de coûts respectives encore plus similaires. La symétrie des structures de coûts est vérifiée tant sur le marché de détail que sur le marché de gros étant donné que la même infrastructure et les mêmes équipements supportent à la fois les services de gros et les services de détail. Les lignes directrices PSM de 2018 (§ 72) indiquent à ce sujet qu'il peut être plus aisé de parvenir à une compréhension commune des conditions d'une coordination lorsqu'une symétrie relative peut être observée, notamment en termes de structures de coûts. D'autres caractéristiques communes comme le niveau similaire d'intégration verticale et le portefeuille de produits similaire renforcent le niveau de symétrie entre les acteurs du marché et facilitent l'atteinte d'un accord commun.

685. **Le degré d'innovation dans les réseaux** de Proximus et des câblo-opérateurs peut être considéré comme globalement comparable, de sorte qu'il n'est pas de nature à perturber une coordination tacite entre eux. Les marchés des communications électroniques sont caractérisés par l'innovation technique (comme illustré par le déploiement d'un réseau FTTH par Proximus et les investissements de Telenet dans le projet « de Grote Netwerf », la haute définition, l'association avec le haut débit pour fournir des guides de programmes électroniques ou l'accès au contenu via une tablette ou un smartphone, etc.). L'innovation technique pourrait en théorie compliquer la coordination entre les acteurs du marché. Toutefois, dans les conditions du marché de l'accès de gros à la radiodiffusion, l'innovation exige des investissements considérables et qui ne portent fruit qu'à plus long terme. Comme l'innovation/les investissements n'ont pas d'effets significatifs à court terme, il est peu probable qu'une innovation encouragerait Proximus ou un câblo-opérateur à dévier de la stratégie commune (avec des structures de coûts reposant sur une large part des coûts fixes, les deux acteurs pourraient préférer les gains à long terme par rapport à d'éventuels gains à court terme). De plus, les principales décisions d'investissement de Proximus et des câblo-opérateurs sont transparentes, de sorte que les effets des investissements d'un acteur du marché peuvent être anticipés par l'autre acteur, ce qui facilite la collusion.

686. En outre, de manière générale, étant donné la stratégie commune de Proximus et des câblo-opérateurs consistant à la vente d'offres groupées associant haut débit et radiodiffusion et la forte pénétration de ce types d'offres (cf. Chapitre 6), les éléments favorisant une coordination tacite mis en évidence à propos du marché du haut débit (cf. Chapitre 28 de la décision de la CRC relative à l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle) favorisent également une coordination tacite sur les marchés de la radiodiffusion télévisuelle.

687. Le CSA considère par conséquent que, dans l'hypothèse où un marché de gros de la radiodiffusion élargi aurait été défini, il existe des indices suffisamment probants pour conclure à l'existence vraisemblable d'une dominance conjointe de Proximus et des câblo-opérateurs. Par conséquent, la définition d'un marché de gros de la radiodiffusion élargi n'aurait pas conduit à des conclusions différentes s'agissant de l'existence d'opérateurs disposant d'une puissance de marché significative, de l'identité de ces opérateurs puissants et de la nécessité d'imposer une ou plusieurs mesures correctrices appropriées conformément au cadre réglementaire.

688. Les problèmes, de nature tarifaire et non-tarifaire, susceptibles de se produire sur un marché de produits de l'accès de gros à la radiodiffusion élargi peuvent être considérés similaires aux problèmes mis en évidence au Chapitre 16. .

689. Le CSA conclut par conséquent que le point de départ pour l'examen des mesures correctrices appropriées ne serait pas différent si l'on considérait un marché de gros élargi à la principale plate-forme alternative que constitue l'IPTV au lieu de considérer un marché est limité à l'accès de gros à la radiodiffusion sur les réseaux câblés

chapitre 11. DÉFINITION DU MARCHÉ GÉOGRAPHIQUE

690. Au chapitre précédent, la définition du marché pertinent de produits a été délimitée. Le présent chapitre examinera la portée géographique de ce marché pertinent.

691. À la section 5.4, le CSA a énuméré une série d'éléments à prendre en compte dans le cadre de l'examen des marchés de radiodiffusion, ainsi que dans le cadre de la détermination des mesures correctrices éventuellement nécessaires.

692. En Belgique, plusieurs éléments contribuent à rendre potentiellement nécessaire une segmentation géographique du marché de la radiodiffusion, parmi lesquels :

- les limites des zones de couverture respectives des réseaux câblés ;
- l'organisation administrative et institutionnelle basée sur les régions et les communautés ;
- la répartition des pouvoirs en termes de communications électroniques entre plusieurs régulateurs compétents pour l'Etat fédéral et chaque communauté en Belgique, ainsi que les différences linguistiques entre les différentes régions du pays ;

693. Une segmentation géographique selon la zone de couverture des réseaux câblés peut être recommandée pour le marché de détail pertinent de la radiodiffusion principalement pour les raisons suivantes :

- Absence de substitution des offres de radiodiffusion des réseaux câblés du côté de l'offre et de la demande ;
- Hétérogénéité des conditions de concurrence entre les zones câblées ;
- Hétérogénéité des règles historiques et de la réglementation.

694. Pour des informations plus détaillées concernant l'argumentation de chacun de ces points, le CSA renvoie au chapitre 5. Dans ce même chapitre, le CSA termine en déclarant qu'une conclusion relative à une segmentation géographique potentielle par zone de couverture des câblo-opérateurs respectifs n'est pas nécessaire sur le marché de détail des services de radiodiffusion parce que ce *« n'est pas nécessaire pour procéder ensuite à une analyse éclairée des marchés de gros amont. En effet, la situation concurrentielle ne diffère pas fondamentalement selon qu'elle est analysée au niveau national ou au niveau de la zone de couverture des câblo-opérateurs. »*

695. Comme précisé par la Commission européenne dans la communication sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence[364] et dans les lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché[365], un marché géographique pertinent est *« le territoire sur lequel les entreprises concernées sont engagées dans la fourniture ou la demande des produits ou*

[364] § 8 de la communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence (Journal officiel N° C 372 du 9/12/1997, p. 0005 - 0013).

[365] Lignes directrices PSM 2018, § 48.

services pertinents, où elles sont exposées à des conditions de concurrence similaires ou suffisamment homogènes et qui se distingue des territoires voisins sur lesquels les conditions de concurrence sont sensiblement différentes ». Pour plus de contexte juridique, le CSA renvoie au chapitre « Méthodologie ».

696. Ces éléments sont examinés en détail ci-dessous.

11.1. ABSENCE DE SUBSTITUTION DES OFFRES DE RADIODIFFUSION DES RÉSEAUX CÂBLÉS DU CÔTÉ DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE

697. Un élément clé de l'analyse de la dimension géographique du marché est l'absence de substitution directe du côté de l'offre et de la demande entre les offres des réseaux câblés, conformément aux articles 57 et 58 des lignes directrices PSM 2002 de la Commission européenne sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché[366]. Ceux-ci sont situés dans des zones de couverture géographique différentes, d'où l'absence de concurrence directe entre les câblo-opérateurs. Un client qui se trouve dans la zone de couverture de Telenet ne peut pas simplement s'adresser à Nethys pour demander un raccordement de son habitation étant donné que le réseau de Nethys ne s'étend pas sur le réseau de Telenet.

<u>Substitution du côté de la demande</u>

698. Concernant la substitution de la demande, l'on peut dire que si un câblo-opérateur situé dans la zone « A » augmente ses tarifs de gros de 5 % à 10 %, un opérateur bénéficiaire dans cette zone câblée ne peut pas passer chez un câblo-opérateur établi dans une zone « B » parce que le câblo-opérateur de cette zone « B » n'a pas accès au client dans la zone « A » étant donné qu'il ne dispose pas de réseau propre à cet endroit. Par conséquent, les offres des câblo-opérateurs ne sont pas substituables du côté de la demande. Un bénéficiaire confronté à une hausse de prix ne peut pas décider de migrer vers les services d'un opérateur dans une autre zone de couverture.

699. Ce fait est également invoqué par le Conseil de la concurrence dans l'affaire de la fusion Brutélé/Tecteo[367] :

> *« Toutefois, du côté des sociétés de télédistribution via le câble coaxial, l'activité de distributeur est conditionnée par l'accès exclusif à la clientèle située sur son territoire, ces sociétés (majoritairement des intercommunales) n'ayant pas accès à la clientèle desservie par un autre opérateur. Les parties à l'opération ne sont donc, selon les parties, en aucun cas des concurrents, sur aucun des marchés de l'audiovisuel, ni entre elles ni par rapport aux autres sociétés de télédistribution via le câble coaxial. Avant l'opération, le marché se caractérisait par l'existence d'une multitude de réseaux locaux aux dimensions très inégales ».*

[366] Cf. lignes directrices PSM 2018, § 47.

[367] Conseil de la concurrence, décision 2008-C/C-05 du 31 janvier 2008, Affaire Conc-C/C-07/0028, Tecteo/Brutele-Câble wallon, par. 112.

700. La conclusion à laquelle le Conseil de la concurrence est arrivé concernant le marché de détail reste valable au niveau du marché de gros.

701. Malgré certaines annonces telles que celle de Vivaqua[368] ou du gouvernement flamand[369], **il reste incertain qu'un opérateur puisse déployer une nouvelle infrastructure** d'accès à la radiodiffusion, parallèle à celle des câblo-opérateurs, à l'horizon de la présente analyse sur une échelle telle qu'elle remettrait en question la position des câblo-opérateurs sur le marché d'accès à la radiodiffusion. En effet, il est communément reconnu que déployer une nouvelle infrastructure d'accès local exige des investissements et des délais particulièrement importants. Le CSA n'a pas pour l'instant connaissance d'intentions concrètes d'opérateurs alternatifs de déployer de façon indépendante une nouvelle infrastructure d'accès à la radiodiffusion, même à une échelle réduite. Dans un tel degré d'incertitude, il n'existe pas de bases solides pour procéder à une segmentation géographique du marché.

Du côté de l'offre

702. Du côté de l'offre, un câblo-opérateur situé dans la zone « B » ne peut pas facilement entrer sur le marché de la zone « A » à court terme en réaction à une augmentation légère mais significative des tarifs de la zone « A », et ce, en raison des coûts élevés et des longs délais propres à la construction d'une infrastructure d'accès dans la zone « A ». Par conséquent, les offres des câblo-opérateurs situés dans des zones de couverture différentes ne sont pas substituables du côté de l'offre.

703. L'absence de substitution directe du côté de l'offre et de la demande est également confirmée par la Cour d'appel dans son arrêt concernant la révision des conditions imposées par le Conseil de la concurrence suite à la concentration de Telenet/Canal+[370] :

> *« Tout d'abord, TELENET ne démontre pas que la zone de couverture de son infrastructure câblée n'est pas essentiellement régionale. Le service de TELENET est lié à l'infrastructure et est donc limité au niveau régional. TELENET est exclusivement active en Flandre, à l'exception de quelques communes bruxelloises. Aucun autre câblo-opérateur n'est actif dans la zone de couverture de TELENET. Les clients wallons ne peuvent pas se raccorder au réseau câblé de TELENET. Les clients domiciliés en Flandre ne peuvent pas non plus être raccordés au câble en Wallonie. Les zones de couverture des câblo-opérateurs en Belgique sont clairement distinctes les unes des autres et ne se chevauchent pas ou pratiquement pas. » (traduction libre)*

704. La conclusion à laquelle la Cour d'appel est arrivée concernant le marché de détail reste valable au niveau du marché de gros.

---

[368] Il a été annoncé que « Vivaqua Consult » allait placer dans certains égouts bruxellois des câbles à fibre optique qui pourraient être loués et partagés entre différents clients. Selon les informations disponibles, il ne s'agirait cependant pas de fibres optiques allant jusqu'au domicile des usagers (L'Écho, 3 et 6 février 2017).

[369] Voir la section 13.1.5 Concurrence potentielle.

[370] Bruxelles, 17 mai 2011, R.G. 2011/3318.

11.2. ABSENCE D'EFFET MANIFESTE DE SUBSTITUTION EN CHAÎNE ENTRE DEUX RÉSEAUX CÂBLÉS, SITUÉS DANS DES ZONES DE COUVERTURE GÉOGRAPHIQUE DIFFÉRENTES

705. Une question plus complexe est de savoir s'il est possible d'avoir un effet de substitution en chaîne entre câblo-opérateurs. La Commission européenne souligne dans ses lignes directrices sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché que l'existence d'un tel effet de substitution en chaîne peut élargir la définition du marché géographique :

> *« [...], il y a substituabilité en chaîne lorsqu'il peut être démontré que, bien que les produits A et C ne soient pas directement substituables, le produit B peut se substituer au produit A et au produit C et ceux-ci peuvent donc être considérés comme appartenant au même marché de produits, étant donné que la fixation de leur prix pourrait être influencée par la substituabilité du produit B. Le même raisonnement vaut pour la définition du marché géographique. Étant donné le risque inhérent à toute extension excessive du marché pertinent, la présence d'un phénomène de substituabilité en chaîne doit être attestée par des éléments suffisamment probants »*[371].

706. L'absence de substitution directe du côté de l'offre et de la demande entre les zones de couverture des câblo-opérateurs a déjà été démontrée à la section 5.4.1.

707. En principe, la plateforme IPTV existante de Proximus, qui a une couverture quasi nationale et applique un tarif de gros uniforme et national, pourrait exercer une pression concurrentielle indirecte entre les câblo-opérateurs en raison de leur concurrence commune avec Proximus qui opère au niveau national. Mais à l'heure actuelle, il n'existe pas d'offre multicast. En l'absence d'une offre multicast nationale similaire à l'accès à la plateforme de télévision numérique, il ne peut actuellement pas être question de substituabilité en chaîne. Il a en outre déjà été démontré à la section 10.2 que les plateformes qui opèrent au niveau national comme l'IPTV ne relèvent pas du même marché pertinent que les produits pour la présente analyse.

708. Au cas où il existerait tout de même une offre multicast, cet effet de substitution en chaîne impliquerait éventuellement une définition du marché géographique plus large que celle des zones de couverture du câble respectives. Toutefois, à la section 10.2, le CSA est arrivé à la conclusion que le multicast (ou l'accès à la plateforme IPTV de Proximus) et l'accès à la plateforme de télévision numérique d'un câblo-opérateur ne relèvent pas du même marché pertinent parce qu'un opérateur de gros bénéficiaire qui utilise le réseau HFC du câblo-opérateur pour proposer des services large bande ne s'adressera pas à Proximus pour proposer des services de télévision analogique et numérique. Premièrement parce que Proximus ne peut pas proposer de services de télévision analogique et deuxièmement parce que ce bénéficiaire de gros doit alors utiliser deux réseaux différents (le réseau HFC pour la large bande, le réseau de cuivre pour les services de télévision numérique) pour la fourniture de ses services. Cela aurait pour conséquence que les clients finals de cet opérateur bénéficiaire doivent disposer d'un raccordement fonctionnel au réseau de cuivre ET au

[371] Lignes directrices PSM 2002, § 62, et lignes directrices PSM 2018, § 43.

réseau câblé. Ces clients finals doivent en outre accepter le fait qu'ils doivent installer ou faire installer plusieurs modems pour les différents services.

709. Le CSA considère qu'il n'existe pas d'éléments probants démontrant l'existence d'un phénomène de substitution en chaîne. Cela l'amène à conclure qu'il ne dispose pas de suffisamment d'éléments solides pour étendre le périmètre géographique du marché pertinent et délimiter un marché national sur la base de la présence d'un phénomène de substituabilité en chaîne.

11.3. CONCLUSION RELATIVE AUX MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES PERTINENTS

710. L'absence de substitution de l'offre et de la demande entre les zones de couverture des câblo-opérateurs et le fait qu'un effet de substitution en chaîne ne puisse être clairement démontré, donnent lieu à une segmentation géographique par zone de couverture.

chapitre 12. CONCLUSION SUR LA DÉFINITION DU MARCHÉ

711. Les marchés pertinents peuvent donc être définis comme suit :

711.1. Le marché de gros de l'accès à la radiodiffusion sur les réseaux câblés dans la zone de couverture de Brutélé ;

711.2. Le marché de gros de l'accès à la radiodiffusion sur les réseaux câblés dans la zone de couverture de Nethys ;

711.3. Le marché de gros de l'accès à la radiodiffusion sur les réseaux câblés dans la zone de couverture de Telenet (inclus SFR) ;

chapitre 13. TELENET (SFR INCLUS)[372]

13.1. ANALYSE CONCURRENTIELLE

13.1.1. Taille globale de l'entreprise

712. Lorsqu'une entreprise donnée a une plus grande taille que ses concurrents, cela peut constituer un avantage concurrentiel. Il peut s'agir par exemple d'un accès facile aux ressources financières, d'économies d'échelle et de gamme, d'une relation à long terme avec les fournisseurs, d'un grand réseau de distribution et d'un large soutien marketing.

713. Si un acteur du marché est actif dans différents secteurs, les bénéfices tirés d'un certain segment peuvent être utilisés pour soutenir une autre branche d'activité. De même, les investissements visés peuvent être financés plus facilement lorsque l'entreprise fait partie d'un groupe puissant. Une grande entreprise peut éventuellement obtenir des remises de quantité lors de l'achat de produits ou de services et une relation à long terme avec un fournisseur entraîne d'ordinaire une meilleure position de négociation. Les économies de gamme et d'échelle sont naturellement le résultat d'une grande clientèle permettant de répartir les coûts fixes et donc de diminuer les coûts unitaires.

714. Concernant sa taille, il y a lieu de souligner que Telenet Belgium fait partie du groupe Liberty Global qui est un acteur mondial dans le domaine de la télévision et de la large bande.

715. Telenet fait donc partie d'un groupe puissant, plus grand. Les possibilités financières des opérateurs et l'accès facile aux marchés des capitaux peuvent indiquer que les entreprises sont dans une certaine mesure capables d'agir indépendamment des autres concurrents, clients et consommateurs[373].

13.1.2. Parts de marché

716. Compte tenu de la définition du marché pertinent de produits, Telenet est le seul fournisseur de l'accès à la plateforme de télévision numérique et de l'accès à une offre de revente de la télévision analogique sur son réseau[374]. Sa part de marché est par conséquent de 100 %. Un tel niveau de part de marché suffit, sauf circonstances exceptionnelles, à établir l'existence d'une position dominante. [375]

717. Telenet devrait en outre rester le seul fournisseur d'accès à la plateforme de télévision numérique et analogique sur son réseau à l'horizon de la présente analyse. Il n'est pas réaliste d'attendre qu'un opérateur puisse déployer une nouvelle infrastructure, parallèle à celle de Telenet à l'horizon de la présente analyse. Quand bien même certaines initiatives devaient voir le jour au cours de la période considérée par cette analyse, il est peu vraisemblable que les nouvelles infrastructures ainsi déployées

---

[372] À chaque mention de Telenet dans l'analyse concurrentielle et dans le test des trois critères, SFR doit également être prise en compte, vu son rachat par Telenet.

[373] SMP Guidelines on relevant markets.

[374] De par le rachat de SFR, qui a déjà mis fin à l'offre de télévision analogique à Bruxelles, Telenet n'y offrira plus de télévision analogique non plus.

[375] Lignes directrices PSM 2002, § 75, et lignes directrices PSM 2018, § 55.

atteignent une couverture et un volume de vente tels que la part de marché de Telenet baisse en dessous du seuil (50 %) permettant de présumer l'existence d'une position dominante.

13.1.3. Barrières à l'entrée

Contrôle d'une infrastructure difficile à dupliquer et dépenses à fonds perdus

718. Un réseau câblé tel que celui de Telenet, s'étendant jusqu'aux utilisateurs finals résidentiels et professionnels[376], constitue **une infrastructure extrêmement difficile à dupliquer**. Déployer de façon indépendante une nouvelle infrastructure qui dupliquerait celle de Telenet nécessiterait d'importants investissements[377] : travaux de génie civil (tranchées), installation de répartiteurs (VHE, CMTS), de sous-répartiteurs (nœuds optiques, boîtiers dans les rues) et d'équipement chez le client final. De tels investissements sont extrêmement coûteux et exigeraient des délais importants pour l'obtention des autorisations requises et pour la réalisation proprement dite. En outre, les réseaux câblés de Telenet et de SFR ont été déployés en grande partie à l'époque où celles-ci disposaient d'un monopole. L'opérateur qui voudrait déployer une nouvelle infrastructure ne pourrait pas bénéficier de tels avantages.

719. Les investissements dans une telle infrastructure constituent en outre des **dépenses à fonds perdus**, c'est-à-dire des coûts fixes qu'il est difficile de récupérer (parce qu'il s'agit d'investissements dans des actifs qui peuvent difficilement être réutilisés pour d'autres usages) [378]. La nécessité d'engager d'importantes dépenses à fonds perdus rend l'entrée sur le marché plus difficile encore.

Économies d'échelle

720. Le contrôle d'une infrastructure difficile à dupliquer procure à Telenet d'autres avantages tels que des économies d'échelle, c'est-à-dire des coûts de production unitaires plus faibles lorsque le volume de production augmente (du fait qu'il est possible de répartir les coûts fixes sur un volume de production supérieur)[379].

721. Du fait de son statut d'opérateur historique, Telenet a bénéficié d'économies d'échelle significatives lors du déploiement de son réseau de câble coaxial et a pu amortir la majorité de ses coûts sur l'ensemble des utilisateurs finals[380]. Aujourd'hui, un acteur désirant entrer sur le marché de la radiodiffusion ne pourrait bénéficier du même effet d'économies d'échelle que celui dont a historiquement bénéficié Telenet. Du fait du maintien de parts de marché élevées même depuis l'ouverture du secteur des télécommunications à la concurrence, Telenet continue de bénéficier

[376] À l'exception de certaines zones d'activité économique où, historiquement, le câble coaxial n'a pas été déployé.

[377] Entre 2014 et 2019, Telenet prévoit 500 millions d'euros d'investissements pour l'extension de son réseau (« les Grands Travaux du Réseau »).

[378] Commission européenne, Glossary of terms used in EU competition policy, juillet 2002.

[379] Commission européenne, Glossary of terms used in EU competition policy, juillet 2002.

[380] Les câblo-opérateurs ont chacun disposé d'un monopole de fait pendant une longue période, dans le domaine de la télédistribution. C'est au cours de cette période qu'ont été déployés leurs réseaux d'accès respectifs qui servent aujourd'hui encore à produire des services haut débit et de radiodiffusion. Telenet a bénéficié d'un tel avantage.

d'économies d'échelle supérieures à celles de son concurrent (même si Proximus bénéficie elle aussi d'économies d'échelle dans la zone de couverture de Telenet).

Intégration verticale

722. Telenet est une entreprise intégrée verticalement, c'est-à-dire qu'elle est présente aux différents stades de la chaîne de valeur : elle dispose de son propre réseau et sa division commerciale est la principale utilisatrice des services basés sur ce réseau, qu'elle vend sur les marchés de détail concernés.

723. L'intégration verticale procure à Telenet un haut niveau d'indépendance, en comparaison avec ses concurrents sur les marchés en aval qui, pour leur part, sont bien souvent dépendants de Proximus ou Telenet pour obtenir des services de gros.

Économies de gamme

724. L'abaissement des coûts unitaires grâce à l'élargissement de l'offre de produits et services qui peuvent être basés sur un réseau d'accès constitue un principe économique fondamental. Telenet peut combiner plusieurs produits, comme des produits de télévision numérique avec l'Internet large bande et/ou la téléphonie par exemple. C'est ce que l'on appelle les produits multiple play. Telenet peut ainsi répartir les coûts communs, liés à l'exploitation et à la gestion du réseau, entre plusieurs services.

725. Les économies de gamme dont bénéficie Telenet grâce aux offres multiple play constituent toutefois un avantage significatif par rapport aux entrants potentiels sur le marché, qui ne disposent pas des capacités de réseau ou de l'accès aux inputs essentiels pour fournir plusieurs produits et/ou services.

13.1.4. Contre-pouvoir des acheteurs

726. Le contre-pouvoir des acheteurs est la capacité des acheteurs à obtenir de meilleures conditions du fait de leur position de négociation (des acheteurs puissants peuvent exercer un effet disciplinant sur des vendeurs puissants)[381].

727. La division commerciale de Telenet est la principale utilisatrice des services basés sur l'accès à la plateforme de télévision numérique et l'accès à une offre de revente de la télévision analogique (Orange ne propose ses services que depuis début 2016 et ne possède dès lors encore qu'une petite part de marché). Du fait de ces volumes d'achat limités, les opérateurs clients de Telenet pour les services basés sur l'accès à la plateforme de télévision numérique et l'accès à une offre de revente de la télévision analogique **ne disposent pas d'un fort pouvoir de négociation** vis-à-vis de Telenet.

728. Les opérateurs clients de Telenet pour les services basés sur l'accès à la plateforme de télévision numérique et l'accès à une offre de revente de la télévision analogique **ne disposent pas non plus d'alternatives crédibles** pour s'approvisionner en services de gros. Les analyses de substituabilité

[381] Commission européenne, Glossary of terms used in EU competition policy, juillet 2002.

(cf. chapitre 10 « Définition du marché de produits ») ont conduit à la conclusion qu'il n'existait pas, même prospectivement, de produit susceptible de se substituer aux services de Telenet.

729. Compte tenu des coûts et des délais pour déployer une nouvelle infrastructure (cf. § 718), il n'est **pas non plus envisageable de recourir à l'autofourniture**.

730. Compte tenu des éléments qui précèdent, le CSA conclut que les opérateurs clients de Telenet pour les services basés sur l'accès à la plateforme de télévision numérique et l'accès à une offre de revente de la télévision analogique ne disposent pas d'un contre-pouvoir d'achat significatif.

13.1.5. Concurrence potentielle

731. La concurrence potentielle est la pression concurrentielle qui peut être exercée par la possibilité que des firmes (nouvelles ou existantes) entrent sur un marché donné[382]. Bien que l'effet de la concurrence potentielle soit moins immédiat que la substituabilité du côté de la demande et du côté de l'offre, elle peut exercer un certain effet disciplinant sur les entreprises en place.

732. Compte tenu des barrières à l'entrée mises en évidence ci-dessus, en particulier la difficulté de dupliquer l'infrastructure de Telenet et le fait que les investissements dans une nouvelle infrastructure seraient des dépenses à fonds perdus, la probabilité est faible qu'un opérateur déploie une nouvelle infrastructure de câble coaxial à l'horizon de la présente analyse, du moins sur une échelle telle qu'elle remettrait en question la position de Telenet sur ce marché.

733. Au § 701, le CSA a déjà évoqué les réflexions au niveau du gouvernement flamand à propos d'un éventuel nouveau réseau très haut débit, qui peut également servir pour fournir une offre de gros de radiodiffusion télévisuelle. Au moment d'adopter la présente décision, aucune décision définitive n'a été prise quant à la réalisation de ce projet et, par conséquent, aucun déploiement concret n'a encore eu lieu. Dans ces conditions, il n'est pas possible de conclure à ce stade que cette initiative serait de nature à remettre en question, à l'horizon de la présente analyse, la position des câblo-opérateurs sur les marchés de l'accès radiodiffusion tels que définis précédemment.

734. Quand bien même de telles initiatives devaient voir le jour au cours de la période considérée par cette analyse, il est peu vraisemblable que les nouvelles infrastructures ainsi déployées atteignent une couverture telle que ces infrastructures constituent une alternative satisfaisante aux produits de gros de la radiodiffusion au réseau de Telenet. Par conséquent, l'impact de la concurrence potentielle n'est pas de nature à remettre en question la position de Telenet sur ce marché.

13.1.6. Analyse prospective

735. Aux sections 5.2.1.3 « Autres plateformes et offres » et 5.2.2 « Télévision non linéaire », l'offre étendue de services de télévision via IP a été abordée. Celle-ci permet à l'utilisateur final de regarder les programmes qu'il souhaite où et quand il le veut. Aux États-Unis, certains opérateurs[383] proposent

[382] Commission européenne, Glossary of terms used in EU competition policy, juillet 2002.

[383] Stream TV de Comcast, DirecTV de AT&T, Sling de Dish.

déjà la télévision linéaire OTT en direct. Cela signifie que les clients qui prennent uniquement la large bande peuvent tout de même regarder un certain nombre de chaînes via leur connexion Internet.

736. Au chapitre 9 « Existence d'une demande pour un accès de gros à la radiodiffusion sur les réseaux câblés », le CSA a procédé à une estimation de la consommation de données d'une offre de télévision numérique linéaire OTT complète. Au final, le CSA est arrivé à un volume de 150 GB à 300 GB, ce qui l'a amené à conclure qu'il ne prévoit pas, à l'horizon de la présente analyse, le lancement d'offres de télévision linéaire OTT suffisamment comparables aux offres actuelles de télévision linéaire.

737. Bien que la capacité actuelle ne soit pas suffisante pour proposer une offre de télévision linéaire OTT, les exemples que l'on peut voir aux USA montrent qu'il ne peut être exclu qu'une offre de télévision linéaire OTT puisse être lancée dans le futur par Telenet ou des opérateurs alternatifs. En raison des limites de capacité existantes, cette offre de télévision linéaire OTT ne serait toutefois pas complètement équivalente à l'offre de télévision numérique actuelle, ce qui la rendra également moins attrayante pour la majorité des clients finals. C'est la raison pour laquelle elle ne peut pas être considérée comme une concurrence effective à la revente de l'offre de télévision analogique et d'accès à la plateforme de télévision numérique à l'horizon de la présente analyse.

738. Toutefois, la qualité croissante des images des fournisseurs OTT (Netflix offre par exemple déjà du contenu de radiodiffusion dans une qualité 4K ou UHD) et le catalogue grandissant de contenu de radiodiffusion combiné aux vitesses de téléchargement supérieures disponibles et au volume de données correspondant peuvent contribuer à réduire l'écart entre les services de télévision numérique et la télévision linéaire OTT. Le CSA suivra dès lors cette évolution conformément au § 182.

13.1.7. Conclusion de l'analyse concurrentielle

739. Telenet dispose d'une puissance significative sur le marché de gros de la radiodiffusion et continuera à en disposer à l'horizon de la présente analyse.

13.2. TEST DES « TROIS CRITÈRES »

740. Le marché de gros défini dans le cadre de la présente analyse n'est pas repris dans la liste des marchés pertinents de produits identifiés par la Commission européenne dans sa recommandation de 2013. Les marchés qui ne figurent pas dans cette liste doivent satisfaire à trois critères cumulatifs pour être susceptibles d'être soumis à une réglementation *ex ante* :

740.1. La présence de barrières à l'entrée élevées et non provisoires.

740.2. L'absence d'évolution vers une situation de concurrence effective.

740.3. Une efficacité insuffisante du droit de la concurrence en l'absence de réglementation *ex ante*.

741. Ces trois critères seront examinés séparément ci-après. Un nombre considérable d'éléments utilisés dans le cadre du test des trois critères semblent en réalité correspondre à une série d'éléments présentés dans l'analyse de marché au point 5.6 « Analyse concurrentielle ». Pour l'examen du test des trois critères, le CSA fera dès lors plusieurs fois référence aux éléments précédemment abordés dans le cadre de l'examen des entreprises puissantes sur le marché.

742. Le test des trois critères suit l'analyse PSM uniquement pour des raisons de clarté et cet ordre ne change rien au fait qu'il sera examiné, au moyen du test des trois critères et indépendamment des résultats de l'analyse de la puissance sur le marché, si les marchés pertinents entrent en considération pour une réglementation *ex ante*.

13.2.1. Présence de barrières élevées et non provisoires à l'entrée

13.2.1.1. Une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer

743. Comme abordé en détail à la section 13.1.3. « Barrières à l'entrée », Telenet dispose d'un vaste réseau qui ne peut être dupliqué économiquement par un nouvel entrant potentiel sur le marché.

744. À l'avenir, un opérateur qui souhaite entrer sur le marché de la télévision devra non seulement pouvoir utiliser le dégroupage de la boucle locale, mais également la fonctionnalité multicast imposée à Proximus via le VULA. Ces fonctionnalités, qui font l'objet d'un projet de mesure qui n'a pas encore été adopté au moment de la présente analyse de marché, devraient permettre d'atteindre une certaine masse critique avant de pouvoir être considérées comme une alternative réelle au réseau coaxial. À titre d'exemple, l'offre SNOW de KPN (qui reposait sur un partage de la plateforme de télévision numérique de Proximus) avait atteint environ 35 000 clients en deux ans pour l'ensemble de la Belgique. Pour cette raison et compte tenu des avantages dont jouit l'opérateur PSM (économies d'échelle, possibilité de convertir la clientèle historique de la télévision analogique en télévision numérique), l'impact de la mise à disposition de ces fonctionnalités après la présente analyse ne sera sans doute pas tel que la conclusion du CSA concernant l'existence de barrières à l'entrée puisse être remise en cause.

745. En outre, les différences technologiques entre le réseau de cuivre (ou de fibre) et le réseau câblé font qu'un bénéficiaire utilisant des services de gros sur l'un de ces réseaux pour proposer des services de détail ne peut pas migrer vers les services de gros sur l'autre réseau. Le CSA a déjà abordé plus en détail l'impossibilité de migrer entre ces deux réseaux à la section 10.2. « substituabilité entre l'accès à la plateforme de télévision numérique et aux plateformes de télévision alternative (satellite, IPTV) ». Le CSA considère par conséquent qu'un opérateur alternatif subit également un désavantage de barrières au départ trop élevées qui ne sont pas provisoires étant donné que les technologies en question ne convergent pas dans le délai prévu de la présente analyse de marché.

746. De plus, de nouveaux entrants potentiels ne sont pas en mesure de dupliquer la fonctionnalité analogique de Telenet. Il s'agit là d'un élément important de l'offre de services de télévision dans la zone de couverture de Telenet (en dehors de l'ancienne zone de couverture de SFR à Bruxelles), comme abordé en détail à la section 5.3.3. Telenet est à même d'accompagner les clients analogiques dans leur passage au numérique, alors que des acteurs purement numériques, tels que les opérateurs IPTV, ne sont pas en mesure de proposer des services analogiques.

13.2.1.2. Avantages de coûts résultant des économies d'échelle et de gamme et de l'intégration verticale

747. Sur le marché de gros de la radiodiffusion dans la zone de couverture de Telenet, Telenet bénéficie en outre d'avantages de coûts considérables résultant des économies d'échelle et de gamme ainsi que de l'intégration verticale, comme abordé en détail à la section 13.1.3.

748. Dans l'analyse de marché de 2011 concernant les marchés de la radiodiffusion, il avait été annoncé que « les opérateurs qui veulent accéder au marché de la radiodiffusion doivent avoir une solide clientèle et disposer de moyens financiers importants pour supporter les frais d'un contenu attrayant pendant une période plus longue. ». Le fait qu'après une longue implémentation, Orange soit la seule à être parvenue à obtenir l'accès au réseau câblé de Telenet prouve a posteriori l'exactitude de cette prévision.

749. La possibilité pour Telenet de vendre des produits de radiodiffusion à son importante clientèle lui donne un avantage structurel par rapport aux nouveaux entrants potentiels sur le marché. Telenet peut limiter sa perte de clientèle grâce à des offres multiple play, ce qui constitue une barrière élevée pour les nouveaux entrants sur le marché qui ne disposent pas d'une grande clientèle sur ces marchés de produits connexes. Au vu de la popularité croissante des produits multiple play, il est probable que cette barrière ne cessera de gagner en importance. La capacité de Telenet de commercialiser des offres groupées s'est encore renforcée depuis 2011. Telenet a en effet acquis l'opérateur mobile Base, ce qui lui donne la possibilité de commercialiser des offres quadruple play de manière entièrement indépendante (sans devoir acquérir des inputs auprès d'autres opérateurs). En outre, en 2017, Telenet a racheté SFR, ce qui a encore augmenté sa clientèle.

13.2.1.3. Conclusion premier critère

750. Le CSA estime que le marché de gros pertinent dans la zone de couverture de Telenet est caractérisé par des barrières élevées à l'entrée, étant donné que Telenet dispose d'une infrastructure difficile à dupliquer et bénéficie d'avantages de coûts significatifs. Le CSA est d'avis que ces éléments continueront de former ces prochaines années une barrière élevée permanente à l'accès au marché de gros pertinent dans la zone de couverture de Telenet. Le CSA conclut donc que le premier critère est rempli.

13.2.2. Structure de marché qui ne présage pas d'évolution vers une situation de concurrence effective

751. Le deuxième critère consiste à déterminer si les caractéristiques d'un marché laissent présager une **évolution vers une situation de concurrence effective.**

752. Il convient d'étudier le dynamisme sur le marché de gros pertinent en prenant ce dernier comme point de départ.

13.2.2.1. Maintien prospectif de parts de marché élevées

753. Le CSA observe à titre principal que Telenet possède une part de marché de 100 % sur ce marché de gros pertinent et devrait conserver une part de marché très élevée dans le délai prévu par la présente analyse de marché.

754. Il a en effet été mis en évidence :

754.1. Qu'il ne serait pas possible, à l'horizon de cette analyse, d'offrir en mode OTT des offres de télévision linéaire comparables à celle des câblo-opérateurs (cf. § 635 et section 5.3.8.5) ;

754.2. Qu'il existait des coûts de migration importants qui limitaient la substituabilité avec d'autres plateformes comme le satellite ou l'IPTV (cf. section 10.2) ;

754.3. Qu'il ne devrait pas exister de concurrence potentielle significative à l'horizon de la présente analyse (cf. section 13.1.5).

755. Dans ce même délai, Telenet restera donc le seul opérateur capable de mettre des services de télévision analogique et numérique sur le réseau câblé. Ces caractéristiques ont pour conséquence qu'en raison de l'absence totale de concurrents, aucune pression n'est exercée sur Telenet faute de réglementation *ex ante*. Cela signifie que Telenet n'aurait aucun incitant à proposer des prix de gros attractifs pour ses services de radiodiffusion, ni même aucun incitant à proposer un accès de gros à ces services.

13.2.2.2. Maintien attendu de l'avantage conféré par la télévision analogique

756. La télévision analogique continue à desservir une partie importante du marché et ne peut être fournie que par Telenet. Un opérateur alternatif doit dès lors compter sur la revente de services de télévision analogique pour pouvoir les proposer à ses clients de détail. Comme déjà démontré, la télévision analogique reste un produit très prisé[384] sur le marché de détail, principalement pour les clients de détail possédant plusieurs postes de télévision. Cela montre l'utilité de la revente de services de télévision analogique pour les opérateurs qui souhaitent entrer sur le marché.

757. Néanmoins, il se peut qu'à l'avenir, il soit mis fin au service de télévision analogique (comme SFR l'a déjà fait dans la Région de Bruxelles-Capitale) mais ni Telenet[385], ni VOO n'ont annoncé un tel abandon jusqu'à présent. Vu la part significative des clients de détail possédant plusieurs postes de télévision, le CSA ne s'attend pas à ce qu'une telle annonce soit faite au cours de la période de régulation à venir.

13.2.2.3. Absence d'impact suffisant de la part des autres plateformes de diffusion

758. Plusieurs acteurs du marché notent dans leurs réactions pendant la période de consultation que les plateformes de radiodiffusion de gros alternatives (IPTV, SATV et OTT) garantissent suffisamment de dynamisme sur les marchés de gros de la radiodiffusion. De ce fait, le deuxième critère pourrait ne pas être rempli.

[384] La télévision analogique est fournie non seulement aux clients de ce service mais continue d'être fournie à l'ensemble des clients de la télévision numérique sur câble.

[385] De par le rachat de SFR, Telenet ne fournira plus la télévision analogique à une partie de ses clients.

759. Le CSA considère que les plateformes de radiodiffusion alternatives pourraient exercer un certain degré de contrainte concurrentielle. Les possibilités d'effectivement se montrer concurrentiel via une autre plateforme de radiodiffusion sont toutefois dans une grande mesure définies par le degré auquel ces plateformes peuvent acquérir une clientèle suffisamment grande sur le marché de détail de la radiodiffusion télévisuelle.

760. Si des plateformes de radiodiffusion télévisuelle alternatives qui n'appartiennent pas au marché de gros pertinent sont prises en compte, les conclusions concernant le deuxième critère resteraient par conséquent inchangées. Le degré de concurrence effective sur le marché de gros de la radiodiffusion dépend en effet fortement de la situation concurrentielle sur le marché de détail de la radiodiffusion, dont il est question au chapitre 5. Les obstacles sur le marché de détail se répercutent en outre sur les possibilités de concurrence effective sur le marché de gros, à savoir la possibilité que ces plateformes permettent aux opérateurs de fournir une offre qui soit concurrentielle sur le marché de détail de la radiodiffusion télévisuelle.

761. Les plateformes alternatives susmentionnées sont détaillées à la section 5.3[386]. Il a été prouvé que leur capacité concurrentielle sur le marché de détail de la radiodiffusion télévisuelle est limitée, entre autres en raison de différences fonctionnelles et/ou de la disposition limitée du client final à migrer. L'on renvoie à différents passages de la section 8.2 pour une analyse détaillée.

762. Du fait que les possibilités de fournir une offre concurrentielle sur le marché de détail via ces plateformes alternatives sont limitées, il n'y a pas suffisamment de contrainte concurrentielle sur la plateforme câblée de Telenet sur le marché de gros. Il doit actuellement et devra à l'avenir s'adresser à Telenet pour pouvoir accéder au marché de gros de la radiodiffusion.

13.2.2.4. Absence d'impact suffisant de la part d'IPTV

763. Dans le cadre des remèdes de gros sur le marché 3a et 3b-1, le CSA a imposé à Proximus l'obligation d'accès à une offre multicast. Ces offres peuvent être utilisées pour proposer des services de télévision numérique sur le marché de détail mais l'impact de celles-ci dans le délai prévu par la présente analyse de marché ne doit pas être surestimé. Ces fonctionnalités, qui font l'objet d'un projet de mesure qui n'a pas encore été adopté au moment de la présente analyse de marché, devraient permettre d'atteindre une certaine masse critique avant de pouvoir exercer suffisamment de pression concurrentielle. À titre d'exemple, l'offre SNOW de BASE (qui reposait sur un partage de la plateforme de télévision numérique de Proximus) avait atteint environ 35 000 clients en deux ans pour l'ensemble de la Belgique. Pour cette raison et compte tenu des avantages dont jouit l'opérateur PSM (économies d'échelle, possibilité de convertir la clientèle historique de la télévision analogique en télévision numérique), l'impact de la mise à disposition de ces fonctionnalités après la présente analyse reste incertain quant à la conclusion du CSA concernant l'existence de suffisamment de contrainte concurrentielle sur la plateforme câblée de Telenet.

[386] À savoir la SATV, la DVB-T, la télévision gratuite, la télévision non linéaire (par exemple la web tv et la VoD) et la télévision OTT linéaire.

13.2.2.5. Absence d'impact suffisant de la part d'OTT

764. Dans la réaction à la consultation, une partie note que les plateformes de télévision « over-the-top » peuvent exercer une contrainte concurrentielle sur l'offre de gros de Telenet. Ici aussi, cette contrainte est en grande partie déterminée par le degré auquel une offre concurrentielle peut être fournie sur le marché de détail de la radiodiffusion par un opérateur.

765. Au chapitre 5, le CSA a étudié en détail les différents types de services OTT[387]. Il en est ressorti que ceux-ci peuvent fortement varier au niveau des fonctionnalités, des prix et de la pénétration auprès des utilisateurs finals. C'est pourquoi ils constituent pour la plupart un complément plutôt qu'un substitut aux services fournis via la plateforme câblée sur le marché de détail. Le CSA estime donc qu'il n'est pas probable qu'une plateforme OTT capable de fournir ces services exerce une contrainte concurrentielle significative sur la plateforme câblée de Telenet.

766. Un opérateur peut en outre amener une offre de télévision linéaire via une plateforme OTT jusqu'à l'utilisateur final. Comme évoqué à la section 5.3.8.3, Stievie a récemment lancé une offre proposant sur le marché de détail de la radiodiffusion une offre de chaînes limitée via OTT. Comme déjà noté ci-dessus, le CSA estime que le degré auquel une telle offre est susceptible d'être concurrentielle sur le marché de détail de la radiodiffusion est incertain. Une offre OTT plutôt comparable, mentionnée par l'acteur du marché dans sa réaction à la consultation, WeePee TV[388], a déjà été suspendue après moins d'un an parce qu'elle n'était pas concurrentielle.

767. Comme indiqué à la section 5.3.8.5, des problèmes de capacité peuvent en outre survenir dans le cadre de l'offre de télévision linéaire via une plateforme OTT. Le CSA a procédé à une estimation de la consommation de données d'une offre de télévision numérique linéaire OTT complète. Au final, le CSA est arrivé à un volume de 150 GB à 300 GB, au-dessus du volume ordinaire utilisé aujourd'hui pour d'autres services large bande. Cela représente une capacité supplémentaire considérable qui, tant du point de vue de l'utilisateur final (capacité de téléchargement supplémentaire) que de l'ensemble du réseau (saturation), peut imposer des limites à la capacité concurrentielle d'une telle offre.

768. Ce qui l'a amené à conclure qu'il ne prévoit pas, à l'horizon de la présente analyse, le lancement d'offres de télévision linéaire via une plateforme OTT pouvant exercer suffisamment de pression concurrentielle sur les offres actuelles de télévision linéaire via la plateforme câblée de Telenet.

---

[387] Voir sections 5.2.1.3 (§§ 129 et suivants), 5.2.2., 5.3.7. et 5.3.8.

[388] 244. En 2012, WeepeeTV a été lancée, une offre payante dans le cadre de laquelle l'on pouvait choisir 10 chaînes dans un pack de 26 pour un abonnement de 10 à 12 euros par mois. Ces services de radiodiffusion pouvaient être achetés via une connexion Internet haut débit. En décembre 2013, l'offre a été arrêtée.

13.2.2.6. Absence d'impact suffisant de la part d'autres plateformes alternatives

769. Le chapitre 5.3 aborde également en détail d'autres plateformes alternatives telles que la SATV et la DVB-T[389]. Il est démontré que leur capacité concurrentielle sur le marché de détail de la radiodiffusion est limitée. L'on renvoie aux sections respectives pour une analyse détaillée.

13.2.2.7. Conclusion deuxième critère

770. Le CSA estime que le marché de gros pertinent de la radiodiffusion n'évolue pas vers une concurrence effective. La télévision analogique continue à desservir une partie importante du marché et ne peut être fournie que par Telenet. Un opérateur alternatif doit dès lors compter sur la revente de services de télévision analogique pour pouvoir les proposer à ses clients de détail. Telenet garde en outre le contrôle de sa plateforme de télévision numérique, ce qui lui permettra de conserver une part de marché de 100 % à l'avenir. Le CSA conclut sur la base des éléments ci-dessus que le deuxième critère est rempli.

13.2.3. Caractère insuffisant du droit de la concurrence

771. Le CSA est d'avis que le droit de la concurrence est dans l'incapacité de remédier à lui seul au problème de concurrence précité de manière efficace et adéquate.

772. Le droit de la concurrence ne suffit pas parce qu'il ne permet pas aux concurrents d'accéder aux services et à l'infrastructure du réseau câblé. Il peut par exemple déjà s'avérer difficile d'établir qu'il s'agit d'une « facilité essentielle » selon les critères définis dans l'affaire Bronner devant la CJCE[390] et, même s'il était possible d'établir qu'il s'agit d'une facilité essentielle, les autorités de la concurrence ne seraient pas en mesure de fixer un prix d'accès et de garantir un accès dans les délais.

773. Plusieurs opérateurs alternatifs ont demandé à Telenet un accès à son infrastructure avant l'analyse de marché précédente de 2011. Telenet n'y avait pas donné suite. Sans établir qu'il s'agit d'une « facilité essentielle » (ce qui est extrêmement difficile), le droit de la concurrence ne prévoit aucune obligation de réagir à ce type de demande. Cela illustre bien le caractère insuffisant de ce dernier.

774. En 2011, le CSA avait précisé dans son analyse de marché que « la mise en place d'une *régulation ex ante* est plus efficace pour atteindre l'objectif de développement d'une concurrence effective et durable sur le marché en cause que le droit de la concurrence dont l'application ne constituerait pas une réponse effective en terme[s] de délais et d'effets escomptés ». Le 27 décembre 2013 et le 19 février 2016, Orange a demandé un accès respectivement au réseau de Telenet et de SFR sur la base de l'analyse de marché de 2011. Cette requête confirme la position du CSA selon laquelle le droit de la concurrence ne suffit pas pour promouvoir la concurrence, car, sans intervention régulatoire, Orange n'aurait plus que probablement pas encore pu obtenir d'accès (effectif) au réseau de Telenet et de SFR.

---

[389] À savoir la SATV, la DVB-T, la télévision gratuite, la télévision non linéaire (par exemple la web tv et la VoD) et la télévision OTT linéaire.

[390] CJCE 26 novembre 1998, C-7/97, *Bronner*.

775. On peut se demander de quelle façon évoluerait le marché si ces obligations étaient levées et si étaient applicables seulement les dispositions de la législation relative à la protection des consommateurs et les obligations imposées par ailleurs sur les marchés de gros pertinents. Au regard du comportement de Telenet au cours des années précédentes (avant comme après la décision de la CRC de 2011[391]), il est vraisemblable que Telenet arrêterait de vendre des services de gros à d'autres opérateurs comme Orange ou qu'elle les vendrait seulement à des conditions techniques et tarifaires défavorables.

776. Enfin, le CSA estime également que l'application d'obligations *ex ante* permet de prendre en considération les autres objectifs réglementaires européens de manière plus efficace et durable que la seule application du droit de la concurrence. [392]

777. L'application de la réglementation *ex ante* permet notamment de créer un cadre prévisible susceptible d'encourager les investissements. Elle permet également de mettre en place une approche réglementaire coordonnée des différents niveaux de la chaîne de valeurs ; coordination nécessaire pour atteindre les objectifs du cadre réglementaire européen. Ce qui ne permet pas l'application du droit de la concurrence. Pour toutes ces raisons, le CSA estime que le droit de la concurrence ne peut à lui seul constituer une réponse satisfaisante au problème de concurrence constaté sur le marché en question.

778. Le régulateur sectoriel dispose en outre d'outils mieux adaptés tels que le contrôle tarifaire *ex ante* (cf. article 96 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels). Ce contrôle peut nécessiter un travail régulier de surveillance des tarifs et de traitement des informations (tarifs de gros et de détail, volumes et profils de trafic). Ce type de contrôle régulier sort des missions généralement confiées aux autorités de la concurrence (contrôle des concentrations et analyses des éventuels abus de position dominante).

13.2.3.1. Conclusion troisième critère

779. Le CSA considère sur la base des éléments susmentionnés que le droit de la concurrence n'est pas suffisant pour remédier aux problèmes rencontrés sur le marché de gros pertinent de la radiodiffusion dans la zone de couverture de Telenet. Le troisième critère est donc rempli.

13.2.4. Conclusion concernant la nécessité de réguler le marché de la radiodiffusion et le test des trois critères

780. Le CSA conclut à la lumière de l'analyse ci-dessus que les trois critères cumulatifs fixés par la Commission européenne sont remplis en ce qui concerne le marché de gros de la radiodiffusion dans la zone de couverture de Telenet. Ce marché entre donc en considération pour une réglementation *ex ante*.

[391] Absence d'offre de gros commerciale en l'absence de régulation, recours contre les décisions organisant le contrôle des prix de gros.

[392] ERG Report on Guidance on the application of the three criteria test, ERG (08)21, Junejuin 2008, pp. 13-15.

chapitre 14. BRUTÉLÉ

14.1. ANALYSE CONCURRENTIELLE

14.1.1. Taille globale de l'entreprise

781. Lorsqu'une entreprise donnée a une plus grande taille que ses concurrents, cela peut constituer un avantage concurrentiel. Il peut s'agir par exemple d'un accès facile aux ressources financières, d'économies d'échelle et de gamme, d'une relation à long terme avec les fournisseurs, d'un grand réseau de distribution et d'un large soutien marketing.

782. Si un acteur du marché est actif dans différents secteurs, les bénéfices tirés d'un certain segment peuvent être utilisés pour soutenir une autre branche d'activité. De même, les investissements visés peuvent être financés plus facilement lorsque l'entreprise fait partie d'un groupe puissant. Une grande entreprise peut éventuellement obtenir des remises de quantité lors de l'achat de produits ou de services et une relation à long terme avec un fournisseur entraîne d'ordinaire une meilleure position de négociation. Les économies de gamme et d'échelle sont naturellement le résultat d'une grande clientèle permettant de répartir les coûts fixes et donc de diminuer les coûts unitaires.

783. Concernant sa taille, il y a lieu de souligner que Brutélé exploite en commun avec Nethys la marque VOO. Bien que constituant des sociétés distinctes, il existe entre Brutélé et Nethys des relations particulières et des synergies[393]. Brutélé et Nethys sont des sociétés intercommunales dont les capitaux sont entièrement publics.

784. Brutélé est associée au groupe Nethys pour la fourniture de services de télécommunications. Les possibilités financières des opérateurs et l'accès facile aux marchés des capitaux peuvent indiquer que les entreprises sont dans une certaine mesure capables d'agir indépendamment des autres concurrents, clients et consommateurs[394].

14.1.2. Parts de marché

785. Compte tenu de la définition du marché pertinent de produits, Brutélé est le seul fournisseur de l'accès à la plateforme de télévision numérique et de l'accès à une offre de revente de la télévision analogique sur son réseau. Sa part de marché est par conséquent de 100 %. Un tel niveau de part de marché suffit, sauf circonstances exceptionnelles, à établir l'existence d'une position dominante. [395]

786. Brutélé devrait en outre rester le seul fournisseur d'accès à la plateforme de télévision numérique et d'accès à une offre de revente de la télévision analogique sur son réseau à l'horizon de la présente analyse. Il n'est pas réaliste d'attendre qu'un opérateur puisse déployer une nouvelle infrastructure, parallèle à celle de Brutélé à l'horizon de la présente analyse. Quand bien même certaines initiatives devaient voir le jour au cours de la période considérée par cette analyse, il est peu vraisemblable que

[393] La politique commerciale et tarifaire est commune, les offres de gros ont été développées en commun, différentes fonctions ont été confiées à un Groupement d'Intérêt Économique (GIE).

[394] SMP Guidelines on relevant markets.

[395] Lignes directrices PSM 2002, § 75, et lignes directrices PSM 2018, § 55.

les nouvelles infrastructures ainsi déployées atteignent une couverture et un volume de vente tels que la part de marché de Brutélé baisse en dessous du seuil (40 %) permettant de présumer l'existence d'une position dominante.

14.1.3. Barrières à l'entrée

Contrôle d'une infrastructure difficile à dupliquer et dépenses à fonds perdus

787. Un réseau câblé tel que celui de Brutélé, s'étendant jusqu'aux utilisateurs finals résidentiels et professionnels[396], constitue **une infrastructure extrêmement difficile à dupliquer**. Déployer de façon indépendante une nouvelle infrastructure qui dupliquerait celle de Brutélé nécessiterait d'importants investissements[397] : travaux de génie civil (tranchées), installation de répartiteurs (VHE, CMTS), de sous-répartiteurs (nœuds optiques, boîtiers dans les rues) et d'équipement chez le client final. De tels investissement sont extrêmement coûteux et exigeraient des délais importants pour l'obtention des autorisations requises et pour la réalisation proprement dite. En outre, le réseau câblé de Brutélé a été déployé en grande partie à l'époque où celle-ci disposait d'un monopole. L'opérateur qui voudrait déployer une nouvelle infrastructure ne pourrait pas bénéficier de tels avantages.

788. Les investissements dans une telle infrastructure constituent en outre des **dépenses à fonds perdus**, c'est-à-dire des coûts fixes qu'il est difficile de récupérer (parce qu'il s'agit d'investissements dans des actifs qui peuvent difficilement être réutilisés pour d'autres usages) [398]. La nécessité d'engager d'importantes dépenses à fonds perdus rend l'entrée sur le marché plus difficile encore.

Économies d'échelle

789. Le contrôle d'une infrastructure difficile à dupliquer procure à Brutélé d'autres avantages tels que des économies d'échelle, c'est-à-dire des coûts de production unitaires plus faibles lorsque le volume de production augmente (du fait qu'il est possible de répartir les coûts fixes sur un volume de production supérieur) [399].

790. Du fait de son statut d'opérateur historique, Brutélé a bénéficié d'économies d'échelle significatives lors du déploiement de son réseau de câble coaxial et a pu amortir la majorité de ses coûts sur l'ensemble des utilisateurs finals[400]. Aujourd'hui, un acteur désirant entrer sur le marché de la radiodiffusion ne pourrait bénéficier du même effet d'économies d'échelle que celui dont a historiquement bénéficié Brutélé. Du fait du maintien de parts de marché élevées même depuis l'ouverture du secteur des télécommunications à la concurrence, Brutélé continue de bénéficier

[396] À l'exception de certaines zones d'activité économique où, historiquement, le câble coaxial n'a pas été déployé.

[397] À titre de comparaison, entre 2014 et 2019, Telenet prévoit 500 millions d'euros d'investissements pour l'extension de son réseau (« les Grands Travaux du Réseau »).

[398] Commission européenne, Glossary of terms used in EU competition policy, juillet 2002.

[399] Commission européenne, Glossary of terms used in EU competition policy, juillet 2002.

[400] Les câblo-opérateurs ont chacun disposé d'un monopole de fait pendant une longue période, dans le domaine de la télédistribution. C'est au cours de cette période qu'ont été déployés leurs réseaux d'accès respectifs qui servent aujourd'hui encore à produire des services haut débit et de radiodiffusion. À titre d'exemple, Nethys reconnaît avoir bénéficié d'un monopole de 1968 à 2005 (présentation de Nethys à la Commission d'Enquête du Parlement wallon, 10 mars 2017). Brutélé a bénéficié d'un avantage similaire.

d'économies d'échelle supérieures à celles de son concurrent (même si Proximus bénéficie elle aussi d'économies d'échelle dans la zone de couverture de Brutélé).

Intégration verticale

791. Brutélé est une entreprise intégrée verticalement, c'est-à-dire qu'elle est présente aux différents stades de la chaîne de valeur : elle dispose de son propre réseau et sa division commerciale est la principale utilisatrice des services basés sur ce réseau, qu'elle vend sur les marchés de détail concernés.

792. L'intégration verticale procure à Brutélé un haut niveau d'indépendance, en comparaison avec ses concurrents sur les marchés en aval qui, pour leur part, sont bien souvent dépendants de Proximus ou Brutélé pour obtenir des services de gros.

Économie de gamme

793. L'abaissement des coûts unitaires grâce à l'élargissement de l'offre de produits et services qui peuvent être basés sur un réseau d'accès constitue un principe économique fondamental. Brutélé peut combiner plusieurs produits, comme des produits de télévision numérique avec l'internet large bande et/ou la téléphonie par exemple. C'est ce que l'on appelle les produits multiple play. Brutélé peut ainsi répartir les coûts communs, liés à l'exploitation et à la gestion du réseau, entre plusieurs services.

794. Les économies de gamme dont bénéficie Brutélé grâce aux offres multiple play constituent toutefois un avantage significatif par rapport aux entrants potentiels sur le marché, qui ne disposent pas des capacités de réseau ou de l'accès aux inputs essentiels pour fournir plusieurs produits et/ou services.

14.1.4. Contre-pouvoir des acheteurs

795. Le contre-pouvoir des acheteurs est la capacité des acheteurs à obtenir de meilleures conditions du fait de leur position de négociation (des acheteurs puissants peuvent exercer un effet disciplinant sur des vendeurs puissants)[401].

796. La division commerciale de Brutélé est la principale utilisatrice des services basés sur l'accès à la plateforme de télévision numérique et l'accès à une offre de revente de la télévision analogique (Orange ne propose ses services que depuis début 2016 et ne possède dès lors encore qu'une petite part de marché). Du fait de ces volumes d'achat limités, les opérateurs clients de Brutélé pour les services basés sur l'accès à la plateforme de télévision numérique et l'accès à une offre de revente de la télévision analogique **ne disposent pas d'un fort pouvoir de négociation** vis-à-vis de Brutélé.

797. Les opérateurs clients de Brutélé pour les services basés sur l'accès à la plateforme de télévision numérique et l'accès à une offre de revente de la télévision analogique **ne disposent pas non plus d'alternatives crédibles** pour s'approvisionner en services de gros. Les analyses de substituabilité

[401] Commission européenne, Glossary of terms used in EU competition policy, juillet 2002.

(cf. chapitre 10 « Définition du marché de produits ») ont conduit à la conclusion qu'il n'existait pas, même prospectivement, de produit susceptible de se substituer aux services de Brutélé.

798. Compte tenu des coûts et des délais pour déployer une nouvelle infrastructure (cf. § 787), il n'est **pas non plus envisageable de recourir à l'autofourniture**.

799. Compte tenu des éléments qui précèdent, le CSA conclut que les opérateurs clients de Brutélé pour les services basés sur l'accès à la plateforme de télévision numérique et l'accès à une offre de revente de la télévision analogique ne disposent pas d'un contre-pouvoir d'achat significatif.

14.1.5. Concurrence potentielle

800. La concurrence potentielle est la pression concurrentielle qui peut être exercée par la possibilité que des firmes (nouvelles ou existantes) entrent sur un marché donné[402]. Bien que l'effet de la concurrence potentielle soit moins immédiat que la substituabilité du côté de la demande et du côté de l'offre, elle peut exercer un certain effet disciplinant sur les entreprises en place.

801. Compte tenu des barrières à l'entrée mises en évidence ci-dessus, en particulier la difficulté de dupliquer l'infrastructure de Brutélé et le fait que les investissements dans une nouvelle infrastructure seraient des dépenses à fonds perdus, la probabilité est faible qu'un opérateur déploie une nouvelle infrastructure de câble coaxial à l'horizon de la présente analyse, du moins sur une échelle telle qu'elle remettrait en question la position de Brutélé sur ce marché.

802. Quand bien même de telles initiatives devaient voir le jour au cours de la période considérée par cette analyse, il est peu vraisemblable que les nouvelles infrastructures ainsi déployées atteignent une couverture telle que ces infrastructures constituent une alternative satisfaisante aux produits de gros de la radiodiffusion au réseau de Brutélé. Par conséquent, l'impact de la concurrence potentielle n'est pas de nature à remettre en question la position de Brutélé sur ce marché.

14.1.6. Analyse prospective

803. Aux sections 5.2.1.3 « Autres plateformes et offres » et 5.2.2 « Télévision non linéaire », l'offre étendue de services de télévision via IP a été abordée. Celle-ci permet à l'utilisateur final de regarder les programmes qu'il souhaite où et quand il le veut. Aux États-Unis, certains opérateurs[403] proposent déjà la télévision linéaire OTT en direct. Cela signifie que les clients qui prennent uniquement la large bande peuvent tout de même regarder un certain nombre de chaînes via leur connexion Internet.

804. Au chapitre 9 « Existence d'une demande pour un accès de gros à la radiodiffusion sur les réseaux câblés », le CSA a procédé à une estimation de la consommation de données d'une offre de télévision numérique linéaire OTT complète. Au final, le CSA est arrivé à un volume de 150 GB à 300 GB, ce qui

[402] Commission européenne, Glossary of terms used in EU competition policy, juillet 2002.

[403] Stream TV de Comcast, DirecTV de AT&T, Sling de Dish

l'a amené à conclure qu'il ne prévoit pas, à l'horizon de la présente analyse, le lancement d'offres de télévision linéaire OTT suffisamment comparables aux offres actuelles de télévision linéaire.

805. Bien que la capacité actuelle ne soit pas suffisante pour proposer une offre de télévision linéaire OTT, les exemples que l'on peut voir aux USA montrent qu'il ne peut être exclu qu'une offre de télévision linéaire OTT puisse être lancée dans le futur par Brutélé ou des opérateurs alternatifs. En raison des limites de capacité existantes, cette offre de télévision linéaire OTT ne serait toutefois pas complètement équivalente à l'offre de télévision numérique actuelle, ce qui la rendra également moins attrayante pour la majorité des clients finals. C'est la raison pour laquelle elle ne peut pas être considérée comme une concurrence effective à la revente de l'offre de télévision analogique et d'accès à la plateforme de télévision numérique à l'horizon de la présente analyse.

806. Toutefois, la qualité croissante des images des fournisseurs OTT (Netflix offre par exemple déjà du contenu de radiodiffusion dans une qualité 4K ou UHD) et le catalogue grandissant de contenu de radiodiffusion combiné aux vitesses de téléchargement supérieures disponibles et au volume de données correspondant peuvent contribuer à réduire l'écart entre les services de télévision numérique et la télévision linéaire OTT. Le CSA suivra dès lors cette évolution de près et reverra cette analyse de marché au cas où cela s'avérerait nécessaire.

14.1.7. Conclusion de l'analyse concurrentielle

807. Brutélé dispose d'une puissance significative sur le marché de gros de la radiodiffusion et continuera à en disposer à l'horizon de la présente analyse.

14.2. TEST DES « TROIS CRITÈRES »

808. Le marché de gros défini dans le cadre de la présente analyse n'est pas repris dans la liste des marchés pertinents de produits identifiés par la Commission européenne dans sa recommandation de 2013. Les marchés qui ne figurent pas dans cette liste doivent satisfaire à trois critères cumulatifs pour être susceptibles d'être soumis à une réglementation *ex ante* :

808.1. La présence de barrières à l'entrée élevées et non provisoires.

808.2. L'absence d'évolution vers une situation de concurrence effective.

808.3. Une efficacité insuffisante du droit de la concurrence en l'absence de réglementation *ex ante*.

809. Ces trois critères seront examinés séparément ci-après. Un nombre considérable d'éléments utilisés dans le cadre du test des trois critères semblent en réalité correspondre à une série d'éléments présentés dans l'analyse de marché au point 5.6 « Analyse concurrentielle ». Pour l'examen du test des trois critères, le CSA fera dès lors plusieurs fois référence aux éléments abordés précédemment dans le cadre de l'examen des entreprises puissantes sur le marché.

810. Le test des trois critères suit l'analyse PSM uniquement pour des raisons de clarté et cet ordre ne change rien au fait qu'il sera examiné, au moyen du test des trois critères et indépendamment des résultats de l'analyse de la puissance sur le marché, si les marchés pertinents entrent en considération pour une réglementation *ex ante*.

14.2.1. Présence de barrières élevées et non provisoires à l'entrée

14.2.1.1. Une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer

811. Comme abordé en détail à la section 14.1.3. « Barrières à l'entrée », Brutélé dispose d'un vaste réseau qui ne peut être dupliqué économiquement par un nouvel entrant potentiel sur le marché.

812. À l'avenir, un opérateur qui souhaite entrer sur le marché de la télévision devra non seulement pouvoir utiliser le dégroupage de la boucle locale mais également la fonctionnalité multicast imposée à Proximus via le VULA. Ces fonctionnalités, qui font l'objet d'un projet de mesure qui n'a pas encore été adopté au moment de la présente analyse de marché, devraient permettre d'atteindre une certaine masse critique avant de pouvoir être considérées comme une alternative réelle au réseau coaxial. À titre d'exemple, l'offre SNOW de KPN (qui reposait sur un partage de la plateforme de télévision numérique de Proximus) avait atteint environ 35 000 clients en deux ans pour l'ensemble de la Belgique. Pour cette raison et compte tenu des avantages dont jouit l'opérateur PSM (économies d'échelle, possibilité de convertir la clientèle historique de la télévision analogique en télévision numérique), l'impact de la mise à disposition de ces fonctionnalités après la présente analyse ne sera sans doute pas tel que la conclusion du CSA concernant l'existence de barrières à l'entrée puisse être remise en cause.

813. En outre, les différences technologiques entre le réseau de cuivre (ou de fibre) et le réseau câblé font qu'un bénéficiaire utilisant des services de gros sur l'un de ces réseaux pour proposer des services de détail ne peut pas migrer vers les services de gros sur l'autre réseau. Le CSA a déjà abordé plus en détails l'impossibilité de cette convertibilité entre les deux réseaux à la section 10.2. « substituabilité entre l'accès à la plateforme de télévision numérique et aux plateformes de télévision alternative (satellite, IPTV) ». Le CSA considère par conséquent qu'un opérateur alternatif subit également un désavantage de barrières au départ trop élevées qui ne sont pas provisoires étant donné que les technologies en question ne convergent pas dans le délai prévu par la présente analyse de marché.

814. De plus, de nouveaux entrants potentiels ne sont pas en mesure de dupliquer la fonctionnalité analogique de Brutélé. Il s'agit là d'un élément important de l'offre de services de télévision dans la zone de couverture de Brutélé, comme abordé en détail à la section 5.3.3. Brutélé est à même d'accompagner les clients analogiques dans leur passage au numérique, alors que des acteurs purement numériques, tels que les opérateurs IPTV, ne sont pas en mesure de proposer des services analogiques.

14.2.1.2. Avantages de coûts résultant des économies d'échelle et de gamme et de l'intégration verticale

815. Sur le marché de gros de la radiodiffusion dans la zone de couverture de Brutélé, Brutélé bénéficie en outre d'avantages de coûts considérables résultant des économies d'échelle et de gamme ainsi que de l'intégration verticale, comme abordé en détail à la section 14.1.3.

816. Dans l'analyse de marché de 2011 concernant les marchés de la radiodiffusion, il avait été annoncé que « les opérateurs qui veulent accéder au marché de la radiodiffusion doivent avoir une solide clientèle et disposer de moyens financiers importants pour supporter les frais d'un contenu attrayant pendant une période plus longue. ». Le fait qu'après un long trajet d'implémentation semé d'embûches et de pièges, Orange soit la seule à être parvenue à obtenir l'accès au réseau câblé de Brutélé prouve a posteriori l'exactitude de cette prévision.

817. La possibilité pour Brutélé de vendre des produits de radiodiffusion à son importante clientèle lui donne un avantage structurel par rapport aux nouveaux entrants potentiels sur le marché. Brutélé peut limiter sa perte de clientèle grâce à des offres multiple play, ce qui constitue une barrière élevée pour les nouveaux entrants sur le marché qui ne disposent pas d'une grande clientèle sur ces marchés de produits connexes. Au vu de la popularité croissante des produits multiple play, il est probable que cette barrière ne cessera de gagner en importance.

14.2.1.3. Conclusion premier critère

818. Le CSA estime que le marché de gros pertinent dans la zone de couverture de Brutélé est caractérisé par des barrières élevées à l'entrée, étant donné que Brutélé dispose d'une infrastructure difficile à dupliquer et bénéficie d'avantages de coûts significatifs. Le CSA est d'avis que ces éléments continueront de former ces prochaines années une barrière élevée permanente à l'accès au marché de gros pertinent dans la zone de couverture de Brutélé. Le CSA conclut donc que le premier critère est rempli.

14.2.2. Structure de marché qui ne présage pas d'évolution vers une situation de concurrence effective

819. Le deuxième critère consiste à déterminer si les caractéristiques d'un marché laissent présager une **évolution vers une situation de concurrence effective.**

820. Il convient ce faisant d'étudier le dynamisme sur le marché de gros pertinent. Brutélé possède en outre une part de marché de 100 % sur ce marché de gros pertinent dans le délai prévu par la présente analyse de marché.

821. Dans le cadre de l'analyse du deuxième critère, il convient de prendre le marché de gros pertinent en question comme point de départ.

14.2.2.1. Maintien prospectif de parts de marché élevées

822. Le CSA observe que Brutélé possède une part de marché de 100 % sur ce marché de gros pertinent et devrait conserver une part de marché très élevée dans le délai prévu par la présente analyse de marché.

823. Il a en effet été mis en évidence :

823.1. Qu'il ne serait pas possible, à l'horizon de cette analyse, d'offrir en mode OTT des offres de télévision linéaire comparables à celle des câblo-opérateurs (cf. § 635 et section 5.3.8.5) ;

823.2. Qu'il existait des coûts de migration importants qui limitaient la substituabilité avec d'autres plateformes comme le satellite ou l'IPTV (cf. section 10.2) ;

823.3. Qu'il ne devrait pas exister de concurrence potentielle significative à l'horizon de la présente analyse (cf. section 14.1.5).

824. Dans ce même délai, Brutélé restera également le seul opérateur capable de mettre des services de télévision analogique et numérique sur le réseau câblé. Ces caractéristiques ont pour conséquence qu'en raison de l'absence totale de concurrents, aucune pression n'est exercée sur Brutélé faute de réglementation *ex ante*. Cela signifie que Brutélé n'aurait aucun incitant à proposer des prix de gros attractifs pour ses services de radiodiffusion, ni même aucun incitant à proposer un accès de gros à ces services.

14.2.2.2. Maintien attendu de l'avantage conféré par la télévision analogique

825. La télévision analogique continue à desservir une partie importante du marché et ne peut être fournie que par Brutélé. Un opérateur alternatif doit dès lors compter sur la revente de services de télévision analogique pour pouvoir les proposer à ses clients de détail. Comme déjà démontré, la télévision analogique reste un produit très prisé[404] sur le marché de détail, principalement pour les clients de détail possédant plusieurs postes de télévision. Cela montre l'utilité de la revente de services de télévision analogique pour les opérateurs qui souhaitent entrer sur le marché.

826. Néanmoins, il se peut qu'à l'avenir, il soit mis fin au service de télévision analogique (comme SFR l'a déjà fait dans la Région de Bruxelles-Capitale) mais ni Telenet[405], ni VOO n'ont annoncé un tel abandon jusqu'à présent. Vu la part significative des clients de détail possédant plusieurs postes de télévision, le CSA ne s'attend pas à ce qu'une telle annonce soit faite au cours de la période de régulation à venir.

[404] La télévision analogique est fournie non seulement aux clients de ce service mais continue d'être fournie à l'ensemble des clients de la télévision numérique sur câble.

[405] De par le rachat de SFR, Telenet ne fournira plus la télévision analogique à une partie de ses clients.

14.2.2.3. Absence d'impact suffisant de la part des autres plateformes de diffusion

827. Plusieurs acteurs du marché notent dans leurs réactions pendant la période de consultation que les plateformes de radiodiffusion de gros alternatives (IPTV, SATV et OTT) garantissent suffisamment de dynamisme sur les marchés de gros de la radiodiffusion. De ce fait, le deuxième critère pourrait ne pas être rempli.

828. Le CSA considère que les plateformes de radiodiffusion alternatives pourraient exercer un certain degré de contrainte concurrentielle. Les possibilités d'effectivement se montrer concurrentiel via une autre plateforme de radiodiffusion sont toutefois dans une grande mesure définies par le degré auquel ces plateformes peuvent acquérir une clientèle suffisamment grande sur le marché de détail de la radiodiffusion télévisuelle.

829. Si des plateformes de radiodiffusion télévisuelle alternatives qui n'appartiennent pas au marché de gros pertinent sont prises en compte, les conclusions concernant le deuxième critère resteraient par conséquent inchangées. Le degré de concurrence effective sur le marché de gros de la radiodiffusion dépend en effet fortement de la situation concurrentielle sur le marché de détail de la radiodiffusion, dont il est question au chapitre 5. Les obstacles sur le marché de détail se répercutent en outre sur les possibilités de concurrence effective sur le marché de gros, à savoir la possibilité que ces plateformes permettent aux opérateurs de fournir une offre qui soit concurrentielle sur le marché de détail de la radiodiffusion télévisuelle.

830. Les plateformes alternatives susmentionnées sont détaillées à la section 5.3. [406]. Il a été prouvé que leur capacité concurrentielle sur le marché de détail de la radiodiffusion télévisuelle est limitée, entre autres en raison de différences fonctionnelles et/ou de la disposition limitée du client final à migrer. L'on renvoie à différents passages de la section 8.2 pour une analyse détaillée.

831. Du fait que les possibilités de fournir une offre concurrentielle sur le marché de détail via ces plateformes alternatives sont limitées, il n'y a pas suffisamment de contrainte concurrentielle sur la plateforme câblée de Brutélé sur le marché de gros. Il doit actuellement et devra à l'avenir s'adresser à Brutélé pour pouvoir accéder au marché de gros de la radiodiffusion.

14.2.2.4. Absence d'impact suffisant de la part d'IPTV

832. Dans le cadre des remèdes de gros sur le marché 3a et 3b-1, l'IBPT a imposé à Proximus l'obligation d'accès à une offre multicast. Ces offres peuvent être utilisées pour proposer des services de télévision numérique sur le marché de détail mais l'impact de celles-ci dans le délai prévu par la présente analyse de marché ne doit pas être surestimé. Ces fonctionnalités, qui font l'objet d'un projet de mesure qui n'a pas encore été adopté au moment de la présente analyse de marché, devraient permettre d'atteindre une certaine masse critique avant de pouvoir exercer suffisamment de pression concurrentielle. À titre d'exemple, l'offre SNOW de BASE (qui reposait sur un partage de la plateforme de télévision numérique de Proximus) avait atteint environ 35 000 clients en deux ans pour l'ensemble de la Belgique. Pour cette raison et compte tenu des avantages dont jouit l'opérateur

[406] À savoir la SATV, la DVB-T, la télévision gratuite, la télévision non linéaire (par exemple la web tv et la VoD) et la télévision OTT linéaire.

PSM (économies d'échelle, possibilité de convertir la clientèle historique de la télévision analogique en télévision numérique), l'impact de la mise à disposition de ces fonctionnalités après la présente analyse reste incertain quant à la conclusion du CSA concernant l'existence de suffisamment de contrainte concurrentielle sur la plateforme câblée de Brutélé.

14.2.2.5. Absence d'impact suffisant de la part d'OTT

833. Dans la réaction à la consultation, un acteur note que les plateformes de télévision « over-the-top » peuvent exercer une pression concurrentielle sur l'offre de gros de Brutélé. Ici aussi, cette contrainte est en grande partie déterminée par le degré auquel une offre concurrentielle peut être fournie sur le marché de détail de la radiodiffusion par un opérateur.

834. Au chapitre 5, le CSA a étudié en détail les différents types de services OTT[407]. Il en est ressorti que ceux-ci peuvent fortement varier au niveau des fonctionnalités, des prix et de la pénétration auprès des utilisateurs finals. C'est pourquoi ils constituent un complément plutôt qu'un substitut aux services fournis via la plateforme câblée sur le marché de détail. Le CSA estime donc qu'il n'est pas probable qu'une plateforme OTT capable de fournir ces services exerce une contrainte concurrentielle significative sur la plateforme câblée de Brutélé.

835. Un opérateur peut en outre amener une offre de télévision linéaire via une plateforme OTT jusqu'à l'utilisateur final. Comme évoqué à la section 5.3.8.3, Stievie a récemment lancé une offre proposant sur le marché de détail de la radiodiffusion une offre de chaînes limitée via OTT. Comme déjà noté ci-dessus, le CSA estime que le degré auquel une telle offre est susceptible d'être concurrentielle sur le marché de détail de la radiodiffusion est incertain. Une offre OTT plutôt comparable, mentionnée par l'acteur du marché dans sa réaction à la consultation, WeePee TV[408], a déjà été suspendue après moins d'un an parce qu'elle n'était pas concurrentielle.

836. Comme indiqué à la section 5.3.8.5, des problèmes de capacité peuvent en outre survenir dans le cadre de l'offre de télévision linéaire via une plateforme OTT. Le CSA a procédé à une estimation de la consommation de données d'une offre de télévision numérique linéaire OTT complète. Au final, le CSA est arrivé à un volume de 150 GB à 300 GB, au-dessus du volume ordinaire utilisé aujourd'hui pour d'autres services large bande. Cela représente une capacité supplémentaire considérable qui, tant du point de vue de l'utilisateur final (capacité de téléchargement supplémentaire) que de l'ensemble du réseau (saturation), peut imposer des limites à la capacité concurrentielle d'une telle offre.

837. Ce qui l'a amené à conclure qu'il ne prévoit pas, à l'horizon de la présente analyse, le lancement d'offres de télévision linéaire via une plateforme OTT pouvant exercer suffisamment de pression concurrentielle sur les offres actuelles de télévision linéaire via la plateforme câblée de Brutélé.

---

[407] Voir sections 5.1.2.3 (§§ 129 et suivants), 5.2.2., 5.3.7. et 5.3.8.

[408] 244. En 2012, WeepeeTV a été lancée, une offre payante dans le cadre de laquelle l'on pouvait choisir 10 chaînes dans un pack de 26 pour un abonnement de 10 à 12 euros par mois. Ces services de radiodiffusion pouvaient être achetés via une connexion Internet haut débit. En décembre 2013, l'offre a été arrêtée.

14.2.2.6. Absence d'impact suffisant de la part d'autres plateformes alternatives

838. Le chapitre 5.3 aborde également en détail d'autres plateformes alternatives telles que la SATV et la DVB-T[409]. Il est démontré que leur capacité concurrentielle sur le marché de détail de la radiodiffusion est limitée. L'on renvoie aux sections respectives pour une analyse détaillée.

14.2.2.7. Conclusion deuxième critère

839. Le CSA estime que le marché de gros pertinent de la radiodiffusion n'évolue pas vers une concurrence effective. La télévision analogique continue à desservir une part importante du marché et peut uniquement être fournie par Brutélé. Un opérateur alternatif doit dès lors compter sur la revente de services de télévision analogique pour pouvoir les proposer à ses clients de détail. Brutélé garde en outre le contrôle de sa plateforme de télévision numérique, ce qui lui permettra de conserver une part de marché de 100 % à l'avenir. Le CSA conclut sur la base des éléments ci-dessus que le deuxième critère est rempli.

14.2.3. Caractère insuffisant du droit de la concurrence

840. Le CSA est d'avis que le droit de la concurrence est dans l'incapacité de remédier à lui seul au problème de concurrence précité de manière efficace et adéquate.

841. Le droit de la concurrence ne suffit pas parce qu'il ne permet pas aux concurrents d'accéder aux services et à l'infrastructure du réseau câblé. Il peut par exemple déjà s'avérer difficile d'établir qu'il s'agit d'une « facilité essentielle » selon les critères définis dans l'affaire Bronner devant la CJCE[410] et, même s'il était possible d'établir qu'il s'agit d'une facilité essentielle, les autorités de la concurrence ne seraient pas en mesure de fixer un prix d'accès et de garantir un accès dans les délais.

842. Plusieurs opérateurs alternatifs ont demandé à Brutélé un accès à son infrastructure avant l'analyse de marché précédente de 2011. Brutélé n'y avait pas donné suite. Sans établir qu'il s'agit d'une « facilité essentielle » (ce qui est extrêmement difficile), le droit de la concurrence ne prévoit aucune obligation de réagir à ce type de demande. Cela illustre bien le caractère insuffisant de ce dernier.

843. En 2011, le CSA avait précisé dans son analyse de marché concernant la radiodiffusion que « la mise en place d'une régulation *ex ante* est plus efficace pour atteindre l'objectif de développement d'une concurrence effective et durable sur le marché en cause que le droit de la concurrence dont l'application ne constituerait pas une réponse effective en terme[s] de délais et d'effets escomptés ». Le 20 décembre 2013, Orange a demandé un accès au réseau de Brutélé sur la base de l'analyse de marché de 2011. Cette requête confirme la position du CSA selon laquelle le droit de la concurrence ne suffit pas pour promouvoir la concurrence, car, sans intervention régulatoire, Orange n'aurait plus que probablement pas encore pu obtenir d'accès (effectif) au réseau de Brutélé.

---

[409] À savoir la SATV, la DVB-T, la télévision gratuite, la télévision non linéaire (par exemple la web tv et la VoD) et la télévision OTT linéaire.

[410] CJCE, 26 novembre 1998, C-7/97, *Bronner*.

844. On peut se demander de quelle façon évoluerait le marché si ces obligations étaient levées et si étaient applicables seulement les dispositions de la législation relative à la protection des consommateurs et les obligations imposées par ailleurs sur les marchés de gros pertinents. Au regard du comportement de Brutélé au cours des années précédentes (avant comme après la décision de la CRC de 2011[411]), il est vraisemblable que Brutélé arrêterait de vendre des services de gros à d'autres opérateurs comme Orange ou qu'elle les vendrait seulement à des conditions techniques et tarifaires défavorables.

845. Enfin, le CSA estime également que l'application d'obligations *ex ante* permet de prendre en considération les autres objectifs réglementaires européens de manière plus efficace et durable que la seule application du droit de la concurrence. [412]

846. L'application de la réglementation *ex ante* permet notamment de créer un cadre prévisible susceptible d'encourager les investissements. Elle permet également de mettre en place une approche réglementaire coordonnée des différents niveaux de la chaîne de valeurs ; coordination nécessaire pour atteindre les objectifs du cadre réglementaire européen. Ce qui ne permet pas l'application du droit de la concurrence. Pour toutes ces raisons, le CSA estime que le droit de la concurrence ne peut à lui seul constituer une réponse satisfaisante au problème de concurrence constaté sur le marché en question.

847. Le régulateur sectoriel dispose en outre d'outils mieux adaptés tels que le contrôle tarifaire *ex ante* (cf. article 96 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels). Ce contrôle peut nécessiter un travail régulier de surveillance des tarifs et de traitement des informations (tarifs de gros et de détail, volumes et profils de trafic). Ce type de contrôle régulier sort des missions généralement confiées aux autorités de la concurrence (contrôle des concentrations et analyses des éventuels abus de position dominante).

14.2.3.1. Conclusion troisième critère

848. Le CSA considère sur la base des éléments susmentionnés que le droit de la concurrence n'est pas suffisant pour remédier aux problèmes rencontrés sur le marché de gros pertinent de la radiodiffusion dans la zone de couverture de Brutélé. Le troisième critère est donc rempli.

14.2.4. Conclusion concernant la nécessité de réguler le marché de la radiodiffusion et le test des trois critères

849. Le CSA conclut à la lumière de l'analyse ci-dessus que les trois critères cumulatifs fixés par la Commission européenne sont remplis en ce qui concerne le marché de gros de la radiodiffusion dans la zone de couverture de Brutélé. Ce marché entre donc en considération pour une réglementation *ex ante*.

---

[411] Absence d'offre de gros commerciale en l'absence de régulation, recours contre les décisions organisant le contrôle des prix de gros.

[412] ERG Report on Guidance on the application of the three criteria test, ERG (08)21, Junejuin 2008, pp. 13-15.

chapitre 15. NETHYS

15.1. ANALYSE CONCURRENTIELLE

15.1.1. Taille globale de l'entreprise

850. Lorsqu'une entreprise donnée a une plus grande taille que ses concurrents, cela peut constituer un avantage concurrentiel. Il peut s'agir par exemple d'un accès facile aux ressources financières, d'économies d'échelle et de gamme, d'une relation à long terme avec les fournisseurs, d'un grand réseau de distribution et d'un large soutien marketing.

851. Si un acteur du marché est actif dans différents secteurs, les bénéfices tirés d'un certain segment peuvent être utilisés pour soutenir une autre branche d'activité. De même, les investissements visés peuvent être financés plus facilement lorsque l'entreprise fait partie d'un groupe puissant. Une grande entreprise peut éventuellement obtenir des remises de quantité lors de l'achat de produits ou de services et une relation à long terme avec un fournisseur entraîne d'ordinaire une meilleure position de négociation. Les économies de gamme et d'échelle sont naturellement le résultat d'une grande clientèle permettant de répartir les coûts fixes et donc de diminuer les coûts unitaires.

852. Concernant sa taille, il y a lieu de souligner que Nethys exploite en commun avec Brutélé la marque VOO. Bien que constituant des sociétés distinctes, il existe entre Brutélé et Nethys des relations particulières et des synergies[413]. Brutélé et Nethys sont des sociétés intercommunales dont les capitaux sont entièrement publics. Nethys elle-même est une filiale du holding public Publifin. Nethys est active dans différents secteurs, comme l'énergie, les télécoms et les médias.

853. Nethys fait partie d'un groupe puissant, plus grand, et est associée à Brutélé pour la fourniture de services de télécommunications. Les possibilités financières des opérateurs et l'accès facile aux marchés des capitaux peuvent indiquer que les entreprises sont dans une certaine mesure capables d'agir indépendamment des autres concurrents, clients et consommateurs[414].

15.1.2. Parts de marché

854. Compte tenu de la définition du marché pertinent de produits, Nethys est le seul fournisseur de l'accès à la plateforme de télévision numérique et de l'accès à une offre de revente de la télévision analogique sur son réseau. Sa part de marché est par conséquent de 100 %. Un tel niveau de part de marché suffit, sauf circonstances exceptionnelles, à établir l'existence d'une position dominante.[415]

855. Nethys devrait en outre rester le seul fournisseur d'accès à la plateforme de télévision numérique et d'accès à une offre de revente de la télévision analogique sur son réseau à l'horizon de la présente analyse. Il n'est pas réaliste d'attendre qu'un opérateur puisse déployer une nouvelle infrastructure, parallèle à celle de Nethys à l'horizon de la présente analyse. Quand bien même certaines initiatives

[413] La politique commerciale et tarifaire est commune, les offres de gros ont été développées en commun, différentes fonctions ont été confiées à un Groupement d'Intérêt Économique (GIE).

[414] SMP Guidelines on relevant markets.

[415] Lignes directrices PSM 2002, § 75, et lignes directrices PSM 2018, § 55.

devaient voir le jour au cours de la période considérée par cette analyse, il est peu vraisemblable que les nouvelles infrastructures ainsi déployées atteignent une couverture et un volume de vente tels que la part de marché de Nethys baisse en dessous du seuil (40 %) permettant de présumer l'existence d'une position dominante.

15.1.3. Barrières à l'entrée

Contrôle d'une infrastructure difficile à dupliquer et dépenses à fonds perdus

856. Un réseau câblé tel que celui de Nethys, s'étendant jusqu'aux utilisateurs finals résidentiels et professionnels[416], constitue **une infrastructure extrêmement difficile à dupliquer**. Déployer de façon indépendante une nouvelle infrastructure qui dupliquerait celle de Nethys nécessiterait d'importants investissements[417] : travaux de génie civil (tranchées), installation de répartiteurs (VHE, CMTS), de sous-répartiteurs (nœuds optiques, boîtiers dans les rues) et d'équipement chez le client final. De tels investissement sont extrêmement coûteux et exigeraient des délais importants pour l'obtention des autorisations requises et pour la réalisation proprement dite. En outre, le réseau câblé de Nethys a été déployé en grande partie à l'époque où celle-ci disposait d'un monopole. L'opérateur qui voudrait déployer une nouvelle infrastructure ne pourrait pas bénéficier de tels avantages.

857. Les investissements dans une telle infrastructure constituent en outre des **dépenses à fonds perdus**, c'est-à-dire des coûts fixes qu'il est difficile de récupérer (parce qu'il s'agit d'investissements dans des actifs qui peuvent difficilement être réutilisés pour d'autres usages) [418]. La nécessité d'engager d'importantes dépenses à fonds perdus rend l'entrée sur le marché plus difficile encore.

Économies d'échelle

858. Le contrôle d'une infrastructure difficile à dupliquer procure à Nethys d'autres avantages tels que des économies d'échelle, c'est-à-dire des coûts de production unitaires plus faibles lorsque le volume de production augmente (du fait qu'il est possible de répartir les coûts fixes sur un volume de production supérieur) [419].

859. Du fait de son statut d'opérateur historique, Nethys a bénéficié d'économies d'échelle significatives lors du déploiement de son réseau de câble coaxial et a pu amortir la majorité de ses coûts sur l'ensemble des utilisateurs finals[420]. Aujourd'hui, un acteur désirant entrer sur le marché de la radiodiffusion ne pourrait bénéficier du même effet d'économies d'échelle que celui dont a historiquement bénéficié Nethys. Du fait du maintien de parts de marché élevées même depuis l'ouverture du secteur des télécommunications à la concurrence, Nethys continue de bénéficier

[416] À l'exception de certaines zones d'activité économique où, historiquement, le câble coaxial n'a pas été déployé.

[417] À titre de comparaison, entre 2014 et 2019, Telenet prévoit 500 millions d'euros d'investissements pour l'extension de son réseau (« les Grands Travaux du Réseau »).

[418] Commission européenne, Glossary of terms used in EU competition policy, juillet 2002.

[419] Commission européenne, Glossary of terms used in EU competition policy, juillet 2002.

[420] Les câblo-opérateurs ont chacun disposé d'un monopole de fait pendant une longue période, dans le domaine de la télédistribution. C'est au cours de cette période qu'ont été déployés leurs réseaux d'accès respectifs qui servent aujourd'hui encore à produire des services haut débit et de radiodiffusion. À titre d'exemple, Nethys reconnaît avoir bénéficié d'un monopole de 1968 à 2005 (présentation de Nethys à la Commission d'Enquête du Parlement wallon, 10 mars 2017). Brutélé a bénéficié d'un avantage similaire.

d'économies d'échelle supérieures à celles de son concurrent (même si Proximus bénéficie elle aussi d'économies d'échelle dans la zone de couverture de Nethys).

Intégration verticale

860. Nethys est une entreprise intégrée verticalement, c'est-à-dire qu'elle est présente aux différents stades de la chaîne de valeur : elle dispose de son propre réseau et sa division commerciale est la principale utilisatrice des services basés sur ce réseau, qu'elle vend sur les marchés de détail concernés.

861. L'intégration verticale procure à Nethys un haut niveau d'indépendance, en comparaison avec ses concurrents sur les marchés en aval qui, pour leur part, sont bien souvent dépendants de Proximus ou Nethys pour obtenir des services de gros.

Économie de gamme

862. L'abaissement des coûts unitaires grâce à l'élargissement de l'offre de produits et services qui peuvent être basés sur un réseau d'accès constitue un principe économique fondamental. Nethys peut combiner plusieurs produits, comme des produits de télévision numérique avec l'internet large bande et/ou la téléphonie par exemple. C'est ce que l'on appelle les produits multiple play. B Nethys peut ainsi répartir les coûts communs, liés à l'exploitation et à la gestion du réseau, entre plusieurs services.

863. Les économies de gamme dont bénéficie Nethys grâce aux offres multiple play constituent toutefois un avantage significatif par rapport aux entrants potentiels sur le marché, qui ne disposent pas des capacités de réseau ou de l'accès aux inputs essentiels pour fournir plusieurs produits et/ou services.

15.1.4. Contre-pouvoir des acheteurs

864. Le contre-pouvoir des acheteurs est la capacité des acheteurs à obtenir de meilleures conditions du fait de leur position de négociation (des acheteurs puissants peuvent exercer un effet disciplinant sur des vendeurs puissants)[421].

865. La division commerciale de Nethys est la principale utilisatrice des services basés sur l'accès à la plateforme de télévision numérique et l'accès à une offre de revente de la télévision analogique (Orange ne propose ses services que depuis début 2016 et ne possède dès lors encore qu'une petite part de marché). Du fait de ces volumes d'achat limités, les opérateurs clients de Nethys pour les services basés sur l'accès à la plateforme de télévision numérique et l'accès à une offre de revente de la télévision analogique **ne disposent pas d'un fort pouvoir de négociation** vis-à-vis de Nethys.

866. Les opérateurs clients de Nethys pour les services basés sur l'accès à la plateforme de télévision numérique et l'accès à une offre de revente de la télévision analogique **ne disposent pas non plus d'alternatives crédibles** pour s'approvisionner en services de gros. Les analyses de substituabilité

[421] Commission européenne, Glossary of terms used in EU competition policy, juillet 2002.

(cf. chapitre 10 « Définition du marché de produits ») ont conduit à la conclusion qu'il n'existait pas, même prospectivement, de produit susceptible de se substituer aux services de Nethys.

867. Compte tenu des coûts et des délais pour déployer une nouvelle infrastructure (cf. § 856), il n'est **pas non plus envisageable de recourir à l'autofourniture**.

868. Compte tenu des éléments qui précèdent, le CSA conclut que les opérateurs clients de Nethys pour les services basés sur l'accès à la plateforme de télévision numérique et l'accès à une offre de revente de la télévision analogique ne disposent pas d'un contre-pouvoir d'achat significatif.

15.1.5. Concurrence potentielle

869. La concurrence potentielle est la pression concurrentielle qui peut être exercée par la possibilité que des firmes (nouvelles ou existantes) entrent sur un marché donné[422]. Bien que l'effet de la concurrence potentielle soit moins immédiat que la substituabilité du côté de la demande et du côté de l'offre, elle peut exercer un certain effet disciplinant sur les entreprises en place.

870. Compte tenu des barrières à l'entrée mises en évidence ci-dessus, en particulier la difficulté de dupliquer l'infrastructure de Nethys et le fait que les investissements dans une nouvelle infrastructure seraient des dépenses à fonds perdus, la probabilité est faible qu'un opérateur déploie une nouvelle infrastructure de câble coaxial à l'horizon de la présente analyse, du moins sur une échelle telle qu'elle remettrait en question la position de Nethys sur ce marché.

871. Quand bien même de telles initiatives devaient voir le jour au cours de la période considérée par cette analyse, il est peu vraisemblable que les nouvelles infrastructures ainsi déployées atteignent une couverture telle que ces infrastructures constituent une alternative satisfaisante aux produits de gros de la radiodiffusion au réseau de Nethys. Par conséquent, l'impact de la concurrence potentielle n'est pas de nature à remettre en question la position de Nethys sur ce marché.

15.1.6. Analyse prospective

872. Aux sections 5.2.1.3 « Autres plateformes et offres » et 5.2.2 « Télévision non linéaire », l'offre étendue de services de télévision via IP a été abordée. Celle-ci permet à l'utilisateur final de regarder les programmes qu'il souhaite où et quand il le veut. Aux États-Unis, certains opérateurs[423] proposent déjà la télévision linéaire OTT en direct. Cela signifie que les clients qui prennent uniquement la large bande peuvent tout de même regarder un certain nombre de chaînes via leur connexion Internet.

873. Au chapitre 9 « Existence d'une demande pour un accès de gros à la radiodiffusion sur les réseaux câblés », le CSA a procédé à une estimation de la consommation de données d'une offre de télévision numérique linéaire OTT complète. Au final, le CSA est arrivé à un volume de 150 GB à 300 GB, ce qui

[422] Commission européenne, Glossary of terms used in EU competition policy, juillet 2002.

[423] Stream TV de Comcast, DirecTV de AT&T, Sling de Dish

l'a amené à conclure qu'il ne prévoit pas, à l'horizon de la présente analyse, le lancement d'offres de télévision linéaire OTT suffisamment comparables aux offres actuelles de télévision linéaire.

874. Bien que la capacité actuelle ne soit pas suffisante pour proposer une offre de télévision linéaire OTT, les exemples que l'on peut voir aux USA montrent qu'il ne peut être exclu qu'une offre de télévision linéaire OTT puisse être lancée dans le futur par Nethys ou des opérateurs alternatifs. En raison des limites de capacité existantes, cette offre de télévision linéaire OTT ne serait toutefois pas complètement équivalente à l'offre de télévision numérique actuelle, ce qui la rendra également moins attrayante pour la majorité des clients finals. C'est la raison pour laquelle elle ne peut pas être considérée comme une concurrence effective à la revente de l'offre de télévision analogique et d'accès à la plateforme de télévision numérique à l'horizon de la présente analyse.

875. Toutefois, la qualité croissante des images des fournisseurs OTT (Netflix offre par exemple déjà du contenu de radiodiffusion dans une qualité 4K ou UHD) et le catalogue grandissant de contenu de radiodiffusion combiné aux vitesses de téléchargement supérieures disponibles et au volume de données correspondant peuvent contribuer à réduire l'écart entre les services de télévision numérique et la télévision linéaire OTT. Le CSA suivra dès lors cette évolution de près et reverra cette analyse de marché au cas où cela s'avérerait nécessaire.

15.1.7. Conclusion de l'analyse concurrentielle

876. Nethys dispose d'une puissance significative sur le marché de gros de la radiodiffusion et continuera à en disposer à l'horizon de la présente analyse.

15.2. TEST DES « TROIS CRITÈRES »

877. Le marché de gros défini dans le cadre de la présente analyse n'est pas repris dans la liste des marchés pertinents de produits identifiés par la Commission européenne dans sa recommandation de 2013. Les marchés qui ne figurent pas dans cette liste doivent satisfaire à trois critères cumulatifs pour être susceptibles d'être soumis à une réglementation *ex ante* :

877.1. La présence de barrières à l'entrée élevées et non provisoires.

877.2. L'absence d'évolution vers une situation de concurrence effective.

877.3. Une efficacité insuffisante du droit de la concurrence en l'absence de réglementation *ex ante*.

878. Ces trois critères seront examinés séparément ci-après. Un nombre considérable d'éléments utilisés dans le cadre du test des trois critères semblent en réalité correspondre à une série d'éléments présentés dans l'analyse de marché au point 5.6 « Analyse concurrentielle ». Pour l'examen du test des trois critères, le CSA fera dès lors plusieurs fois référence aux éléments abordés précédemment dans le cadre de l'examen des entreprises puissantes sur le marché.

879. Le test des trois critères suit l'analyse PSM uniquement pour des raisons de clarté et cet ordre ne change rien au fait qu'il sera examiné, au moyen du test des trois critères et indépendamment des résultats de l'analyse de la puissance sur le marché, si les marchés pertinents entrent en considération pour une réglementation *ex ante*.

15.2.1. Présence de barrières élevées et non provisoires à l'entrée

15.2.1.1. Une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer

880. Comme abordé en détail à la section 15.1.3. « Barrières à l'entrée », Nethys dispose d'un vaste réseau qui ne peut être dupliqué économiquement par un nouvel entrant potentiel sur le marché.

881. À l'avenir, un opérateur qui souhaite entrer sur le marché de la télévision devra non seulement pouvoir utiliser le dégroupage de la boucle locale mais également la fonctionnalité multicast imposée à Proximus via le VULA. Ces fonctionnalités, qui font l'objet d'un projet de mesure qui n'a pas encore été adopté au moment de la présente analyse de marché, devraient permettre d'atteindre une certaine masse critique avant de pouvoir être considérées comme une alternative réelle au réseau coaxial. À titre d'exemple, l'offre SNOW de KPN (qui reposait sur un partage de la plateforme de télévision numérique de Proximus) avait atteint environ 35 000 clients en deux ans pour l'ensemble de la Belgique. Pour cette raison et compte tenu des avantages dont jouit l'opérateur PSM (économies d'échelle, possibilité de convertir la clientèle historique de la télévision analogique en télévision numérique), l'impact de la mise à disposition de ces fonctionnalités après la présente analyse ne sera sans doute pas tel que la conclusion du CSA concernant l'existence de barrières à l'entrée puisse être remise en cause.

882. En outre, les différences technologiques entre le réseau de cuivre (ou de fibre) et le réseau câblé font qu'un bénéficiaire utilisant des services de gros sur l'un de ces réseaux pour proposer des services de détail ne peut pas migrer vers les services de gros sur l'autre réseau. Le CSA a déjà abordé plus en détails l'impossibilité de cette convertibilité entre les deux réseaux à la section 10.2. « substituabilité entre l'accès à la plateforme de télévision numérique et aux plateformes de télévision alternative (satellite, IPTV) ». Le CSA considère par conséquent qu'un opérateur alternatif subit également un désavantage de barrières au départ trop élevées qui ne sont pas provisoires étant donné que les technologies en question ne convergent pas dans le délai prévu par la présente analyse de marché.

883. De plus, de nouveaux entrants potentiels ne sont pas en mesure de dupliquer la fonctionnalité analogique de Nethys. Il s'agit là d'un élément important de l'offre de services de télévision dans la zone de couverture de Nethys, comme abordé en détail à la section 5.3.3. Nethys est à même d'accompagner les clients analogiques dans leur passage au numérique, alors que des acteurs purement numériques, tels que les opérateurs IPTV, ne sont pas en mesure de proposer des services analogiques.

15.2.1.2. Avantages de coûts résultant des économies d'échelle et de gamme et de l'intégration verticale

884. Sur le marché de gros de la radiodiffusion dans la zone de couverture de Nethys, Nethys bénéficie en outre d'avantages de coûts considérables résultant des économies d'échelle et de gamme ainsi que de l'intégration verticale, comme abordé en détail à la section 15.1.3.

885. Dans l'analyse de marché de 2011 concernant les marchés de la radiodiffusion, il avait été annoncé que « les opérateurs qui veulent accéder au marché de la radiodiffusion doivent avoir une solide clientèle et disposer de moyens financiers importants pour supporter les frais d'un contenu attrayant pendant une période plus longue. ». Le fait qu'après un long trajet d'implémentation semé d'embûches et de pièges, Orange soit la seule à être parvenue à obtenir l'accès au réseau câblé de Nethys prouve a posteriori l'exactitude de cette prévision.

886. La possibilité pour Nethys de vendre des produits de radiodiffusion à son importante clientèle lui donne un avantage structurel par rapport aux nouveaux entrants potentiels sur le marché. Nethys peut limiter sa perte de clientèle grâce à des offres multiple play, ce qui constitue une barrière élevée pour les nouveaux entrants sur le marché qui ne disposent pas d'une grande clientèle sur ces marchés de produits connexes. Au vu de la popularité croissante des produits multiple play, il est probable que cette barrière ne cessera de gagner en importance.

15.2.1.3. Conclusion premier critère

887. Le CSA estime que le marché de gros pertinent dans la zone de couverture de Nethys est caractérisé par des barrières élevées à l'entrée, étant donné que Nethys dispose d'une infrastructure difficile à dupliquer et bénéficie d'avantages de coûts significatifs. Le CSA est d'avis que ces éléments continueront de former ces prochaines années une barrière élevée permanente à l'accès au marché de gros pertinent dans la zone de couverture de Nethys. Le CSA conclut donc que le premier critère est rempli.

15.2.2. Structure de marché qui ne présage pas d'évolution vers une situation de concurrence effective

888. Le deuxième critère consiste à déterminer si les caractéristiques d'un marché laissent présager une **évolution vers une situation de concurrence effective.**

889. Il convient ce faisant d'étudier le dynamisme sur le marché de gros pertinent. Nethys possède en outre une part de marché de 100 % sur ce marché de gros pertinent dans le délai prévu par la présente analyse de marché.

890. Dans le cadre de l'analyse du deuxième critère, il convient de prendre le marché de gros pertinent en question comme point de départ.

15.2.2.1. Maintien prospectif de parts de marché élevées

891. Le CSA observe que Nethys possède une part de marché de 100 % sur ce marché de gros pertinent et devrait conserver une part de marché très élevée dans le délai prévu par la présente analyse de marché.

892. Il a en effet été mis en évidence :

892.1. Qu'il ne serait pas possible, à l'horizon de cette analyse, d'offrir en mode OTT des offres de télévision linéaire comparables à celle des câblo-opérateurs (cf. § 635 et section 5.3.8.5) ;

892.2. Qu'il existait des coûts de migration importants qui limitaient la substituabilité avec d'autres plateformes comme le satellite ou l'IPTV (cf. section 10.2) ;

892.3. Qu'il ne devrait pas exister de concurrence potentielle significative à l'horizon de la présente analyse (cf. section 15.1.5).

893. Dans ce même délai, Nethys restera également le seul opérateur capable de mettre des services de télévision analogique et numérique sur le réseau câblé. Ces caractéristiques ont pour conséquence qu'en raison de l'absence totale de concurrents, aucune pression n'est exercée sur Nethys faute de réglementation *ex ante*. Cela signifie que Nethys n'aurait aucun incitant à proposer des prix de gros attractifs pour ses services de radiodiffusion, ni même aucun incitant à proposer un accès de gros à ces services.

15.2.2.2. Maintien attendu de l'avantage conféré par la télévision analogique

894. La télévision analogique continue à desservir une partie importante du marché et ne peut être fournie que par Nethys. Un opérateur alternatif doit dès lors compter sur la revente de services de télévision analogique pour pouvoir les proposer à ses clients de détail. Comme déjà démontré, la télévision analogique reste un produit très prisé[424] sur le marché de détail, principalement pour les clients de détail possédant plusieurs postes de télévision. Cela montre l'utilité de la revente de services de télévision analogique pour les opérateurs qui souhaitent entrer sur le marché.

895. Néanmoins, il se peut qu'à l'avenir, il soit mis fin au service de télévision analogique (comme SFR l'a déjà fait dans la Région de Bruxelles-Capitale) mais ni Telenet[425], ni VOO n'ont annoncé un tel abandon jusqu'à présent. Vu la part significative des clients de détail possédant plusieurs postes de télévision, le CSA ne s'attend pas à ce qu'une telle annonce soit faite au cours de la période de régulation à venir.

15.2.2.3. Absence d'impact suffisant de la part des autres plateformes de diffusion

896. Plusieurs acteurs du marché notent dans leurs réactions pendant la période de consultation que les plateformes de radiodiffusion de gros alternatives (IPTV, SATV et OTT) garantissent suffisamment de dynamisme sur les marchés de gros de la radiodiffusion. De ce fait, le deuxième critère pourrait ne pas être rempli.

---

[424] La télévision analogique est fournie non seulement aux clients de ce service mais continue d'être fournie à l'ensemble des clients de la télévision numérique sur câble.

[425] De par le rachat de SFR, Telenet ne fournira plus la télévision analogique à une partie de ses clients.

897. Le CSA considère que les plateformes de radiodiffusion alternatives pourraient exercer un certain degré de contrainte concurrentielle. Les possibilités d'effectivement se montrer concurrentiel via une autre plateforme de radiodiffusion sont toutefois dans une grande mesure définies par le degré auquel ces plateformes peuvent acquérir une clientèle suffisamment grande sur le marché de détail de la radiodiffusion télévisuelle.

898. Si des plateformes de radiodiffusion télévisuelle alternatives qui n'appartiennent pas au marché de gros pertinent sont prises en compte, les conclusions concernant le deuxième critère resteraient par conséquent inchangées. Le degré de concurrence effective sur le marché de gros de la radiodiffusion dépend en effet fortement de la situation concurrentielle sur le marché de détail de la radiodiffusion, dont il est question au chapitre 5. Les obstacles sur le marché de détail se répercutent en outre sur les possibilités de concurrence effective sur le marché de gros, à savoir la possibilité que ces plateformes permettent aux opérateurs de fournir une offre qui soit concurrentielle sur le marché de détail de la radiodiffusion télévisuelle.

899. Les plateformes alternatives susmentionnées sont détaillées au chapitre 5.3[426]. Il a été prouvé que leur capacité concurrentielle sur le marché de détail de la radiodiffusion télévisuelle est limitée, entre autres en raison de différences fonctionnelles et/ou de la disposition limitée du client final à migrer. L'on renvoie à différents passages de la section 8.2 pour une analyse détaillée.

900. Du fait que les possibilités de fournir une offre concurrentielle sur le marché de détail via ces plateformes alternatives sont limitées, il n'y a pas suffisamment de contrainte concurrentielle sur la plateforme câblée de Nethys sur le marché de gros. Il doit actuellement et devra à l'avenir s'adresser à Nethys pour pouvoir accéder au marché de gros de la radiodiffusion.

15.2.2.4. Absence d'impact suffisant de la part d'IPTV

901. Dans le cadre des remèdes de gros sur le marché 3a et 3b-1, l'IBPT a imposé à Proximus l'obligation d'accès à une offre multicast. Ces offres peuvent être utilisées pour proposer des services de télévision numérique sur le marché de détail mais l'impact de celles-ci dans le délai prévu par la présente analyse de marché ne doit pas être surestimé. Ces fonctionnalités, qui font l'objet d'un projet de mesure qui n'a pas encore été adopté au moment de la présente analyse de marché, devraient permettre d'atteindre une certaine masse critique avant de pouvoir exercer suffisamment de pression concurrentielle. À titre d'exemple, l'offre SNOW de BASE (qui reposait sur un partage de la plateforme de télévision numérique de Proximus) avait atteint environ 35 000 clients en deux ans pour l'ensemble de la Belgique. Pour cette raison et compte tenu des avantages dont jouit l'opérateur PSM (économies d'échelle, possibilité de convertir la clientèle historique de la télévision analogique en télévision numérique), l'impact de la mise à disposition de ces fonctionnalités après la présente analyse reste incertain quant à la conclusion du CSA concernant l'existence de suffisamment de contrainte concurrentielle sur la plateforme câblée de Nethys.

[426] À savoir la SATV, la DVB-T, la télévision gratuite, la télévision non linéaire (par exemple la web tv et la VoD) et la télévision OTT linéaire.

15.2.2.5. Absence d'impact suffisant de la part d'OTT

902. Dans la réaction à la consultation, un acteur note que les plateformes de télévision « over-the-top » peuvent exercer une pression concurrentielle sur l'offre de gros de Nethys. Ici aussi, cette contrainte est en grande partie déterminée par le degré auquel une offre concurrentielle peut être fournie sur le marché de détail de la radiodiffusion par un opérateur.

903. Au chapitre 5, le CSA a étudié en détail les différents types de services OTT[427]. Il en est ressorti que ceux-ci peuvent fortement varier au niveau des fonctionnalités, des prix et de la pénétration auprès des utilisateurs finals. C'est pourquoi ils constituent pour la plupart un complément plutôt qu'un substitut aux services fournis via la plateforme câblée sur le marché de détail. Le CSA estime donc qu'il n'est pas probable qu'une plateforme OTT capable de fournir ces services exerce une contrainte concurrentielle significative sur la plateforme câblée de Nethys.

904. Un opérateur peut en outre amener une offre de télévision linéaire via une plateforme OTT jusqu'à l'utilisateur final. Comme évoqué à la section 5.3.8.3, Stievie a récemment lancé une offre proposant sur le marché de détail de la radiodiffusion une offre de chaînes limitée via OTT. Comme déjà noté ci-dessus, le CSA estime que le degré auquel une telle offre est susceptible d'être concurrentielle sur le marché de détail de la radiodiffusion est incertain. Une offre OTT plutôt comparable, mentionnée par l'acteur du marché dans sa réaction à la consultation, WeePee TV[428], a déjà été suspendue après moins d'un an parce qu'elle n'était pas concurrentielle.

905. Comme indiqué à la section 5.3.8.5, des problèmes de capacité peuvent en outre survenir dans le cadre de l'offre de télévision linéaire via une plateforme OTT. Le CSA a procédé à une estimation de la consommation de données d'une offre de télévision numérique linéaire OTT complète. Au final, le CSA est arrivé à un volume de 150 GB à 300 GB, au-dessus du volume ordinaire utilisé aujourd'hui pour d'autres services large bande. Cela représente une capacité supplémentaire considérable qui, tant du point de vue de l'utilisateur final (capacité de téléchargement supplémentaire) que de l'ensemble du réseau (saturation), peut imposer des limites à la capacité concurrentielle d'une telle offre.

906. Ce qui l'a amené à conclure qu'il ne prévoit pas, à l'horizon de la présente analyse, le lancement d'offres de télévision linéaire via une plateforme OTT pouvant exercer suffisamment de pression concurrentielle sur les offres actuelles de télévision linéaire via la plateforme câblée de Nethys.

---

[427] Voir sections 5.2.1.3 (§§ 129 et suivants), 5.2.2., 5.3.7. et 5.3.8.

[428] 244. En 2012, WeepeeTV a été lancée, une offre payante dans le cadre de laquelle l'on pouvait choisir 10 chaînes dans un pack de 26 pour un abonnement de 10 à 12 euros par mois. Ces services de radiodiffusion pouvaient être achetés via une connexion Internet haut débit. En décembre 2013, l'offre a été arrêtée.

15.2.2.6. Absence d'impact suffisant de la part d'autres plateformes alternatives

907. Le chapitre 5.3 aborde également en détail d'autres plateformes alternatives telles que la SATV et la DVB-T[429]. Il est démontré que leur capacité concurrentielle sur le marché de détail de la radiodiffusion est limitée. L'on renvoie aux sections respectives pour une analyse détaillée.

15.2.2.7. Conclusion deuxième critère

908. Le CSA estime que le marché de gros pertinent de la radiodiffusion n'évolue pas vers une concurrence effective. La télévision analogique continue à desservir une part importante du marché et peut uniquement être fournie par Nethys. Un opérateur alternatif doit dès lors compter sur la revente de services de télévision analogique pour pouvoir les proposer à ses clients de détail. Nethys garde en outre le contrôle de sa plateforme de télévision numérique, ce qui lui permettra de conserver une part de marché de 100 % à l'avenir. Le CSA conclut sur la base des éléments ci-dessus que le deuxième critère est rempli.

15.2.3. Caractère insuffisant du droit de la concurrence

909. Le CSA est d'avis que le droit de la concurrence est dans l'incapacité de remédier à lui seul au problème de concurrence précité de manière efficace et adéquate.

910. Le droit de la concurrence ne suffit pas parce qu'il ne permet pas aux concurrents d'accéder aux services et à l'infrastructure du réseau câblé. Il peut par exemple déjà s'avérer difficile d'établir qu'il s'agit d'une « facilité essentielle » selon les critères définis dans l'affaire Bronner devant la CJCE[430] et, même s'il était possible d'établir qu'il s'agit d'une facilité essentielle, les autorités de la concurrence ne seraient pas en mesure de fixer un prix d'accès et de garantir un accès dans les délais.

911. Plusieurs opérateurs alternatifs ont demandé à Nethys un accès à son infrastructure avant l'analyse de marché précédente de 2011. Nethys n'y avait pas donné suite. Sans établir qu'il s'agit d'une « facilité essentielle » (ce qui est extrêmement difficile), le droit de la concurrence ne prévoit aucune obligation de réagir à ce type de demande. Cela illustre bien le caractère insuffisant de ce dernier.

912. En 2011, le CSA avait précisé dans son analyse de marché concernant la radiodiffusion que « la mise en place d'une régulation *ex ante* est plus efficace pour atteindre l'objectif de développement d'une concurrence effective et durable sur le marché en cause que le droit de la concurrence dont l'application ne constituerait pas une réponse effective en terme[s] de délais et d'effets escomptés ». Le 20 décembre 2013, Orange a demandé un accès au réseau de Nethys sur la base de l'analyse de marché de 2011. Cette requête confirme la position du CSA selon laquelle le droit de la concurrence ne suffit pas pour promouvoir la concurrence, car, sans intervention régulatoire, Orange n'aurait plus que probablement pas encore pu obtenir d'accès (effectif) au réseau de B Nethys.

913. On peut se demander de quelle façon évoluerait le marché si ces obligations étaient levées et si étaient applicables seulement les dispositions de la législation relative à la protection des

[429] À savoir la SATV, la DVB-T, la télévision gratuite, la télévision non linéaire (par exemple la web tv et la VoD) et la télévision OTT linéaire.

[430] CJCE, 26 novembre 1998, C-7/97, *Bronner*.

consommateurs et les obligations imposées par ailleurs sur les marchés de gros pertinents. Au regard du comportement de Nethys au cours des années précédentes (avant comme après la décision de la CRC de 2011[431]), il est vraisemblable que Nethys arrêterait de vendre des services de gros à d'autres opérateurs comme Orange ou qu'elle les vendrait seulement à des conditions techniques et tarifaires défavorables.

914. Enfin, le CSA estime également que l'application d'obligations *ex ante* permet de prendre en considération les autres objectifs réglementaires européens de manière plus efficace et durable que la seule application du droit de la concurrence.[432]

915. L'application de la réglementation *ex ante* permet notamment de créer un cadre prévisible susceptible d'encourager les investissements. Elle permet également de mettre en place une approche réglementaire coordonnée des différents niveaux de la chaîne de valeurs ; coordination nécessaire pour atteindre les objectifs du cadre réglementaire européen. Ce qui ne permet pas l'application du droit de la concurrence. Pour toutes ces raisons, le CSA estime que le droit de la concurrence ne peut à lui seul constituer une réponse satisfaisante au problème de concurrence constaté sur le marché en question.

916. Le régulateur sectoriel dispose en outre d'outils mieux adaptés tels que le contrôle tarifaire *ex ante* (cf. article 96 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels). Ce contrôle peut nécessiter un travail régulier de surveillance des tarifs et de traitement des informations (tarifs de gros et de détail, volumes et profils de trafic). Ce type de contrôle régulier sort des missions généralement confiées aux autorités de la concurrence (contrôle des concentrations et analyses des éventuels abus de position dominante).

15.2.3.1. Conclusion troisième critère

917. Le CSA considère sur la base des éléments susmentionnés que le droit de la concurrence n'est pas suffisant pour remédier aux problèmes rencontrés sur le marché de gros pertinent de la radiodiffusion dans la zone de couverture de Nethys. Le troisième critère est donc rempli.

15.2.4. Conclusion concernant la nécessité de réguler le marché de la radiodiffusion et le test des trois critères

918. Le CSA conclut à la lumière de l'analyse ci-dessus que les trois critères cumulatifs fixés par la Commission européenne sont remplis en ce qui concerne le marché de gros de la radiodiffusion dans la zone de couverture de Nethys. Ce marché entre donc en considération pour une réglementation *ex ante*.

[431] Absence d'offre de gros commerciale en l'absence de régulation, recours contre les décisions organisant le contrôle des prix de gros.

[432] ERG Report on Guidance on the application of the three criteria test, ERG (08)21, juin 2008, pp. 13-15.

chapitre 16. PROBLÈMES POTENTIELS DÉCOULANT DE LA DOMINANCE DE TELENET (SFR INCLUS), BRUTÉLÉ ET NETHYS SUR LEURS RÉSEAUX RESPECTIFS

919. Ayant conclu aux chapitres précédents à l'existence des opérateurs puissants, Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys sur le marché de gros de la radiodiffusion dans leurs zones de couverture respectives, le CSA présente dans ce chapitre les problèmes potentiels qui peuvent découler de la présence d'une entreprise puissante sur le marché en question. Le but de cette section n'est pas de procéder à un relevé exhaustif de ces problèmes potentiels, mais d'identifier les principaux comportements de Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys qui constituent des risques pour la concurrence afin de déterminer les mesures correctrices appropriées.

L'accès au réseau

920. Le problème essentiel sur le marché de gros de la radiodiffusion est la présence de barrières à l'entrée élevées que constitue l'investissement nécessaire pour dupliquer le réseau local de l'opérateur historique, créé à une époque où cet opérateur bénéficiait d'un monopole. Du fait de ces barrières à l'entrée, les opérateurs alternatifs sont demandeurs d'un accès aux plateformes de télévision numérique et d'une revente des offres de télévision analogique de Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys respectivement. Or Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys pourraient chacune être en mesure de refuser d'accorder l'accès et l'interconnexion à leur réseau dans le but d'entraver l'entrée de concurrents sur les marchés en aval. Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys seraient chacune également en mesure de retirer l'accès qu'elles ont précédemment accordé à certains opérateurs.

Les autres problèmes potentiels d'ordre non tarifaire

921. Dans le cadre de leurs demandes d'accès aux plateformes de télévision numérique et à la revente des offres de télévision analogique de Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys, les opérateurs alternatifs risquent également de rencontrer notamment les problèmes suivants :

921.1. Différentes formes de discrimination non tarifaire. Il peut s'agir par exemple de différences de traitement en termes de délais ou de qualité de service. Si la fourniture de services de radiodiffusion était caractérisée par de telles différences de traitement, les opérateurs alternatifs qui dépendent des inputs fournis par Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys pourraient voir leur capacité concurrentielle affectée, voire leur entrée ou leur maintien sur le marché menacés. Le fait est par exemple aujourd'hui que chez certains câblo-opérateurs, le processus de commande des clients finals de gros comporte encore une étape intermédiaire manuelle. Et ce, alors que les commandes des services de détail peuvent être finalisées via un système informatique entièrement automatisé. Cette différence de traitement peut prolonger le délai de réalisation de la commande et donner lieu à des erreurs humaines faisant que le processus de commande dure trop longtemps, ce qui peut enfin entraîner l'annulation de la commande. Il s'agit d'un risque réel qui n'existe pas dans le cadre de la procédure de commande pour les services de détail.

921.2. Des difficultés pour obtenir des informations utiles à leur activité. Il peut s'agir par exemple des informations relatives à l'évolution du réseau de Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys respectivement ou des évolutions de l'offre de chaînes chez les différents câblo-opérateurs.

921.3. Des conditions de fourniture injustifiées, par exemple des exigences exagérées en matière de garanties financières.

921.4. Un couplage injustifié de certains services. Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys pourraient chacune par exemple exiger qu'un opérateur alternatif achète, en plus des services qu'il demande, d'autres services dont il n'a pas besoin.

921.5. Une utilisation illégitime d'informations concernant les concurrents. Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys pourraient par exemple transmettre à leurs divisions commerciales des informations que leur division *wholesale* obtient sur leurs concurrents. Une telle situation pourrait par exemple se produire à propos de l'introduction de nouvelles chaînes de télévision. Si un opérateur alternatif souhaite proposer une chaîne propre, il peut introduire une demande en ce sens auprès de Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys. Les câblo-opérateurs analyseront ensuite si une largeur de spectre est libre et, en cas de réponse positive, devront ajouter cette chaîne à leur plateforme de télévision numérique. Cela signifie que les divisions commerciales qui entrent en contact avec la plateforme de télévision numérique pourraient être au courant des projets de l'opérateur alternatif. Cette procédure peut cependant donner lieu à des manœuvres d'opposition : le câblo-opérateur peut par exemple refuser l'accès à sa plateforme de télévision numérique. Ou il peut également acheter lui-même les droits de la chaîne en question de manière à ce que l'opérateur alternatif perde son exclusivité. Ou encore, le câblo-opérateur peut même essayer d'acheter l'exclusivité de la chaîne en question, l'opérateur alternatif étant alors dans l'impossibilité de diffuser la chaîne.

<u>Les problèmes potentiels d'ordre tarifaire</u>

922. Dans le cadre de leur demande d'accès au réseau coaxial des câblo-opérateurs, les opérateurs alternatifs risquent également de rencontrer notamment les problèmes suivants :

922.1. L'imposition de prix excessifs. Par l'imposition de prix excessifs, Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys ayant chacune 100 % de leur part de marché, pourraient chacune être en mesure d'augmenter les coûts de ses concurrents et ainsi les rendre moins compétitifs.

922.2. L'imposition de prix discriminatoires ;

922.3. Des pratiques d'amenuisement des marges bénéficiaires (également appelées prix ciseaux, ciseau tarifaire, *margin squeeze* ou *price squeeze*). Le risque de telles pratiques est un problème fréquemment rencontré dans le secteur des

télécommunications où certains concurrents sont dépendants des inputs achetés à un opérateur puissant verticalement intégré. Plusieurs opérateurs historiques (Deutsche Telekom[433], Telefonica[434]) ont été sanctionnés pour des pratiques de prix ciseaux en relation avec leurs produits d'accès.

Conclusion concernant l'entrave à la concurrence effective

923. En raison de la situation du marché de gros de la radiodiffusion, où les barrières à l'entrée sont élevées et les câblo-opérateurs occupent une position dominante sur le marché, il se peut que les opérateurs puissants sur le marché aient la possibilité de ou soient incités à adopter des comportements ayant des conséquences néfastes pour l'utilisateur final, à savoir des prix élevés et un choix limité.

924. Pour arriver à une situation de concurrence effective et éviter les problèmes de marché précités, l'entrée sur le marché pertinent doit être possible pour les opérateurs qui sont actuellement entravés par des barrières à l'entrée élevées.

925. Dans le prochain chapitre, le CSA examinera donc les mesures qu'il convient d'entreprendre pour atteindre cet objectif et ainsi stimuler la concurrence effective sur les marchés pertinents.

[433] Décision de la Commission du 21 mai 2003 relative à une procédure sur la base de l'article 82 du traité CE (affaire COMP/C-1/37.451, 37.578, 37.579 - Deutsche Telekom AG).

[434] Décision de la Commission du 4 juillet 2007 relative à une procédure sur la base de l'article 82 du Traité CE (affaire COMP/38.784 – Wanadoo España vs. Telefónica).

chapitre 17. MESURES CORRECTRICES

926. L'analyse du marché de gros de la radiodiffusion a mis en évidence la position de puissance significative de Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys sur ce marché et l'existence de différents problèmes parmi lesquels la présence de barrières à l'entrée élevées que constitue l'investissement nécessaire pour dupliquer les réseaux de Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys.

927. Le constat de l'existence d'une position de puissance significative entraîne l'obligation, pour le CSA, d'imposer à Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys des obligations réglementaires basées sur la nature des problèmes constatés, appliquées de façon proportionnelle et justifiées. Au moins une mesure doit être imposée.

17.1. OBLIGATIONS IMPOSÉES DANS LA PRÉCÉDENTE ANALYSE DE MARCHÉ

928. Dans le cadre des décisions de la CRC du 1er juillet 2011 concernant l'analyse du marché de la radiodiffusion télévisuelle, les obligations suivantes ont été imposées à Telenet, Brutélé, Nethys et SFR sur le marché de la radiodiffusion. Ces obligations sont synthétisées ci-dessous.[435]

929. Telenet, Brutélé, Nethys et SFR ont à l'époque été soumises aux obligations suivantes de fourniture d'accès à leur réseau :

- Accès à une offre de revente de la télévision analogique ;
- Accès à la plateforme de télévision numérique ;
- Accès à une offre de revente de l'offre d'accès haut débit ;

930. Telenet, Brutélé, Nethys et SFR ont également été soumises aux obligations suivantes :

- Une obligation de non-discrimination ;
- Une obligation de transparence, combinée à l'obligation de publication d'une offre de référence ;
- Un contrôle des prix, à savoir le calcul d'un tarif de gros sur la base de la méthodologie « retail minus ».

17.2. OBLIGATION D'ACCÈS CONCERNANT LA TÉLÉVISION NUMÉRIQUE ET ANALOGIQUE

17.2.1. Base légale

931. La base juridique de cette obligation est l'article 95*quater* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

[435] Cette synthèse est exclusivement établie à titre informatif, afin de faciliter la lecture et la compréhension de la suite de la présente décision et afin de permettre une comparaison avec l'analyse de marché précédente.

17.2.2. Accès à l'offre de télévision numérique et analogique

Description

932. Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys doivent fournir l'accès à leur plateforme de télévision numérique, de manière à permettre aux opérateurs alternatifs de proposer des services de télévision numérique aux utilisateurs finals raccordés au réseau de ces opérateurs.[436] Cela doit permettre à un opérateur alternatif de commercialiser une offre qui lui est entièrement propre et de gérer lui-même ses modems, décodeurs, interfaces ainsi que le système pour l'accès conditionnel de ses clients.

933. Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys doivent également fournir l'accès à leur offre de télévision analogique, de manière à permettre aux opérateurs alternatifs de proposer des services de télévision analogique aux utilisateurs finals raccordés au réseau de ces opérateurs. Cette obligation est une mesure de soutien à l'obligation d'accès concernant la plateforme de télévision numérique. Cela signifie qu'un opérateur alternatif n'aura accès aux services de télévision analogique que lorsqu'il achète également les services d'accès concernant la plateforme de télévision numérique.

934. Cette obligation ne contraint pas l'opérateur PSM à maintenir contre sa volonté une offre de détail pour la télévision analogique. L'obligation de revente de l'offre de télévision analogique est automatiquement levée lorsque l'offre de détail cesse. Ainsi, quand SFR ne proposait plus la télévision analogique dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale, elle n'était plus obligée de la proposer au niveau de gros. Il en va de même pour Telenet après le rachat de SFR, étant donné que Telenet ne proposera pas la télévision analogique dans l'ancienne zone de couverture de SFR. Telenet ne devra dès lors pas offrir de télévision analogique au niveau de gros dans ces zones.

935. Les opérateurs alternatifs doivent pouvoir acheter tous les éléments dont ils ont besoin de manière dégroupée. Les modalités concrètes de l'accès à la plateforme de télévision numérique et de la revente de l'offre analogique sont décrites dans les offres de référence de Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys auxquelles le CSA peut apporter les modifications nécessaires.[437]

936. L'accès à l'offre de télévision doit :

- être identique sur le plan technique[438] à l'offre de base réalisée par l'opérateur PSM sur les marchés de gros pour la radiodiffusion télévisuelle ;

[436] Voir l'article 95*quater* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels : « § 1er. Le Collège d'autorisation et de contrôle peut, conformément à l'article 91, § 3, imposer l'obligation de satisfaire aux demandes raisonnables d'accès à des éléments de réseauLes opérateurs de réseau peuvent notamment se voir imposer: 1° d'accorder à des tiers l'accès à des éléments et ressources de réseau spécifiques, y compris l'accès à des éléments de réseau qui ne sont pas actifs et l'accès dégroupé à la boucle locale, notamment afin de permettre la sélection et présélection des opérateurs et l'offre de revente des lignes d'utilisateurs ; »

[437] Le CSA peut, sur la base de l'art. 95 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels et de l'article 9, § 2, de la Directive accès, imposer que les offres de référence fassent l'objet des modifications qu'il estime nécessaires en vue d'imposer les mesures prévues par la loi.

[438] Le CSA vise ici les éléments essentiels du flux d'images. Ainsi, la qualité du son et de l'image des chaînes doit être identique, ainsi que le contenu de l'EPG et l'algorithme de compression utilisé. Les éléments qui relèvent du domaine de responsabilité de l'opérateur alternatif, comme par exemple le système de contrôle d'accès, ne sont pas concernés.

- permettre aux opérateurs de reprendre toute la gestion de la clientèle du câblo-opérateur et de facturer l'offre de télévision à l'utilisateur final.[439] Ceci comprend les services associés, liés de façon directe ou indirecte à l'offre de télévision que l'opérateur PSM propose à ses clients finals.[440]

937. En outre, Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys devront satisfaire les demandes raisonnables d'accès, aussi lorsque les services demandés concernant la plateforme de télévision numérique ou l'offre de télévision analogique n'ont pas été repris dans l'offre de référence, cette absence d'offre de référence ne faisant pas obstacle à des demandes raisonnables d'accès non prévues dans l'offre de référence (par analogie avec l'article 48, § 8, de la loi du 5 mai 2017 relative aux services de médias audiovisuels en région bilingue de Bruxelles-Capitale).

938. L'obligation de fourniture d'accès ne vaut que pour les demandes raisonnables. L'opérateur PSM peut refuser de donner suite à une demande d'accès lorsque celle-ci n'est pas raisonnable, y compris pour les demandes relatives à un service compris dans l'offre de référence. En cas de refus, l'opérateur PSM doit suffisamment justifier les raisons pour lesquelles il estime que la demande est déraisonnable. Si nécessaire, le CSA vérifiera le bien-fondé de l'éventuel refus, à la lumière des éléments énumérés à l'article 95*quater*, § 2, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.[441] Cette liste de critères n'est pas exhaustive[442] mais vaut uniquement à titre d'illustration des éléments dont le CSA peut tenir compte lorsqu'il effectue son évaluation. La section 17.2.3 aborde spécifiquement la question du caractère raisonnable des demandes d'accès par les opérateurs ayant leur propre réseau existant.

Motivation

939. Une obligation d'accès à l'offre de télévision numérique et analogique est nécessaire pour permettre aux opérateurs alternatifs ne disposant pas d'une plateforme de radiodiffusion d'offrir des services de radiodiffusion (y compris des chaînes premium et thématiques et des services interactifs comme

---

[439] L'opérateur alternatif peut ainsi choisir son mode de facturation et décide lui-même de la manière dont il accomplit les tâches de facturation de l'utilisateur final.

[440] Comme l'installation, la maintenance et le rétablissement des services.

[441] Article 95*quater*, § 2, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels :

« […] 1° la viabilité technique et économique de l'utilisation ou de la mise en place de ressources concurrentes, compte tenu du rythme auquel le marché évolue et du type d'interconnexion et d'accès concerné;

2° le degré de faisabilité de la fourniture d'accès proposée, compte tenu de la capacité disponible;

3° l'investissement initial réalisé par le propriétaire des ressources, en tenant compte des investissements publics réalisés et des risques inhérents à l'investissement;

4° la nécessité de préserver la concurrence à long terme, en accordant une attention particulière à la concurrence économiquement efficace fondée sur les infrastructures;

5° le cas échéant, les éventuels droits de propriété intellectuelle;

6° la fourniture de services paneuropéens. »

[442] L'article 95*quater*, § 2, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels précise que : « Lorsque le Collège d'autorisation et de contrôle examine s'il y a lieu d'imposer les obligations visées au § 1er, il prend notamment en considération les éléments suivants : […] » (nous soulignons)

la vidéo à la demande) ou des offres multiple play et d'ainsi concurrencer les offres actuelles de l'opérateur PSM.[443]

940. Une obligation d'accès est essentielle pour permettre aux opérateurs alternatifs de proposer une offre alternative de services de télévision. Comme exposé dans les sections « Une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer »[444], le déploiement d'une nouvelle boucle locale à grande échelle pour un opérateur alternatif n'est en effet pas une option économiquement viable et ne s'avérerait pas efficace. Cet investissement n'est en effet pas économiquement récupérable dans le délai de vie prévu du nouveau réseau à déployer.

941. Le marché belge n'est actuellement pas suffisamment concurrentiel pour lever ces obligations, déjà imposées dans le cadre de l'analyse de marché précédente. Les sections 5.6 et suivantes abordent plus en détail les facteurs sous-jacents de cette situation, à savoir :

- La concentration élevée du marché de la radiodiffusion télévisuelle en question, les opérateurs IPTV et les câblo-opérateurs représentant presque 100 % des parts de marché ;
- Les barrières à l'entrée présentes sur le marché de la radiodiffusion télévisuelle en question ;
- L'importance croissante des offres groupées avec une composante de radiodiffusion et la nécessité qui en découle de pouvoir proposer des produits groupés au client final pour être effectivement concurrentiel sur le marché de la radiodiffusion en question.

942. Le risque existe par conséquent que la concentration du marché reste élevée sur le marché de détail de la radiodiffusion télévisuelle, que les possibilités de choix pour le consommateur soient limitées et que les prix puissent continuer à grimper en raison du manque d'opportunités d'entrer sur le marché pertinent de broadcast.

943. Ces dernières années, il s'est avéré que les offres lancées sur des plateformes alternatives, comme la télévision par satellite payante, n'étaient pas économiquement viables ou formaient un complément aux services de radiodiffusion existants des opérateurs IPTV et des câblo-opérateurs, comme décrit à la section 5.3 « Définition du marché de produits ». Les opérateurs alternatifs ne peuvent par conséquent pas commercialiser d'offres qui soient concurrentielles par rapport aux offres de radiodiffusion sur le marché pertinent via ces plateformes alternatives. L'obligation d'accès à la plateforme de télévision numérique reste par conséquent nécessaire pour être concurrentiel sur le marché de produits concerné.

944. Cette obligation d'accès est actuellement utilisée par l'opérateur Orange, qui commercialise via celle-ci des offres groupées sur le marché avec une composante de radiodiffusion.

---

[443] Conformément aux objectifs du cadre réglementaire tel que défini à l'article 8 de la Directive cadre afin de stimuler la concurrence.

[444] Pour Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys voir respectivement les sections 13.2.1.1, 14.2.1.1 et 15.2.1.1 de la présente décision.

945. Il existe la possibilité d'avoir des accords volontaires qui permettent d'octroyer l'accès au réseau câblé sur une base commerciale aux opérateurs alternatifs. La décision de la CRC du 1er juillet 2011 concernant l'analyse du marché de la radiodiffusion télévisuelle indiquait que de tels accords seraient pris en compte dans le cadre de la mise en œuvre des obligations[445]. Toutefois, la possibilité d'octroyer l'accès sur une base commerciale n'a pas été utilisée pendant la période de régulation précédente.

946. En outre, il convient de noter que le marché a été consulté avant la publication de la décision de la CRC du 1er juillet 2011 et que, dans ce cadre, l'avancement des négociations volontaires entre les opérateurs alternatifs d'une part et les câblo-opérateurs d'autre part afin d'obtenir l'accès au réseau-câblé via des conventions commerciales a été analysé. Cette consultation du marché a révélé que les négociations relatives à l'accès sur une base commerciale n'ont pas conduit à un accord effectif à ce niveau avant le début de la période de réglementation.

947. Enfin, il convient également de noter que l'implémentation des offres de référence de gros relatives aux obligations imposées[446] a entraîné une série de problèmes opérationnels, liés à des points litigieux entre les opérateurs alternatifs d'une part et les câblo-opérateurs d'autre part. Ces points litigieux concernaient l'offre de référence, les procédures opérationnelles, les « service level agreements » (SLA) et la période d'implémentation. Le CSA s'est prononcé sur le sujet après une analyse approfondie. Une liste non exhaustive de ceux-ci concerne des litiges portant sur :

- La possibilité d'utiliser le même CAS sur plusieurs réseaux.
- La possibilité de choisir soi-même le CAS, indépendamment de ce que d'autres éventuels bénéficiaires choisiraient.
- La possibilité de développer ses propres profils large bande.
- L'existence de SLA suffisamment pointus pour permettre de garantir un niveau élevé de service.
- L'absence d'informations concernant les conditions opérationnelles et techniques.

948. Ces problèmes, qu'une concertation n'a pas permis de résoudre de manière concluante, montrent la nécessité d'intervenir sur le plan de la régulation, pour permettre aux opérateurs alternatifs de commercialiser une offre sur le marché pertinent de la radiodiffusion qui soit concurrentielle par rapport aux produits câblés et IPTV existants.

---

[445] En ce qui concerne les accords volontaires sur la base de conventions commerciales, la décision de la CRC du 1er juillet 2011 indique plus précisément ce qui suit aux paragraphes 1104 et 1105 :

« *Le régulateur* encourage toutes les négociations en cours ou à venir entre les câblo-opérateurs PSM et les demandeurs d'accès au réseau câble de ces câblo-opérateurs en ce qui concerne la fourniture à ces demandeurs : a) l'accès à une offre de revente de l'offre de télévision analogique, et/ou b) l'accès à la plateforme de télévision numérique, et/ou c) l'accès à une offre de revente de l'offre d'accès haut débit.

En cas d'accords ouverts à tout autre demandeur d'accès à l'issue de ces négociations, conclus et communiqués dans leur intégralité *au régulateur, ce dernier* tiendra compte de ces accords dans la mise en œuvre des obligations établies par la présente décision sous réserve de la compatibilité de ces accords avec ces obligations et sans préjudice des délais définis pour la mise en vigueur de ces obligations. »

[446] Voir les décisions de la CRC du 3 septembre 2013 concernant les offres de référence de gros de Telenet, SFR, Nethys et Brutélé.

949. Il convient de conclure sur la base de ces éléments que la possibilité pour les opérateurs alternatifs d'obtenir l'accès au réseau câblé sur une base commerciale est encore peu vraisemblable. Une obligation d'accès reste par conséquent nécessaire pour permettre une concurrence effective sur le marché de la radiodiffusion de détail.

950. Cette obligation est proportionnée, étant donné qu'elle se limite à la plateforme de télévision et plus particulièrement à la transmission de signaux de radiodiffusion télévisuelle. En outre, d'un point de vue technique, il est raisonnablement simple de permettre à un opérateur alternatif de déployer une offre de télévision numérique et analogique alternative, comme l'a révélé l'entrée sur le marché d'Orange sur la base de l'obligation d'accès dans l'analyse de marché de 2011[447].

951. En termes de capacité disponible sur le réseau, la transmission des informations spécifiques du type EPG et autres nécessite, lorsque les demandeurs d'accès le requièrent, une largeur de bande très petite. Il convient également de tenir compte de la diminution, voire même de l'extinction à terme, de la télévision analogique. Si la demande porte sur des innovations qui nécessitent plus de capacité, l'on peut raisonnablement partir du principe que l'opérateur PSM aura tendance à mettre en œuvre lui-même ces innovations. La nécessité de mettre à niveau le réseau ne serait par conséquent pas uniquement le résultat de la demande de produits d'accès de gros. Enfin, cette obligation n'a, conformément à la décision de la CRC du 1er juillet 2011 concernant l'analyse des marchés de la radiodiffusion, jamais engendré de problèmes de capacité pour l'opérateur PSM ou pour les services qu'il fournit.

952. L'obligation de satisfaire les demandes raisonnables lorsque celles-ci ne relèvent pas du cadre de l'offre de référence est nécessaire afin de permettre aux opérateurs alternatifs soit de reproduire de nouvelles offres commerciales ou technologiques introduites par Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys, soit d'introduire eux-mêmes de nouvelles offres commerciales ou technologiques. Cette obligation qui reposait déjà sur Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys dans le cadre de la décision du 1er juillet 2011 concernant l'analyse des marchés de la radiodiffusion garantit la promotion de l'innovation technologique et la concurrence sur les marchés situés en aval.

Motivation supplémentaire concernant la télévision analogique

953. Le maintien de l'accès à l'offre de télévision analogique en tant que mesure de soutien est motivé en grande partie par les implications techniques de l'accès à la plateforme de télévision numérique. Dans un réseau câblé HFC, un utilisateur final reçoit toujours l'ensemble des signaux électriques de toutes les chaînes de télévision analogique et numérique disponibles. Lorsqu'un utilisateur final regarde une chaîne donnée, cela signifie que seuls les signaux électriques de cette chaîne sont transformés en image. Un changement de chaîne ne signifie donc pas pour autant que les signaux électriques en question ne sont plus reçus. Un changement de chaîne a pour seule conséquence que d'autres signaux électriques sont transformés en image. D'un point de vue technique, les signaux de télévision analogique et numérique sont toujours présents partout.

[447] Voir la section 6.4 « Accès à la plateforme de télévision numérique » de la décision de la CRC du 1er juillet 2011 concernant l'analyse du marché de la radiodiffusion télévisuelle.

954. C'est la raison pour laquelle il est important de signaler que les obligations qui donnent accès aux signaux de télévision analogique et aux signaux de télévision numérique sont également indissociables. Via l'existence d'un système de contrôle de l'accès dans le cadre de l'implémentation de l'accès à la plateforme de télévision numérique, il est possible de retenir les signaux de télévision numérique chez le client final.[448] Ce n'est toutefois pas possible pour les signaux de télévision analogique. Cela signifie que l'accès à la plateforme de télévision numérique n'est possible que s'il y a également un accès à la revente de l'offre de télévision analogique. Autrement dit, une levée de cette obligation reviendrait, de par le caractère indissociable de ces signaux, à lever l'obligation relative à l'accès à la plateforme de télévision numérique. Les raisons mentionnées contre la levée de l'obligation relative à l'accès à la plateforme de télévision numérique s'appliquent dès lors ici aussi.

955. En outre, la télévision analogique représente toujours une fonctionnalité attrayante pour les clients qui recherchent la télévision numérique. Il s'agit d'un produit que tout le monde connaît, qui est facile à utiliser et présent dans beaucoup de foyers. La télévision analogique permet de facilement recevoir du contenu de radiodiffusion via plusieurs appareils à la maison. Elle permet également de recevoir les chaînes de télévision les plus regardées sans frais ou appareils supplémentaires, avec une bonne qualité de réception. Tant que Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys continuent à la proposer, elle reste donc un complément très intéressant à leur offre de télévision numérique.

17.2.3. Demande d'accès par les opérateurs ayant leur propre réseau existant

956. Les opérateurs qui disposent déjà d'un réseau fixe propre à part entière se trouvent dans une situation spécifique en ce qui concerne les demandes d'accès aux autres réseaux fixes. Par conséquent, le CSA prévoit un cadre méthodologique spécifique afin de pouvoir évaluer le caractère raisonnable de telles demandes d'accès. En effet, l'impact de l'autorisation de l'accès de ces opérateurs est bien plus grand sur les investissements et sur la concurrence basée sur l'infrastructure que dans la situation d'un opérateur qui ne dispose pas d'un tel réseau.

957. À la lumière du premier et du quatrième critères de l'article 95*quater*, § 2, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, le CSA a élaboré une méthodologie afin d'évaluer le caractère raisonnable des demandes d'accès au réseau d'un opérateur PSM par des opérateurs qui disposent eux-mêmes d'un large réseau fixe existant.[449] Il s'agit plus précisément de « la viabilité technique et économique de l'utilisation ou de la mise en place de ressources concurrentes, compte tenu du rythme auquel le marché évolue et de la nature et du type d'interconnexion et d'accès concerné » et de « la nécessité de préserver la concurrence à long terme ».

958. Concrètement, les opérateurs qui disposent eux-mêmes d'un large réseau existant sont :

- Proximus (sur l'ensemble du territoire belge) ;

[448] À l'exception des chaînes numériques émises sans un contrôle de l'accès, que l'on intègre dans leur flux d'images. Il s'agit des chaînes publiques (Eén HD, Canvas HD, Ketnet), actuaTV et TV5 monde, soit une minorité dans l'offre de la télévision numérique.

[449] Cette méthodologie a été définie en collaboration avec Analysys Mason ; voir Analysys Mason « Principles and framework for assessment of the reasonabless of access to another operator's network as part of the implementation of CRC's decisions », août 2016.

- Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys (dans leurs zones de couverture respectives).

959. Le cadre méthodologique se concentre en particulier sur la viabilité technique et économique de l'utilisation ou de la mise en place de ressources concurrentes d'une part et la nécessité de préserver la concurrence à long terme d'autre part. Il s'agit des critères que le CSA considère comme décisifs, mais il passe également au crible les autres critères. Il est important de noter que tous les critères ne doivent pas être remplis de manière cumulative avant qu'une demande puisse être considérée comme raisonnable ou non. L'évaluation s'appuie en d'autres termes sur plusieurs critères, un critère pouvant peser plus qu'un autre.

960. Le point de départ général est qu'une demande d'accès est raisonnable à moins que l'opérateur puissant sur le marché ne puisse prouver le contraire, selon les principes généraux tels que déterminés plus haut (voir ci-dessus § 937).

Étape 1 : définition de la demande du demandeur d'accès

961. La première étape consiste à décrire la demande d'accès en ce qui concerne les services sur lesquels elle porte et leur portée géographique. En outre, le résultat de l'analyse peut dépendre de l'échelle de la demande d'accès (et donc de l'investissement nécessaire).

962. Si cette demande d'accès est refusée, l'on passe à la deuxième étape.

Étape 2 : évaluation des raisons du refus par l'opérateur d'accès

963. Deuxièmement, les raisons du refus du prestataire de services seront, le cas échéant, analysées, et ce, sur la base des critères mentionnés dans la présente décision (dont le fait de préserver la concurrence à long terme en accordant une attention particulière à la concurrence économiquement efficace, basée sur les infrastructures)[450]. Cet examen se base sur une analyse de la valeur actuelle nette (VAN) des investissements à réaliser.[451]

964. Étant donné que le demandeur d'accès dispose d'une infrastructure d'accès propre, l'utilisation de ce réseau existant ou l'investissement dans le réseau propre pour fournir lui-même un service similaire devront être repris dans l'analyse de l'efficacité économique. Cette analyse doit vérifier si le demandeur d'accès pourrait fournir l'équivalent du service demandé en utilisant sa gamme de services et ses infrastructures existantes.

965. L'analyse doit plus précisément examiner si le demandeur d'accès peut investir de manière efficace dans son propre réseau afin de fournir le service demandé.[452] Si la VAN de l'investissement, compte

[450] Conformément à l'article 95*quater*, § 2, 4°, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

[451] La méthode VAN (valeur actuelle nette) est une méthode de calcul courante lors de l'adoption d'une décision d'investissement. Elle consiste à prendre en compte tous les coûts et revenus attendus. Normalement, l'on procède uniquement aux investissements lorsque les revenus attendus sont supérieurs aux coûts attendus, en d'autres termes si la VAN est positive.

[452] Il va de soi que le CSA prendra uniquement en compte les investissements économiquement efficaces, afin d'augmenter la concurrence sur le marché.

tenu de tous les revenus et coûts pertinents, est positive, l'investissement peut être considéré comme efficace, indépendamment de la rentabilité de cet investissement par rapport à la rentabilité d'une situation où l'accès est octroyé.[453] L'investissement VAN des demandes d'accès doit donc être évalué en soi.

966. Si l'investissement par le demandeur d'accès au niveau de ses infrastructures propres est rentable (VAN positive), sa demande d'accès est *a priori* déraisonnable. À l'inverse, une VAN négative entraînera *a priori* une demande raisonnable d'accès.

967. Enfin, le fournisseur d'accès doit être autorisé à pouvoir récupérer ses investissements efficaces, y compris un rendement raisonnable. Tant que cela est vrai, les incitants à investir seront maintenus pour le fournisseur d'accès. En ce qui concerne la fixation des prix de l'offre de référence de gros, cet incitant est déjà maintenu. Ce niveau est en effet fixé par le régulateur à une hauteur adéquate.

968. À l'annexe M, le CSA examine les demandes d'accès concrètes qui lui ont été soumises et conclut quant à leur caractère raisonnable ou non :

- l'accès de Proximus au réseau de Telenet ;
- l'accès de Proximus aux réseaux de Brutélé et de Nethys.

17.2.4. Négocier de bonne foi avec les opérateurs qui demandent l'accès à la plateforme de télévision numérique

Description

969. L'opérateur PSM doit rapidement négocier les conditions en matière d'accès, que la demande d'accès porte ou non sur une prestation incluse dans l'offre de référence. L'opérateur PSM doit tout mettre en œuvre pour conclure un accord en la matière dans une période de 15 jours lorsque la demande respecte les conditions de l'offre de référence ou lorsque la demande ne s'éloigne que très peu des conditions de l'offre de référence.

970. Pour les demandes qui ne relèvent pas du cadre de l'offre de référence, l'opérateur PSM doit tout mettre en œuvre pour conclure un accord en la matière dans un délai de quatre mois. Les délais susmentionnés n'entrent en vigueur qu'une fois que l'opérateur PSM a reçu toutes les informations nécessaires de l'opérateur alternatif qui demande l'accès (coordonnées, situation financière, services demandés, informations techniques sur sa propre infrastructure, etc.). L'opérateur PSM doit, dès les premiers contacts avec ce dernier, indiquer toutes les informations et tous les documents relatifs à ce dernier dont il a besoin pour conclure l'accord. Ce contrat entrera en vigueur au plus tard six mois après sa conclusion.

[453] Un risque potentiel de fourniture d'accès existe lorsque le demandeur d'accès pourrait investir dans son propre réseau et ainsi atteindre une marge positive mais choisit tout de même de demander un accès de gros. Cela pourrait par exemple être le cas lorsque le coût de l'accès de gros est inférieur au coût d'investissement dans le réseau propre. Cela peut entraîner une situation avantageuse pour le demandeur d'accès (qui peut proposer des services à un coût inférieur que s'il devait prévoir ceux-ci lui-même et ainsi augmenter ses revenus), mais qui n'est pas forcément en faveur des intérêts des clients finals à plus long terme, vu qu'une concurrence rentable et durable, fondée sur les infrastructures, serait découragée par un tel accès.

971. L'opérateur puissant doit communiquer au CSA ses accords avec les opérateurs alternatifs dans les 10 jours suivant leur signature. Le CSA vérifiera la conformité des accords avec les obligations des opérateurs puissants, notamment en matière de non-discrimination.

972. Le CSA souligne le fait que cette obligation n'oblige pas les bénéficiaires à renégocier les contrats d'accès existants, lesquels restent applicables.

Motivation

973. Sans cette obligation, l'opérateur PSM peut être tenté de ralentir l'accès à l'offre de télévision numérique et analogique, compte tenu de sa position dominante sur le marché. Les opérateurs alternatifs seraient dès lors incapables de concurrencer de manière loyale l'opérateur historique sur les marchés de détail situés en aval qui dépendent de cet accès au niveau de gros.

974. Une période de 15 jours est raisonnable, s'il s'agit des conditions de l'offre de référence, étant donné que celles-ci sont déjà connues à l'avance des deux parties.

975. S'il s'agit d'une prestation qui n'est pas prévue dans l'offre de référence, un certain délai est nécessaire pour permettre à l'opérateur PSM d'étudier la faisabilité technique et les conditions économiques de l'offre. Un délai maximum de quatre mois semble raisonnable, à condition que :

- ce délai ne soit pas utilisé systématiquement et de mauvaise foi pour des prestations engendrant peu de problèmes techniques et économiques, et
- le délai de quatre mois ne conduise pas à une situation où l'opérateur puissant ne respecte pas l'obligation de non-discrimination.

976. Cette obligation est nécessaire pour inciter l'opérateur PSM à mener des négociations rapides et fructueuses avec les interlocuteurs qui sont ses concurrents sur les marchés de détail situés en aval.

977. Il est nécessaire de limiter à 6 mois le délai dans lequel le contrat en matière d'accès prend effet, parce qu'il existe un risque que l'opérateur PSM reporte l'application de ce contrat. Un délai de 6 mois devrait suffire pour permettre aux parties de s'adapter aux clauses du contrat (par exemple au niveau des garanties financières) et d'ajuster leurs systèmes opérationnels. Ce délai d'exécution de 6 mois est par ailleurs également défini en cas de modifications non accessoires de l'offre de référence.

978. La communication des accords d'accès est nécessaire afin de garantir l'application du principe de non-discrimination. En l'absence d'une telle communication, le CSA ne serait pas en mesure de contrôler l'application du principe de non-discrimination dans les accords bilatéraux conclus entre l'opérateur puissant et les opérateurs tiers.

17.2.5. Ne pas retirer l'accès quand il a déjà été accordé

979. Conformément à l'article 95*quater* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, le CSA peut imposer aux opérateurs puissants sur le marché l'obligation de ne pas retirer l'accès aux ressources lorsqu'il a déjà été accordé. Cet article prévoit en outre que : « *Le Collège d'autorisation et*

de contrôle peut, dans ce cadre, fixer des conditions concernant le caractère équitable ou raisonnable de cette obligation, et lede délai de son exécution. »

980. Il y a lieu de distinguer deux cas différents : d'une part le retrait de l'accès à tous les bénéficiaires dans le cadre d'adaptations du réseau et de la fermeture de certains services et d'autre part le retrait de l'accès pour un bénéficiaire spécifique en cas de non-respect des conditions contractuelles.

17.2.5.1 Retrait de l'accès dans le cadre d'adaptations du réseau et de la fermeture de certains services

Description

981. Si le développement du réseau de l'opérateur PSM entraîne l'indisponibilité de certains services, Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys doivent appliquer un délai de préavis raisonnable vis-à-vis de l'opérateur alternatif et doivent en informer au préalable le CSA.

982. Pour le retrait de services qui donnent accès à la plateforme de télévision numérique, une période de notification d'un an doit être prévue. Pour le retrait de services qui donnent accès à l'offre de télévision analogique, une période de notification de six mois doit être prévue. Cette durée peut néanmoins être modifiée sur la base d'un accord bilatéral entre l'opérateur PSM et les bénéficiaires.

Motivation

983. En vertu de l'article 95*quater* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, le CSA est compétent pour déterminer les conditions à prendre en considération par Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys pour retirer l'accès aux opérateurs alternatifs dans le cadre d'adaptations du réseau et de la fermeture de certains services. La fermeture d'un service pour tous les bénéficiaires constitue une modification de l'offre de référence ou des documents y afférents[454], ce qui nécessite un contrôle préalable par le CSA. Le CSA doit en effet veiller à ce que Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys respectent leurs différentes obligations, et plus particulièrement l'obligation de non-discrimination[455].

984. Par ailleurs, une notification préalable aux bénéficiaires est nécessaire pour leur donner l'opportunité de planifier de manière adéquate leurs propres activités et investissements, afin qu'ils puissent s'adapter efficacement à la nouvelle situation. Un exemple pourrait être un changement de la technologie d'accès où la technologie DVB-C serait remplacée par une autre.

985. Garantir aux opérateurs alternatifs un rendement suffisant sur leurs investissements est d'une importance cruciale. Une certaine période de transition dans le cadre de l'arrêt des services est à cet égard nécessaire pour permettre l'amortissement des investissements réalisés. Un opérateur alternatif doit en effet réaliser des investissements significatifs au niveau du développement d'un

[454] Comme par exemple la liste des emplacements des VHE qui sont ouverts pour l'accès à la plateforme de télévision numérique.

[455] Cela implique que le service ne soit plus utilisé pour le marché de détail et que le préavis donné permette aux bénéficiaires, tout comme aux opérateurs PSM eux-mêmes, de planifier à temps leurs propres investissements pour s'adapter à la nouvelle situation et de ne plus prendre de décisions d'investissement qui deviendraient inutilisables dans la nouvelle situation.

système CAS[456], de l'implémentation d'un système informatique global pour gérer la relation avec le client final[457] et de l'achat de droits d'auteur. Si ce n'est pas le cas, ils auront tendance à ne plus vouloir investir en Belgique. Cela aurait des conséquences négatives pour la future dynamique du marché et détériorerait la concurrence sur le marché.

986. Sans une telle obligation, les opérateurs ne pourraient pas garantir une qualité de service suffisante à leurs abonnés. L'interruption d'un service d'accès à l'offre de télévision analogique et/ou numérique entraînerait l'interruption du service de télévision. Les conséquences d'une interruption du service sont trop importantes pour permettre à l'opérateur puissant sur le marché de prendre cette mesure sans aménager les conditions d'un retrait éventuel du service fourni par l'opérateur puissant sur le marché et surveiller cela.

987. Pour le service d'accès à la plateforme de télévision numérique, il est nécessaire d'intégrer une période d'attente raisonnable d'un an pour permettre aux OLO d'analyser la situation et de migrer leurs clients vers des solutions alternatives adaptées aux nouvelles technologies. Sans cette période de migration, les opérateurs PSM pourraient simplement résilier l'accès sans permettre au bénéficiaire de migrer vers une alternative à part entière. Les utilisateurs finals du bénéficiaire pourraient aussi se retrouver sans connexion, ce qui aurait de lourdes conséquences pour la position concurrentielle du bénéficiaire sur le marché de la radiodiffusion télévisuelle.

988. En ce qui concerne l'arrêt des services de télévision analogique, l'on prévoit un délai de notification plus court. Cela s'explique par les implications techniques plus simples de l'offre de télévision analogique. Cela ne coûte en effet pas cher aux opérateurs alternatifs de proposer celle-ci, ce qui fait qu'il ne faut pas récupérer de lourds investissements. Vu qu'il est clair pour toutes les parties intéressées que les services de télévision analogique disparaîtront à court ou moyen terme, une période de notification plus courte est également plus proportionnée.

989. Par contre, un délai de notification de six mois reste approprié, vu l'aspect commercial important d'un arrêt de l'analogique. La décision de ne plus offrir la télévision analogique sera une décision bien réfléchie, pour laquelle une période de temps considérable sera prévue au préalable par les opérateurs PSM.[458] L'obligation de non-discrimination ainsi que l'obligation de transparence obligent les opérateurs PSM à informer les bénéficiaires de ces modifications radicales en même temps que leurs propres départements de détail. Les bénéficiaires devront alors en effet revoir les contrats avec les fournisseurs de contenu, ainsi que la relation avec les clients finals existants de l'analogique. Le

[456] Conditional Access System – Système d'accès conditionnel. L'élaboration d'un système CAS ne se limite en effet pas à amener les flux ECM et EMM dans le Video Head-End (VHE) entre l'opérateur alternatif et l'opérateur PSM. Cela implique aussi le développement d'une set-top box (sélection du fournisseur, sélection des services offerts et donc à développer, développement du logiciel, développement de l'EPG, l'esthétique...) et le développement d'un système informatique de support de distribution des cartes SIM (cf. ci-dessous).

[457] À titre d'illustration, ce système informatique comprendra entre autres les processus suivants : éligibilité, provisioning, planification de l'installation, réparations, traitement des plaintes et marketing.

[458] Ce point est nécessaire pour permettre à tous leurs départements de s'y préparer à temps en élaborant des solutions alternatives ou en lançant une campagne marketing visant à convaincre les clients finals de migrer.

délai doit être suffisant pour permettre de faire des choix stratégiques importants et d'élaborer des solutions alternatives pour leurs clients.

17.2.5.2. Retrait de l'accès en cas de non-respect de clauses contractuelles

Description

990. Il peut arriver dans certaines situations que Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys souhaitent interrompre la fourniture de services d'accès parce qu'un opérateur alternatif ne respecte pas certaines clauses de son contrat (il ne paie par exemple pas ses factures). Dans de tels cas, le CSA estime nécessaire de soumettre l'exercice par Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys de leurs droits contractuels à certaines conditions garantissant le respect des objectifs du cadre réglementaire, en particulier la promotion de la concurrence et la protection des intérêts des utilisateurs.

991. Avant que Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys n'interrompent une prestation en matière d'accès à l'offre de télévision analogique ou numérique ou un service correspondant en raison du non-respect des clauses contractuelles, celles-ci doivent suivre une procédure particulière :

- l'interruption de l'accès doit être précédée d'une notification à l'opérateur alternatif au plus tard 15 jours civils avant la date à laquelle l'interruption de l'accès est prévue ;
- une copie de cette notification doit être envoyée simultanément au CSA, accompagnée de tous les documents utiles et pertinents (tels que des extraits des accords d'accès, des courriers échangés, des factures, un aperçu du *netting*[459]...).

Motivation

992. Le CSA estime qu'il est équitable pour un opérateur puissant sur le marché de se protéger contre le risque de non-respect des clauses contractuelles de ses clients. L'obligation pour un opérateur PSM de satisfaire les demandes d'accès s'applique dans la mesure où ces demandes sont raisonnables. Ainsi, demander par exemple la fourniture d'un service d'accès sans respecter les clauses contractuelles, comme le non-paiement des factures, ne constitue pas une demande raisonnable.

993. Le CSA souligne cependant que le droit de se protéger contre le risque de non-respect des clauses contractuelles ne peut porter atteinte ni au développement du marché, ni à la protection des utilisateurs finals.

994. En tant qu'autorité réglementaire nationale, le CSA peut prendre toutes les mesures adéquates afin de réaliser les objectifs du cadre réglementaire européen en matière de communications électroniques, tels que définis à l'article 8 de la Directive « Cadre », et plus précisément afin de veiller à ce que la concurrence ne soit pas entravée et afin de garantir la protection des utilisateurs.

995. En effet, il pourrait arriver dans certaines situations que l'interruption du service puisse être qualifiée d'abusive. Or, la suspension de la fourniture d'accès est susceptible d'entraîner des préjudices graves, immédiats et difficilement réparables pour les opérateurs, ainsi que de sérieux désagréments pour

[459] Aperçu des montants dus et des paiements effectués entre deux opérateurs.

les utilisateurs finals. En cas de suspension de l'accès, les bénéficiaires sont dans l'impossibilité de continuer à fournir les services qu'ils vendent à leurs clients et courent un risque évident de perdre rapidement et massivement leur clientèle, voire de ne plus pouvoir redémarrer leurs activités et de faire faillite. Pour les utilisateurs finals, l'interruption de l'accès entraîne l'impossibilité de regarder la télévision numérique.

996. Le CSA considère que la demande d'accès n'est pas seulement une demande ponctuelle, au moment où elle est formulée, mais une demande qui s'inscrit également dans la durée. Dès qu'un opérateur puissant sur le marché a répondu à une demande d'accès raisonnable, la manière dont il est mis fin à cet accès existant doit être elle-même raisonnable. Sans mesures d'encadrement, les opérateurs alternatifs pourraient être confrontés à des interruptions de service abusives et ne pourraient pas garantir une qualité de service suffisante à leurs clients. Cette obligation permet d'instaurer une certaine stabilité sur le marché et de limiter la possibilité pour l'opérateur puissant sur le marché de suspendre abusivement les services aux opérateurs utilisant la boucle locale. Les conséquences d'une interruption de service sont trop importantes pour permettre à l'opérateur puissant sur le marché de prendre cette mesure sans respecter une procédure spécifique garantissant une notification préalable et l'octroi d'un délai de préavis raisonnable. Ce délai de préavis est indispensable :

- pour permettre à l'opérateur alternatif de faire appel aux cours et tribunaux s'il l'estime nécessaire ;
- pour permettre au CSA de vérifier si Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys, en mettant fin à la fourniture de l'accès à l'offre de télévision numérique et analogique, ne manquent pas à leurs obligations en tant qu'opérateurs puissants sur le marché, par exemple en s'assurant que Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys ne pratiquent pas de discrimination entre les opérateurs alternatifs qui se trouvent dans des situations similaires ;[460]
- et pour pouvoir prendre, le cas échéant, des mesures afin de protéger les utilisateurs.

997. La durée du préavis (15 jours) est un compromis raisonnable entre la nécessité d'avoir un délai suffisant pour remplir les objectifs tels que décrits ci-dessus et l'intérêt pour Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys de limiter le risque que leurs clients ne respectent pas leurs clauses contractuelles.

17.2.6. Aspects opérationnels et techniques

Description

998. Le 3 septembre 2013, la CRC a, dans ses décisions concernant les offres de référence de gros de Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys, défini que tout OLO devait pouvoir choisir librement quel système CAS[461] il veut utiliser à condition que la solution qu'il a choisie réponde aux normes industrielles courantes en matière de sécurité du contenu. En outre, le système CAS choisi doit pouvoir être intégré via les protocoles techniques industriels courants (et plus précisément, DVB

[460] Le CSA précise que l'opérateur PSM décide évidemment lui-même, en cas de non-respect du contrat, d'invoquer ou non l'exception de non-exécution, bien qu'il ne puisse pas pratiquer de discrimination entre les opérateurs qui se trouvent dans une situation similaire.

[461] Conditional Access System – Système d'accès conditionnel.

Simulcrypt) au Video Head End Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys. D'autres conditions, comme la restriction prévoyant que tous les opérateurs alternatifs présents sur le réseau du même opérateur doivent utiliser le même CAS ou qu'un CAS ne puisse être utilisé que sur un seul réseau (et donc pas utilisé sur tous les réseaux câblés belges) y ont été écartées. L'opérateur alternatif pourra donc déployer son propre CAS.

999. L'opérateur PSM assure l'interconnexion avec le bénéficiaire et reprendra une description des modalités de celle-ci (comme la capacité disponible et l'infrastructure mise à disposition) dans son offre de référence. C'est nécessaire afin de permettre au bénéficiaire d'intégrer les clés et les codes issus de son CAS dans le flux vidéo de l'opérateur PSM, après quoi celui-ci part du Video Head End de l'opérateur PSM vers les clients finals desservis depuis ce Video Head End.

1000. L'opérateur alternatif doit être en mesure d'effectuer l'ensemble du processus d'installation et de réparation en gestion propre. Cela implique que l'opérateur alternatif doit lui-même pouvoir connecter son client final depuis le point de dérivation du réseau (tap) vers l'habitation en procédant à l'installation du câble de raccordement, du point de terminaison du réseau (NIU – Network Interface Unit), du câblage intérieur et des équipements terminaux (modems, décodeurs). Le service que le client final a commandé auprès de l'opérateur alternatif doit ensuite pouvoir être activé avec succès. Dans le cas d'une réparation également, l'opérateur alternatif doit être en mesure d'effectuer ces réparations lui-même, dans la mesure où ce type de réparation peut également être réalisé par des sous-traitants de l'opérateur PSM. L'opérateur PSM peut néanmoins imposer à l'opérateur alternatif une reconnaissance des techniciens chargés d'effectuer ces opérations dans le but de garantir la qualité de l'exécution. Cette procédure de certification ne peut pas être inutilement lourde (et ne peut en aucun cas être discriminatoire vis-à-vis des exigences posées au personnel propre ou aux sous-traitants) et doit être jointe aux offres de référence.

1001. L'OLO gère la relation commerciale et les aspects techniques, opérationnels et contractuels qui y sont liés.

Motivation

1002. Afin de préciser les choix réalisés concernant le **système CAS**, l'on donne dans un premier temps une brève explication concernant le fonctionnement de ce système. Le CAS se compose d'une série d'éléments, comme le SMS (Subscriber Management System), le CA host, le CA client, l'embrouilleur (scrambler)[462], le désembrouilleur (descrambler)[463] et la carte à puce avec le module CA.

1003. Le SMS comprend toutes les connaissances sur les possibilités d'accès de chaque client et détermine les chaînes auxquelles le client doit avoir accès.[464] Dans un premier temps, le flux d'images est crypté par l'embrouilleur. Afin de pouvoir ensuite décoder le flux de données, le récepteur doit être informé en permanence de la valeur actuelle du mot de contrôle. Après l'embrouilleur, le mot de contrôle est envoyé au CA host, où le cryptage est utilisé pour protéger le mot de contrôle pendant la

[462] L'embrouilleur permet de crypter le flux d'images avec un mot de contrôle.

[463] Le désembrouilleur dans le récepteur effectue l'action contraire.

[464] En d'autres termes, ce système sait si ce client peut par exemple regarder des matches de football sur les chaînes de sport.

transmission au récepteur : le mot de contrôle est codé comme un « entitlement control message » (ECM). Le module CA dans le récepteur ne décodera le mot de contrôle que s'il y est habilité ; cette habilitation est envoyée sous la forme d'un « entitlement management message » (EMM) au module CA dans le récepteur. Les EMM sont spécifiques pour chaque abonné, comme indiqué par la carte à puce dans son récepteur.

Figure 61 : Système CAS (Conditional Access System)

1004. Le contenu des ECM et des EMM n'a pas été standardisé et dépend donc du système CAS utilisé. Le mot de contrôle peut être transféré en une fois via différents ECM. Cela permet l'utilisation de différents systèmes pour l'accès conditionnel au même moment via une fonction DVB nommée Simulcrypt. Il est important de souligner que la norme Simulcrypt fait partie des normes techniques pour les services télévisuels. La possibilité pour plusieurs prestataires de services de partager l'infrastructure câblée est déjà prévue depuis le début de la standardisation.

1005. Comme Simulcrypt est intégré dans les normes standardisées, l'interopérabilité est garantie entres les différents systèmes CAS. Simulcrypt possède tous les éléments permettant de garantir une protection via plusieurs systèmes d'accès. C'est pourquoi l'utilisation de Simulcrypt entraîne des synergies dans le développement et l'intégration chez le câblo-opérateur et l'opérateur alternatif (pas d'interface API et de systèmes informatiques complexes nécessaires). Simulcrypt permet donc une implémentation rapide et fluide.

1006. En ce qui concerne la motivation de la liberté de choix et l'utilisation indépendante du système CAS et l'utilisation d'un CAS sur plusieurs réseaux, le CSA renvoie respectivement à la section *« 4.2.2.2 Pas de limitation du nombre de systèmes CAS »* et à la section *« 4.2.2.3 Utilisation du même système CAS sur différents réseaux »* des décisions de la CRC du 3 septembre 2013 concernant les offres de référence de gros de Telenet, Brutélé, Nethys et SFR.

1007. L'opérateur PSM doit prévoir les capacités d'**interconnexion** et les infrastructures nécessaires pour permettre à l'opérateur alternatif d'installer sa propre fibre optique et ses propres équipements, afin d'ajouter par exemple les flux ECM et EMM provenant de l'opérateur alternatif. Sans ajouter ces flux ECM et EMM dans les Video Head Ends au flux d'images provenant de la plateforme de télévision numérique de l'opérateur PSM, les clients finals du bénéficiaire ne peuvent en effet pas regarder les

services de télévision. Dans le cadre des développements futurs aussi, une telle interconnexion peut être nécessaire.

1008. La possibilité d'offrir un service fluide et transparent au client final **en ce qui concerne l'installation et la réparation** est très importante. Dans un scénario optimal, le contact entre le client final et l'opérateur PSM est en outre inexistant.[465] Pour atteindre cet objectif, l'opérateur alternatif doit être en mesure de gérer lui-même tous les aspects de la relation avec les clients (dont l'installation et la réparation chez le client final). La qualité de ces processus est cruciale, parce qu'ils ont lieu à des moments essentiels : au début du service et lors de difficultés concernant le service. Il s'agit donc d'un élément essentiel pour l'opérateur alternatif afin de pouvoir conserver ses clients et sa bonne réputation.

1009. L'installation chez un client final comporte les étapes suivantes : 1) l'installation (ou le remplacement[466]) du point de raccordement (NIU – network interface unit) ; 2) le raccordement du câble de dérivation (le « drop cable ») au point de raccordement ; 3) l'exécution de l'installation intérieure, comme par exemple la pose de raccordements entre le point de raccordement et les autres CPE dans le domicile et 4) la connexion du câble de dérivation au point de distribution (le « tap »). Il serait utile si l'opérateur alternative pourrait réaliser ces 4 étapes, afin qu'il ne faille pas de synchronisation entre l'opérateur alternatif et l'opérateur PSM pour celles-ci, parce que cette synchronisation entre les travailleurs concernés de l'opérateur PSM et de l'opérateur alternatif nécessite souvent une adaptation de la date d'installation, ce qui fait que le client final ne peut pas profiter au moment convenu des services auxquels il a souscrit.

1010. Il en va de même pour une demande de réparation. Si le client final contacte son opérateur pour une panne, celui-ci doit être en mesure de transmettre les informations pertinentes à l'opérateur PSM. Une mesure au point de raccordement est une première étape pour trouver l'origine de la panne, mais parfois une mesure supplémentaire au point de distribution est nécessaire. Pour trouver une solution dans les temps à la panne, il est important que l'opérateur alternatif puisse effectuer les deux mesures afin de lui permettre de donner une image plus complète à l'opérateur PSM. De cette manière, l'opérateur PSM peut poser un meilleur diagnostic et le problème peut être résolu plus rapidement.

1011. En outre, il se peut que les mesures indiquent que la cause de la panne peut être résolue par le personnel d'un sous-traitant ou par des collaborateurs qui ne sont pas formés spécifiquement à cet effet de l'opérateur PSM.[467] Ce type d'erreur doit également pouvoir être résolu par le bénéficiaire, qui utilise souvent le même sous-traitant que l'opérateur PSM. Il n'existe aucune raison justifiant que des collaborateurs ou sous-traitants certifiés des bénéficiaires ne puissent pas effectuer les mêmes tâches que les sous-traitants de l'opérateur PSM.

---

[465] Les éventuelles tentatives de « win back » peuvent ainsi également être évitées.

[466] Si le point de raccordement existant n'est pas accessible, est défectueux ou doit être remplacé.

[467] Il s'agit souvent de pannes plus génériques ou récurrentes.

1012. Les processus et procédures qui transposent ce remède dans la pratique seront en concertation avec les opérateurs alternatifs ajoutés à l'offre de référence dans les cinq mois qui suivent l'entrée en vigueur de la présente décision. Il est important que les éléments suivants y soient au moins permis :

1012.1. l'accès au « tap » afin de supprimer le filtre (ou l'installer, selon le contexte et le service acheté), de manière à ce que l'installation du client final soit entièrement indépendante de la disponibilité du personnel technique chez l'opérateur PSM ;

1012.2. l'accès au « tap » afin d'effectuer des mesures de manière à ce que, par exemple dans le cas d'une réparation après une plainte, l'opérateur alternatif puisse indiquer si l'origine de cette plainte relève de sa responsabilité ou de celle de l'opérateur PSM ;

1012.3. si la mesure prouve que l'origine de la plainte relève de la responsabilité de l'opérateur PSM, l'opérateur alternatif peut raccorder le câble de connexion à un autre connecteur libre. En aucun cas l'opérateur alternatif ne peut interrompre une autre connexion existante afin de finaliser la réparation de son propre client.

1013. Afin de veiller à ce que le client final ait uniquement des contacts avec l'opérateur alternatif, il est important que le bénéficiaire gère la relation commerciale, ainsi que les aspects techniques, opérationnels et contractuels qui y sont liés.

17.2.7. Fournir l'accès à des systèmes d'assistance opérationnelle ou à des systèmes logiciels comparables

Description

1014. Conformément à l'article 95*quater* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, l'opérateur alternatif doit, pour l'introduction de l'accès à l'offre de télévision analogique et numérique de l'opérateur PSM, avoir accès à des systèmes d'assistance opérationnelle ou à des systèmes logiciels similaires nécessaires pour garantir l'existence d'une concurrence loyale dans la fourniture des services de télévision (y compris les chaînes premium et thématiques et les services interactifs comme la vidéo à la demande).

1015. Les « systèmes d'assistance opérationnelle » en question s'appliquent à tous les systèmes logiciels ayant un impact sur la relation commerciale entre le bénéficiaire et le client final. Cela englobe tous les systèmes concernés par le contrôle de faisabilité préalable, la procédure de commande, la procédure de réparation, les procédures de migration massive et unique[468], la facturation, le statut du réseau, les données à la base du calcul des SLA et des KPI,... Pour que ces processus opérationnels

[468] Il est important que de grands blocs de clients puissent simultanément changer de profil de téléspectateur. Ainsi, il se peut par exemple qu'à l'occasion de promotions ciblées ou de l'acquisition de droits d'émission exclusifs de chaînes de sport ou de films, de grands groupes de clients souhaitent s'y abonner. À ces moments-là, il est important que l'infrastructure informatique de l'opérateur PSM soit en mesure de traiter simultanément ces grands groupes de clients, de manière à ce qu'ils puissent rapidement profiter du pack de télévision auquel ils ont souscrit. C'est entre autres pour ces cas que les procédures de migration massive doivent être définies et implémentées, mais il existe aussi d'autres scénarios qui justifient la nécessité des procédures de migration massive.

soient efficaces et souples, il est essentiel que ceux-ci soient le plus précis possible et les plus possible automatisés.

1016. Au vu de l'importance de ces processus automatisés pour le fonctionnement de l'opérateur alternatif, toutes les évolutions des composantes IT de l'expérience client (éligibilité, commande, installation, réparation, facturation, etc.) doivent se faire en concertation avec les parties prenantes.

1017. Les délais de fourniture et la qualité du service doivent être équivalents à ceux des services que l'opérateur PSM utilise lui-même pour ses propres services de détail. L'ordre des utilisateurs finals doit pouvoir être donné sous format électronique.

Motivation

1018. L'accès à ces ressources est la seule manière d'assurer une mise en œuvre rapide et automatisée de l'accès à l'offre de télévision numérique et analogique, de manière à permettre aux opérateurs tiers de concurrencer l'opérateur PSM dans un délai raisonnable. La possibilité de connaître la qualification de la ligne pour la fourniture des services de télévision grâce au système d'information de l'opérateur PSM est d'une importance fondamentale pour que l'offre de l'opérateur alternatif soit viable. Sans cette information, l'opérateur alternatif ne peut pas constituer son offre. L'automatisation de ces processus est nécessaire pour que l'opérateur alternatif puisse proposer un service correct à ses clients finals. Les processus wholesale manuels entraînent souvent des retards, ce qui fait que le client final devra attendre plus longtemps sa commande ou, encore pire, le rétablissement de son service.

1019. Il est non seulement important que les informations soient partagées de manière automatique et non discriminatoire, mais aussi que les informations données soient les plus correctes et les plus exhaustives possibles.[469]

1020. Cette obligation est par ailleurs conforme au principe d'égalité mentionné par la Commission dans sa recommandation du 20 septembre 2010[470] :

> *« Les ARN devraient veiller à ce que les systèmes et procédures instaurés par l'opérateur PSM, y compris les systèmes de support d'exploitation, soient conçus de façon à faciliter le passage d'autres fournisseurs aux produits d'accès basés sur les NGA. » (recommandation, point 40)*

[469] Par exemple, le processus d'éligibilité est le tout premier contact entre le client final possible et l'opérateur alternatif. Si l'opérateur alternatif n'est pas en mesure d'identifier la ligne de ce client final possible malgré le fait que toutes les informations nécessaires soient disponibles, cela laissera une mauvaise impression au client (qui renoncera peut-être à sa commande par la suite). C'est pourquoi il est important que les informations disponibles dans la base de données d'éligibilité soient accessibles de la même manière tant pour l'opérateur PSM que pour l'opérateur alternatif.

[470] Recommandation (2010/572/UE) de la Commission du 20 septembre 2010 sur l'accès réglementé aux réseaux d'accès de nouvelle génération (NGA), JO L 251, 25 septembre 2010, p. 43.

17.2.8. Fournir l'accès à un niveau de qualité de service

Description

1021. Les opérateurs PSM doivent maintenir le niveau de service garanti dans les « service level agreements » (SLA) prévus dans les offres de référence actuelles.[471]

1022. Le schéma ci-dessous donne un aperçu des différentes étapes opérationnelles qui peuvent survenir dans la relation entre les bénéficiaires et l'opérateur PSM.

1023. Les SLA[472] s'appliquent aux processus suivants :

- Approvisionnement et migration (éligibilité, commande, livraison)
- Réparation
- Terminaison
- Systèmes d'informations (OSS/BSS)

1024. Les obligations existantes concernant les SLA sont conservées et sont régulièrement évaluées en tenant compte de la maturité des solutions wholesale et de l'expérience acquise des opérateurs PSM.

Motivation

1025. L'obligation de conservation des SLA est nécessaire pour pouvoir s'assurer que les opérateurs alternatifs soient en mesure de fournir une bonne qualité de service à leurs clients finals. Il est utile de rappeler ici que le niveau d'efficacité des opérateurs alternatifs dépend directement de la qualité des processus opérationnels des offres de gros. La qualité des services que l'opérateur PSM fournit est en effet directement observable par le client même, ce dernier mettant toutefois la qualité fournie sur le compte de l'opérateur qu'il a choisi. La bonne réputation de l'opérateur alternatif en dépend donc souvent directement.

1026. L'ORECE aussi reconnaît la nécessité d'imposer des SLA afin de limiter le risque que l'opérateur PSM ait un comportement discriminatoire envers ses clients de gros en faveur de son propre département

[471] Ces valeurs ont été fixées dans les décisions d'exécution de la CRC du 3 septembre 2013 concernant l'offre de référence de gros de Telenet, Brutélé, Nethys et SFR.

[472] Les définitions des SLA peuvent varier d'un opérateur d'infrastructures à l'autre, du fait par exemple de différences au niveau des processus propres à l'infrastructure ou du fait de l'utilisation ou non d'un stop-clock.

de détail. Dans cette optique, il recommande que les ARN déterminent des SLA raisonnables en ce qui concerne les processus suivants : commande, livraison, disponibilité du service et réparation.[473]

17.2.9. Liberté de définition du bouquet de chaînes

Description

1027. Le bénéficiaire de l'accès à la plateforme numérique doit pouvoir définir librement la composition de son bouquet, c'est-à-dire ne pas inclure certaines chaînes offertes par l'opérateur puissant sur le marché ou ajouter des chaînes non diffusées par l'opérateur puissant sur le marché. Ce service consiste à amener jusqu'à la plateforme de télévision numérique le signal concerné dans les mêmes conditions techniques que les signaux utilisés pour l'offre de détail de l'opérateur PSM.

1028. Le bénéficiaire de l'accès à la plateforme numérique doit être capable d'offrir l'ensemble des services de télévision via la plateforme de télévision numérique, y compris les chaînes premium et thématiques et les services interactifs.

1029. L'opérateur PSM doit mettre suffisamment de largeur de spectre à disposition, de manière à pouvoir offrir au bénéficiaire au moins deux chaînes numériques propres. Par chaînes propres, l'on entend des chaînes qui ne sont pas proposées par l'opérateur PSM même. L'opérateur PSM est libre de définir de quelle manière il libérera ces fréquences. Si l'opérateur souhaite offrir plus de deux canaux propres, il doit adresser à l'opérateur PSM une demande raisonnable à ce sujet.[474]

1030. Tous les éléments de cette obligation d'accès doivent être ajoutés à l'offre de référence dans les trois mois qui suivent l'entrée en vigueur de la présente décision, comme la procédure pour ajouter un canal propre, les conditions techniques et financières, etc. Le CSA évaluera le caractère raisonnable des conditions proposées dans le cadre des objectifs du cadre réglementaire.

1031. Un bénéficiaire devra également offrir toutes les chaînes analogiques proposées par l'opérateur PSM. Vu qu'il n'est pas possible techniquement d'installer des filtres qui bloquent des chaînes spécifiques et qu'il n'est pas proportionné d'imposer le cryptage de l'offre analogique (de manière à ce que les opérateurs alternatifs ne puissent en reprendre qu'une partie), l'offre de gros relative à la télévision analogique comprendra toutes les chaînes proposées par l'opérateur PSM au niveau de détail. Par conséquent, l'impact technique sur le réseau de l'opérateur PSM est minime.

1032. Les droits relatifs au contenu pour les programmes émis de manière numérique ou analogique ne sont pas compris dans l'accès à l'offre de télévision numérique et analogique. Les opérateurs alternatifs devront donc négocier avec l'ensemble des fournisseurs de programmes l'acquisition des droits d'auteur liés aux programmes diffusés par le biais de l'offre analogique et/ou numérique.

---

[473] Voir BEREC Common Position on best practice in remedies on the market for broadband access (including bitstream access) imposed as a consequence of a position of significant market power in the relevant market, BOR (12) 128, BP25, 13/25.

[474] Si nécessaire, le CSA analysera le caractère raisonnable de cette demande en tenant compte entre autres de la distribution équitable et non discriminatoire du nombre de canaux entre l'opérateur PSM et le bénéficiaire, de la capacité disponible et de sa gestion par l'opérateur PSM, par exemple les ajouts et suppressions de chaînes, la diffusion de chaînes exclusives ou quasi-exclusives (chaînes d'auto-promotion ou chaînes « maison ») ou les différenciations régionales.

Motivation

1033. Un opérateur alternatif doit être en mesure de pouvoir se distinguer de ses concurrents, non seulement en termes de tarification et de qualité du service, mais aussi au niveau du produit en lui-même. C'est pourquoi il est nécessaire qu'un bénéficiaire puisse définir sa propre offre de chaînes et puisse se différencier au niveau du contenu. Cette possibilité de différenciation ne peut pas se limiter à une sélection des chaînes déjà proposées par l'opérateur PSM, mais doit permettre un opérateur alternatif de proposer lui-même de nouvelles chaînes. Ces nouvelles chaînes peuvent plaire à un nouveau public et donc attirer de nouveaux clients. Cette mesure est également avantageuse pour l'utilisateur final, parce qu'elle augmente ses possibilités de choix et/ou diminue les prix et stimule ainsi la concurrence sur le marché.

1034. Les coûts d'une station de réception ne varient que de manière limitée en fonction du nombre de chaînes reçues. Compte tenu du nombre de chaînes déjà disponibles auprès de l'opérateur PSM, seul un petit nombre de chaînes peut être ajouté par un bénéficiaire. Les coûts supplémentaires pour l'opérateur PSM pour recevoir ce petit nombre de chaînes sur sa station de réception seront significativement inférieurs à ceux que devrait supporter l'opérateur alternatif qui devrait lui-même lancer et exploiter une station de réception. Si un opérateur alternatif était obligé de recevoir par ses propres moyens les chaînes qu'il souhaite ajouter à son offre, la probabilité existe qu'il y renonce pour essayer de se distinguer vis-à-vis de l'offre de l'opérateur PSM.

1035. L'obligation est donc nécessaire pour augmenter la diversité des offres à un prix compatible avec les revenus qui peuvent découler de cette différenciation.

1036. Etant donné que la largeur de spectre est limitée, le CSA considère qu'il est raisonnable de prévoir au moins deux canaux propres pour le bénéficiaire.[475] Si à l'avenir, plusieurs opérateurs alternatifs souhaitent utiliser l'offre d'accès de l'opérateur PSM, le CSA évaluera à nouveau si la portée du nombre de chaînes propres reste proportionnée par rapport à la capacité présente. La même appréciation vaut également dans le cas du « analogue switch off[476] » : dans ce cas, de nombreuses fréquences sont libérées pour la fourniture de services large bande et de télévision numérique. Il est raisonnable que, dans ce cas, les opérateurs alternatifs reçoivent aussi l'accès à un espace de fréquences supplémentaire sous la forme de canaux propres supplémentaires.

1037. L'offre de référence doit comporter toutes les conditions techniques, opérationnelles et financières auxquelles l'opérateur alternatif doit répondre afin de lui permettre de tester au préalable la faisabilité financière de l'ajout d'une chaîne propre. En effet, au-delà de toutes les conditions liées au contrat de gros, l'opérateur alternatif doit également acheter les droits de cette chaîne propre pour pouvoir

[475] Vu qu'actuellement il n'y a qu'un seul opérateur bénéficiant de l'offre de l'opérateur PSM, il est certainement possible de prévoir au moins deux canaux propres.

[476] Lorsqu'un câblo-opérateur met fin à l'émission de chaînes analogiques, les fréquences sur lesquelles ces chaînes étaient émises sont libérées et celles-ci peuvent être utilisées pour d'autres services, comme la télévision numérique et la large bande. Les chaînes analogiques sont très inefficaces par rapport aux chaînes numériques : une chaîne analogique occupe autant de capacité que quatre chaînes numériques ou plus.

l'émettre. Il est donc important pour un opérateur alternatif de pouvoir au préalable évaluer correctement toutes les conditions applicables[477].

1038. Le délai de trois mois est raisonnable, parce que l'opérateur PSM ne doit dans un premier temps pas développer de nouveaux systèmes : la plateforme de captation de la chaîne propre existe déjà et l'infrastructure d'émission, soit la plateforme de télévision numérique, aussi. Seuls les processus et procédures internes et la définition des conditions financières doivent encore être fixées. Le CSA évaluera le caractère raisonnable des conditions proposées dans le cadre des objectifs du cadre réglementaire.

17.3. OBLIGATION DE NON-DISCRIMINATION

17.3.1. Base légale

1039. Selon l'article 95*bis* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys sont soumises à une obligation de non-discrimination en ce qui concerne l'accès à leurs produits de gros.

17.3.2. Obligation générique

Description

1040. L'opérateur puissant doit appliquer des conditions équivalentes dans des circonstances équivalentes aux autres entreprises fournissant des services équivalents, et fournit aux autres des services et informations dans les mêmes conditions et avec la même qualité que celles qu'il assure pour ses propres services, ou pour ses filiales ou partenaires.

1041. L'opérateur puissant doit donc proposer à l'ensemble des opérateurs alternatifs les mêmes prestations (y compris les services auxiliaires) que celles qu'il utilise lui-même. Cette non-discrimination s'applique également entre les opérateurs alternatifs bénéficiaires des produits d'accès de gros.

1042. Les conditions tarifaires, techniques, technologiques et opérationnelles doivent respecter ce principe de non-discrimination.[478] L'opérateur puissant ne peut se réserver l'utilisation de technologies que dans le cadre d'expérimentations limitées et en aucun cas dans le cadre de la fourniture d'offres commerciales.

1043. L'obligation de non-discrimination ne fait pas obstacle en cas de demande raisonnable d'accès à certains éléments de réseau et à des ressources associées, à la possibilité de disposer de SLA différents ou à la possibilité pour les opérateurs alternatifs de se différencier sur le marché de détail

[477] En d'autres termes, il doit pouvoir acheter les droits d'accès, en sachant qu'il répond aux conditions de l'offre de référence.

[478] L'obligation de non-discrimination ne porte donc pas seulement sur le service fourni, mais aussi sur les informations techniques, opérationnelles et tarifaires qui doivent être fournies.

ou de solliciter des aménagements raisonnables et proportionnés des caractéristiques des nouvelles configurations.[479]

Motivation

1044. L'article 95*bis* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels stipule que « Le Collège d'autorisation et de contrôle peut, conformément à l'article 91, § 3, imposer des obligations de non-discrimination (...) ».

1045. L'article 10, § 2, de la directive « accès », transposé par l'article 95*bis* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels dispose que « les obligations de non-discrimination font notamment en sorte que les opérateurs appliquent des conditions équivalentes dans des circonstances équivalentes aux autres entreprises fournissant des services équivalents, et qu'ils fournissent aux autres des services et informations dans les mêmes conditions et avec la même qualité que ceux qu'ils assurent pour leurs propres services, ou pour ceux de leurs filiales ou partenaires ».

1046. Le principe de non-discrimination permet aux opérateurs alternatifs de proposer une qualité de service et des tarifs équivalents à ceux de l'opérateur puissant, et assure par conséquent des conditions de concurrence équilibrées.

1047. Les obligations en matière de non-discrimination peuvent porter sur des aspects tarifaires ou sur des aspects non tarifaires (par exemple qualité du service, dépannages, délais d'installation, accès à l'information).

1048. Le principe de non-discrimination comporte plusieurs volets :

- la non-discrimination externe entre tiers ;
- la non-discrimination interne qui requiert que l'opérateur concerné applique aux tiers des conditions équivalentes à celles qu'il s'offre à lui-même ou à ses divisions commerciales, ses filiales ou partenaires.

1049. Faute d'une obligation de non-discrimination, l'opérateur puissant intégré verticalement serait en mesure d'entraver le développement de la concurrence en défavorisant ses concurrents par rapport à ses propres divisions ou filiales, notamment au niveau des services proposés, des tarifs, des délais, des procédures, des informations disponibles et de la qualité de service. L'opérateur puissant pourrait également être en mesure de favoriser un opérateur alternatif au détriment d'un autre, notamment s'il disposait par ailleurs avec l'un des opérateurs des arrangements commerciaux portant sur des produits ou services non réglementés.

[479] Conformément à l'article 95*quater* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels et aux dispositions de l'obligation d'accès telles qu'imposées dans cette décision. Dans le respect du principe de proportionnalité, l'article 95*quater* permet en effet d'imposer à l'opérateur puissant des obligations d'accès pouvant aller au-delà de ce qu'il preste pour sa branche, division ou filiale active sur le marché de détail.

1050. L'obligation de non-discrimination favorise donc la réalisation des objectifs généraux du cadre réglementaire en veillant à ce que la concurrence ne soit pas faussée ou entravée dans le secteur des communications électroniques. Comme abordé à la section 8.1, les barrières présentes sur le marché de la radiodiffusion de détail en question ont en effet pour conséquence que celui-ci n'est pas assez concurrentiel, ce qui entraîne le risque que la concentration du marché reste élevée, que les possibilités de choix pour le consommateur soient limitées et que les prix puissent continuer à augmenter.[480]

1051. Pour un opérateur alternatif qui souhaite commercialiser une offre concurrentielle, il est nécessaire de s'assurer que l'ensemble des tarifs, des services et des informations constituant l'offre soit fourni de façon équitable sous peine d'entraîner une déséquilibre et donc un désavantage concurrentiel dans le chef de l'opérateur alternatif, au bénéfice de l'opérateur puissant. Un déséquilibre en termes de conditions tarifaires peut engendrer un risque de compression des prix (price squeeze). Au niveau technique, technologique et opérationnel, la connaissance (éventuellement préalable) ou l'accès par l'opérateur puissant à des fonctionnalités non accessibles par l'opérateur alternatif peut induire auprès de ce dernier un retard dans la mise sur le marché ou procurer à l'opérateur puissant un avantage en tant que précurseur (first-mover). À titre dérogatoire, en tant qu'opérateurs d'infrastructure, Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys doivent cependant pouvoir tester, en vue d'expérimentations, de nouvelles technologies, de nouvelles conditions techniques ou opérationnelles pour autant que l'objectif est de les proposer ultérieurement à l'ensemble des bénéficiaires des produits réglementés.

1052. Imposer des conditions équivalentes ne dispense pas l'opérateur PSM de négocier de bonne foi les demandes d'accès raisonnables aux ressources associées et les systèmes d'assistance opérationnelle de haute qualité nécessaires pour garantir une concurrence équitable dans le cadre de la fourniture de services. Ce droit est en effet en tout cas repris à l'article 95*quater* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels et est imposé dans cette décision dans les sections relatives à l'obligation d'accès.

1053. Imposer des conditions équivalentes en vertu d'une obligation de non-discrimination ne fait pas obstacle à l'obligation de fournir des services de gros avec des niveaux de qualité de service déterminés, en vertu notamment de l'article 95*quater*, § 1er, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels. En effet, si le niveau de qualité de service proposé aux opérateurs alternatifs est limité au niveau minimum nécessaire pour l'opérateur puissant, ce niveau de service peut s'avérer insuffisant pour l'opérateur alternatif qui ne contrôle pas les opérations en amont et qui, par conséquent, pourrait subir un impact significatif sur ses ventes. L'opérateur puissant dispose d'une position favorable sur le marché d'un point de vue qualitatif car, étant verticalement intégré, il dispose de ce fait d'un contrôle précis sur l'ensemble de la chaîne de valeur. Sa branche de détail acquiert dès lors une position concurrentielle favorable face à des opérateurs alternatifs faisant usage de son infrastructure. Il est donc nécessaire et équitable de tenir compte de cet avantage et de compenser, lorsque cela s'avère nécessaire, les déséquilibres qui résultent des conditions économiques et opérationnelles auxquelles chacun des opérateurs est soumis. Dans cette mesure et pour autant que de besoin, l'article 95*quater* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels constitue

[480] Comme mentionné à la section 8.1.

une base légale complémentaire à l'article 95*bis* du même décret pour les obligations de fournir des services de gros avec des niveaux de qualité déterminés.

1054. Enfin, la position commune de l'ORECE concernant les meilleures pratiques en termes de remèdes sur les marchés d'accès bitstream[481] relève qu'un opérateur puissant pourrait mettre en service de nouvelles infrastructures que les opérateurs alternatifs ne sont pas en mesure d'utiliser (par ex. conçues de façon délibérée pour restreindre l'accès et empêcher la fourniture de nouveaux services de gros pertinents aux opérateurs alternatifs). L'ORECE estime que le régulateur devrait s'assurer que les opérateurs alternatifs aient l'opportunité d'influencer les décisions concernant les caractéristiques des nouveaux produits de gros et des nouvelles interfaces.

17.3.3. Équivalence des extrants

Description

1055. L'opérateur puissant doit fournir aux opérateurs alternatifs un accès aux intrants de gros comparable en termes de fonctionnalités et de prix, à ceux qu'il fournit en interne à ses propres entreprises en aval, mais en ayant potentiellement recours à des systèmes et processus différents (équivalence des extrants- EoO[482]).

Motivation

1056. La recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 estime que, dès lors qu'une obligation de non-discrimination est imposée à un opérateur puissant, le moyen le plus sûr de l'assurer de manière effective est d'appliquer le concept de l'équivalence des intrants (EoI).[483]

1057. Toutefois, la recommandation estime nécessaire que l'ARN évalue la proportionnalité d'une telle obligation d'EoI. Notamment les ARN devraient étudier si les coûts de mise en conformité (dus par exemple à la révision de la conception de systèmes existants) sont inférieurs aux bénéfices envisagés en matière de concurrence. Enfin, la recommandation précise que lorsque l'EoI n'est pas proportionnée[484], les ARN devraient faire en sorte que l'opérateur puissant fournisse les intrants de gros sur la base de l'EoO.

1058. Le CSA estime que l'imposition d'une mesure d'EoI dans les circonstances nationales actuelles est disproportionnée au regard des avantages qu'elle pourrait procurer sur le marché. Pour évaluer la proportionnalité de la mise en œuvre d'une EoI, le CSA a analysé l'ensemble des éléments constituant

---

[481] Bien que ces meilleures pratiques de l'ORECE renvoient spécifiquement au marché de l'accès bitstream (5/2007 – 3b/2014), les principes énoncés dans ce document sont également pertinents pour le marché de la télévision abordé dans ce document. Les problèmes soulevés par l'ORECE peuvent tout aussi bien se présenter sur ce marché, ce qui fait que les meilleures pratiques proposées sont ici aussi utiles.

[482] L'équivalence des extrants, ou EoO, consiste en la fourniture d'intrants de gros qui sont comparables, en termes de fonctionnalités et de prix, à ceux que l'opérateur PSM fournit en interne et à ses propres entreprises en aval, mais en ayant potentiellement recours à des systèmes et processus différents.

[483] Voir considérants 12-13 de la recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérentes pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit.

[484] Voir le considérant 9 de la recommandation de la Commission du 11 septembre 2013.

la chaîne de valeur des produits de gros. De manière générale, le CSA observe des différences importantes entre la fourniture des intrants de gros pour la branche de détail des opérateurs puissants et les bénéficiaires.[485]

1059. Afin de mettre en place un régime d'EoI la chaîne de valeur de l'opérateur régulé, de nombreux processus et systèmes devraient être adaptés. Des équipes de support devraient par ailleurs être remaniées. Parmi les éléments de la chaîne de valeur à adapter, l'adaptation des systèmes front-end de commande engendrerait un coût important. Outre l'adaptation de ces systèmes informatiques, il faut aussi tenir compte qu'une mise en place d'un régime d'EoI nécessiterait aussi une adaptation des développements que les demandeurs d'accès tiers ont effectué jusqu'à ce jour. Cela reviendrait donc à demander aux opérateurs alternatifs de renoncer aux efforts entrepris jusqu'alors. À ces modifications, il serait aussi notamment nécessaire d'ajouter les frais relatifs à la modification des autres systèmes de support et le remaniement des équipes de support de première ligne. De plus, la mise en conformité EoI nécessiterait un délai de mise en œuvre important.[486]

1060. Selon la recommandation, les produits NGA sont susceptibles d'inciter la mise en œuvre de nouveaux systèmes. Le coût incrémental pour la mise en place d'un régime d'EoI serait par conséquent plus faible. Cela ne vaut toutefois pas pour le réseau câblé, qui existe déjà depuis un temps considérable et auquel les opérateurs alternatifs ont déjà accès.[487] Les coûts de transfert vers EoI seraient donc dans ce cas comparables à ceux en vigueur pour le transfert d'un produit traditionnel, ce qui fait qu'EoI procure moins d'avantages nets.[488]

1061. Au vu de ces circonstances nationales, le CSA considère que la mise en place d'un régime d'EoI n'est pas susceptible d'apporter des améliorations plus importantes que d'autres mesures moins contraignantes[489]. Il sera donc disproportionné d'imposer l'obligation d'EoI sur Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys.

---

[485] À titre d'illustration : (i) Les équipes, les systèmes et les processus utilisés diffèrent en ce qui concerne les opérations front-end, notamment en ce qui concerne les équipes et outils d'aide (helpdesk) à la fourniture et à la réparation et les outils informatiques de support pour l'éligibilité et la commande de produits de gros. (ii) L'accès à l'information notamment en termes de développement technologique, de développement de produit et de maintenance prédictive ou correctrice (repair) est plus limité pour ce qui concerne les demandeurs d'accès tiers. (iii) Le niveau d'implication des demandeurs d'accès tiers dans le développement stratégique des caractéristiques essentielles des produits est faible et résulte dans certains cas de la pression régulatoire. (iv) Appliquer des niveaux de qualité de services sur les opérations de gros peut dans certains cas se révéler nécessaire pour assurer un échange efficace de type client-fournisseur alors que ces niveaux de qualité ne sont pas forcément nécessaires pour les opérations d'auto-fourniture de l'opérateur puissant.

[486] Dans cette optique, le CSA mentionne qu'une réforme de la procédure d'installation s'est fait attendre plus de 2 ans.

[487] Dans cette optique, les choix ont donc été déjà réalisés en ce qui concerne les systèmes d'accès et les systèmes d'assistances correspondants

[488] Voir le considérant 15 de la recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 : « À cet égard, l'obligation imposée à l'opérateur PSM de fournir, sur une base EoI, des intrants de gros, basés sur le réseau historique en cuivre, sur les systèmes existants est moins susceptible de procurer des avantages nets suffisants pour satisfaire au critère de proportionnalité en raison des coûts plus élevés de reconfiguration des systèmes existants de fourniture et de soutien opérationnel nécessaires afin de les rendre conformes à l'EoI. »

[489] Le CSA estime nécessaire de renforcer de façon plus spécifique les obligations de non-discrimination et de transparence de la manière décrite dans la section 17.3.4. « Les Évolutions du réseau, des offres de référence et la reproductibilité technique » et section « 17.4.5. Évolutions du réseau et des offres de référence ».

17.3.4. Évolutions du réseau et des offres de référence, et reproductibilité technique

Description

1062. L'opérateur puissant ne peut utiliser pour lui-même une nouvelle configuration de sa plateforme de télévision numérique (nouveaux paramètres, nouvelles fonctionnalités, nouveaux éléments du réseau, nouvelle technologie…) que lorsque cette configuration est autorisée au niveau de gros et que les opérateurs ont eu un délai raisonnable pour adapter leurs propres systèmes.

1063. Lorsque l'opérateur puissant souhaite développer une nouvelle offre de détail ou adapter une offre de détail existante, il est tenu d'assurer la reproductibilité technique à partir des intrants de gros qu'il fournit. Le CSA peut exiger à tout moment de l'opérateur puissant qu'il fournisse toutes les informations nécessaires pour démontrer que la reproductibilité technique est entièrement garantie. Lorsque les circonstances le rendent nécessaire, le CSA peut en outre exiger de l'opérateur puissant qu'il procède à des tests de reproductibilité et/ou lui notifie toutes les informations utiles pour évaluer lui-même la reproductibilité.

1064. Tant que la reproductibilité technique n'est pas garantie, le CSA peut exiger de l'opérateur puissant qu'il modifie l'intrant de gros concerné. Si en outre l'offre de détail risque de nuire de manière significative à la concurrence, il peut exiger de l'opérateur puissant qu'il retarde ou cesse la fourniture de l'offre de détail en question tant que l'obligation de reproductibilité technique n'aura pas été satisfaite.

1065. Les demandeurs d'accès internes et tiers doivent avoir accès aux mêmes informations techniques et commerciales concernant les intrants de gros concernés, sans préjudice des règles de confidentialité des données d'entreprise.

1066. L'opérateur puissant doit aussi s'assurer que les composants des processus opérationnels utiles à l'exploitation des intrants de gros sont disponibles dans un délai raisonnable avant le lancement de son offre de détail correspondante.[490] Il en est de même pour la disponibilité des accords de niveaux de services et de leurs indicateurs de qualité correspondants.

1067. Tout retard imputable à l'opérateur puissant lors de la mise en œuvre de la nouvelle offre[491] entrainera l'obligation de retarder à due concurrence l'usage pour lui-même des nouveaux éléments de l'offre.

1068. Cette obligation est en relation avec l'obligation de transparence correspondante et détaillée à la section 17.4 « Obligations de transparence ».

[490] Voir la section « 17.4.5. Évolutions du réseau et des offres de référence ».

[491] Notamment le retard dans la publication d'informations techniques.

Motivation

1069. À travers les évolutions du réseau qu'il envisage, l'opérateur puissant (le gestionnaire de l'infrastructure) détermine, notamment par rapport à sa propre feuille de route, les nouvelles technologies, les nouvelles fonctionnalités…

1070. En l'absence de mesures spécifiques, l'opérateur puissant disposerait naturellement de l'avantage du précurseur (first mover) par rapport aux opérateurs alternatifs faisant usage de la même infrastructure que lui. En effet, il évaluerait les nouvelles configurations en fonction de ses propres besoins et pourrait ne les proposer aux opérateurs alternatifs qu'à un stade ultérieur ou sous une forme dégradée.

1071. Pour assurer une concurrence équitable sur l'infrastructure de l'opérateur puissant, et donc éviter l'avantage du précurseur dont jouit ce dernier, tout opérateur alternatif doit donc pouvoir proposer au niveau du marché de détail les nouvelles évolutions du réseau au même moment que l'opérateur puissant. Étant donné que des adaptations techniques et opérationnelles peuvent être également requises de la part des opérateurs alternatifs, ces derniers doivent pouvoir avoir accès à l'ensemble des informations leur permettant de s'y préparer et d'effectuer l'ensemble des tests préalables nécessaires à leur mise en œuvre.

1072. Le point 32 de la recommandation CE du 20 septembre 2010 concernant les réseaux NGA souligne la nécessité de fournir les produits de gros au préalable.

> *« Les ARN devraient obliger l'opérateur PSM à proposer des produits d'accès à haut débit en gros au moins six mois, en principe, avant que l'opérateur PSM ou sa filiale de détail ne commercialise ses propres services correspondants de NGA au détail, à moins qu'il n'existe d'autres mesures de sauvegarde efficaces pour garantir la non-discrimination. »*

1073. Le considérant 33 de cette recommandation du 20 septembre 2010 justifie en outre :

> *« Les ARN devraient appliquer des principes de non-discrimination afin d'éviter que la branche de détail de l'opérateur PSM ne bénéficie d'un avantage en termes de délai»* .

1074. La position commune de l'ORECE concernant les meilleures pratiques en termes de remèdes sur les marchés d'accès bitstream[492] relève que l'opérateur puissant pourrait être incité à discriminer en faveur de sa branche de détail.[493] Selon l'ORECE, les opérateurs alternatifs doivent être assurés de la mise à disposition de produits de gros appropriés aux développements du marché en aval. Les informations pertinentes devraient notamment inclure des informations relatives aux prix, les

[492] BEREC Common Position on Best Practice in remedies on the market for wholesale broadband access (including bitstream access) imposed as a consequence of a position of significant market power in the relevant market, BoR (12) 128, p. 13/25.

[493] Bien que ces meilleures pratiques de l'ORECE renvoient spécifiquement au marché de l'accès physique (4/2007 – 3a/2014) et au marché bitstream (5/2007 – 3b/2014), les principes énoncés dans ce document sont également pertinents pour le marché de la télévision abordé dans ce document. Les problèmes soulevés par l'ORECE peuvent tout aussi bien se présenter sur ce marché, ce qui fait que les meilleures pratiques proposées sont ici aussi utiles.

conditions contractuelles et les caractéristiques techniques. Ces informations devraient être fournies de façon préalable.

1075. Imposer à l'opérateur puissant un accès de gros constituerait une mesure à faible bénéfice si celui-ci pouvait utiliser pour elle-même une nouvelle évolution du réseau avant de mettre une nouvelle offre de gros à la disposition des opérateurs alternatifs. En l'absence d'une obligation de non-discrimination, l'obligation d'accès ne serait pas efficace et ne génèrerait pas les bénéfices attendus pour la concurrence à long terme et pour le consommateur.

1076. En outre, la recommandation de la Commission européenne du 11 septembre 2013[494] précise que les ARN peuvent avoir recours à un essai de reproductibilité technique pour s'assurer que l'obligation de non-discrimination est respectée[495] :

> *« Les ARN devraient obliger les opérateurs PSM soumis à une obligation de non-discrimination à fournir aux demandeurs d'accès des intrants de gros réglementés leur permettant de reproduire techniquement les nouvelles offres de détail de la branche de détail en aval de l'opérateur PSM, notamment lorsque l'EoI n'est pas entièrement mise en œuvre.*
>
> *À cette fin, et pour garantir des conditions de concurrence équitables entre la branche de détail en aval de l'opérateur PSM et les demandeurs d'accès tiers, les ARN devraient faire en sorte que les demandeurs d'accès internes et tiers aient accès aux mêmes informations techniques et commerciales concernant l'intrant de gros réglementé pertinent, sans préjudice des règles applicables en matière de secret des affaires. Les informations pertinentes sont entre autres des informations sur les nouveaux intrants de gros réglementés ou sur les modifications apportées aux intrants de gros réglementés existants, qui doivent être fournies dans les délais définis au cas par cas. »*

1077. Pour permettre une concurrence sur un même pied d'égalité, il est important que la reproductibilité technique soit garantie. C'est pourquoi il est essentiel que l'opérateur PSM régulé garantisse la reproductibilité technique des nouveaux services de détail avant que ceux-ci ne soient lancés et que cette garantie reste d'application. Afin de garantir le respect de cette obligation, il est nécessaire et proportionné que l'opérateur puissant fournisse au régulateur l'ensemble des informations utiles et, si le CSA l'estime nécessaire, qu'il effectue des tests démontrant la reproductibilité.

1078. Le produit d'accès de gros doit être disponible suffisamment longtemps avant le lancement d'une offre similaire par l'opérateur PSM pour les demandeurs d'accès, de manière à ne pas prendre le risque de monopolisation du marché en aval sur la base de la nouvelle offre.

---

[494] Recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérentes pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit (2013/466/UE).

[495] Surtout lorsque l'EoI n'est pas entièrement mise en œuvre.

17.3.5. Cloisons structurelles (« chinese walls »)

Description

1079. L'application du principe de non-discrimination implique que des cloisons structurelles entre les divisions de vente de gros et les divisions commerciales de l'opérateur puissant doivent exister, matérialisées par l'absence d'accès aux informations critiques et par la mise en place de protocoles et instructions spécifiques au sein des deux divisions ainsi que dans les services communs aux deux divisions.

1080. L'utilisation d'informations est limitée à l'objectif pour lequel les informations étaient nécessaires à l'origine.

1081. Les informations de réseau ne peuvent pas être utilisées pour identifier les clients finals d'opérateurs alternatifs.

Motivation

1082. La division de gros de l'opérateur puissant fournit des services aux concurrents de ses divisions commerciales et traite de ce fait des informations qui pourraient procurer un avantage à ses divisions commerciales si elles lui étaient communiquées.

1083. Ces informations critiques sont notamment (de manière non exhaustive) :

- les demandes des opérateurs alternatifs d'accéder et de faire usage de fonctionnalités, de technologies, de configurations… non utilisées par l'opérateur puissant en vue de se différencier sur le marché ;
- la liste de ses prospects et de ses clients existants;
- les volumes d'achat en gros des opérateurs alternatifs, y compris les volumes prévisionnels[496] ;
- les indicateurs de rotation de la clientèle des opérateurs alternatifs...

1084. La connaissance de ces informations critiques donnerait un avantage significatif aux divisions commerciales de l'opérateur puissant non seulement à l'égard de l'opérateur alternatif concerné mais également à l'égard des autres opérateurs sur le marché. En effet, sa branche de détail pourrait par exemple profiter des informations qu'elle détient pour prospecter auprès des cibles identifiées par l'opérateur alternatif.

[496] Par exemple en termes de capacités des OLO Access Line.

1085. L'importance des cloisons structurelles est notamment reconnue dans l'annexe II de la recommandation CE du 20 septembre 2010 concernant les réseaux NGA où la nécessité est soulignée d'implémenter des chinese walls dans le cas, e.a. d'accès au génie civil.[497]

1086. La limitation au niveau de l'utilisation d'informations se justifie par le fait que, dans le cadre des processus de commande ou de réparation, l'opérateur alternatif doit donner des informations cruciales à l'opérateur PSM. Il s'agit alors par exemple de l'adresse du client final pour laquelle l'OLO souhaite effectuer un test d'éligibilité, où un nouveau raccordement est demandé ou pour laquelle une réparation doit être effectuée. Il se peut que ces informations doivent être partagées avec des départements un tant soit peu communs aux marchés de gros et de détail, comme le département de réparation spécialisé ou le département réseau. Dans ce cas, ces informations peuvent uniquement être utilisées afin d'accomplir la tâche pour laquelle ces informations étaient nécessaires. Ces informations ne peuvent en aucun cas être utilisées par l'opérateur PSM pour identifier le client et lui proposer ensuite de nouvelles offres en vue de conserver un client qui envisage de migrer vers l'opérateur alternatif ou en vue d'acquérir un nouveau client ayant à l'origine contacté l'opérateur alternatif.

17.3.6. Customer Premises Equipments (CPE)

Description

1087. L'opérateur bénéficiaire sera libre d'utiliser les CPE[498] de son choix. Les tests de certification doivent, s'ils sont nécessaires, se limiter au strict minimum. La procédure pour effectuer ces tests doit être claire et les tests doivent être effectués dans un délai raisonnable.

Motivation

1088. L'opérateur PSM peut choisir librement les équipements terminaux qu'il raccorde sur son réseau. Il a une position privilégiée en ce qui concerne le développement et les choix concernant les fonctionnalités à ce sujet dans le cadre des négociations avec les fabricants. L'obligation de non-discrimination qui lui incombe nécessite toutefois que les opérateurs alternatifs doivent pouvoir le concurrencer dans des circonstances équivalentes. Afin de créer un « level playing field », les OLO doivent également être en mesure d'utiliser un CPE de leur choix.

---

[497] Voir l'annexe II de la recommandation de la Commission de 2010 sur l'accès réglementé aux réseaux d'accès de nouvelle génération (NGA) : *« L'opérateur historique a une connaissance préalable des plans de déploiement des demandeurs d'accès tiers. Pour éviter que cette information ne soit utilisée pour procurer un avantage commercial indu, l'opérateur PSM responsable de l'exploitation de l'infrastructure de génie civil ne devrait pas partager l'information avec sa branche de détail en aval.*

Les ARN devraient au moins veiller à ce que les personnes prenant part aux activités de la branche de détail de l'opérateur PSM ne puissent pas participer aux structures d'entreprise de l'opérateur PSM responsable, directement ou indirectement, de la gestion de l'accès à l'infrastructure de génie civil. »

[498] Le CPE est un équipement directement raccordé au support physique. Il peut s'agir par exemple, selon les technologies, du modem-routeur ou du décodeur.

1089. Conformément à l'article 38 de la loi du 13 juin 2005, l'opérateur d'un réseau public de communications électroniques doit publier toutes les spécifications nécessaires pour permettre de raccorder les équipements terminaux le plus simplement possible à son réseau.[499]

1090. Le CSA considère que dans certaines circonstances et selon la maturité de la technologie utilisée, l'utilisation obligatoire de tests de certification peut être raisonnable afin de préserver le réseau des brouillages préjudiciables. Ces tests ne peuvent toutefois pas être utilisés pour imposer inutilement aux opérateurs alternatifs des charges financières supplémentaires et doivent donc se limiter au strict nécessaire.[500]

1091. Afin de s'assurer que ces tests ne créent pas de barrières à l'entrée superflues, la procédure de certification doit être explicitée de manière claire et transparente (également en ce qui concerne les mises à jour du firmware). En outre, pour un opérateur alternatif, ces tests doivent être effectués dans un délai raisonnable.[501]

17.4. OBLIGATIONS DE TRANSPARENCE

17.4.1. Base légale

1092. Conformément à l'article 95 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, le CSA peut définir les obligations de transparence concernant l'accès, en vertu desquelles les opérateurs doivent rendre publiques certaines informations, définies par le Collège d'autorisation et de contrôle. Celui-ci peut préciser les informations à fournir, le niveau de détail requis et les modalités de publication.

17.4.2. Obligation générique

Description

1093. Les opérateurs disposant d'une puissance significative sur le marché considéré doivent rendre publiques certaines informations définies par le CSA, telles que les informations comptables, les spécifications techniques, les caractéristiques du réseau, les modalités et conditions de fourniture et d'utilisation ainsi que les prix.

1094. Le CSA précise dans les sections ci-après les mesures qui apparaissent justifiées. Le CSA peut par ailleurs préciser ultérieurement d'autres informations qu'il estime nécessaires de publier en application de cette obligation.

---

[499] Voir art. 38 LCE : « Les opérateurs de services offerts sur les réseaux publics de communications électroniques publient les spécifications techniques exactes et appropriées de leurs interfaces avant que les services fournis via ces interfaces ne soient disponibles pour le public. Les spécifications sont communiquées sur simple demande à toute personne intéressée et sont suffisamment détaillées pour pouvoir concevoir des équipements terminaux qui permettent d'utiliser tous les services pouvant être fournis via les interfaces en question. »

[500] Conformément à l'art. 36, § 1er, LCE : « Les équipements qui satisfont aux conditions légales peuvent être raccordés aux interfaces appropriées. Un opérateur de réseau public de communications électroniques ne peut pas refuser un tel raccordement pour des raisons techniques. »

[501] L'IBPT a ainsi déjà déterminé que des tests comparables peuvent parfois être effectués en 17 jours et durer presque 90 jours à d'autres moments.

Motivation

1095. Le principe de transparence revêt un caractère fondamental d'une part à l'égard des opérateurs alternatifs déjà bénéficiaires, ou les bénéficiaires potentiels d'une offre de gros, et d'autre part pour le régulateur.

1096. Il permet notamment :

1096.1. De pallier la faiblesse du pouvoir de négociation des opérateurs alternatifs ;

1096.2. de garantir une lisibilité sur l'architecture technique, sur les conditions contractuelles et sur les conditions économiques et tarifaires des offres de gros des opérateurs ayant une puissance de marché significative ;

1096.3. de faciliter les négociations d'accords d'accès puisque ces négociations peuvent dès lors se baser sur des conditions connues au préalable de toutes les parties ;

1096.4. d'assurer que les opérateurs alternatifs peuvent acheter uniquement les prestations dont ils ont effectivement besoin, sans devoir payer pour des prestations qu'ils n'estiment pas nécessaires,

1096.5. d'assurer et de vérifier le respect des autres obligations, particulièrement l'obligation de non-discrimination.

1097. En l'absence d'une telle obligation, l'opérateur ayant une puissance significative pourrait être incité à restreindre les informations qu'il communique pour s'assurer une flexibilité indue dans ses négociations avec les opérateurs alternatifs, au risque de défavoriser certains opérateurs alternatifs, voire d'entraver ou d'empêcher totalement l'accès à son réseau. Lorsqu'un opérateur alternatif souhaite développer une offre commerciale, il lui est nécessaire de pouvoir établir un plan d'affaire visant à déterminer ses capacités de développement et tenant compte des conditions de fourniture. Il doit être en mesure d'établir ce plan d'affaires de façon fiable, sur la base d'informations pertinentes et complètes.

1098. Le principe de transparence est enfin un outil d'efficacité puisqu'il permet aux opérateurs alternatifs de disposer des informations concrètes nécessaires pour développer ou adapter leurs propres systèmes et portefeuille de produits. Lorsque ces informations sont délivrées suffisamment à l'avance, l'opérateur alternatif est notamment en mesure de délivrer un produit sur le marché avec un *time-to-market* équivalent à l'opérateur puissant, ce qui garantit la mise en œuvre efficace de la non-discrimination.

1099. L'obligation de transparence contribue à la réalisation des objectifs généraux de la directive cadre[502] et est reprise à l'article 95 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels. Notamment

[502] 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques (directive « cadre »), JO L 108 du 24/4/2002, p. 33, art. 8.

elle veille à ce que la concurrence ne soit pas faussée ni entravée. Elle vise à supprimer les obstacles à la fourniture de réseaux de communications électroniques, de ressources et services associés.

1100. Comme évoqué à la section 5.6 (analyse concurrentielle), le marché n'est pas suffisamment concurrentiel en raison de différents facteurs. Le risque existe par conséquent que la concentration du marché reste élevée, que les possibilités de choix pour le consommateur soient limitées et que les prix puissent continuer à grimper. Cette obligation doit notamment permettre à un opérateur d'avoir les informations nécessaires pour pouvoir entrer efficacement sur le marché via une offre de gros.

1101. En l'absence d'une obligation de transparence, il ne peut être garanti que la concurrence soit efficace et durable ou que les barrières à l'entrée susmentionnées puissent être dépassées.

1102. Compte tenu des éléments qui précèdent, les bénéfices que procure une obligation de transparence sont significatifs, tandis que l'absence d'une telle obligation rendrait très difficile la réalisation des objectifs généraux du cadre réglementaire.

17.4.3. Offre de référence

Description

1103. L'opérateur PSM doit publier une offre de référence en matière d'accès à la plateforme de télévision numérique et à l'offre de services de télévision analogique. L'offre de référence est publique et doit pouvoir être consultable simplement et rapidement sur le site Internet de l'opérateur PSM.

1104. Toute prestation d'accès devra être incluse dans l'offre de référence, y compris les services auxiliaires. L'existence d'une offre de référence ne fait cependant pas obstacle à la demande d'autres prestations qui n'y figurent pas ou à ce que les parties dérogent, de commun accord, à l'offre de référence. L'opérateur puissant devra répondre favorablement aux demandes raisonnables.

1105. L'offre de référence devra contenir une description des éléments de l'offre, leurs modalités, et les conditions et tarifs associés conformément à l'annexe G. Les câblo-opérateurs PSM testeront les offres de référence à l'aune de l'annexe H en complétant un tableau de concordance et en le transmettant au CSA. L'offre de référence devra être suffisamment détaillée afin que l'opérateur qui demande l'accès ne paie pas pour des éléments de l'offre qu'il n'estime pas nécessaires à la fourniture de ses services mais également de sorte à permettre aux opérateurs alternatifs de faire une évaluation pertinente de l'offre.

1106. L'offre de référence doit être tenue à jour par son auteur, notamment en matière d'évolutions techniques, et de manière générale, suite à l'évolution des éléments constituant l'offre. L'opérateur puissant doit contrôler de manière régulière l'exactitude de l'information fournie dans l'offre de référence. Il doit les corriger s'il s'avère qu'elles sont devenues incomplètes, incorrectes, ou qu'elles peuvent induire le lecteur en erreur. À partir du moment où l'auteur de l'offre de référence prend connaissance de la désuétude ou du caractère inexact/erroné d'informations qui s'y trouvent, il est tenu de la mettre à jour ou de la corriger dans un délai raisonnable.

1107. Le CSA peut imposer à tout moment de modifier ou de publier des éléments supplémentaires à l'offre de référence[503] notamment afin de tenir compte de l'évolution des offres de l'opérateur puissant et des demandes des opérateurs alternatifs, pour autant que ces demandes soient justifiées et proportionnées.

1108. La modification des offres de référence est soumise à une procédure spécifique précisée à la section « 17.4.5. Évolutions du réseau et des offres de référence ». Une fois la proposition d'adaptation des offres de référence approuvée par le CSA, les opérateurs PSM doivent publier une version complète des offres de référence intégrant l'adaptation.

1109. Les offres de référence existantes restent valables moyennant les adaptations éventuelles imposées dans le cadre de la présente décision. Sauf dispositions différentes prévues par la présente décision, l'opérateur PSM doit soumettre à l'IBPT les adaptations nécessaires à son offre de référence, suite aux mesures dans la présente décision dans les six mois qui suivent la publication de la présente décision.

Motivation

1110. L'offre de référence – qui comprend tant les conditions contractuelles, soit les droits et obligations, que les informations et spécifications techniques – est un outil indispensable pour les opérateurs alternatifs leur permettant d'évaluer leur capacité à développer des produits de détail sur la base de produits de gros de l'opérateur puissant et d'établir un plan d'affaires précis et fiable. Lorsqu'il s'agit d'un nouveau produit de gros proposé par l'opérateur puissant ou d'une adaptation d'un produit existant, l'information fournie par l'opérateur puissant doit permettre aux opérateurs alternatifs d'évaluer effectivement l'impact de ce produit de gros sur leurs processus[504] et sur leur propre portefeuille de produits de détail afin de rendre ce dernier attractif et concurrentiel ou le maintenir à un tel niveau.

1111. L'obligation de publier une offre de référence est un remède recommandé par l'ORECE. Elle est nécessaire pour compléter les remèdes d'accès et de non-discrimination puisque la mise à disposition des informations techniques, opérationnelles et tarifaires constitue la base nécessaire pour mettre en œuvre les produits de gros régulés. Un manque de transparence affaiblirait sérieusement l'efficacité de l'obligation d'accès au réseau de l'opérateur régulé.

1112. L'obligation de publier une offre de référence suffisamment détaillée vise à garantir que les opérateurs ne sont pas tenus de payer pour des éléments (ressources de réseau, facilités, configurations…) qui ne sont pas nécessaires pour le service demandé.

1113. L'obligation de publier une offre de référence, permet de garantir aux opérateurs alternatifs une visibilité sur l'architecture technique et les conditions économiques et tarifaires des offres de gros de l'opérateur puissant. Elle permet également de faciliter les négociations d'accords d'accès car ces

[503] Article 95 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

[504] BEREC Common Position on best practice in remedies on the market for broadband access (including bitstream access) imposed as a consequence of a position of significant market power in the relevant market, BOR (12) 128, BP16, p. 9/25.

négociations peuvent se baser sur des conditions connues de toutes les parties. Elle permet par ailleurs d'assurer et de vérifier le respect des autres obligations, notamment celle de non-discrimination.

1114. L'offre de référence permet aussi au CSA de contrôler le respect des obligations tarifaires de l'opérateur puissant.

1115. Il est important que l'offre de référence soit tenue à jour afin qu'elle conserve son utilité à l'égard des opérateurs bénéficiaires, ou de ceux qui pourraient être intéressés. En effet, une offre de référence désuète, incomplète ou erronée ne pourrait pas informer au mieux les intéressés, et ne leur permettrait dès lors pas d'effectuer des choix stratégiques, techniques ou commerciaux en toute connaissance de cause. Dans sa position commune sur les bonnes pratiques en matière d'obligations sur le marché de la large bande[505], l'ORECE estime ainsi que le régulateur devrait imposer à l'opérateur régulé l'obligation de mettre à jour l'offre de référence en temps opportun afin de refléter les changements pertinents tels que, entre-autres, l'évolution technologique et les caractéristiques opérationnelles. En outre, l'ORECE énumère les informations que devrait contenir une offre de référence. Elle y souligne notamment les restrictions d'utilisation et autres problèmes de sécurité.

1116. Lors de son analyse des problèmes potentiels découlant de la dominance de Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys sur leurs réseaux respectifs, le CSA a constaté[506] qu'il était donc important qu'une offre de référence soit rédigée de manière minutieuse et mise à jour lorsque c'est nécessaire de manière à garantir aux bénéficiaires :

- Que les descriptions techniques qu'elle contient reflètent exactement les fonctionnalités des produits fournis et toutes les limitations dont l'opérateur puissant a connaissance ;
- Que l'opérateur puissant a mis tout en œuvre pour valider les informations qu'elle contient, le cas échant moyennant des tests techniques et opérationnels ;
- Que les informations qu'elle contient sont suffisamment précises, complètes et actualisées pour pouvoir procéder à une évaluation pertinente de l'offre (même avant tout test technique) et assurer une mise en œuvre technique optimale.

1117. Il est important que l'information contenue dans l'offre de référence soit aussi précise et détaillée que possible. En effet, la non-discrimination impose que l'opérateur puissant fournisse à ses concurrents au moins les mêmes services que ceux qu'il s'offre à lui-même. Cela implique que le concurrent puisse reproduire les services de détail de l'opérateur puissant en ajoutant les composants supplémentaires *ad hoc*. Mais il peut également utiliser ce produit pour fournir un autre produit de détail ou un produit similaire différencié.

1118. Afin d'augmenter la lisibilité pour les opérateurs existants et potentiellement les nouveaux opérateurs qui souhaitent utiliser les offres de référence, les câblo-opérateurs PSM sont obligés, après chaque

[505] BEREC Common position on best practice in remedies on the market for wholesage broadband access (including bitstream access) imposed as a consequence of a position of significant market power in the relevant market, BoR (12) 128, BP21c, p. 10-11/25.

[506] Voir § 921.1 de cette décision.

approbation par le CSA d'une proposition d'adaptation des offres de référence, de publier une version complète des offres de référence, intégrant l'adaptation.

1119. L'auteur de l'offre de référence est celui qui doit la tenir à jour étant donné qu'il dispose des informations les plus détaillées et les plus récentes concernant l'offre de référence et son fonctionnement. C'est en outre le seul à avoir des échanges réguliers avec les fabricants concernant les produits et équipements qu'il utilise.

17.4.4. Indicateurs de performance

Description

1120. Les opérateurs puissants doivent, tous les deux mois

- publier sur leur site Internet des indicateurs en matière de qualité de service (KPI – key performance indicators) concernant la fourniture de services de télévision analogique et numérique et les communiquer directement au CSA et aux opérateurs alternatifs bénéficiaires des offres de référence.
- transmettre au CSA les KPI se rapportant aux prestations fournies au département de détail et poursuivant la même finalité que les prestations de gros fournies aux opérateurs alternatifs. Ces KPI relatifs aux prestations fournies au département de détail seront traitées de manière confidentielle par le CSA.

1121. Le CSA détermine les types d'indicateurs à évaluer et leur niveau de détail. Les indicateurs de performance poursuivent le double objectif (1) de mesurer le niveau de qualité offert pour l'opérateur puissant dans le cadre de ses prestations de fourniture de l'accès régulé et (2) de contrôler le respect des engagements contractuels en termes de qualité de service (SLA).

1122. L'opérateur puissant publie la liste des indicateurs ainsi que leur méthodologie de calcul dans son offre de référence.

1123. Les types d'indicateurs, ainsi que leurs modes de calculs, doivent être tenus à jour par leur auteur, notamment en cas d'évolution des produits et/ou des services de gros et/ou de détail. Les modifications font l'objet d'une modification de l'offre de référence.

1124. Le CSA peut également imposer à tout moment de modifier les indicateurs et de publier ou de lui transmettre des indicateurs supplémentaires notamment afin de tenir compte de l'évolution des offres de gros ou de détail et des demandes des opérateurs alternatifs, pour autant que ces demandes soient justifiées.

1125. Sur demande du CSA, l'opérateur puissant met à sa disposition la totalité des données brutes nécessaires à la vérification des indicateurs de qualité de service imposés pour l'ensemble des services régulés.

Motivation

1126. Les concepts de « transparence » et de « non-discrimination » sont des éléments essentiels de la promotion de la concurrence et du développement du marché intérieur qui doivent sous-tendre l'action des autorités réglementaires nationales en vertu de l'article 8.5 et en particulier 8.5 b) de la directive cadre. Les obligations de transparence et de non-discrimination sont expliquées dans les articles 9 et 10 de la directive accès. Le point 3 de l'article 9 de cette directive précise que *« les autorités réglementaires nationales peuvent préciser les informations à fournir, le niveau de détail et le mode de publication »*.

1127. La recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination prévoit que lorsqu'une telle obligation est imposée en application de l'article 10 de la directive 2002/19/CE, les régulateurs devraient imposer à l'opérateur puissant l'utilisation de KPI pour contrôler efficacement que cette obligation est bien respectée.[507] La mesure de performance par les KPI devrait reposer au moins sur les éléments essentiels de la fourniture de services de gros réglementés (processus de commande, fourniture de services, qualité du service - notamment en cas de défaillance - , délai de réparation en cas de défaillance, et migration entre différents intrants de gros réglementés – à l'exclusion des migrations en bloc ponctuelles). En outre, la recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 prévoit la publication de ces KPI afin de pouvoir remarquer à temps un éventuel comportement discriminatoire.[508]

1128. Dans sa position commune sur les meilleurs pratiques en termes de remèdes l'ORECE estime que l'opérateur puissant pourrait avoir un incitant à opérer une discrimination non tarifaire en faveur de ses opérations de détail. En conséquence, les produits d'accès de gros pourraient ne pas disposer d'une qualité raisonnable et les niveaux de service pourraient ne pas être comparables avec ceux de la branche de détail. L'ORECE estime que le régulateur devrait imposer des KPI de façon à superviser la conformité aux obligations de non-discrimination et s'assurer que l'opérateur puissant satisfait à ses obligations en termes de qualité.[509] L'ORECE estime que ces KPI doivent aussi permettre de comparer les niveaux de services offerts aux opérateurs alternatifs tant avec ceux de la branche de détail de l'opérateur puissant ainsi qu'avec le niveau moyen de qualité de service proposé au secteur.

1129. Pour qu'un opérateur alternatif puisse s'établir comme un acteur crédible sur les marchés des services de télévision, il doit être capable d'offrir des niveaux de qualité de services au moins comparables à ceux de l'opérateur puissant. Dans la mesure où il est dépendant de l'accès fourni par l'opérateur puissant, il importe que ce dernier fournisse ces services avec un niveau de qualité au moins équivalent à celui qu'il se fournit en interne. Pour garantir le respect de cette obligation, il est nécessaire que le CSA puisse contrôler le niveau de qualité des services fournis par l'opérateur PSM.

---

[507] Voir le point 19 de la recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérentes pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit (2013/466/UE).

[508] Voir le point 24 de la recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérentes pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit (2013/466/UE).

[509] BEREC Common Position on Best Practice in remedies on the market for wholesale broadband access (including bitstream access) imposed as a consequence of a position of significant market power in the relevant market, BoR (12) 128, BP22, p. 11/25.

1130. Des KPI relatifs aux prestations fournies en interne au département de détail sont nécessaires pour que le CSA puisse vérifier s'il n'y a pas de discrimination entre les offres de gros proposées aux opérateurs alternatifs et les prestations fournies en interne. Cette mesure assure qu'un opérateur alternatif est en mesure de fournir au client final (résidentiel ou professionnel) un service de détail au moins équivalent à celui de la branche de détail de l'opérateur puissant.

1131. Il est nécessaire et proportionnel de suivre en détail et régulièrement les services de gros par le biais d'une publication régulière des KPI pour pouvoir intervenir rapidement si des problèmes opérationnels devaient survenir. Une périodicité de deux mois constitue un compromis équilibré entre la charge administrative et l'efficacité de la mesure (qui augmentent tous deux avec la fréquence de publication).

1132. L'obligation de rendre les indicateurs de performance accessibles aux opérateurs alternatifs et également à tous les intéressés est une incitation additionnelle pour obtenir une bonne performance. En outre, en cas de problèmes lors de la fourniture du service à l'utilisateur final, ces indicateurs peuvent aider à déterminer si la responsabilité du problème incombe à l'opérateur puissant ou à l'opérateur alternatif.

1133. La recommandation précise par ailleurs que les caractéristiques détaillées des KPI peuvent nécessiter d'être mises à jour régulièrement.[510] En effet, les évolutions notamment technologiques, techniques et opérationnelles peuvent entraîner l'obsolescence de certaines mesures ou méthodes de mesure. Il est par conséquent nécessaire de les adapter aux évolutions pour permettre de poursuivre efficacement leur objectif de transparence.

1134. Afin de permettre au CSA de contrôler le calcul de ces indicateurs de performance[511], il est nécessaire qu'il puisse disposer des informations brutes qui ont permis leur évaluation. Ces informations sont disponibles dans les systèmes et bases de données de l'opérateur puissant et leur fourniture de façon ponctuelle au régulateur n'impose pas une charge de travail disproportionnée à l'opérateur puissant.

1135. Le CSA estime que, pour un opérateur puissant, la publication d'indicateurs de qualité n'entraîne pas de coûts supplémentaires excessifs. En effet, un opérateur puissant dispose déjà d'une grande partie de ces informations puisqu'il en a besoin pour la gestion et le suivi de ses propres indicateurs de qualité de service (SLA). L'obligation de publier des KPI n'est donc pas une obligation disproportionnée au regard des bénéfices qu'une telle publication apporte au marché.

[510] Voir le point 22 de la recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérentes pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit (2013/466/UE).

[511] Conformément aux points 25-26 de la recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérentes pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit (2013/466/UE).

17.4.5. Évolutions du réseau et des offres de référence

Description de la mesure

Évolutions du réseau à long terme

1136. Dans le cadre de l'évolution continue de son réseau, l'opérateur puissant communiquera au CSA et aux opérateurs alternatifs ses projets en matière de développement des réseaux par région sur une période de cinq ans. Les informations communiquées englobent entre autres:

- toutes les adaptations prévues aux points d'accès de gros existants ;
- toutes les fermetures prévues de points où l'accès de gros est fourni ;
- le calendrier des transformations de réseau et technologiques prévues ;
- les transformations non planifiées mais susceptibles de faire l'objet d'une évaluation dans la période concernée.

1137. Ces informations doivent être mises à jour et communiquées annuellement à travers un document intitulé « Network Transformation Outlook ».

Adaptation des offres de gros aux évolutions du réseau ou IT

1138. En cas d'évolutions du réseau, de l'infrastructure ou du logiciel informatique (IT) de l'opérateur puissant sur le marché, telles que visées à la section 17.2.7, ce dernier devra notifier la modification proposée au CSA pour lui permettre d'en analyser les conséquences.

1139. L'opérateur puissant sur le marché doit notifier la modification proposée au CSA et aux opérateurs alternatifs, conformément aux dispositions de l'annexe H. Ce faisant, une distinction est faite selon l'objectif visé par l'adaptation.

1140. Lorsque la modification proposée nécessite une adaptation de l'offre de référence, le CSA peut informer l'opérateur puissant sur le marché qu'il envisage d'adopter une décision concernant la modification proposée. Cette notification a pour effet de suspendre l'entrée en vigueur de la modification proposée.[512] À l'issue de son examen, le CSA peut accepter, adapter ou refuser la proposition modifiée. Il précise par ailleurs les modalités de l'entrée en vigueur de la modification dans sa décision. À l'issue de cette procédure, l'opérateur puissant sur le marché adapte si nécessaire son offre de référence et la publie.

1141. Durant toute cette période, l'auteur de l'offre informe régulièrement les opérateurs alternatifs de l'état d'avancement de sa demande de modification.

1142. Lorsqu'il s'agit d'une évolution nécessitant des adaptations auprès des opérateurs alternatifs, l'opérateur puissant sur le marché doit accorder à ces derniers un délai raisonnable pour l'adaptation de leurs propres systèmes. Ces délais et la documentation nécessaire, que l'opérateur PSM doit communiquer aux opérateurs alternatifs de manière à leur permettre d'évaluer correctement l'impact

[512] Application par analogie de l'article 59 de la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques.

de la modification proposée sur leurs propres systèmes, sont décrits à l'annexe H. L'opérateur PSM motive l'importance de la modification proposée.

1143. L'opérateur alternatif dispose ensuite en principe d'un délai minimum (selon l'importance de la modification) pour adapter ses propres systèmes. Le délai est déterminé selon le code de conduite défini à l'annexe H ou, le cas échéant, dans une décision du CSA. Pendant ce délai, l'opérateur puissant sur le marché transmet la documentation technique aux bénéficiaires, conformément au code de conduite défini à l'annexe H, en vue de la mise en œuvre.

1144. Lorsqu'il notifie une proposition de modification au CSA, l'opérateur PSM a le droit de demander à tous les opérateurs intéressés de respecter une clause de confidentialité.

1145. L'opérateur puissant a la possibilité de refuser l'accès au projet de modification de réseau de l'offre de gros aux opérateurs présents sur le marché de détail par le biais de leur propre infrastructure. Le recours à cette possibilité doit être dûment motivé par l'opérateur puissant. Il faut toutefois veiller à ce que les opérateurs disposant d'une infrastructure propre qui sont également clients wholesale de l'opérateur PSM disposent de suffisamment de temps afin d'implémenter les modifications, et ce afin qu'ils puissent offrir les éventuelles modifications à leurs clients finaux en même temps que l'opérateur PSM et les autres opérateurs qui ont été consultés. Dans tous les cas, ces opérateurs doivent disposer de toutes les informations nécessaires (en ce qui concerne le service wholesale qui leur est fourni) avant l'entrée en vigueur de la modification proposée.

Motivation

Évolutions du réseau à long terme

1146. Il est nécessaire et proportionné d'imposer à l'opérateur puissant de communiquer au CSA et aux opérateurs alternatifs ses projets en matière de développement des réseaux par région sur une période de cinq ans.

1147. Pour veiller à ce qu'il y ait une concurrence loyale et stimuler les investissements, il est important qu'il y ait préalablement aux évolutions futures du réseau suffisamment de transparence sur ces évolutions. Cette transparence est nécessaire pour l'opérateur alternatif afin qu'il puisse adapter son modèle commercial et ses activités, et se préparer au futur réseau et aux futurs produits. La transparence est également nécessaire pour éviter toute discrimination en termes d'accès à l'information entre l'opérateur puissant, ses filiales et partenaires d'une part, et les opérateurs alternatifs d'autre part. Sans cela, l'opérateur puissant serait en mesure d'exploiter la transition vers de nouvelles technologies de transport de TV de manière à avantager ses propres services et à entraver le développement des services des opérateurs alternatifs utilisant son réseau.

1148. Dans sa position commune sur les meilleures pratiques en termes de remèdes, l'ORECE estime que les changements futurs planifiés en termes d'architecture du réseau de l'opérateur puissant devraient être publiés ou disponibles sur demande.[513]

1149. Les informations communiquées ne peuvent cependant pas se limiter aux transformations prévues. En effet, en tant que gestionnaire de réseau, l'opérateur puissant évalue régulièrement un ensemble d'évolutions probables sans nécessairement les mettre toutes en œuvre. En se limitant aux transformations prévues, les opérateurs alternatifs pourraient être informés trop tardivement ou sous-estimer les risques d'évolutions futures .

1150. La période de 5 ans correspond à la visibilité nécessaire pour réaliser des investissements importants dans les réseaux. Une prévision sur 5 ans est nécessaire pour permettre aux opérateurs alternatifs :

- de trouver une solution alternative optimale garantissant la continuité de ses services à l'utilisateur final ;
- d'avoir une vision générale sur le futur pour pouvoir orienter de manière efficace ses recherches et ses investissements.

1151. Dans le cadre de la transition vers les réseaux de nouvelle génération transport TV, il est par ailleurs indispensable que le régulateur et les opérateurs alternatifs soient informés le plus rapidement possible de ces développements afin d'analyser les conséquences pour le marché.

Adaptation des offres de gros aux évolutions du réseau ou IT

1152. Un projet de modifications des offres de référence souhaité par l'opérateur puissant doit être notifié au CSA. Ce dernier peut refuser ce projet de modification ou en imposer l'adaptation.[514]

1153. La communication de la proposition d'adaptation aux opérateurs alternatifs s'avère nécessaire afin de les informer le plus rapidement possible des changements envisagés. Ainsi, l'ORECE note à juste titre que l'opérateur PSM a un accès privilégié à des informations essentielles et que celles-ci peuvent constituer un avantage déloyal lorsqu'il partage certaines informations tardivement.[515]

1154. Le CSA doit en outre disposer d'un délai raisonnable pour pouvoir vérifier que l'offre telle que l'opérateur puissant souhaite la modifier permet bien la reproductibilité technique de ses offres de détail (voir section 17.3.4).

1155. Une adaptation de l'offre de référence peut également s'accompagner d'adaptations techniques, informatiques ou documentaires chez l'opérateur alternatif. C'est pourquoi, selon la situation, il est

[513] BEREC Common Position on Best Practice in remedies on the market for wholesale broadband access (including bitstream access) imposed as a consequence of a position of significant market power in the relevant market, BoR (12) 128, BP22, p. 11/25.

[514] L'utilisation d'une telle procédure d'autorisation préalable par le régulateur est également mentionnée par l'ORECE dans son document intitulé « Common Position on Best Practice in remedies on the market for wholesale broadband access (including bitstream access) imposed as a consequence of a position of significant market power in the relevant market », BoR (12) 128, BP21 et 21c, p. 10-11/25.

[515] Idem.

nécessaire de prévoir un délai minimum entre le moment où l'opérateur puissant peut adapter l'offre de référence et le moment à partir duquel l'opérateur puissant peut en bénéficier. En principe un délai de 3 ou 6 mois minimum s'applique selon l'importance des modifications à effectuer. Ces délais résultent de l'expérience de la mise en œuvre d'adaptations antérieures. Elles reflètent un compromis entre un délai minimum nécessaire à un opérateur alternatif pour adapter ses propres systèmes[516] et éviter à l'opérateur puissant un retard important dans la mise sur le marché de son nouveau produit.

1156. Un tel délai est conforme au point 32 de la recommandation CE du 20 septembre 2010 concernant les réseaux NGA :

« Les ARN devraient obliger l'opérateur PSM à proposer des produits d'accès à haut débit en gros au moins six mois, en principe, avant que l'opérateur PSM ou sa filiale de détail ne commercialise ses propres services correspondants de NGA au détail, à moins qu'il n'existe d'autres mesures de sauvegarde efficaces pour garantir la non-discrimination. »

1157. Le considérant 33 de cette recommandation du 20 septembre 2010 justifie en outre :

> *« Les ARN devraient appliquer des principes de non-discrimination afin d'éviter que la branche de détail de l'opérateur PSM ne bénéficie d'un avantage en termes de délai. L'opérateur PSM devrait être obligé de modifier son offre bitstream de gros avant de lancer de nouveaux services de délai basés sur la fibre de manière à permettre à ses concurrents bénéficiant d'un accès bitstream de disposer d'une période raisonnable pour réagir au lancement de ces produits. Une période de six mois est considérée comme raisonnable pour procéder aux adaptations nécessaires, à moins qu'il n'existe d'autres mesures de sauvegarde efficaces pour garantir la non-discrimination ».*

1158. Dans sa position commune sur les meilleures pratiques, l'ORECE estime également qu'un délai de 6 mois peut constituer un délai raisonnable.[517]

1159. Imposer un accès au réseau de l'opérateur puissant serait sans effet si l'opérateur puissant pouvait utiliser pour lui-même une nouvelle technologie, un nouvel élément réseau, une nouvelle topologie et de nouvelles capacités avant de mettre une offre de gros à la disposition des opérateurs alternatifs. L'obligation ne serait dès lors pas efficace et son introduction serait disproportionnée, étant donné qu'elle n'aurait pas d'avantage réel pour la concurrence à long terme et pour le consommateur.

1160. La publication de documentation technique est nécessaire pour permettre aux bénéficiaires de l'offre de référence de mettre en œuvre la modification. Le document descriptif (high level design document) a quant à lui pour objectif de permettre aux bénéficiaires de l'offre de référence d'évaluer l'impact des changements à planifier.

---

[516] Les opérateurs réalisent généralement 3 révisions IT importantes par an.

[517] BEREC Common Position on Best Practice in remedies on the market for wholesale broadband access (including bitstream access) imposed as a consequence of a position of significant market power in the relevant market, BoR (12) 128, BP17, p. 9/25.

1161. L'opérateur puissant peut avoir un intérêt légitime à restreindre l'information destinée aux opérateurs actifs sur le marché de détail considéré via leur propre infrastructure. De tels opérateurs pourraient profiter des mesures de transparence pour obtenir des informations relatives aux lancement de nouvelles offres par l'opérateur puissant ou des informations relatives à l'amélioration des performances du réseau. De telles pratiques risquent de diminuer la compétitivité des cablo-opérateurs par rapport aux autres infrastructures. L'opérateur PSM doit dès lors disposer de la possibilité de refuser l'accès à la consultation. Le recours à cette possibilité doit être dûment motivé par l'opérateur puissant afin d'éviter une utilisation abusive de cette disposition. Pour la même raison, l'opérateur PSM doit pouvoir exiger le respect de la confidentialité de la part des opérateurs qui peuvent avoir accès à l'information en question.

1162. Cette possibilité de refus d'accès est également valable à l'égard des opérateurs actifs sur le marché de détail par le biais de leur propre infrastructure qui sont également clients wholesale du câblo-opérateur PSM. Ceci ne peut constituer pour ces opérateurs un désavantage lié au délai d'implémentation des modifications dans leurs propres systèmes : les câblo-opérateurs PSM doivent fournir également à ces opérateurs des informations suffisantes afin de leur permettre d'estimer correctement les adaptations nécessaires de leurs processus internes, procédures et implémentation IT, qui doivent être effectuées suite aux modifications proposées. Il est important que les clients finaux des OLO's ne subissent pas d'effet négatif ou que leur utilisation du produit concerné ne soit pas impactée par cette possibilité de refuser l'accès à certains projets de modification.

17.5. OBLIGATIONS DE CONTRÔLE DES PRIX ET DE COMPTABILISATION DES COÛTS

17.5.1. Base légale

1163. La base légale de ces obligations est l'article 95*quinquies* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

17.5.2. Obligation de pratiquer des prix équitables

Description

1164. Le CSA impose à Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys une obligation de pratiquer des prix équitables pour les deux services d'accès de gros à la radiodiffusion sur les réseaux câblés (accès à la plateforme de télévision numérique et la revente des services de télévision analogique). Conformément à l'article 95*quinquies* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels :

> *« § 1er. En matière d'accès, le Collège d'autorisation ets de contrôle peut, conformément à l'article 91, § 3, et lorsqu'il ressort en outre d'une analyse du marché que l'opérateur de réseau concerné peut, en raison de l'absence de concurrence réelle, maintenir les prix à un niveau exagéré ou réduire les marges au détriment des utilisateurs finals, imposer des obligations liées à la récupération des coûts, y compris les obligations concernant l'orientation des prix en fonction des coûts et au contrôle des prix et les obligations concernant les systèmes de comptabilisation des coûts en matière de coûts d'un opérateur efficient. Afin d'encourager l'opérateur à investir notamment dans les réseaux de nouvelle génération, le Collège d'autorisation et de contrôle tient compte des investissements réalisés et lui permet une*

rémunération raisonnable du capital adéquat engagé, compte tenu de tout risque spécifiquement lié à un nouveau projet d'investissement particulier.

En matière d'accès, le Collège d'autorisation et de contrôle peut aussi, conformément à l'article 91, § 3, imposer des obligations liées à la récupération des coûts et au contrôle des prix qui visent à promouvoir l'efficacité économique, à favoriser une concurrence durable et à optimiser les avantages pour le consommateur. Le Collège d'autorisation et de contrôle peut également prendre en compte les prix en vigueur sur les marchés concurrentiels comparables.

§ 2. Tout opérateur de réseau soumis à l'obligation d'orientation de ses tarifs en fonction des coûts fournit au Collège d'autorisation et de contrôle, à la demande de celui-ci, la preuve du respect de cette obligation.

Lorsqu'une obligation d'orientation sur les coûts est imposée à un opérateur de réseau, les coûts pris en compte sont les coûts liés à la fourniture d'une prestation efficace, y compris un retour sur investissement raisonnable.

Afin de déterminer les coûts liés à la fourniture d'une prestation efficace, le Collège d'autorisation et de contrôle peut utiliser des méthodes de comptabilisation et de calcul des coûts distinctes de celles appliquées par l'opérateur de réseau. »

1165. Par « équitable », le CSA entend un prix qui peut être supérieur aux coûts tout en conservant un lien avec les coûts. Autrement dit, il peut exister une marge raisonnable entre les coûts et le prix.

1166. Les **tarifs de location mensuelle** de l'accès au réseau câblé incluront cependant, au-delà des coûts, une marge raisonnable, compte tenu du risque spécifiquement lié à l'investissement dans les réseaux de très haut débit. Les **tarifs des services auxiliaires** tels que les redevances uniques doivent être orientés vers les coûts.

1167. Ces obligations seront vérifiées à l'aide d'un modèle de coûts de type bottom-up LRIC reflétant les coûts d'un opérateur efficace. Le CSA tiendra le plus grand compte de la méthode de calcul des coûts recommandée par la Commission européenne[518].

1168. Dans l'attente d'une vérification approfondie de leur caractère « équitable » par le biais d'un modèle de coûts, tous les opérateurs puissants doivent respecter les plafonds tarifaires ci-dessous, tant pour les accès de gros incluant l'internet à large bande et la télévision que pour l'accès à la télévision seule.

[518] Recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérentes pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit (2013/466/UE).

	Numérique (comprenant aussi l'analogique)
Télévision	8,92 €

	Vitesse de téléchargement inférieure à 150 Mbps Volume de données illimité	Vitesse de téléchargement supérieure ou égale à 150 Mbps Volume de données illimité
Internet large bande et télévision	20,29 €	30,12 €

Tableau 21 : Tarifs pour l'accès de gros à la télévision analogique et numérique ainsi que l'accès central aux réseaux câblés combiné à la télévision

1169. Dans l'hypothèse où un câblo-opérateur conclurait un accord commercial équilibré avec un ou plusieurs demandeurs d'accès suffisamment significatifs avant l'adoption définitive de la présente décision concernant l'accès à son réseau, le CSA acceptera l'application des prix résultant de cet accord s'ils sont *prima facie* équitables et proposés de manière transparente et non-discriminatoire à tous les demandeurs d'accès tout en constituant un plafond. Dans une telle hypothèse, les prix pour les profils correspondants issus de cet accord commercial primeront sur les tarifs susmentionnés. Le CSA se réserve toutefois le droit de vérifier, sur base d'un modèle de coûts de type LRIC, si ces prix négociés ne se situent pas significativement au-dessus des coûts d'un opérateur efficace et de les réviser si cela s'avérait nécessaire.

1170. En l'attente d'un modèle de coûts visant à déterminer les tarifs des **prestations auxiliaires** telles que les redevances uniques, le CSA estime raisonnable que les tarifs de Proximus pour les redevances uniques dans le cadre de l'offre WBA VDSL2 soient également applicables aux câblo-opérateurs. Notamment, en cas de mise en place du processus « Single Installer », les tarifs des prestations auxiliaires de Proximus applicables lorsque les prestations sont en partie effectuées par des « Certified Technicians » seront également d'application pour les câblo-opérateurs. Les principales redevances uniques dans ce contexte sont reprises au tableau suivant :

Prestation	Tarif
Installation avec visite chez le client	118,34 €
Installation sans visite chez le client (« single visit »)	72,59 €
Installation effectuée par un Single Installer OLO	10,88 €

Tableau 22 : Principales redevances uniques

1171. Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys devront communiquer au CSA, conformément à l'article 95*quinquies* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, l'ensemble des éléments permettant au CSA de contrôler le respect des obligations tarifaires.

1172. Le CSA pourra par ailleurs modifier, adapter ou préciser, de sa propre initiative ou à la demande justifiée des acteurs du marché, la méthodologie de calcul des coûts dans la mesure où de telles modifications seraient rendues nécessaires par exemple par des évolutions techniques, l'évolution

des coûts, des développements sur le marché ou des adaptations réglementaires. Le CSA prendra en considération la nécessité de préserver la stabilité du marché de la radiodiffusion.

Motivation

Nécessité et proportionnalité d'une mesure de contrôle des prix de gros

1173. L'article 95*quinquies*, § 1er, 1re phrase, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels dispose concernant le CSA qu'*« en matière d'accès, le Collège d'autorisation et de contrôle peut, conformément à l'article 91, § 3, et lorsqu'il ressort en outre d'une analyse du marché que l'opérateur de réseau concerné peut, en raison de l'absence de concurrence réelle, maintenir les prix à un niveau exagéré ou réduire les marges au détriment des utilisateurs finals*, imposer des obligations liées à la récupération des coûts, y compris *les* obligations concernant l'orientation des prix en fonction des coûts et *au contrôle des prix et les* obligations concernant les systèmes de comptabilisation des coûts *en matière de coûts d'un opérateur efficient*. »

1174. Une mesure de contrôle des prix de gros est adaptée compte tenu des problèmes potentiels identifiés sur le marché (cf. chapitre 16). Une mesure de contrôle des prix de gros est indispensable pour éviter que l'opérateur puissant ne pratique des prix excessifs pour l'accès de gros à son réseau. Un opérateur puissant a la possibilité et l'incitation d'augmenter ses prix de gros. Il en a la possibilité du fait que les opérateurs alternatifs peuvent difficilement se tourner vers d'autres fournisseurs. Il en a l'incitation du fait qu'il peut par ce moyen augmenter les coûts de ses concurrents et ainsi renforcer la position concurrentielle de ses divisions commerciales. Confrontés à une hausse des prix de l'accès de gros aux services de radiodiffusion, les opérateurs alternatifs pourraient être dissuadés d'entrer sur le marché ou être incités à le quitter.

1175. Des prix excessifs auraient pour conséquence que la mesure d'accès au réseau, destinée à résoudre le problème des barrières élevées à l'entrée, perdrait largement voire totalement son efficacité. Une mesure de contrôle des prix de gros est par conséquent justifiée tant pour éviter les prix excessifs que pour soutenir l'efficacité des mesures imposant l'accès au réseau de l'opérateur puissant.

1176. L'obligation d'orientation des prix sur les coûts permet aux opérateurs alternatifs de bénéficier des économies d'échelle des opérateurs puissants et donc d'abaisser les barrières à l'entrée sur le marché que constituent ces économies d'échelle et la difficulté de dupliquer l'infrastructure existante.

1177. Comme abordé à la section 5.6.5 « Barrières à l'entrée », ces barrières ont pour conséquence que le marché de détail de la radiodiffusion télévisuelle n'est pas assez concurrentiel, ce qui entraîne le risque que la concentration du marché reste élevée, que les possibilités de choix pour le consommateur soient limitées et que les prix puissent continuer à augmenter.

1178. De cette manière, cette obligation apporte une réponse aux problèmes constatés et contribue à encourager la concurrence. Elle favorise donc la réalisation des objectifs généraux du cadre

réglementaire : promouvoir la concurrence en veillant à ce que les utilisateurs retirent un bénéfice maximal en termes de choix, de prix et de qualité[519].

1179. Une mesure de contrôle des prix de gros est proportionnée. Elle est nécessaire à la réalisation des objectifs réglementaires (en particulier promouvoir la concurrence dans la fourniture des réseaux de communications électroniques et veiller à ce que la concurrence ne soit pas faussée ni entravée dans le secteur des communications électroniques). En outre, il n'y a pas de mesure aussi efficace et moins contraignante qui permettrait de réaliser les objectifs en question. L'obligation de pratiquer des prix équitables ne crée pas de contrainte ni de coûts disproportionnés pour opérateur puissant, celui-ci étant d'ailleurs rémunéré en fonction de ses coûts.

1180. Selon un répondant, l'obligation de contrôle des prix est superflue et disproportionnée. Le risque de prix excessifs n'est pas démontré et n'existe pas selon ce répondant, étant donné que les câblo-opérateurs ont intérêt à récupérer leurs coûts de mise en œuvre. Il serait plus adapté de laisser faire le marché et de seulement intervenir si cela s'avère nécessaire (comme cela a par exemple été le cas en Irlande). Un autre répondant estime également qu'un contrôle des prix n'est pas nécessaire et qu'une interdiction de pratiquer des tarifs menant à des effets de ciseaux tarifaires couplés à des tarifs soumis à négociation serait suffisante.

1181. Le CSA estime que le risque de prix excessifs est démontré par la constatation que les câblo-opérateurs n'ont jamais volontairement donné accès à leur réseau. Le risque est grand que, en l'absence de contrôle des prix, les câblo-opérateurs tentent de vider l'obligation d'accès de son sens en pratiquant des prix dissuasifs. Ce risque est d'ailleurs illustré par les prises de positions récentes des câblo-opérateurs. [confidentiel][520]. Telenet s'est quant à elle déclarée (dans ses commentaires du 20 décembre 2017 relatifs au plan opérationnel 2018 de l'IBPT) désireuse de maintenir ses tarifs de gros à leur niveau actuel, or il existe des indications que ce niveau est significativement au-dessus des coûts (cf. ci-dessous).

1182. De ces éléments, il découle qu'un contrôle des prix pour l'accès de gros à la radiodiffusion, ainsi que, de manière générale, pour toute forme d'accès aux réseaux NGA, demeure nécessaire et proportionnée.

Choix de la méthodologie pour le contrôle des prix

1183. Un contrôle des prix peut être mis en œuvre selon une approche d'orientation sur les coûts ou une approche *retail minus*. L'orientation sur les coûts consiste à déterminer un prix de gros qui reflète les coûts de production. Une méthodologie *retail minus* consiste à fixer le prix d'un service de gros en retranchant du prix du service de détail correspondant certains éléments non pertinents.

1184. L'orientation sur les coûts a l'avantage de mieux refléter le prix qui prévaudrait en situation de concurrence (la concurrence empêche les entreprises de fixer un prix qui s'écarte des coûts, y compris la rémunération normale du capital). Un prix orienté sur les coûts constitue également le meilleur

[519] Voir l'article 8 de la Directive cadre.

[520] [confidentiel].

signal « build or buy »[521] pour le marché. Par contre, l'orientation sur les coûts peut être complexe à mettre en œuvre vu qu'elle réclame de développer des modèles de coûts sophistiqués.

1185. L'approche d'orientation sur les coûts est très répandue dans le domaine des communications électroniques[522]. C'est l'approche qui a été suivie jusqu'à présent pour la majorité des services de gros régulés de Proximus (terminaison fixe, accès local, accès à un débit binaire, multicast, segments terminaux de lignes louées) et pour les services de gros régulés des opérateurs mobiles (tarifs de terminaison mobile).

1186. Une approche retail minus est théoriquement moins complexe et plus rapide à mettre en œuvre puisqu'il n'est pas nécessaire de modéliser le réseau de l'opérateur puissant. Cependant, la complexité d'une approche retail minus ne doit pas être sous-estimée, comme en témoigne l'expérience de la CRC avec la détermination des tarifs de gros des câblo-opérateurs selon une telle approche :

1186.1. Il est nécessaire de collecter des données détaillées sur les coûts de détail (marketing, vente, facturation,…). Certains câblo-opérateurs ont éprouvé des difficultés à fournir des données avec le niveau de détail souhaité par les régulateurs. Le contrôle de ces données peut également se révéler complexe.

1186.2. Il est nécessaire de décomposer les prix de détail (point de départ de la méthodologie) pour tenir compte de l'existence de services étrangers à la régulation : les offres de détail des câblo-opérateurs incluaient fréquemment des prestations telles que la mise à disposition de contenu gratuit ou à un prix, préférentiel, l'accès à un Wi-Fi communautaire, etc. La valorisation de ces services additionnels s'est révélée difficile.

1186.3. Il est nécessaire que le calcul retail minus évolue avec les offres de détail des opérateurs régulés, or ces offres ont tendance à devenir de plus en plus complexes (triple play, quadruple play, ajout de nouveaux services additionnels).

1187. Une approche *retail minus* présente encore d'autres inconvénients :

1187.1. Si le prix de détail est élevé, le prix de gros sera élevé, ce qui handicape le nouvel entrant et n'apporte pas un avantage maximal en termes de prix sur les marchés en aval.

1187.2. Il existe un décalage dans le temps entre l'adaptation des prix de détail et l'adaptation du minus. Une augmentation des prix de détail nominaux (hors promotions) se traduit immédiatement par une augmentation des prix de gros, tandis que le minus (qui tient compte des promotions octroyées) ne peut pas être recalculé aussi rapidement.

---

[521] Un nouvel entrant doit-il construire son propre réseau (« build ») ou acheter des éléments de réseau à un autre opérateur (« buy ») ?

[522] Voir par exemple les recommandations NGA de 2010 et ND&C de 2013.

1187.3. Une tarification basée sur le principe « retail minus » ne permet pas d'éviter des variations parfois significatives des tarifs de gros. Du fait de l'évolution constante des offres de détail, les prix de gros sont également fluctuants, ce qui constitue un inconvénient pour le nouvel entrant qui doit concevoir un plan d'affaires sur plusieurs années. Il peut donc être nécessaire de compléter le contrôle des prix de gros basé sur une méthodologie retail minus par différentes mesures d'accompagnement[523].

1187.4. La marge bénéficiaire appartient largement à l'opérateur puissant (puisqu'il est fait abstraction de l'écart entre le prix de gros et les coûts de production) ; les possibilités pour l'opérateur alternatif de réaliser une marge bénéficiaire sont donc limitées. Une approche retail minus ne permet pas non plus d'éliminer les inefficacités, dont les coûts peuvent donc être répercutés sur les prix de gros.

1187.5. Enfin, il ne peut pas être exclu que le fournisseur d'accès, lorsqu'il définit sa politique tarifaire et commerciale sur le marché de détail, agisse de manière à influencer négativement les prix de gros. De tels risques ont été identifiés dans le cadre de la détermination des prix de gros des câblo-opérateurs.[524]

1188. Les éléments qui précèdent font pencher la balance en faveur d'une obligation d'orientation sur les coûts. En outre, **le CSA estime qu'une obligation d'orientation sur les coûts est plus appropriée au vu des circonstances nationales** :

1188.1. La position concurrentielle des opérateurs alternatifs est actuellement très faible, ce qui justifie de veiller à ce que les prix de gros ne s'écartent pas des coûts de production afin d'abaisser au maximum les barrières à l'entrée et à l'expansion auxquelles les nouveaux entrants sont confrontés.

1188.2. Les tarifs de détail des services haut débit en Belgique se situent en général plutôt dans la fourchette haute des comparaisons internationales et ils ont plutôt tendance à augmenter (cf. Annexe B). L'orientation sur les coûts est par conséquent plus appropriée pour assurer un prix de gros correct qu'une approche partant des prix de détail.

1188.3. Comme ci-dessous, les services de gros des câblo-opérateurs ne sont pas fournis aux opérateurs alternatifs sur une base d'équivalence des intrants[525].

1189. Le réseau d'accès ~~cuivre~~ des câblo-opérateurs est une infrastructure qu'il n'est pas possible ni utile de dupliquer. Cette infrastructure historique des câblo-opérateurs, construite et financée à une époque où ces derniers disposait de droits exclusifs, est en grande partie amortie. Pour ce type

[523] Décision de la CRC du 19 février 2006 concernant la révision des tarifs de gros pour les services d'accès aux réseaux câblés sur le territoire de la région de langue française, chapitre 13.

[524] Décision de la CRC du 19 février 2006 concernant la révision des tarifs de gros pour les services d'accès aux réseaux câblés sur le territoire de la région de langue française, §§ 56, 147.3 et 244.

[525] La recommandation de la Commission européenne du 11 septembre 2013 conditionne la non-application d'une obligation d'orientation sur les coûts notamment à la mise en place d'un régime d'équivalence des intrants.

d'infrastructure, les prix équitables permettent aux opérateurs alternatifs d'entrer sur le marché sans décourager pour autant l'investissement.

1190. Le CSA renvoie à l'annexe E pour ce qui concerne la justification des modalités de cette obligation.

1191. Le CSA estime par conséquent qu'une obligation de pratiquer des prix équitables, gardant un lien avec les coûts, est la mesure la plus appropriée.

1192. Le CSA estime en particulier qu'une obligation de pratiquer des prix équitables, mais conservant un lien avec les coûts, est la mesure la plus appropriée pour les services de gros de radiodiffusions sur les réseaux câblés (à l'exception des services auxiliaires, pour lesquels il est estimé qu'une obligation de pratiquer des tarifs orientés sur les coûts était la mesure la plus appropriée).

1193. Il est cependant justifié d'accorder **une rémunération supplémentaire pour les services d'accès à la radiodiffusion sur réseau câble jusqu'à l'abonné** étant donné le risque lié à l'investissement dans les réseaux de (très) haut débit. S'ils ne déploient pas pour l'instant de la fibre optique jusqu'aux habitations, les câblo-opérateurs investissent néanmoins dans l'augmentation de la capacité de leurs réseaux pour améliorer tant leurs services de radiodiffusion que leurs services haut débit (comme en témoigne le projet « De Grote Netwerf » de Telenet). Ces décisions d'investissement dans les réseaux de (très) haute capacité doivent être prises en fonction de prévisions incertaines quant au volume de la demande et quant aux besoins futurs en termes de débits et de volumes de trafic. Les réseaux câblés sont par ailleurs capables de supporter des services de (très) haut débit comparables à ceux supportés par la fibre optique. Comme les investissements dans un réseau de fibre optique jusqu'aux habitations, les investissements des câblo-opérateurs dans des infrastructures améliorées supportent aussi bien des services à (très) haut débit que des services de radiodiffusion. Or, pour les réseaux de fibre optique, une rémunération supplémentaire est spécifiquement prévue par l'article 95*quinquies* du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels. Elle est aussi recommandée par la Commission européenne : « *Le tarif de l'accès à la boucle optique dégroupée devrait être orienté vers les coûts. Lors de la fixation de ce tarif, les ARN devraient dûment prendre en compte le risque d'investissement supplémentaire et quantifiable encouru par l'opérateur PSM* »[526]. Par ailleurs, la Commission européenne a spécifiquement invité le régulateur belge à évaluer si une harmonisation de la réglementation actuelle des prix d'accès au câble avec la méthode de calcul des coûts de l'accès de gros au haut débit ne serait pas une solution appropriée[527].

1194. Comme déjà indiqué, l'un des inconvénients d'une méthode *retail minus* est le fait que la marge bénéficiaire appartient en grande partie à l'opérateur puissant sur le marché (étant donné que l'on ne tient pas compte du lien entre le prix de gros et les coûts de production). Les possibilités pour l'opérateur alternatif de pratiquer la concurrence par les prix sont donc limitées.

[526] Recommandation de la Commission du 20 septembre 2010 sur l'accès réglementé aux réseaux d'accès de nouvelle génération (NGA) (2010/572/UE).

[527] Décision de la Commission concernant l'affaire BE/2016/1829 : marchés de détail de la transmission de signaux de radiodiffusion et de l'accès aux réseaux de radiodiffusion en Belgique – mesures correctrices, p. 10.

1195. En ce qui concerne l'application d'un modèle de coûts inspiré de BULRIC, un répondant note que celle-ci est en contradiction flagrante avec les principes de bonne administration et de sécurité juridique. Il s'agirait en effet déjà de la troisième modification au niveau de la méthodologie depuis l'entrée en vigueur de la réglementation du câble. Les efforts qui devraient être consentis pour le développement du modèle de coûts ne seraient pas proportionnés. Il n'aurait pas été prouvé que le développement d'un modèle de coûts serait nécessaire pour l'établissement de prix équitables, qui ne seraient par ailleurs pas de nature à stimuler les investissements et ne tiendraient, selon les projections, pas compte de la structure spécifique de chaque câblo-opérateur.

1196. Comme mentionné ci-dessus, un modèle de coûts inspiré de BULRIC offre plus de sécurité et de transparence pour toutes les parties concernées que l'application de prix basés sur une méthodologie *retail minus*, dans le cadre de laquelle les prix de gros peuvent être soumis à des changements en fonction de la politique de prix des câblo-opérateurs sur le marché de détail. Dès le début, les régulateurs ont laissé la porte ouverte au développement et à l'application d'un modèle de coûts. La méthode de calcul des coûts ascendante (bottom-up) LRIC est par ailleurs la méthode de calcul des coûts recommandée pour fixer les tarifs de gros d'accès par le cuivre et par le réseau NGA[528]. Le CSA ne voit pas de raison de ne pas appliquer cette méthode pour les réseaux câblés, qui sont effectivement des réseaux NGA.

1197. La détermination d'un modèle de coûts objectif, basé sur une méthodologie appropriée, présente comme grand avantage de baser le respect des principes de bonne administration et de sécurité juridique sur des méthodologies et des principes clairs. Comme déjà mentionné, la méthodologie *retail minus* entraîne trop d'instabilité et d'insécurité en ce qui concerne la détermination des prix de gros. En effet, l'opérateur PSM peut être tenté de positionner ses prix de détail de manière à ce que ceux-ci puissent augmenter les prix au niveau de gros. La fixation des prix de gros sur la base d'un modèle de coûts objectif et vérifié garantit l'application vis-à-vis de toutes les parties du prix correct pour les services fournis. Elle doit donc permettre, de manière générale, un meilleur respect des principes énoncés ci-dessus que l'application d'une méthodologie *retail minus*.

1198. Le même répondant estime qu'il est peu probable qu'un accord équitable puisse être atteint entre les fournisseurs d'accès et les bénéficiaires, ce qui souligne l'utilité et la nécessité de la disponibilité de prix raisonnables. L'on peut également dire que des prix raisonnables préservent l'incitation à investir, étant donné qu'ils comprennent une marge en plus des coûts. Les caractéristiques spécifiques de chaque câblo-opérateur peuvent dans tous les cas être considérées dans le cadre du développement des modèles de coûts et être prises en considération si elles sont pertinentes et conformes aux principes de base concernant le niveau d'efficacité.

1199. Des répondants à la consultation soulignent également que le concept de tarifs « équitables » est arbitraire et qu'il ne s'agirait que d'une forme moins restrictive d'orientation sur les coûts. D'autres répondants estiment quant à eux que la marge permise au-dessus des coûts devrait se limiter au coût du capital.

[528] Recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérentes pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit, article 30.

1200. Dès lors qu'un régulateur peut imposer un contrôle tarifaire strict tel que l'orientation sur les coûts, le fait qu'il estime justifié d'accorder une rémunération supplémentaire pour les services de gros de télévision sur les réseaux câblés ne fait qu'illustrer le caractère proportionné de l'approche suivie par le régulateur. En effet, un régulateur peut toujours imposer une obligation moins restrictive si les circonstances, en l'occurrence le risque lié à l'investissement, le justifient.

1201. La quantification de cette marge sera quant à elle traitée ultérieurement par le CSA dans le cadre du développement des modèles de coûts pour l'accès aux réseaux FTTH et câblé des opérateurs PSM[529], ainsi que dans son exercice de détermination du coût du capital. Il en va de même pour une éventuelle distinction entre les services d'accès basés sur différentes infrastructures[530].

Tarifs durant la phase de transition

1202. Étant donné qu'un modèle de coûts de type bottom-up LRIC ne sera pas disponible à court terme, le CSA a envisagé plusieurs options pour déterminer les tarifs équitables pour l'accès au câble. Une **première option** consistait à maintenir en vigueur les tarifs pratiqués en vertu de la décision du 19 février 2016[531] pour la phase de lancement[532] au moment de la consultation nationale sur la présente analyse de marché, et ce, jusqu'à l'entrée en vigueur éventuelle d'une décision procédant à leur révision. Une **deuxième option** consistait à déterminer un prix sur la base d'un benchmark national (complété le cas échéant par des points de comparaison à l'étranger). Une **troisième option** consistait à valider un accord équilibré qui aurait été conclu avec un ou plusieurs demandeurs d'accès suffisamment significatifs avant l'adoption définitive de la présente décision.

1203. Les réactions des répondants à la demande d'évaluer les options susmentionnées sont résumées ci-dessous.

1203.1. Un répondant estime nécessaire de diminuer à court terme les tarifs de gros, étant donné que les prix actuels, fixés sur la base de la décision de la CRC du 19 février 2016, ne permettent pas de réaliser un business case économiquement rentable.

1203.2. Un autre répondant estime que le gel des tarifs actuels pendant la phase de lancement n'est pas acceptable, parce que la base de leur fixation n'est pas correcte. La décision *retail minus* du 19 février 2016 présente dans son ensemble de nombreux défauts et les tarifs qui y sont fixés peuvent donc difficilement servir de base appropriée pour une comparaison nationale. Un accord commercial sur une base

[529] Dans le cahier des charges qu'il a publié au sujet du développement de modèles de coûts pour l'accès de gros au réseau FTTH de Proximus et aux réseaux des câblo-opérateurs en Belgique, l'IBPT a explicitement prévu la quantification de la marge autorisée au-delà des coûts.

[530] Dans le cahier des charges qu'il a publié au sujet de la détermination du coût du capital, l'IBPT a explicitement mentionné que certains types de réseau peuvent présenter un degré de risque plus élevé, sur le plan des investissements, que d'autres.

[531] Décision de la CRC concernant la révision des tarifs de gros pour les services d'accès aux réseaux câblés (région de langue française), 19 février 2016.

[532] Les tarifs de gros pour l'accès aux réseaux des câblo-opérateurs étaient précédemment déterminés selon une méthodologie retail minus. Dans sa décision du 19 février 2016, la CRC avait considéré qu'une phase de lancement de 2 ans (pendant laquelle les minus étaient plus élevés et donc les prix de gros plus faibles) était appropriée.

volontaire est peu probable, vu le pouvoir de négociation déséquilibré des bénéficiaires.

1203.3. Un autre répondant s'est déclaré favorable au maintien des tarifs actuels.

1203.4. Différents répondants estiment que, dans tous les cas, cela ne constitue pas une base pour la prolongation de la phase de transition.

1204. En l'absence d'accord commercial intervenu avant l'adoption définitive de la présente décision, l'option de valider les prix résultant d'un tel accord serait caduque. Par conséquent, le CSA a cherché à évaluer si les tarifs actuellement pratiqués par les câblo-opérateurs belges pouvaient, *prima facie* et sans préjudice de leur évaluation ultérieure sur la base d'un modèle de coûts, être considérés comme suffisamment raisonnables pour continuer à être appliqués à titre temporaire. Vu l'absence de points de comparaison internationaux au niveau de services de gros à la télévision seule, le CSA a réalisé une comparaison sur la base des offres dual play (large bande et TV) de gros (sur la base de profils proches de 100 Mbps qui représentent les profils actuellement les plus largement utilisés dans le cadre de l'accès de gros au câble). Les références pertinentes sont reprises dans le tableau ci-dessous.

Fournisseur	Tarif de gros	Services compris	Vitesse de téléchargement
Telenet	[25-30] €[533]	BB & TV	100 Mbps (Whop)
Coditel	23,60 €[534]	BB & TV	100 Mbps (Silver)
Voo - Brutélé	20,29 €	BB & TV	125 Mbps (Wahoo)
Voo - Nethys	20,00 €	BB & TV	125 Mbps (Wahoo)
SFR/Numericable (France)	+/- 18 €	BB & TV	<= 200 Mbps

Tableau 23 : Points de comparaison des tarifs de gros pour l'accès aux réseaux câblés.

[533] Étant donné que ce profil, contrairement aux autres points de comparaison, ne comporte pas de volume de téléchargement illimité, le tarif de gros a été augmenté des charges supplémentaires dues au dépassement de la limite maximale de données autorisées par les clients finals.

[534] Ce prix résulte de l'application de la méthodologie retail minus la plus récente aux tarifs de détail de SFR, comme Telenet s'y est engagée dans le cadre du rachat de SFR.

1205. Il ressort du tableau ci-dessus que des différences considérables existent entre les tarifs de gros des fournisseurs d'accès nationaux, qui ne seraient pas nécessairement logiques dans un régime de prix équitables censés conserver un lien avec les coûts d'un opérateur efficace. Le tarif de gros actuel dans la zone de couverture de Telenet est significativement supérieur aux autres points de comparaison et peut, prima facie, difficilement être considéré comme raisonnable. Le fait que le tarif de gros de Telenet soit relativement élevé est confirmé par les propos de Telenet et de Liberty Global.

> *« I mean, the fixed trend you have to remember that on the wholesale access front that we're actually moving revenue from the top line to wholesale. So to the extent that our good friends at Orange can bring us one Proximus or Scarlet customer for every Telenet customer, we're more or less breakeven from growth profit standpoint. »* (John C. Porter (CEO de Telenet) lors de la publication des résultats financiers du Q3 2017)[535]

> *« Belgium's existing 'open cable' regime – which provides access to cable TV services to third parties on a wholesale basis, had not adversely affected its Telenet unit's share price. Telenet's wholesale deal with Orange had "no meaningful impact on our P&L. »* (Mike Fries, CEO de Liberty Global)[536]

1206. Une vente en gros devrait en toute logique générer moins de rentabilité qu'une vente au détail. Or, les déclarations ci-dessus illustrent le peu d'impact des tarifs de gros actuels sur la situation financière de Telenet, ce qui est de nature à laisser penser que ces tarifs sont trop élevés pour permettre une concurrence équitable. Le caractère trop élevé des tarifs de gros de Telenet est confirmé par la comparaison ci-dessous avec SFR/Numericable (France).

1207. Par contre, l'on peut dire que le tarif de Brutélé[537] est plus proche de ce qui peut être considéré comme raisonnable, en particulier vis-à-vis de la comparaison de SFR/Numericable (France).

1208. Le CSA considère les tarifs de gros de SFR/Numericable (France) comme le meilleur point de comparaison disponible pour évaluer, en l'absence de modèle de coûts, le caractère équitable des tarifs de gros en Belgique. En effet, SFR/Numericable (France) dispose d'un réseau coaxial du même type que les câblo-opérateurs belges. Comme eux, SFR/Numericable (France) est historiquement un fournisseur de services de télévision par câble. Il commercialise des services de détail similaires et ses services de gros sont également similaires. Les tarifs de gros de SFR/Numericable (France) ne sont pas orientés vers les coûts ; ils résultent d'engagements volontaires pris dans le cadre de la procédure d'approbation d'une concentration. Cela signifie, premièrement, que, prima facie, ces prix ne sont pas déraisonnablement bas (sinon, SFR/Numericable (France) ne se serait pas engagée à les

---

[535] Telenet Q3 2017 Financial Results – Transcript.: « Je veux dire, la tendance sur le marché fixe, vous devez vous rappeler que, sur le front de l'accès en gros, nous sommes vraiment en train de déplacer des revenus de la ligne supérieure vers l'activité de gros. Ainsi, dans la mesure où nos bons amis de chez Orange peuvent nous amener un client de Proximus ou de Scarlet pour chaque client Telenet, nous sommes plus ou moins en équilibre du point de vue de la croissance du profit. » (Traduction libre)

[536] Liberty Global's Fries confident on direction of regulation in Europe, Digital TV Europe, janvier 2018. Traduction libre : « Le régime belge 'd'accès ouvert' – qui fournit à des tiers un accès aux services du câble TV au niveau de gros, n'a pas affecté négativement le prix unitaire de l'action Telenet. L'accord de gros de Telenet avec Orange n'a 'pas d'impact significatif sur notre P&L'. »

[537] Le prix de Brutélé est très légèrement supérieur à celui de Nethys, de sorte que les constats faits dans la présente section s'appliquent *a fortiori* au prix de Nethys.

appliquer) et, deuxièmement, que ces engagements ont été pris sous le contrôle de l'autorité française de la concurrence dans le but de garantir la réplicabilité des offres du nouvel ensemble par le biais de l'accès[538].

1209. Compte tenu de cela, le CSA estime que pour la combinaison de l'internet et de la télévision, le maintien des tarifs actuels pour l'ensemble des opérateurs régulés ne peut pas être considéré comme équitable pour ce qui concerne Telenet, dont le tarif de gros est loin devant. Par contre, les tarifs appliqués par Brutélé pourraient, *prima facie*, en l'attente du développement d'un modèle de coûts, être considérés comme équitables dans la mesure où ils ne s'écartent pas trop significativement du meilleur point de comparaison disponible. Par ailleurs, appliquer les tarifs de Brutélé sur l'empreinte de Telenet et de Nethys ferait disparaître les écarts actuels entre les prix de gros des différents câblo-opérateurs belges[539]. Plus précisément, le CSA estime raisonnable de déterminer les prix sur la base du niveau des tarifs de gros actuels de Brutélé, en vigueur dans la zone de couverture de Brutélé pour l'ensemble des opérateurs régulés en l'attente du développement d'un modèle de coûts.

1210. Ces tarifs tiennent compte de l'évolution des prix de certains produits de détail de Brutélé, entrés en vigueur le 1er juillet 2017. Lors du calcul de ceux-ci, il n'a toutefois pas été tenu compte des modifications apportées à la politique commerciale de Brutélé concernant les décodeurs. Le CSA estime en effet que les valeurs des décodeurs fixées dans la décision de la CRC du 19 février 2016 doivent encore être appliquées[540] et qu'il ne faut pas tenir compte de la différenciation des prix en ce qui concerne le décodeur, selon l'offre (standalone ou groupée).

1211. Il convient toutefois de souligner que ces tarifs sont fixés de manière transitoire (en l'attente d'un modèle de coûts) hors du cadre d'une quelconque méthodologie *retail minus* mais bien sur le fait que sur la base des tarifs observés notamment en France, les tarifs de Brutélé pour le profil large bande de 125 Mbps et incluant la télévision peuvent être considérés comme étant équitables.

1212. Lorsqu'on compare les tarifs actuellement pratiqués par Brutélé pour les profils haut de gamme aux profils les plus haut de gamme chez SFR/Numéricable en France (au-delà des 200 Mbps, tenant compte par ailleurs d'une capacité accrue pour l'interconnexion), on peut observer que ceux de Brutélé apparaissent assez élevés, sans pouvoir conclure qu'ils seraient *prima facie* déraisonnables.

1213. Dès lors, en ce qui concerne la combinaison de la large bande et de la télévision, le prix est fixé sur la base des tarifs de gros se basant respectivement sur les actuels produits de détail Wahoo (125/6,5/volume illimité) et Tatoo (200/10/volume illimité) de Brutélé et utilisés pour déduire un tarif pour deux catégories de produits de gros uniquement différenciées sur la base de leur vitesse de

---

[538] Autorité française de la concurrence, décision n° 14-DCC-160 du 30 octobre 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de SFR par le groupe Altice, points 798 à 803.

[539] De tels écarts peuvent être logiques dans le cadre d'une méthodologie retail minus (dont le point de départ est le tarif de détail de chaque opérateur), mais pas nécessairement dans un régime de prix équitables censés conserver un lien avec les coûts d'un opérateur efficace.

[540] Cette décision a fait l'objet d'un arrêt d'annulation mais cette annulation ne sortira ses effets qu'à partir du 30 avril 2018 (Bruxelles, 2017, 8296).

téléchargement (inférieure à 150 Mbps d'une part et supérieure ou égale à 150 Mbps d'autre part[541]). Pour les deux catégories de produits, le volume de téléchargement est illimité et il est fait abstraction de la vitesse de chargement. En fixant les tarifs de gros de cette manière, il ne sera plus nécessaire de calculer les tarifs de nouveaux profils ou de profils propres sur la base d'interpolations ou d'extrapolations.

1214. En l'absence de points de comparaison internationaux pour le service de gros d'accès à la télévision seule, le CSA estime raisonnable de déterminer les prix sur la base du niveau des tarifs de gros actuels de Brutélé pour l'offre de gros TV only, en vigueur dans la zone de couverture de Brutélé pour l'ensemble des opérateurs régulés en l'attente du développement d'un modèle de coûts.

Redevances uniques et services auxiliaires

1215. Contrairement au déploiement du réseau, les services auxiliaires tels que les redevances uniques ne génèrent pas de risque d'investissement particulier. Leurs tarifs de gros peuvent donc être strictement orientés sur les coûts.

1216. Un répondant suggère que, en l'attente de la disponibilité de tarifs orientés vers les coûts, les charges pour les services supplémentaires devraient ad interim se baser sur les tarifs facturés par Proximus lorsque des interventions sont effectuées par un Certified Technician. Les tarifs ne peuvent en tous les cas pas dépasser les tarifs actuels fixés sur la base de la méthodologie *retail minus*.

1217. Comme exposé ci-dessus, le CSA abandonne la méthodologie *retail minus* pour définir les prix d'accès récurrents pour l'accès aux réseaux câblés et ceux-ci seront, dès qu'un modèle de coûts sera disponible, orientés sur la base des coûts en incluant une marge raisonnable. Dans cette logique, le CSA estime que les redevances uniques doivent également se baser sur les coûts. Plus précisément, les tarifs s'inspireront des redevances uniques actuelles des prestations les plus similaires chez Proximus. Par exemple, s'il est question d'un « single installer », le tarif du Certified Technician de Proximus sera facturé. Bien qu'il soit ici question d'une autre infrastructure, ce point de comparaison national basé sur les coûts constitue, selon le CSA, une approche raisonnable. Il ne serait ni raisonnable, ni proportionnel de se baser sur la méthodologie *retail minus* pour déterminer les redevances uniques.

1218. Un répondant attire l'attention sur le fait que l'obligation pour les câblo-opérateurs de fournir des canaux propres aux opérateurs alternatifs est répétée dans le cadre du projet d'analyse de marché, mais que les conditions techniques et financières applicables ne sont pas clarifiées. En ce qui concerne ce dernier aspect, le répondant invite les régulateurs à intégrer cela dans la décision.

1219. En ce qui concerne les canaux propres, le CSA ne voit pas de solution à court terme (en l'attente des modèles de coûts), mais invite les parties à négocier cela sur la base de la structure de prix (prix par canal) et du niveau de prix du multicast.

[541] Cette limite de 150 Mbps a été choisie en tenant compte des débits généralement offerts actuellement sur le marché belge.

17.5.3. Interdiction de pratiquer des prix générateurs d'effets de ciseaux

Description

1220. Il est interdit aux opérateurs puissants de pratiquer des tarifs qui créeraient un effet de ciseaux tarifaires entre les prix de gros de l'accès à la plateforme de télévision numérique et/ou le prix de gros de la revente des services de télévision analogique et le prix d'autres services de gros ou de détail.

1221. Le CSA peut s'appuyer notamment sur des lignes directrices relatives à l'évaluation des effets de ciseaux tarifaires. Ces lignes directrices, reprises dans la communication du Conseil de l'IBPT concernant les lignes directrices pour l'application de tests de compression de marge, tiendront compte de la recommandation de la Commission sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérentes pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit[542], notamment son annexe II, qui détermine les paramètres pertinents pour un test de reproductibilité économique *ex ante*.

1222. Les tests de ciseaux tarifaires seront effectués sur un portefeuille de produits phare (« flagship »), le cas échéant complété par un test au niveau de plans tarifaires individuels.

Motivation

1223. Le « price squeeze » (dit aussi « margin squeeze », « effet de ciseaux tarifaires » ou encore « amenuisement des marges ») consiste en un écart insuffisant entre les prix des prestations intermédiaires en amont (produits de gros) et les prix de services (de gros ou de détail) sur des marchés en aval. Plus précisément, l'écart entre les prix en amont et en aval est insuffisant pour couvrir les coûts incrémentaux nécessaires pour commercialiser le produit sur le marché en aval.

1224. Une interdiction des « prix ciseaux » est indispensable pour assurer une concurrence effective sur les marchés de gros ou de détail situés en aval du marché de l'accès en gros aux services de radiodiffusion sur les réseaux câblés. Les opérateurs puissants conservent une entière liberté tarifaire pour d'éventuels autres services de gros ainsi que pour leurs services de détail de radiodiffusion. Ils ont donc la possibilité de diminuer excessivement leurs prix de détail. Ils en ont également l'incitation du fait qu'ils peuvent par ce moyen affecter la position concurrentielle de leurs concurrents.

1225. Du fait de la liberté tarifaire conservée par les opérateurs puissants, le contrôle des prix mis en place (cf. section 17.5.2) n'est pas de nature à prévenir à lui seul la pratique éventuelle de ciseaux tarifaires par les opérateurs puissants. Dès lors, il est pertinent de compléter le contrôle des prix par une interdiction des ciseaux tarifaires, qui vise à garantir un écart suffisant entre les tarifs de gros de l'accès central et les tarifs des services sur les marchés en aval, afin que les opérateurs alternatifs efficients puissent concurrencer les opérateurs puissants.

1226. Des effets de ciseaux tarifaires auraient pour conséquence que la mesure d'accès au réseau, destinée à résoudre le problème des barrières élevées à l'entrée, perdrait largement voire totalement son

[542] Recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérentes pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit, C(2013) 5761, final.

efficacité. Une interdiction des « prix ciseaux » est par conséquent justifiée pour soutenir l'efficacité des mesures imposant l'accès aux réseaux des opérateurs puissants.

1227. Une telle interdiction est adaptée compte tenu des problèmes potentiels sur le marché (cf. chapitre 16).

1228. Une interdiction des « prix ciseaux » est également proportionnée. Elle est nécessaire à la réalisation des objectifs réglementaires (en particulier promouvoir la concurrence dans la fourniture des réseaux de communications électroniques et veiller à ce que la concurrence ne soit pas faussée ni entravée dans le secteur des communications électroniques). En outre, il n'y a pas de mesure aussi efficace et moins contraignante qui permettrait de réaliser les objectifs en question. Au contraire, une interdiction de prix ciseaux permet aux opérateurs puissants de conserver une certaine liberté tarifaire sur les marchés en aval du marché régulé, sans devoir être soumis à un contrôle des prix de détail.

1229. Le CSA estime qu'un portefeuille de produits phare constitue un niveau d'agrégation pertinent pour un test de ciseaux tarifaires. Cette approche assure que les produits inclus dans le test sont suffisamment représentatifs de la situation de l'entreprise. Par ailleurs, un test sur un portefeuille est moins strict et donc plus proportionné qu'un test sur des produits individuels puisqu'il laisse davantage de flexibilité tarifaire à l'opérateur puissant. Il ne peut cependant pas être exclu que l'opérateur puissant utilise cette flexibilité pour concevoir des offres de détail difficilement duplicables économiquement et positionnées sur certains segments de marché plus particulièrement visés par les opérateurs alternatifs. De telles pratiques pourraient avoir pour objet ou pour effet d'entraver le développement de la concurrence. Dans de tels cas, il peut être justifié que le test sur un portefeuille soit complété par un test au niveau des offres en question.

1230. Un répondant estime que l'approche du CSA n'est pas conforme aux règles en matière de « test de reproductibilité économique » de la recommandation de la Commission de 2013. Sur cette base, une interdiction des ciseaux tarifaires ne peut s'appliquer que si aucun contrôle des prix n'est imposé.

1231. L'interdiction faite aux opérateurs puissants de générer des effets de ciseaux tarifaires ne constitue pas *stricto sensu* un test de reproductibilité économique au sens de la recommandation du 11 septembre 2013. Celle-ci mentionne explicitement ne pas exclure des tests de compression de marge *ex ante* effectués sur les tarifs d'accès de gros réglementés[543]. Rien n'interdit cependant aux ARN de se référer à cette recommandation pour ce qui concerne la méthodologie de détection des ciseaux tarifaires.

1232. Ce répondant indique également qu'une interdiction des ciseaux tarifaires relève du droit de la concurrence (s'il est question d'une domination du marché) et se demande si le régulateur n'empiète pas de ce fait sur le terrain de l'Autorité de la concurrence. L'interdiction des ciseaux tarifaires ne constitue pas un véritable test de reproductibilité *ex ante* (comme dans la recommandation de 2013), mais ne doit pas être distinguée d'une évaluation de ciseaux tarifaires *ex post*.

[543] Annexe II, dernier alinéa.

1233. Le CSA estime que la méthodologie de départ du droit de la concurrence et la réglementation du secteur se basent sur deux optiques différentes, à savoir la réglementation *ex post* et *ex ante*. Ainsi, il convient de tenir compte du fait qu'il revient au régulateur, entre autres, de stimuler la concurrence sur un marché régulé (qui était précédemment, par exemple, monopolistique) et d'encourager la création des conditions nécessaires sur le marché pour permettre à une telle concurrence de se développer à la lumière des objectifs qui lui sont imposés. Au contraire, le droit de la concurrence vise principalement à sanctionner les infractions au droit de la concurrence commises par le passé et ainsi à rétablir la concurrence sur les marchés concernés. Au vu de ces différents objectifs, il est souhaitable, logique et nécessaire que le régulateur prévoie sur certains points du test de compression de marge une approche un peu différente de celle des tests les plus courants utilisés en droit de la concurrence. Les deux instruments peuvent donc parfaitement être appliqués de manière indépendante, sans qu'ils n'empiètent sur leurs terrains respectifs.

1234. Enfin, certains répondants ont formulé des remarques concernant la mise en œuvre du test de compression de marge en pratique. À cet égard, le CSA fait référence à la communication du Conseil de l'IBPT du 26 décembre 2017 concernant les lignes directrices pour l'application de tests de compression de marge dans le cadre de laquelle ces aspects sont traités.

17.5.4. Obligation de mettre en place un système de comptabilisation des coûts

Description

1235. Chaque opérateur puissant doit mettre en œuvre un système de comptabilisation des coûts répondant aux conditions déterminées par le CSA quant aux principes généraux, à la qualité de l'information, aux règles d'allocation et d'évaluation, à la documentation, à la description et au contrôle du système de comptabilisation des coûts, ainsi qu'aux délais à respecter. Ces conditions ont été précédemment définies pour Proximus dans la décision de l'IBPT du 22 août 2007[544] et sont reprises en annexe F).

1236. Le respect du système de comptabilisation des coûts sera vérifié, aux frais de chaque opérateur puissant, par un réviseur d'entreprises agréé, désigné par lui.

Motivation

1237. Des opérateurs de radiodiffusion tels que Telenet (SFR inclus), Brutélé et Nethys sont par nature des entreprises complexes, vu leur taille, la diversité et le caractère technique de leurs activités. Un système de comptabilisation des coûts (c'est-à-dire un ensemble de règles permettant de répartir les coûts, les revenus et le capital engagé d'une entreprise entre ses différents services et activités) est indispensable pour permettre au régulateur de vérifier le respect des obligations en matière de récupération des coûts et de contrôle des prix d'accès (en particulier, le régulateur doit pouvoir disposer des données utiles pour établir ses modèles de coûts) ou le respect des obligations de non-discrimination.

[544] Décision de l'IBPT du 22 août 2007 concernant la mise en œuvre de l'obligation pour Belgacom de mettre en place un système de comptabilisation des coûts.

1238. Faute d'un système de comptabilisation des coûts approprié, le respect des obligations de non-discrimination et de contrôle des prix serait difficile à contrôler. Il est donc essentiel que l'obligation de pratiquer des prix équitables s'accompagne d'une obligation de mettre en œuvre un système de comptabilisation des coûts.

1239. Le CSA renvoie à l'annexe F pour ce qui concerne la justification des modalités de cette obligation.

1240. Plusieurs répondants estiment que l'imposition d'un système de comptabilisation des coûts est inutile et/ou disproportionnée.

1241. Dans le cas des câblo-opérateurs, il s'agit de mettre pour la première fois en œuvre un système de comptabilité des coûts à des fins réglementaires. Il y a lieu premièrement de prendre en considération le fait que toute entreprise d'une certaine taille organisée efficacement dispose en principe d'une comptabilité analytique[545]. Les entreprises ont besoin de systèmes de comptabilisation des coûts pour remplir trois fonctions : (i) la valorisation des inventaires et la mesure du coût des biens vendus en vue d'un rapportage financier, (ii) l'estimation des coûts des activités, des produits, des services et des clients et (iii) la fourniture de feed-back aux managers à propos de l'efficacité des processus de production[546]. La mise en œuvre d'un système de comptabilité des coûts à des fins réglementaires constitue une extension de cette comptabilité analytique et ne constitue donc pas, pour une entreprise bien organisée, une obligation disproportionnée. Dans l'hypothèse où un système de comptabilité analytique performant ne serait pas déjà en place chez un opérateur régulé, sa première mise en œuvre représenterait vraisemblablement une charge plus importante, mais l'ampleur de cette charge résulterait alors davantage de la situation propre à cette entreprise que de l'obligation réglementaire elle-même.

1242. En tout état de cause, étant donné qu'aucun modèle de coûts n'a encore été développé pour les réseaux câblés, il est indispensable de disposer d'informations complètes, fiables et auditées autant que possible.

1243. Il est par ailleurs exact que la préférence est généralement donnée à des modèles de coûts de type bottom-up. Cependant, les modèles bottom-up utilisent également un grand nombre d'informations venant du système de comptabilisation des coûts ou des bases de données sous-jacentes à celui-ci (par exemples les volumes de trafic ou d'équipements) ; une modélisation bottom-up ne rend donc pas un système de comptabilisation des coûts superflu. En outre, les données du système de comptabilisation des coûts peuvent, si nécessaire, être utilisées pour une réconciliation avec un modèle bottom-up. Un système de comptabilisation des coûts est en outre une obligation imposée par de nombreuses ARN en Europe.

[545] Comptabilité qui permet de procéder au calcul de différents coûts (coûts complets, coûts partiels) à des fins de gestion et de pilotage de l'entreprise.

[546] R. Kaplan et R. Cooper, Cost and effect, using integrated costs systems to drive profitability and performance, 1998.

1244. En ce qui concerne les délais prévus par l'annexe H, le CSA considère, sur la base de l'expérience vécue avec Proximus, qu'ils sont raisonnables. Le CSA n'exclut pas d'accorder des délais supplémentaires en cas de besoin (Proximus a également bénéficié d'une telle flexibilité).

Partie IV. DISPOSITIONS FINALES

chapitre 18. DESTINATAIRES DE LA DÉCISION

1245. Les sociétés suivantes sont destinataires de la présente décision :

1245.1. La s.c.r.l. SOCIÉTÉ INTERCOMMUNALE POUR LA DIFFUSION DE LA TÉLÉVISION, dont le siège social est établi à (1050) Bruxelles, chaussée d'Ixelles 168, dénommée « Brutélé » dans la présente décision [547] ;

1245.2. La s.a. NETHYS, dont le siège social est établi à (4000) Liège, rue Louvrex 95, ci-après dénommée « Nethys »[548] ;

1245.3. La s.a. TELENET, dont le siège social est établi à (2800) Mechelen, Liersesteenweg 4, dénommée « Telenet » dans la présente décision.

[547] Brutélé commercialise ses services sous la marque VOO, qu'elle partage avec Nethys (précédemment Tecteo).

[548] Suite à une restructuration, la société Nethys a hérité de l'ensemble des droits et obligations de la société TECTEO (devenue PUBLIFIN), identifiée en tant qu'opérateur disposant d'une puissance significative sur le marché dans le cadre de la décision de la CRC du 1er juillet 2011.

chapitre 19. ENTRÉE EN VIGUEUR ET VALIDITÉ DE LA PRÉSENTE DÉCISION

1246. La présente décision entre en vigueur et prend effet le 1er jour du deuxième mois suivant sa publication sur le site Internet du CSA, sauf indication contraire pour certaines obligations.

1247. Les décisions d'exécution précédemment adoptées par le CSA (et les obligations qui figurent dans celles-ci) concernant l'accès dégroupé, l'accès à un débit binaire et l'accès aux réseaux câblés qui sont actuellement mises en œuvre ou ont été mises en œuvre par les opérateurs PSM concernés continuent de trouver un fondement quant à leur validité dans la présente décision d'analyse de marché (cf. *infra* l'analyse de marché et les mesures appropriées), sauf si celle-ci en décide autrement.

1248. Les obligations imposées dans la présente décision restent d'application jusqu'à l'entrée en vigueur d'une nouvelle décision d'analyse portant sur les marchés concernés.

1249. Les lignes directrices de la Commission[549] déterminent que les ARN doivent tenir compte de l'évolution prévisible du marché pendant une période d'une durée raisonnable. La durée de validité de la présente décision est déterminée conformément à l'article 16.6 de la directive Cadre, le cas échéant amendé par le Code européen des communications électroniques[550].

1250. Le CSA souligne cependant qu'il a le droit de prendre des mesures intermédiaires et d'exécution pendant la période d'application de la présente analyse de marché.

1251. D'autre part, le CSA se garde le droit de réduire la période de réglementation au cas où les conditions de concurrence changeraient de manière tellement significative que les fondements économiques ou juridiques de la présente décision seraient remis en cause. L'article 90 du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels précise du reste qu'après chaque publication par la Commission européenne de sa recommandation concernant les marchés pertinents de produits et de services ou si les circonstances en Communauté française le justifient, le CSA détermine les marchés pertinents. L'article 92 dudit décret souligne encore qu'une analyse de ces marchés doit être effectuée le plus rapidement possible après l'adoption ou la révision de cette recommandation.

[549] Lignes directrices PSM 2002, § 20, et lignes directrices PSM 2018, §§ 13-14.

[550] Communission européenne, Communiqué de presse, 6 juin 2018.

chapitre 20. VOIES DE RECOURS

1252. Conformément à l'accord de coopération du 17 novembre 2006 entre l'Etat fédéral, la Communauté flamande, la Communauté française et la Communauté germanophone relatif à la consultation mutuelle lors de l'élaboration d'une législation en matière de réseaux de communications électroniques, lors de l'échange d'informations et lors de l'exercice des compétences en matière de réseaux de communications électroniques par les autorités de régulation en charge des télécommunications ou de la radiodiffusion et la télévision, un recours peut être introduit contre cette décision devant la Cour d'appel de Bruxelles, Place Poelaert, 1, B-1000 Bruxelles dans un délai de soixante jours à compter de la notification de celle-ci. L'appel peut être formé : 1° par acte d'huissier de justice signifié à partie; 2° par requête déposée au greffe de la juridiction d'appel en autant d'exemplaires qu'il y a de parties en cause; 3° par lettre recommandée à la poste envoyée au greffe; 4° par conclusions à l'égard de toute partie présente ou représentée à la cause. Hormis les cas où il est formé par conclusions, l'acte d'appel contient, à peine de nullité, les indications de l'article 1057 du code judiciaire.

chapitre 21. SIGNATURES

Fait à Bruxelles, le 29 juin 2018,

Pour la CRC,

Robert Queck	Carlo Adams
Président	Secrétaire

Partie V.ANNEXES

ANNEXE A. ÉVOLUTION DES PRIX DE DÉTAIL SUR LE MARCHÉ RÉSIDENTIEL

1253. Dans cette annexe, nous analysons l'évolution des prix du haut débit standalone et des offres groupées (double play LB + TV numérique ; triple play LB + TV numérique + téléphonie fixe) sur le marché résidentiel.

1254. L'évolution des prix nominaux de 2011 à 2017 est illustrée par opérateur (pour Proximus et les câblo-opérateurs). Pour une bonne compréhension des tableaux, il convient de noter les éléments suivants :

1255. Le nom du produit indiqué en gras dans la colonne « offre » est l'appellation commerciale du plan tarifaire au Q4 2017. Les anciens noms des produits sont également indiqués. Dans la même colonne, la vitesse de téléchargement actuelle du produit est indiquée entre parenthèses. En ce qui concerne les produits historiques, la vitesse concerne la dernière vitesse connue lorsque le produit était encore commercialisé de manière active. Les produits qui ne sont plus proposés activement depuis plus de deux ans déjà sont uniquement repris dans les tableaux récapitulatifs et pas dans les graphiques.

1256. La catégorie de vitesse et le volume de données portent uniquement sur le produit actuel. Nous distinguons les catégories suivantes :

- Internet haut débit standard : vitesse de téléchargement < 30 Mbps
- Internet haut débit rapide : vitesse de téléchargement >= 30 Mbps et < 100 Mbps
- Internet haut débit super rapide : vitesse de téléchargement >= 100 Mbps

1257. Les graphiques ci-dessous comparent l'évolution des prix des plans tarifaires à l'évolution de l'indice des prix à la consommation (IPC)[551] vis-à-vis du point de base (Q4 2011 = 100). Si la courbe d'un plan tarifaire est au-dessus (sur l'axe vertical) de celle de l'IPC, cela indique que les prix du plan tarifaire en question ont plus augmenté que le coût de la vie général. Au cours de la période considérée, l'indice général a connu une augmentation de 8,88 %.

[551] L'IPC est un moyen de mesurer les évolutions du coût de la vie à l'aide du prix d'un panier déterminé de biens et de services.

A.1. ÉVOLUTION DES PRIX DU HAUT DÉBIT STANDALONE

Proximus et Scarlet

1258. Le tableau ci-dessous illustre l'évolution des prix nominaux de Proximus et de Scarlet entre 2011 et 2017.

Offre	Catégorie	Volume de données	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Proximus Internet Start/Belgacom Internet Partout Start/Internet Start (50)	Rapide	100	24,95	24,95	24,95	25,50	27,50	27,50	27,50
Proximus Internet Comfort/Belgacom Internet Partout Comfort/Internet Comfort(70)	Rapide	150	32,92	34,05	35,95	36,95	38,95	38,95	
Proximus Internet Maxi/Belgacom Internet Partout Maxi/Internet Favorite (100)	Super rapide	Illimité	43,46	44,94	46,20	46,20	48,20	48,20	49,99
Scarlet Poco/Internet ADSL/Internet [552] (30)	Rapide	50	31,40	31,40	31,40	26,40	26,40	26,40	23,00[553]
Scarlet Loco/Internet VDSL2/VDSL [554] (50)	Rapide	Illimité	36,40	36,40	36,40	36,40	37,50	35,00	35,00

Tableau 24 : Évolution des prix nominaux de Proximus et Scarlet (Source : sites Internet des opérateurs)

1259. Le graphique ci-dessous compare l'évolution des prix des plans tarifaires à l'évolution de l'IPC.

[552] Jusque mars 2014, une contribution de 5 euros était due si le client n'avait pas de ligne Belgacom ou si la ligne Belgacom devait être résiliée. Pour l'ensemble de la période, un montant a été ajouté à la redevance d'abonnement pour l'achat d'un « splitter » - valeur par défaut de 50 euros, amortie sur 36 mois = 1,4 euro.

[553] Le modem Wi-Fi est à présent compris dans le prix.

[554] Jusqu'en 2016, un montant a été ajouté à la redevance d'abonnement pour l'achat d'un « splitter » - valeur par défaut de 50 euros, amortie sur 36 mois = 1,4 euro.

Figure 62 : Évolution des prix Internet haut débit par rapport à l'indice des prix à la consommation de Proximus et Scarlet (Source : sites Internet des opérateurs, calculs IBPT et SPF Economie)

1260. Il en ressort que :

- Les prix des produits haut débit de Proximus ont connu une plus forte augmentation que l'IPC.
- C'est le prix du produit « Internet Comfort » qui a connu l'augmentation la plus forte, de + 18 %.
- Le prix du produit haut de gamme « Internet Maxi » a augmenté de 15 %.
- Le prix du produit de base « Internet Start » a augmenté de 10 %.
- Les prix des produits haut débit standalone de Scarlet ont diminué par rapport à 2011.

Telenet

1261. Le tableau ci-dessous illustre l'évolution des prix nominaux de Telenet entre 2011 et 2017.

Offre	Catégorie	Volume de données	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Telenet Basic Internet (50)	Rapide	150	24,95	24,95	25,50	26,00	26,99	27,50	27,80
Telenet Internet Fiber 100/Internet 60/Fibernet (100)	Super rapide	200	44,95	44,95	46,50	47,40	49,39	50,35	51,00
Telenet Internet Fiber 200/160/Fibernet XL (200)	Super rapide	Illimité	65,95	64,95	66,50	67,80	70,79	72,15	73,00

Tableau 25 : Évolution des prix nominaux de Telenet (Source : sites Internet de l'opérateur)

1262. Le graphique ci-dessous compare l'évolution des prix des plans tarifaires à l'évolution de l'IPC.

Figure 63 : Évolution des prix Internet haut débit par rapport à l'indice des prix à la consommation de Telenet (Source : site Internet de l'opérateur, calculs IBPT et SPF Economie)

1263. Il en ressort que :

- Les prix des produits haut débit de Telenet ont connu une plus forte augmentation que l'IPC.
- C'est le prix du produit « Internet Fiber 100 » qui a connu l'augmentation la plus forte, de + 13 %.
- Le prix du produit de base « Basic Internet » a augmenté de 11 %.
- Le prix du produit haut de gamme « Internet Fiber 200 » a augmenté de 11 %.

VOO

1264. Le tableau ci-dessous illustre l'évolution des prix nominaux de VOO entre 2011 et 2017.

Offre	Catégorie	Volume de données	2011	2012	2013 [555]	2014	2015	2016	2017
VOO Internet Beaucoup (45)	Rapide	150	35,95	35,95	34,95	35,95			
VOO Internet A la folie (100)	Super rapide	Illimité	55,95	55,95	54,95	56,95			
VOO Internet Fiber 120/100 (120)	Super rapide	Illimité	76,95	76,95	74,95	76,95			
VOO Internet Toudoo/ Un peu (75)	Rapide	100	24,95	24,95	24,95	24,95	24,95	24,95	26,95
VOO Internet Wahoo/Passionnément (125)	Super rapide	Illimité	45,95	45,95	44,95	45,95	45,95	45,95	46,95

Tableau 26 : Évolution des prix nominaux de VOO (Source : site Internet de l'opérateur)

1265. Le graphique ci-dessous compare l'évolution des prix des plans tarifaires à l'évolution de l'IPC.

[555] Les prix des produits « Passionnément », « A la folie » et « Fiber » ont momentanément été diminués entre avril 2013 et novembre 2013, avant de retrouver leur niveau de prix précédent.

Figure 64 : Évolution des prix haut débit par rapport à l'indice des prix à la consommation de VOO (Source : site Internet de l'opérateur, calculs IBPT et SPF Economie)

1266. Il en ressort que :

- Les prix des produits haut débit de VOO ont connu une augmentation inférieure à celle de l'IPC.
- Sur la période en question, le prix du produit de base « Internet Toudoo » a augmenté de 8 %.
- Le prix du produit milieu de gamme « Internet Wahoo » a connu une augmentation de + 2 %.
- Le niveau des prix des produits haut débit standalone historiques de VOO est resté stable entre 2011 et 2014. Les prix de ces produits ont donc diminué en termes réels.

SFR

1267. Le tableau ci-dessous illustre l'évolution des prix nominaux de SFR entre 2011 et 2017.

Offre	Catégorie	Volume de données	2011	2012	2013	2014	2015 [556]	2016	2017
SFR Net SFR 50/Net 50 + internet mobile/Numericable Internet 50 Mega/30 Mega/15 Mega (50)	Rapide	100	32,90	29,90	29,90	29,90	35,90	26,99	27,99
SFR Net SFR 100/Net 100 + internet mobile/Numericable Internet 100 Mega (100)	Super rapide	150	44,90	49.90	49,90	49,90	45,90	39,99	39,99
Numericable Internet 200 Mega/120 Mega (200)	Super rapide	Illimité		59.90	59,90	59,90			

Tableau 27 : Évolution des prix nominaux de SFR (Source : site Internet de l'opérateur)

1268. Le graphique ci-dessous compare l'évolution des prix des plans tarifaires à l'évolution de l'IPC.

[556] En 2015, ce produit n'était pas disponible en standalone, mais uniquement en combinaison avec l'internet mobile. Les prix appliqués cette année ne sont donc pas cohérents dans le cadre de la série temporelle. Il convient de noter que l'ajout de l'internet mobile dans le cas de Net 50 a entraîné une augmentation tarifaire, alors que dans le cas de Net 100, cela a entraîné une diminution tarifaire par rapport à l'année précédente.

Figure 65 : Évolution des prix haut débit par rapport à l'indice des prix à la consommation de SFR (Source : site Internet de l'opérateur, calculs IBPT et SPF Economie)

1269. Il en ressort que :

- Le niveau des prix des offres de haut débit standalone de SFR a diminué entre 2011 et 2017.
- Le prix de « Net SFR 50 » a diminué de 15 % par rapport à 2011.
- Le prix de « Net SFR 100 » a diminué de 11 % par rapport à 2011.

A.2. ÉVOLUTION DES PRIX DU DOUBLE PLAY (HAUT DÉBIT + TV NUMÉRIQUE)

Proximus

1270. Le tableau ci-dessous illustre l'évolution des prix nominaux de Proximus entre 2011 et 2017.

Offre	Catégorie	Volume de données	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Proximus Internet Start + Proximus TV/Belgacom Internet Partout Start + TV/Internet Comfort + TV Comfort (60)	Rapide	150	43,87	43,95	45,95	45,95	45,95	46,95	
Proximus Internet + TV/Internet Comfort + Proximus TV/Belgacom Internet Comfort + TV/ Internet Favorite + TV Comfort (100)	Super rapide	Illimité	54,21	50,95	53,95	53,95	53,95	54,95	55,00
Proximus Internet Maxi + Proximus TV/Belgacom Internet Maxi + TV/Internet Intense + TV Comfort (100)	Super rapide	Illimité	62,18	64,95	65,95	65,95	65,95	65,95	

Tableau 28 : Évolution des prix nominaux de Proximus (Source : site Internet de l'opérateur)

1271. Le graphique ci-dessous compare l'évolution des prix des plans tarifaires à l'évolution de l'IPC.

Figure 66 : Évolution des prix 2P (haut débit + TV) par rapport à l'indice des prix à la consommation de Proximus (Source : site Internet de l'opérateur, calculs IBPT et SPF Economie)

1272. Il en ressort que :

- Le prix du produit « Internet + TV » a connu une augmentation de 1,5 %. C'est le seul produit de Proximus qui est encore commercialisé pour le moment. Il a été annoncé que le prix de ce produit s'élèverait à 59 € à partir du 1er janvier 2018. Par conséquent, l'augmentation du prix de ce produit au cours de la période allant de Q4 2011 à Q1 2018 sera quasiment aussi élevée que l'augmentation du coût de la vie général.
- L'augmentation du prix des produits historiques a connu au cours de la période 2011-2016 une évolution comparable à celle de l'IPC.

<u>Telenet</u>

1273. Le tableau ci-dessous illustre l'évolution des prix nominaux de Telenet entre 2011 et 2017.

Offre	Catégorie	Volume de données	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017

Telenet Basic internet + TV numérique/Internet & TV/Basic Shake (50)	Rapide	150	45,28	45,28	48,90	49,70	51,69	52,65	53,70
Telenet Internet Fiber 100 + TV numérique (100)	Super rapide	200						75,50	76,90
Telenet Internet Fiber 200 + TV numérique (200)	Super rapide	Illimité						97,30	98,90

Tableau 29: Évolution des prix nominaux de Telenet (Source : site Internet de l'opérateur)

1274. Le graphique ci-dessous compare l'évolution des prix des plans tarifaires à l'évolution de l'IPC.

Figure 67 : Évolution des prix 2P (haut débit + TV) par rapport à l'indice des prix à la consommation de Telenet (Source : site Internet de l'opérateur, calculs IBPT et SPF Economie)

1275. Il en ressort que :

- Le produit de base « Telenet Basic Internet + TV numérique » a connu une augmentation tarifaire de 19 % entre 2011 et 2017 et a par conséquent augmenté bien plus que l'IPC.
- Les autres produits double play ayant une vitesse Internet de plus de 100 Mbps ont été lancés en 2016. Le prix de ces produits a depuis lors déjà connu une augmentation de 2 %.

VOO

1276. Le tableau ci-dessous illustre l'évolution des prix nominaux de VOO entre 2011 et 2017.

Offre	Catégorie	Volume de données	2011	2012	2013 [557]	2014	2015	2016	2017
VOO Pack Duo TV NET Beaucoup/Internet Beaucoup + TV (45)	Rapide	Illimité	51,95	53,40	50,95	52,95			
VOO Pack Duo TV NET A La Folie/Internet A la folie + TV (100)	Super rapide	Illimité	71,95	73,40	70,95	72,95			
VOO Pack Duo Toudoo/Pack Duo TV NET Un Peu/Internet Un Peu + TV (75)	Rapide	200	40,95	42,40	40,95	42,95	45,45	45,45	48,95
VOO Pack Duo Wahoo/Pack Duo TV NET Passionnément/Internet Passionnément + TV (125)	Super rapide	Illimité	61,95	63,40	60,95	62,95	54,95	54,95	55,95
VOO Pack Duo Tatoo/Pack Duo TV NET Fiber 120/Duo TV NET Fiber 100 (200)	Super rapide	Illimité		92,55	90,95	92,95	74,95	74,95	76,95

Tableau 30: Évolution des prix nominaux de VOO (Source : site Internet de l'opérateur)

1277. Le graphique ci-dessous compare l'évolution des prix des plans tarifaires à l'évolution de l'IPC.

[557] Les prix de ces produits (à l'exception d'« Un peu ») ont momentanément été diminués entre avril 2013 et novembre 2013, avant d'être augmentés à un niveau de prix inférieur à précédemment.

Figure 68 : Évolution des prix 2P (haut débit + TV) par rapport à l'indice des prix à la consommation de VOO (Source : site Internet de l'opérateur, calculs IBPT et SPF Economie)

1278. Il en ressort que :

- En 2015, les nouveaux plans tarifaires « Pack Duo Toudoo », « Pack Duo Wahoo » et « Pack Duo Tatoo » ont été commercialisés. Le prix du produit de base a connu une augmentation de 20 %, alors que Wahoo est devenu 10 % moins cher depuis 2011. De même, le prix du produit haut de gamme de VOO a diminué (ce n'est pas visible dans le graphique, parce qu'il n'y pas de prix de référence en 2011).
- Le niveau des prix des produits historiques de VOO est resté plus ou moins stable entre 2011 et 2014. Les prix de ces produits ont donc diminué en termes réels.

<u>SFR</u>

1279. SFR a lancé deux produits double play en 2016. Il n'est par conséquent pas possible d'identifier l'évolution du niveau des prix pour SFR. Le tableau ci-dessous illustre les prix nominaux de ces produits.

Offre	Catégorie	Volume de données	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
SFR BOX SFR Silver sans téléphonie (100)	Super rapide	Illimité						58,99	57,99
SFR BOX SFR Black sans téléphonie (200)	Super rapide	Illimité						67,99	68,99

Tableau 31 : Évolution des prix nominaux de SFR (Source : site Internet de l'opérateur)

A.3. ÉVOLUTION DES PRIX DU TRIPLE PLAY (HAUT DÉBIT + TV NUMÉRIQUE + TÉLÉPHONIE FIXE)

Proximus

1280. Le tableau ci-dessous illustre l'évolution des prix nominaux de Proximus entre 2011 et 2017.

Offre	Catégorie	Volume de données	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Proximus Internet Start + Proximus TV Telephony/Comfort[2] + Classic Line (60)	Rapide	150	51,92	55,95	57,95	57,95	57,95	58,95	58,95
Proximus Familus (hors bouquet TV)/Internet Comfort + Proximus TV + Telephony/Favorite + Comfort + Classic Line (100)[558]	Super rapide	Illimité	62,46	59,95	62,95	62,95	62,95	63,95	67,00
Proximus Familus (y compris le pack TV/Internet Maxi + Proximus TV + Telephony/Intense + Comfort + Classic Line (100)	Super rapide	Illimité	70,43	73,95	74,95	74,95	74,95	74,95	74,95
Scarlet Trio/One (50)[559]	Rapide	Illimité	51,00	39,00	39,00	39,00	39,00	39,00	39,00

Tableau 32 : Évolution des prix nominaux de Proximus et Scarlet (Source : sites Internet des opérateurs)

[558] Le produit Familus hors bouquet TV est associé au produit « Comfort », alors que le produit Familus avec le bouquet TV peut être considéré comme le successeur du produit « Maxi ». La différenciation entre les produits « Comfort » et « Maxi » se situait en effet toujours au niveau de l'offre TV et non au niveau du débit Internet.

[559] En principe, le client doit payer 99 euros pour l'achat d'un modem. Celui-ci est toutefois proposé en promotion en permanence et n'est pour cette raison pas ajouté à la redevance d'abonnement.

1281. Le graphique ci-dessous compare l'évolution des prix des plans tarifaires à l'évolution de l'IPC :

Figure 69 : Évolution des prix 3P (haut débit + TV + tél. fixe) par rapport à l'indice des prix à la consommation de Proximus et Scarlet (Source : sites Internet des opérateurs, calculs IBPT et SPF Economie)

1282. Il en ressort que :

- C'est le prix du produit de base « Internet Start + Proximus TV + Telephony » qui a connu l'augmentation la plus forte (+ 14 %). Le prix de ce produit a donc connu une augmentation bien plus importante que l'IPC.
- Le prix du produit de gamme moyenne « Familus (bouquet TV exclu) » a connu une augmentation de 7 %.
- Le prix du produit haut de gamme « Familus (bouquet TV inclus) » a aussi connu une augmentation de 7 %.
- Le prix du plan tarifaire Scarlet Trio a connu une forte baisse en 2013. Depuis lors, le prix de ce produit est resté stable. Il va de soi que l'évolution du prix de Scarlet Trio est substantiellement inférieure à l'évolution de l'IPC.

<u>Telenet</u>

1283. Le tableau ci-dessous illustre l'évolution des prix nominaux de Telenet entre 2011 et 2017.

Offre	Catégorie	Volume de données	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Telenet Whop/Basic Shake (100)	Super rapide	200	58,28	58,28	61,45	62,50	65,49	67,48	68,82
Telenet Whoppa/Fibernet Shake (200)	Super rapide	Illimité	68,28	68,28	71,70	72,95	75,94	77,93	79,48

Tableau 33 : Évolution des prix nominaux de Telenet (Source : site Internet de l'opérateur)

1284. Le graphique ci-dessous compare l'évolution des prix des plans tarifaires à l'évolution de l'IPC.

Figure 70 : Évolution des prix 3P (haut débit + TV + tél. fixe) par rapport à l'indice des prix à la consommation de Telenet (Source : site Internet de l'opérateur, calculs IBPT et SPF Economie)

1285. Il en ressort que :

- Le prix des deux produits de Telenet a connu une augmentation bien plus forte que l'IPC.
- Le produit haut de gamme « Telenet Whop » a connu une augmentation tarifaire de 18 % entre 2011 et 2017.
- Le produit triple play d'entrée de gamme « Telenet Whoppa » a connu une augmentation tarifaire de 16 % entre 2011 et 2017.

VOO

1286. Le tableau ci-dessous illustre l'évolution des prix nominaux de VOO entre 2011 et 2017.

Offre	Catégorie	Volume de données	2011	2012	2013 [560]	2014	2015	2016	2017
VOO Trio Beaucoup (45)	Rapide	Illimité	58,95	59,41	58,95	60,95			
VOO Trio A la folie (100)	Super rapide	Illimité	78,95	79,41	78,95	80,95			
VOO Trio Toudoo/Un Peu (75)	Rapide	200	47,95	48,41	48,95	50,95	54,95	54,95	56,95
VOO Trio Wahoo/Passionnément (125)	Super rapide	Illimité	68,95	69,41	68,95	70,95	64,95	64,95	65,95
VOO Trio Tatoo/Fiber 120/100 (200)	Super rapide	Illimité		99,95	98,95	100,95	84,95	84,95	86,95

Tableau 34 : Évolution des prix nominaux de VOO (Source : site Internet de l'opérateur)

1287. Le graphique ci-dessous compare l'évolution des prix des plans tarifaires à l'évolution de l'IPC :

[560] Les prix de ces produits (à l'exception d'« Un peu ») ont momentanément été diminués entre avril 2013 et novembre 2013, avant d'être augmentés à un niveau de prix supérieur à précédemment.

Figure 71 : Évolution des prix 3P (haut débit + TV + tél. fixe) par rapport à l'indice des prix à la consommation de VOO (Source : site Internet de l'opérateur, calculs IBPT et SPF Economie)

1288. Il en ressort que :

- En 2015, les nouveaux plans tarifaires « Pack Trio Toudoo », « Pack Trio Wahoo » et « Pack Trio Tatoo » ont été commercialisés. Le prix du produit de base a connu une augmentation de 19 %, alors que Wahoo est devenu 4 % moins cher depuis 2011. De même, le prix du produit haut de gamme de VOO a diminué (ce n'est pas visible dans le graphique, parce qu'il n'y pas de prix de référence en 2011).
- Le niveau des prix des produits historiques de VOO est resté plus ou moins stable entre 2011 et 2014. Les prix de ces produits ont donc diminué en termes réels.

<u>SFR</u>

1289. Le tableau ci-dessous illustre l'évolution des prix nominaux de SFR entre 2011 et 2017.

Offre	Catégorie	Volume de données	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
BOX SFR White/Numericable Triple Play Start (50)	Rapide	150	34,90	45,90	49,90	49,90	52,90	54,99	55,99
BOX SFR Silver/Numericable Triple Play Extra/Pack Triple Play (100)	Super rapide	Illimité	51,90	55,90	59,90	59,90	62,90	63,49	64,59
BOX SFR Black/Numericable Triple Play Max/Pack Triple Play Power (200)	Super rapide	Illimité	69,90	69,90	69,90	69,90	73,90	75,99	76,99

Tableau 35 : Évolution des prix nominaux de SFR (Source : site Internet de l'opérateur)

1290. Le graphique ci-dessous compare l'évolution des prix des plans tarifaires à l'évolution de l'IPC.

Figure 72 : Évolution des prix 3P (haut débit + TV + tél. fixe) par rapport à l'indice des prix à la consommation de SFR (Source : site Internet de l'opérateur, calculs IBPT et SPF Economie)

1291. Il en ressort que :

- Les prix des produits de SFR de gamme moyenne et haut de gamme ont connu une augmentation bien plus forte que l'IPC, alors que l'évolution du produit de base a connu plus ou moins la même tendance que celle de l'IPC.
- Le produit de base « BOX SFR White » a connu l'augmentation tarifaire la plus forte en 2017 par rapport à 2011 (60 %).
- Le produit de gamme moyenne « BOX SFR Silver » a connu une augmentation de 24 %.
- Le produit haut de gamme « BOX SFR Black » a connu une augmentation de 10 %.

ANNEXE B. ÉTUDE DE COMPARAISON DES PRIX À L'ÉCHELLE INTERNATIONALE

1292. Cette annexe présente un aperçu de quelques études comparant les prix du haut débit et/ou des offres groupées à ceux en vigueur dans d'autres pays. La « mesure » des prix pour les services de télécommunications est complexe, au vu des nombreux paramètres différents propres aux produits.

1293. La première étude a été réalisée par l'IBPT et compare le niveau des prix des produits de télécommunications belges à ceux en vigueur dans les pays voisins. La deuxième étude a été réalisée pour la Commission européenne et compare tous les pays de l'UE des 28. La base de comparaison de la troisième étude est encore plus large et l'on se concentre sur la position de la Belgique parmi les pays de l'OCDE.

1294. Soit l'on classe les produits en catégories, soit l'on travaille sur la base de profils d'utilisateurs afin d'arriver à une comparaison des prix uniforme. En général, l'on ne fait pas de distinction selon la technologie (cuivre, câble ou fibre optique) et l'on fait abstraction de la disponibilité géographique. Afin de calculer le coût, l'on part des redevances d'abonnement mensuelles et, selon l'étude, l'on tient compte ou non des frais d'utilisation supplémentaires, des promotions temporaires, des réductions et/ou des frais d'activation et d'installation.

1295. Ces trois études ont chacune leur propre méthodologie et peuvent sélectionner différents échantillons d'opérateurs, d'offres et de pays analysés. La période pendant laquelle les tarifs ont été collectés diffère elle aussi. Par conséquent, des incohérences peuvent être observées entre les résultats des différentes études. Il est toutefois important de noter la tendance générale observable dans toutes les différentes études. Une synthèse des conclusions générales est présentée à la fin de cette annexe.

B.1. COMPARAISON DES PRIX ENTRE LA BELGIQUE ET SES PAYS VOISINS

1296. Depuis 2012, l'IBPT publie tous les ans une étude de prix qui compare le niveau des prix des produits de télécommunications sur le marché belge au niveau des prix des produits semblables dans nos pays voisins. La méthodologie appliquée se base sur la méthodologie utilisée par l'OCDE pour les comparaisons de prix : les offres haut débit sont classées dans différentes catégories de produits selon la vitesse de téléchargement. Les résultats des offres haut débit les plus pertinentes sont abordés ci-dessous. Pour une analyse plus approfondie, nous renvoyons à l'étude de prix de l'IBPT[561]. Les plans tarifaires ont été compilés en août 2016.

[561] http://www.bipt.be/public/files/fr/22058/Prices-2016_FR.pdf

Internet haut débit (*standalone*) :

1297. Dans la catégorie 2 « vitesse élevée » et 3 « vitesse très élevée », l'on observe des plans tarifaires dans cinq pays de l'étude. Seuls la Belgique, les Pays-Bas et le Luxembourg satisfont à la « règle des 30% » et ont donc suffisamment de résultats représentatifs.

1298. Pour la catégorie 30 Mbps à 100 Mbps, la Belgique est le pays le moins cher, suivie par la France et les Pays-Bas. Pour la catégorie +100 Mbps, la Belgique est quasiment aussi compétitive que les Pays-Bas et le Luxembourg (la différence de niveau de prix est de moins d'un euro).

1299. Ces résultats doivent être nuancés dans le sens où le haut débit est de moins en moins représentatif en tant que service *standalone*. En Belgique, 83 % des ménages ont le haut débit dans le cadre d'une offre groupée. Le triple play est l'offre groupée la plus populaire sur le marché résidentiel : fin 2015, un peu plus de 737.074 ménages disposaient d'une offre groupée triple play (soit 56 % de l'ensemble des ménages achetant le haut débit dans le cadre d'une offre groupée). Nous nous concentrons ci-dessous sur les prix des offres triple play.

Figure 73 : Moyenne pondérée par pays Internet haut débit catégorie 2 (gauche) et Moyenne pondérée par pays Internet haut débit catégorie 3 (droite). (Source : calculs propres, données provenant des sites Internet des opérateurs, août 2016, prix TVA incl. EUR PPP).

Triple play (haut débit, téléphonie fixe et télévision)

1300. En ce qui concerne les offres triple play, la Belgique se situe à la dernière (sans les frais d'utilisation supplémentaires pour la téléphonie fixe) ou à l'avant-dernière position (y compris les coûts de 25 appels) par rapport aux pays voisins. La différence de prix entre la Belgique et les Pays-Bas est toutefois limitée en valeur absolue.

Figure 74 : Moyenne pondérée par pays triple play (Internet + télévision + téléphonie fixe), 30-100 Mbps, sans coûts d'appel pour la téléphonie fixe (gauche) et avec coûts d'appel pour 25 appels de téléphonie fixe (droite). (Source : calculs propres, données provenant des sites Internet des opérateurs, août 2016, prix TVA incl. EUR PPP).

1301. De même, pour une offre triple play avec une composante haut débit ultra rapide (vitesse de téléchargement d'au moins 100 Mbps), la Belgique est plutôt chère par rapport aux pays voisins. La Belgique occupe l'avant-dernière place, avant le Luxembourg. Pour cette catégorie, le classement des pays n'est pas influencé par la prise en considération ou non des coûts d'utilisation de la téléphonie fixe. En France, un triple play avec une vitesse d'au moins 100 Mbps est proposé à des prix extrêmement compétitifs.

Figure 75 : Moyenne pondérée par pays triple play (Internet + télévision + téléphonie fixe), 100+ Mbps, sans coûts d'appel pour la téléphonie fixe (gauche) et avec coûts d'appel pour 25 appels de téléphonie fixe (droite). (Source : calculs propres, données provenant des sites Internet des opérateurs, août 2016, prix TVA incl. EUR PPP).

Quadruple play (Internet + TV + Téléphonie fixe + Téléphonie mobile)

1302. Nous examinerons dans ce qui suit les prix des offres quadruple play. Cette offre groupée représente 25 % du nombre total d'offres groupées sur le marché et gagne chaque année en importance sur le marché des offres groupées. Depuis 2015, l'on compte plus de ménages qui disposent d'un quadruple play que de ménages ayant un dual play.

1303. Les graphiques de cette section donnent également des informations concernant la fourchette de prix des plans tarifaires les moins chers (partie sombre de la bande) ainsi que la fourchette de prix de tous les plans tarifaires (combinaison de la partie sombre et de la partie claire de la bande). Dans certains cas, le coût mensuel moyen pondéré peut être plus bas dans un pays que dans un autre, alors que dans le pays généralement plus cher des plans tarifaires moins chers sont tout de même disponibles que dans le pays généralement le moins cher. C'est ce qu'illustre la figure 76 ci-dessous (quadruple play Internet sans frais d'appel supplémentaires) en ce qui concerne la France et le Royaume-Uni.

1304. La figure ci-dessous illustre le niveau de prix dans cinq pays pour un quadruple play. En ce qui concerne la composante « téléphonie mobile », le coût est pris en compte pour au moins 100 minutes d'appel et 500 MB de données.

1305. Si nous considérons les plans tarifaires avec un débit entre 30 et 100 Mbps, la Belgique occupe la troisième position, suivie par les Pays-Bas et l'Allemagne. La France se profile à nouveau comme le pays le moins cher. La différence de prix avec le deuxième pays du classement, le Royaume-Uni, est toutefois minime. La position de la Belgique reste inchangée après l'ajout des coûts d'utilisation pour 25 appels de téléphonie fixe. La différence de prix entre le Royaume-Uni et la France augmente une fois ces coûts ajoutés.

Figure 76 : Moyenne pondérée par pays quadruple play (Internet + TV + téléphonie fixe + téléphonie mobile), 30-100 Mbps. (Source : calculs propres, données provenant des sites Internet des opérateurs, août 2016, prix TVA incl. EUR PPP).

1306. La Belgique occupe, tout comme en 2015, une position moyenne en ce qui concerne un quadruple play avec un débit d'au moins 100 Mbps. Dans cette catégorie, la France se profile nettement comme le pays le moins cher. La différence de prix avec le deuxième pays le moins cher (les Pays-Bas) est considérable. Lorsque les coûts d'utilisation de la téléphonie fixe sont pris en considération, l'Allemagne et les Pays-Bas échangent leur place dans le classement, au profit de l'Allemagne.

Figure 77 : Moyenne pondérée par pays quadruple play (Internet + TV + téléphonie fixe + téléphonie mobile), 100+ Mbps. (Source : calculs propres, données provenant des sites Internet des opérateurs, août 2016, prix TVA incl. EUR PPP).

B.2. COMPARAISON DES PRIX SUR LA BASE DE L'ÉTUDE BIAC MENÉE POUR LE COMPTE DE LA COMMISSION EUROPÉENNE

1307. L'étude *Broadband Internet Access Cost*[562] compare le niveau des prix des produits haut débit dans les pays de l'UE des 28, ainsi qu'en Islande, en Norvège, au Canada, au Japon, en Corée du Sud et dans quelques états d'Amérique du Nord. L'étude est menée chaque année et les résultats sont entre autres utilisés dans l'Indice relatif à l'économie et à la société numériques (DESI, pour *Digital Economy and Society Index*). Les résultats ci-dessous sont obtenus sur la base des données compilées en octobre 2016. L'étude englobe, pour chaque pays, des plans tarifaires des principaux opérateurs avec une part de marché commune d'au moins 90 %. Pour chaque opérateur, tous les plans tarifaires disponibles ont été compilés, compte tenu, entre autres, des frais d'installation et de lancement, du prix de location pour le matériel et des réductions.

1308. Le tableau ci-dessous donne un aperçu des prix des plans tarifaires les moins chers en Belgique, classés par catégorie de vitesse, pour le haut débit standalone et deux types d'offres groupées (double play avec télévision et triple play), ainsi que le prix moyen des plans tarifaires les moins chers dans l'UE des 28. En Belgique, pour quasi toutes les catégories de débit, les prix des offres les moins

[562] Source : Commission européenne, DG Connect, Fixed Broadband Prices in Europe 2016. https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/fixed-broadband-prices-europe-2016

chères sont de 2,8 à 55,8 % plus chers que la moyenne des prix les moins chers pour le haut débit en Europe (UE 28), selon le type de produits et la catégorie de vitesse.

	Moyenne UE 28 des plans tarifaires les moins chers (EUR/PPP)	Plan tarifaire le moins cher en Belgique (EUR/PPP)	Belgique par rapport à la moyenne UE 28
12-30 Mbps standalone	21,80 €	26,20 €	+20,2 %
30-100 Mbps standalone	25,50 €	26,20 €	+2,8 %
100+ Mbps standalone	40,40 €	45,85 €	+13,5 %
Double play (TV) 12-30 Mbps	31,00 €	41,75 €	+34,7 %
Double play (TV) 30-100 Mbps	34,30 €	41,75 €	+21,7 %
Double play (TV) +100 Mbps	47,60 €	51,00 €	+7,1 %
Triple play 12-30 Mbps	38,50 €	60,00 €	+55,8 %
Triple play 30-100 Mbps	42,40 €	60,00 €	+41,6 %
Triple play 100+ Mbps	57,60 €	66,00 €	+14,9 %

Tableau 36 : Comparaison des plans tarifaires les moins chers par catégorie de vitesse pour le haut débit et les offres dual play et triple play. Prix d'octobre 2016, exprimés en EUR/PPP, TVA incl. (Source : Etude BIAC 2016)

1309. Les cartes ci-dessous représentent de manière graphique la position de la Belgique au niveau des prix des plans tarifaires les moins chers dans un contexte européen, en ce qui concerne les produits les plus représentatifs.

Figure 78 : Comparaison des plans tarifaires les moins chers par catégorie de vitesse pour le haut débit standalone (30-100 Mbps). Prix d'octobre 2016, exprimés en EUR/PPP, TVA incl. (Source : Etude BIAC 2016)

Figure 79 : Comparaison des plans tarifaires les moins chers par catégorie de vitesse pour les offres dual play BB + TV (30-100 Mbps). Prix d'octobre 2016, exprimés en EUR/PPP, TVA incl. (Source : Etude BIAC 2016)

Figure 80 : Comparaison des plans tarifaires les moins chers par catégorie de vitesse pour les offres triple play (30-100 Mbps). Prix d'octobre 2016, exprimés en EUR/PPP, TVA incl. (Source : Etude BIAC 2016)

Pour une image plus complète, mais sans introduire de distraction par des petits écarts de prix, 4 clusters de pays ont été identifiés dans chaque catégorie d'offre, c'est-à-dire pour chaque combinaison de forfait et de panier de vitesse, basé sur les prix de l'offre la moins chère des combinaisons forfaits/vitesse dans chaque pays. La figure ci-dessous montre les résultats. Une flèche pointe vers le haut (en vert) dans une combinaison forfait/vitesse pour les pays du cluster avec les offres les moins chères pour cette catégorie. Une flèche pointe vers le bas (en rouge) pour les pays dans le groupe d'offres les plus chers dans une combinaison de forfaits/vitesse. Les flèches jaunes pointent en diagonale vers le haut ou en diagonale vers le bas pour les clusters de niveaux de prix intermédiaires. Aucune flèche signifie qu'il n'y avait pas d'offre en 2016 dans cette catégorie d'offre et dans ce pays.

	Single play			Double play with TV			Double play with fixed telephony			Triple play		
	12-30 Mbps	30-100 Mbps	100+ Mbps	12-30 Mbps	30-100 Mbps	100+ Mbps	12-30 Mbps	30-100 Mbps	100+ Mbps	12-30 Mbps	30-100 Mbps	100+ Mbps
Lithuania	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
Sweden	↑	↑	↑	↑	↑		↑	↑	↑	↑	↑	
Finland	↑	↑	↑				↑	↑	↑			
Latvia	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
Romania	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↗	↗	↑	↗	↗	↑
Poland	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↗	↗	↑
Slovakia	↑	↗	↑	↑	↑	↑	↗	↗	↑	↑	↑	↑
France	↗	↗	↑	↗	↗	↑	↗	↗	↑	↑	↑	↑
Czech Republic	↗	↗	↑	↘	↗	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
Hungary	↑	↑	↑	↘	↘	↗	↗	↗	↑	↗	↗	↑
Bulgaria	↑	↑	↗	↑	↓		↑	↑	↗	↑	↗	
Germany	↗	↗	↑	↑	↑	↑	↗	↗	↑	↗	↗	↑
Italy	↗	↗	↗	↑	↗	↑	↗	↗	↑	↑	↗	↑
Estonia	↑	↑	↗	↗	↘	↗	↑	↑	↑	↗	↗	↗
Denmark	↗	↗	↗	↑	↑	↗	↗	↘	↗	↗	↘	↗
Austria	↗	↗	↗	↑	↗	↗	↗	↘	↗	↗	↘	↗
Netherlands	↗	↗	↗	↑	↑	↘	↗	↗	↗	↗	↗	↗
Greece	↗	↘		↑	↗		↘	↓		↗	↘	
The UK	↗	↗	↘	↗	↗	↘	↗	↗	↘	↗	↗	↘
Slovenia	↘	↘	↗	↓	↓	↗	↘	↘	↗	↗	↗	↗
Luxembourg	↗	↘	↘	↘	↘	↗	↘	↘	↗	↘	↘	↗
Belgium	↗	↗	↗	↘	↘	↘	↘	↘	↗	↘	↘	↗
Croatia	↘	↘	↗	↘	↘	↘	↘	↘	↘	↘	↘	↘
Portugal	↘	↘	↘	↘	↘	↘	↘	↘	↘	↘	↘	↘
Ireland	↘	↓	↗	↓	↓	↗	↓	↓	↘	↓	↓	↘
Spain	↓	↓	↘	↓	↓	↘	↓	↓	↘	↘	↘	↗
Malta	↗	↘	↓	↗	↘	↓	↘	↘	↓	↘	↘	↓
Cyprus	↘	↘	↓	↓	↓	↓	↘	↘	↓	↗	↗	↓
	Cluster Centres											
↑	€13,53	€14,68	€21,86	€19,02	€21,42	€27,32	€17,82	€19,23	€29,03	€24,81	€25,75	€32,84
↗	€21,50	€24,06	€40,43	€24,94	€27,74	€43,66	€26,91	€29,12	€48,75	€36,34	€38,05	€61,49
↘	€32,19	€34,53	€57,22	€31,98	€34,47	€64,17	€40,99	€42,69	€70,00	€55,09	€55,23	€82,00
↓	€43,05	€43,66	€108,00	€43,24	€44,21	€116,50	€56,50	€58,00	€108,00	€75,00	€75,00	€117,00
	Number of cases in each cluster											
↑	10	9	11	13	9	9	8	8	13	8	6	10
↗	12	10	10	4	6	7	10	8	7	12	11	8
↘	5	7	4	6	7	6	8	9	5	6	9	4
↓	1	2	2	4	5	2	2	3	2	1	1	2

Figure 81 : Variation de prix par combinaisons – Clusters de pays sur la base des plans tarifaires les moins chers (haut débit, dual play et triple play). Prix d'octobre 2016. (Source : Etude BIAC 2016)

1310. La Belgique se trouve dans le groupe de pays dont les offres les moins chères appartiennent prioritairement aux clusters à flèches jaunes qui pointent en diagonale vers le bas. Ce groupe est mené par la Hongrie, l'Italie et l'Estonie, et comprend le Danemark, l'Autriche, les Pays-Bas, la Grèce, le Royaume-Uni, la Slovénie, le Luxembourg, la Belgique, la Croatie, le Portugal et Malte. Cela implique que la Belgique se positionne en général comme un pays plus cher que la moyenne dans l'UE des 28.

1311. Le coût d'un abonnement haut débit augmente à mesure que le client ajoute plus de services (téléphone fixe et/ou TV). En Belgique, ajouter la téléphonie fixe à l'offre standalone ou double play la moins chère avec la télévision coûte 5,4 € dans les deux paniers de vitesse inférieure, ce qui correspond aux moyennes européennes respectives de 5 à 5,6 €. Toutefois, dans le panier de vitesse la plus élevée de plus de 100 Mbps, ajouter la téléphonie fixe coûte bien plus cher que la moyenne européenne (20,2 € contre 8,1 €, soit 149 % de plus). Ajouter les services de télévision à une offre standalone ou à une offre groupée double play comprenant la téléphonie fixe coûte entre 5,2 et 15,6

€ selon le panier de vitesse. C'est environ 72 % plus cher que les moyennes européennes en ce qui concerne les paniers plus petits de 12-30 et 30-100 Mbps, et 25 % moins cher pour le panier >100 Mbps. Enfin, ajouter les deux services en même temps coûte 20,1 € dans le panier de vitesse > 100 Mbps et 33,8 € dans ceux de catégories de vitesse inférieure (12-30 Mbps et 30-100 Mbps), ce qui est clairement plus cher que la moyenne européenne. En ce qui concerne les paniers de vitesse de catégories inférieures, les prix sont deux fois plus élevés que la moyenne européenne.

Figure 82 : Surcoût pour l'ajout de la téléphonie et de la télévision à un abonnement haut débit ou double play, sur la base du plan tarifaire le moins cher par pays. Prix d'octobre 2015, exprimés en EUR/PPP, TVA incl. (Source : Etude BIAC 2016)

1312. Il ressort de l'étude BIAC que pour les catégories de vitesse 30-100 Mbps et +100 Mbps, l'on observe une tendance à la baisse depuis 2013, tant pour la large bande standalone que pour les offres groupées.

1313. Il convient, dans le cadre de l'interprétation de l'évolution des prix, de tenir compte des éléments suivants.

1313.1. Le plan tarifaire le moins cher n'est pas nécessairement représentatif. En 2016 par exemple, il s'agit, pour tous les types de produits, d'offres low-end de VOO, uniquement disponibles à Bruxelles et en Wallonie.

1313.2. Les promotions sont prises en compte. Le prix total pris en compte dans l'étude BIAC dépend du moment auquel les données sont collectées, en fonction de l'application ou non de promotions à ce moment-là. En 2016 par exemple, un tarif promotionnel de VOO a été pris en compte comme plan tarifaire le moins cher pour le double play et le triple play.

1313.3. Des fluctuations soudaines de la tendance peuvent être la conséquence de l'évolution de produits vers une catégorie de vitesse supérieure suite à l'augmentation de la vitesse de téléchargement affichée et/ou suite au lancement de nouveaux produits.

B.3. COMPARAISON DES PRIX SUR LA BASE DES PERSPECTIVES DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE[563] DE L'OCDE

1314. Tous les deux ans, l'OCDE publie une étude approfondie de l'économie numérique dans tous ses aspects et de l'influence de celle-ci sur différents secteurs (secteur bancaire, énergie, médias, santé, etc.). Ce rapport analyse de quelle manière les pays peuvent stimuler l'innovation et la croissance inclusive et aborde les évolutions de l'économie numérique que les responsables politiques doivent prendre en considération ainsi que les nouveaux défis auxquels ils doivent s'attaquer dans le cadre des stratégies numériques nationales. L'un des chapitres du rapport aborde le caractère abordable des produits télécoms et compare les prix à l'aide de différents profils. Les données ont été compilées en juin 2017. Les résultats sont exprimés en USD PPP.

1315. L'OCDE classe le coût du haut débit par pays sur la base de quelques profils d'utilisateurs. La figure 82 représente le classement des pays pour le plan tarifaire le moins cher avec un débit d'au moins 0,250 Mbps et un volume de téléchargement d'au moins 20 GB par mois. Pour ce profil, la Belgique se positionne, avec un prix de 28,16 USD/PPP, sous la moyenne de l'OCDE. Notre pays fait mieux que le Royaume-Uni, la France et le Luxembourg, mais les prix y sont moins avantageux qu'aux Pays-Bas et en Allemagne. Il convient ici aussi de nuancer les résultats de la comparaison dans le sens où les plans tarifaires les moins chers ne sont pas nécessairement représentatifs. Pour 2017 par exemple, il s'agit pour la Belgique du plan tarifaire Scarlet Internet Poco, qui ne représente qu'une clientèle limitée.

[563] OECD Digital Economy Outlook 2017 report.

Latvia	15,11
Korea	15,96
Estonia	18,81
Slovak Republic	19,02
Japan	19,84
Israel	20,01
Turkey	20,55
Canada	21,90
Germany	24,19
Austria	25,20
Netherlands	26,21
Greece	26,22
Hungary	26,86
Finland	27,16
Denmark	27,25
Poland	27,38
Belgium	**28,16**
Slovenia	28,81
Italy	28,82
Mexico	29,32
Czech Republic	29,35
OECD	29,73
Iceland	29,95
Chile	32,35
United Kingdom	32,57
Switzerland	32,81
France	33,07
Portugal	33,79
Sweden	33,86
Australia	34,67
New Zealand	37,98
Ireland	44,08
Norway	44,15
United States	46,42
Luxembourg	46,50
Spain	52,13

Figure 83 : Coût pour l'internet haut débit fixe (standalone), plan tarifaire le moins cher avec une vitesse de téléchargement d'au moins 0,250 Mbps et un volume de 20 GB par mois. Prix de juin 2017, exprimés en USD/PPP. (Source: OECD Digital Economy Outlook 2017)

1316. Dans la figure suivante, les résultats sont classés pour un débit d'au moins 25 Mbps avec un volume d'au moins 200 GB par mois. En ce qui concerne ce profil, la Belgique, avec un prix de 42,02 USD/PPP, enregistre des résultats inférieurs à la moyenne de l'OCDE et se situe parmi les derniers pays du classement des prix si l'on prend uniquement en considération les pays européens. Pour la Belgique, le plan tarifaire Scarlet Internet Loco a été pris en considération, ce qui ne représente qu'un nombre limité d'abonnés.

Latvia	15,11
Slovak Republic	19,02
Korea	19,35
Israel	20,81
Austria	25,20
Hungary	27,05
Denmark	27,25
Poland	27,38
Japan	27,66
Czech Republic	29,35
Germany	29,37
Estonia	30,69
Finland	31,04
Italy	31,46
Switzerland	32,81
Netherlands	33,13
Sweden	33,86
Portugal	35,30
France	37,09
OECD	37,38
Australia	38,86
United Kingdom	40,89
Greece	41,14
Belgium	**42,02**
Slovenia	42,59
Ireland	44,08
Iceland	45,52
Chile	46,23
Luxembourg	47,94
Turkey	49,94
Norway	50,38
New Zealand	50,65
Canada	53,80
Spain	55,91
United States	61,07
Mexico	64,26

Figure 84 : Coût pour l'internet haut débit fixe (standalone), plan tarifaire le moins cher avec une vitesse de téléchargement d'au moins 20 Mbps et un volume de 200 GB par mois. Prix de juin 2017, exprimés en USD/PPP. (Source: OECD Digital Economy Outlook 2017)

B.4. CONCLUSIONS

1317. De manière générale, l'on peut tirer les conclusions suivantes sur la base des études susmentionnées :

- Haut débit (standalone) : La Belgique obtient des résultats allant de bons (sur la base de l'étude de l'IBPT comparant trois pays) à meilleurs que la moyenne (sur la base de l'étude BIAC comparant 28 pays) en ce qui concerne la catégorie de vitesse 30-100 Mbps. Sur la base de l'étude de l'OCDE comparant 35 pays, notre pays enregistre des résultats inférieurs à la moyenne de l'OCDE en ce qui concerne la catégorie de vitesse 25+ Mbps et se situe parmi les derniers pays du classement des prix si l'on prend uniquement en considération les pays européens. Pour la catégorie de l'internet super rapide (+ 100 Mbps), les prix de la Belgique sont plutôt moyens (sur la base de l'étude de l'IBPT). Il ressort de l'étude de prix BIAC que les produits large bande standalone les moins chers en Belgique pour les catégories de vitesse 12-30 Mbps, 30-100 Mbps et 100+ Mbps sont respectivement 20 %, 3 % et 13,5 % plus chers que la moyenne de l'UE 28.

- Triple play : le niveau des prix en Belgique a toujours été élevé par rapport aux pays voisins. Il ressort de l'étude de comparaison des prix internationale pour le marché résidentiel de l'IBPT que le classement de la Belgique a reculé depuis 2015 en ce qui concerne la catégorie de vitesse 30-100 Mbps. Pour les produits avec une vitesse de 100 Mbps ou plus, la position de la Belgique est restée stable. Il ressort de l'étude de prix BIAC que les prix des produits triple play les moins chers en Belgique pour les catégories de vitesse 12-30 Mbps, 30-100 Mbps et 100+ Mbps sont respectivement 56 %, 42 % et 15 % plus élevés que la moyenne de l'UE 28.

- Quadruple play : pour ce service, seule une comparaison avec les pays voisins est possible. La Belgique obtient ici des résultats moyens, même si l'on tient compte de coûts d'utilisation supplémentaires pour la téléphonie fixe.

ANNEXE C. MARCHÉ DES OFFRES GROUPÉES

1318. Les produits haut débit sont de plus en plus souvent achetés dans le cadre d'offres groupées auprès d'un même opérateur. La progression de ce type de produits multiplay a déjà été abordée en détail à la section se rapportant au multiplay.

1319. En dépit du fait que la pénétration croissante des produits multiplay ne constitue pas en soi une raison suffisante pour distinguer un marché de détail séparé[564] pour les offres groupées, la question se pose de savoir si un tel marché d'offres groupées peut se développer durant la prochaine période de régulation.

1320. À cet égard, la Commission note ce qui suit dans sa Recommandation de 2007 :

> *« If, in the presence of a small but significant non-transitory increase in price [SSNIP] there is evidence that a sufficient number of customers would "unpick" the bundle and obtain the service elements of the bundle separately, then it can be concluded that the service elements constitute the relevant markets in their own right and not the bundle[565]. »*

1321. Par conséquent, une pression insuffisante exercée par les produits individuels sur le prix de l'offre groupée pourrait entraîner la distinction d'un marché de détail séparé pour les produits multiplay.

1322. L'ORECE mentionne dans son *« Report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition »* [566] (ci-après aussi : « rapport ORECE sur l'impact des offres groupées ») quels indicateurs sont pertinents pour examiner l'existence d'un marché des offres groupées. Les indicateurs suivants sont cités à cet effet :

- Économies de gammes propres aux clients (« *customer-specific economics of scope* ») ;
- Transfert de la puissance sur le marché (« effet de levier »)
- Économies sur les frais de transaction ;
- Observation de la migration des utilisateurs finals de produits individuels vers des offres groupées et inversement en cas de changement de prix ;
- Frais de migration ;
- Pénétration des offres groupées comparée à la pénétration des produits individuels.

---

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

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

[566] ORECE, décembre 2010, Report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition, BoR (10)64.

1323. Cette liste d'indicateurs n'est pas exhaustive et il n'est pas nécessaire de prendre tous ces indicateurs en considération[567].

1324. Il sera vérifié ci-après, en se fondant sur ces indicateurs, dans quelle mesure il est pertinent de distinguer un marché des offres groupées.

C.1. ÉCONOMIES (DE GAMME) PROPRES À LA CLIENTÈLE

1325. Comme on l'a vu au chapitre 6 « Éventualité d'un marché des offres groupées », les produits haut débit groupés avec une composante de radiodiffusion offrent un certain nombre d'avantages pour les opérateurs, comme entre autres la possibilité d'attirer de nouveaux clients, fidéliser plus facilement les clients actuels, engranger plus de revenus par client et établir des convergences technologiques. D'autre part, la fourniture d'offres groupées permet de répartir les coûts communs (comme les coûts de marketing et de facturation) entre plusieurs produits.

1326. Si ces avantages sont importants, cela donne aux fournisseurs de produits multiplay un avantage économique par rapport aux opérateurs commercialisant uniquement des produits de radiodiffusion individuels. Cela limite la pression exercée par les produits individuels sur le prix des offres groupées, étant donné que les fournisseurs d'offres groupées sont en mesure de facturer un prix d'offre groupée inférieur à la somme des prix des produits individuels si ces derniers avaient dû être achetés séparément. Comme souligné par l'ORECE dans son rapport sur l'impact des offres groupées, ces avantages constituent pour l'opérateur un indicateur servant à distinguer un marché des offres groupées :

> *« (…) Because firms selling the bundle have a cost advantage over firms selling the products individually, they may be able to price the bundle above the competitive level, but still undercut rivals selling only the individual products. In the presence of these customer-specific economies of scope, therefore it may be appropriate to define the market as a bundle of products. »* [568]

1327. Le CSA estime que les fournisseurs des produits multiplay bénéficient d'un avantage économique considérable par rapport aux opérateurs qui proposent uniquement des produits haut débit séparés. Il s'agit par conséquent d'un indicateur de la présence d'un marché des offres groupées.

1328. À cet égard, il y a cependant lieu de souligner qu'un opérateur peut également retirer des avantages d'une offre groupée de produits en transférant sa puissance sur le marché d'un produit vers un autre produit de l'offre groupée. Cela pose des problèmes spécifiques pour l'examen de l'existence d'un marché des offres groupées (*ci-dessous*).

---

[567] Comme souligné par l'ORECE, il n'est pas nécessaire que tous ces indicateurs apparaissent simultanément : *« The following list of evidence that may be appropriate to consider in not exhaustive, and it may not be necessary to consider all of these sources of evidence when defining a market: the evidence required is likely to vary on a case-by-case basis. »*

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

C.2. ÉCONOMIES SUR LES FRAIS DE TRANSACTION ET LES AUTRES AVANTAGES DU CONSOMMATEUR

1329. Les utilisateurs finals peuvent davantage apprécier les offres groupées que la somme des produits vendus séparément. Cette question est abordée en détail au chapitre 6 « Éventualité d'un marché des offres groupées ». La réduction de prix dont bénéficie le consommateur et les économies sur les frais de transaction (par ex. une facture unique pour plusieurs produits) sont les principaux avantages du point de vue de l'utilisateur final.

1330. Cela peut indiquer que la pression exercée par les produits individuels sur le prix des offres groupées est limitée et pourrait par conséquent conduire à distinguer un marché des offres groupées, comme indiqué par l'ORECE dans son rapport sur l'impact des offres groupées :

> *« Consumers may place a higher value on consuming bundles compared to standalone services if they face lower transaction costs as a result. For example, consumers may prefer to receive a single bill for their communications services, and as a result may have a higher willingness to pay for the bundle compared to the standalone services.[…] When this is the case, it is possible that a hypothetical monopolist of the bundle would be able profitably to maintain a SSNIP on the price of the bundle above the competitive level (this would likely be the case where the transaction cost saving is greater than the SSNIP imposed). […] [W]hen this is the case, it is appropriate to define the market as a bundle. »*[569] *(…)*

C.3. MÊME SI LES OPÉRATEURS COMMERCIALISENT LEURS OFFRES GROUPÉES À UN TARIF PLUS AVANTAGEUX QUE LA SOMME DE TOUS LES TARIFS DES COMPOSANTES SÉPARÉMENT, LE CONSOMMATEUR PEUT TOUTEFOIS OBTENIR DES CONDITIONS TARIFAIRES PLUS AVANTAGEUSES EN COMBINANT LES OFFRES DE PLUSIEURS OPÉRATEURS. EFFET DE LEVIER

1331. Comme décrit dans la partie qui précède, un marché des offres groupées pourrait être distingué si, en cas de hausse de prix de l'offre groupée, les utilisateurs finals ne migraient pas vers les produits individuels dont est composée cette offre groupée. La réduction accordée au consommateur sur son offre groupée par rapport à la somme des composantes individuelles pourrait expliquer pourquoi les clients ne sont pas disposés à « dégrouper » l'offre groupée et par conséquent conduire à l'existence d'un marché des offres groupées.

1332. Dans son rapport sur l'impact des offres groupées, l'ORECE souligne cependant que l'application de ce test SSNIP peut être complexe[570]. Son application doit en effet se faire sur la base des prix que l'on rencontrerait dans des conditions concurrentielles[571].

---

[569] ORECE, décembre 2010, Report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition, BoR (10)64, §§ 63+84.

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

[571] Voir Lignes directrices PSM 2018, § 31.

1333. La réduction octroyée sur une offre groupée peut résulter du fait qu'un opérateur transfère sa puissance sur le marché pour un produit A donné dans l'offre groupée vers un autre produit B. Dans ce cas-là, la réduction offerte ne résulte donc pas des économies réalisées par l'opérateur en offrant plusieurs produits (par exemple par une facturation unique) mais du fait que le produit B est vendu avec une marge moins élevée, compensée par la marge obtenue par l'opérateur sur le produit A.

1334. Dans cette situation, le résultat du test SSNIP peut être trompeur. En effet, dans le cas d'un marché des offres groupées, il n'y a pas de raison de tenir compte d'un transfert de la puissance sur le marché, étant donné que cela requiert plus d'un marché. Dans ce cas, le prix de l'offre groupée ne reflète pas automatiquement le prix que l'on rencontrerait dans une situation du marché concurrentielle. Si des consommateurs ne « dégroupaient » pas leur offre groupée en raison d'une réduction de prix résultant du transfert d'une puissance sur le marché d'un produit de l'offre groupée vers un autre, la conclusion selon laquelle un marché d'offres groupées est ainsi créé pourrait être trompeuse[572].

1335. Vérifier si la réduction sur les offres groupées est dictée par le transfert de la puissance sur le marché est quelque chose de complexe. Au chapitre 6 « Éventualité d'un marché des offres groupées », il est démontré que les réductions accordées sur les offres groupées sont toutefois importantes. Proximus ne propose en outre pas séparément de produit avec une composante de radiodiffusion.

1336. Ce qui laisse supposer que les avantages dont bénéfice un consommateur et, par conséquent, la mesure dans laquelle celui-ci « dégrouperait » ou non une offre groupée suite à une hausse du prix de cette dernière, sont également dictés par le transfert de la puissance de marché d'un produit à l'autre dans l'offre groupée. Par conséquent, le faible degré de « dégroupage » par un client en raison des avantages dont il a bénéficié (*voir ci-dessus*) n'indique pas nécessairement l'existence d'un marché des offres groupées.

C.4. FRAIS DE MIGRATION

1337. Si les coûts de migration des offres groupées vers des produits individuels sont très élevés, il peut être indiqué de distinguer un marché séparé pour les offres groupées. Ces coûts empêcheront en effet les utilisateurs finals, en cas d'augmentation du prix des offres groupées, de migrer vers les produits individuels qui composent cette offre groupée. L'ORECE indique ce qui suit dans son rapport sur l'impact des offres groupées :

> *« When there are considerable costs associated with switching between the bundle and individual products, it may also be appropriate to define a separate market for the bundle. Using the framework of the SSNIP test, if consumers are unresponsive to prices as a result*

[572] Voir BEREC Report on Impact of bundels : « A firm with market power in one market may seek to leverage this power into another market by offering deeply discounted bundles. When implementing a SSNIP (at prevailing prices) on a deeply discounted bundle, consumers may be unlikely to unpick the bundle as a result of the price increase (as the price of the bundle following the SSNIP may still be below the price of buying the individual products separately). Using the logic of the SSNIP test, this would indicate that the individual products do not exert a significant constraint on the ability of the hypothetical monopolist seller of the bundle to raise prices, which would likely imply that the bundle constitutes a separate market from the individual products. In this case, however, the finding that the appropriate market is for the bundle is the result of the firm attempting to leverage market power from one market into another. When the market is defined as a bundle, it implies that there is no need to consider leverage (as leverage requires more than one market). However, in this case leverage is clearly a concern. »

of switching costs between bundles and individual products, a hypothetical monopolist of the bundle may be able profitably to maintain prices above the competitive level. In such cases, it may be appropriate to define the market as a bundle. »

1338. Les frais de migration entre les offres groupées comprenant l'internet haut débit et les produits de haut débit individuels résultant des dispositions contractuelles sont similaires aux frais de migration entre produits de haut débit individuels. Ainsi, les clauses contractuelles liées aux délais de résiliation et à la résiliation anticipée sont identiques pour les offres groupées et les produits individuels. Même lorsque l'utilisateur final veut migrer d'une offre groupée vers un produit individuel chez le même opérateur, les mêmes conditions sont d'application que dans la situation où l'utilisateur final voudrait migrer vers un produit individuel ou une offre groupée chez un autre opérateur. Ces frais de migration ne sont donc pas propres à l'offre groupée.

1339. Par contre, les différents avantages des consommateurs, tels que déjà évoqués, forment dans une certaine mesure pour l'utilisateur final une barrière à la migration des offres groupées vers des produits individuels.

C.5. SYMÉTRIE EN PARTS DE MARCHÉ ET PÉNÉTRATION DES OFFRES GROUPÉES

1340. S'il existait un marché des offres groupées, une hausse des prix des offres groupées pousserait le consommateur à acheter une offre groupée chez un autre opérateur et non à prendre les services séparément, impliquant ainsi l'apparition d'un développement symétrique au niveau des parts de marché des différents produits auprès des différents opérateurs.

1341. L'Annexe D montre cependant que nous ne sommes pas encore confrontés à un tel développement symétrique.

1342. Proximus possède une part de marché sensiblement plus élevée sur le marché de la téléphonie fixe que sur le marché de l'internet haut débit et de la radiodiffusion. Par contre, les câblo-opérateurs possèdent une part de marché sur le marché de la radiodiffusion qui est significativement plus élevée que leur part de marché sur le marché de la téléphonie.

1343. L'asymétrie dans le développement des parts de marché n'indique donc pas encore l'existence d'un marché des offres groupées.

C.6. CONCLUSION

1344. Il ressort des indicateurs ci-dessus d'une part que plusieurs éléments indiquent l'apparition d'un marché des offres groupées. Les opérateurs et les consommateurs bénéficient des avantages du multiplay qui limitent la pression des prix des composantes séparées sur l'offre groupée. À cet égard, il y a cependant lieu de souligner que, en raison de l'effet de transfert de puissance sur le marché, les conclusions relatives à cette pression sur les prix limitée peuvent être trompeuses.

1345. D'autre part, des éléments indiquent qu'il n'y a pas (encore) de marché des offres groupées. Ainsi, il y a peu de frais de migration qui sont propres aux offres groupées et l'asymétrie dans le

développement des parts de marché des produits séparés chez les différents opérateurs reste importante.

1346. Le CSA en conclut que ces indicateurs ne permettent pas d'esquisser une image claire quant à l'existence ou non d'un marché distinct pour les offres groupées. Le CSA laisse par conséquent la question de l'existence d'un marché des offres groupées ouverte. Comme indiqué dans le rapport de l'ORECE, les produits individuels, dont l'internet haut débit, forment un marché propre dont les offres groupées font partie. Cette situation du marché est dépeinte comme suit par l'ORECE (l'exemple comprend un produit dual play « téléphonie et Internet haut débit ») :

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

Figure 85 : Les offres groupées peuvent appartenir à deux marchés distincts (Source : BEREC, décembre 2010, Report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition, BoR (10)64)

1347. Le CSA tient en tout cas compte de la pression concurrentielle des offres groupées dans son analyse de marché. Comme décrit au chapitre 6 « Éventualité d'un marché des offres groupées », cette conclusion ne change en outre rien aux conclusions tirées des marchés de gros en question.

ANNEXE D. RÉSUMÉ DES PARTS DE MARCHÉ ET INDICES HHI

	National						
	Haut débit résidentiel (2017)	Haut débit mass-market (2017)	2P haut débit et TV (2017)	3P haut débit et TV (2017)	Haut débit entreprises (toutes, 2017)	Haut débit entreprises (>10 pers.,2017)	Radio-diffusion (2017)
Proximus	[40-50]%	[40-50]%	[30-40]%	[40-50]%	[50-60]%	[60-70]%	[30-40]%
Câble	[50-60]%	[50-60]%	[40-50]%	[50-60]%	[30-40]%	[10-20]%	[60-70]%
Autres	[0-5]%	[0-5]%	[10-20]%	[0-5]%	[5-10]%	[10-20]%	[0-5]%
HHI	3632	3729	3753	5069	4415	4415	3315

	Zone Telenet						
	Haut débit résidentiel (2017)	Haut débit mass-market	2P haut débit et TV	3P haut débit et TV	Haut débit entreprises (toutes)	Haut débit entreprises (>10 pers.)	Radio-diffusion
Proximus	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[30-40]%	[50-60]%	[60-70]%	[20-30]%
Telenet	[60-70]%	[50-60]%	[40-50]%	[60-70]%	[40-50]%	[20-30]%	[70-80]%
Autres	[0-5]%	[0-5]%	[20-30]%	[0-5]%	[0-5]%	[10-20]%	[0-5]%
HHI	5004	4984	3502	5593	4931	4895	5635

	Zone Nethys						
	Haut débit résidentiel	Haut débit mass-market	2P haut débit et TV	3P haut débit et TV	Haut débit entreprises (toutes)	Haut débit entreprises (>10 pers.)	Radio-diffusion
Proximus	[60-70]%	-	[30-40]%	[60-70]%	[80-90]%	-	[40-50]%
Nethys	[30-40]%	-	[50-60]%	[30-40]%	[10-20]%	-	[40-50]%
Autres	[0-5]%	-	[10-20]%	[0-5]%	[0-5]%	-	[5-10]%
HHI	5005	-	4095	5480	7360	-	4331

	Zone Brutélé						
	Haut débit résidentiel	Haut débit mass-market	2P haut débit et TV	3P haut débit et TV	Haut débit entreprises (toutes)	Haut débit entreprises (>10 pers.)	Radio-diffusion
Proximus	[50-60]%	-	[20-30]%	[50-60]%	[70-80]%	-	[40-50]%
Brutélé	[40-50]%	-	[50-60]%	[40-50]%	[10-20]%	-	[50-60]%
Autres	[0-5]%	-	[10-20]%	[0-5]%	[0-5]%	-	[0-5]%
HHI	4681	-	4283	5213	6804	-	4300

Tableau 37 : Résumé des parts de marché et indices hhi (2017) (Source : IBPT)

ANNEXE E. MÉTHODOLOGIE DE MODÉLISATION DES COÛTS

1348. La motivation des aspects suivants relatifs à la méthodologie de modélisation des coûts est détaillée ci-dessous :

- l'approche de modélisation (« top-down » ou « bottom-up ») ;
- la méthodologie de calcul des coûts (notamment les méthodes « LRIC »[573] et « FDC »[574]);
- le choix de l'opérateur dont les coûts sont modélisés.

E.1. PRINCIPE D'ORIENTATION SUR LES COÛTS

1349. De l'examen des multiples publications (textes de la Commission européenne et de l'ORECE, décisions d'ARN de différents pays, rapports de consultants, publications diverses) concernant la notion d'orientation sur les coûts, il ressort que ce principe peut faire l'objet d'interprétations méthodologiques fort différentes pouvant conduire à des résultats chiffrés très divergents[575].

1350. La jurisprudence de la Cour de justice a également mis en évidence le rôle crucial des ARN dans l'interprétation du principe d'orientation sur les coûts, reconnaissant ainsi qu'il existe diverses approches de ce concept et diverses méthodes de comptabilisation des coûts. Dans l'affaire opposant la société Arcor à l'État allemand, la Cour de justice estime que[576] :

> *« D'une manière générale, le droit communautaire prévoit, dans divers domaines du secteur des télécommunications, le principe d'orientation des tarifs, ou des prix, en fonction des coûts, sans en préciser, dans chacun des domaines concernés, à savoir notamment l'interconnexion, la téléphonie vocale ou la boucle locale, son contenu » (point 56) ;*

1351. La Cour de justice poursuit, concernant la marge de manœuvre des régulateurs dans la mise en œuvre d'une obligation d'orientation sur les coûts :

> *« Il convient de constater que le droit communautaire laisse aux ARN, sur la base du droit applicable, le choix d'utiliser les méthodes de comptabilisation des coûts qui leur semblent, selon le cas, les plus appropriées » (point 132).*

1352. La Cour d'appel de Bruxelles a jugé également que « [la] notion d'orientation des prix en fonction des coûts et de prestation efficace ne sont toutefois pas définie ni par le législateur national, ni par le cadre réglementaire européen »[577].

---

[573] LRIC : Long Run Incremental Cost.

[574] FDC : Fully Distributed Cost.

[575] Pour illustrer cette difficulté notable à circonscrire de façon précise le concept d'orientation sur les coûts, on peut se référer par exemple au livre de D. FLACHER et H. JENNEQUIN « Réguler le Secteur des Télécommunications ? » *« L'orientation des prix vers les coûts : mais quels coûts ?* », ECONOMICA 2007, 101.

[576] CJE, 24 avril 2008, C-55/06, Arcor AG & Co. KG. v. Bundesrepublik Deutschland.

[577] Bruxelles, 16 mai 2012, 2010/AR/2003 et autres, considérant 30.

1353. Il ressort par ailleurs de l'article 95*quinquies*, § 2, alinéa 3, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels qu'« [a]fin de déterminer les coûts liés à la fourniture d'une prestation efficace, le Collège d'autorisation et de contrôle peut utiliser des méthodes de comptabilisation et de calcul des coûts distinctes de celles appliquées par l'opérateur de réseau. » La Cour d'appel de Bruxelles a jugé sur ce point qu'en ce qui concerne la méthode de comptabilisation des coûts, le régulateur n'est effectivement pas tenu par celle appliquée par l'entreprise régulée et qu'il dispose d'une grande liberté pour appliquer la méthode permettant d'atteindre les objectifs de promotion de l'efficacité, de concurrence durable et de profits pour le consommateur[578].

1354. Cette compétence discrétionnaire du CSA concernant le respect du principe d'orientation sur les coûts doit être considérée dans le cadre de la réalisation des objectifs visés par les cadres réglementaires européen et national ainsi que des objectifs poursuivis lors de l'imposition de l'obligation d'orientation sur les coûts dans le cadre de la présente décision. Dans l'arrêt Arcor précité, la Cour de justice a ainsi jugé que pour définir le concept d'orientation sur les coûts, il y a lieu de tenir compte « *non seulement des termes de celui-ci, mais également de son contexte et des objectifs poursuivis par la réglementation qui le prévoit* »[579].

1355. En ce sens, les règles d'exécution du principe doivent être proportionnelles et justifiées à la lumière de l'article 8 de la directive « Cadre », conformément à l'article 13.1 de la directive « Accès »[580]. Les objectifs principaux qui ont été assignés aux régulateurs sont la recherche de l'efficacité économique, laquelle est la plus susceptible de donner un bénéfice maximum aux consommateurs, la promotion de la concurrence et le développement du marché interne. Ainsi, conformément à l'article 13.2 de la directive « Accès » qui vise plus particulièrement la tarification des services de gros en matière de communications électroniques, les mécanismes de récupération des coûts et les méthodologies de tarification doivent viser « à promouvoir l'efficacité économique, à favoriser une concurrence durable et à optimiser les avantages pour le consommateur ».

1356. Lorsqu'un opérateur PSM encourt des coûts ne pouvant pas être raisonnablement considérés comme efficaces, ces derniers ne peuvent pas être pris en compte pour déterminer un tarif orienté sur les coûts. Sans quoi un opérateur PSM pourrait gérer son réseau de façon inefficiente et répercuter le surcoût de son inefficacité sur ces tarifs orientés coûts. Ce faisant, l'opérateur PSM peut transférer (partiellement) les coûts de son inefficacité sur les opérateurs alternatifs, et en outre entraver la compétitivité de ces opérateurs. Une telle approche a déjà été confirmée par la Cour d'appel[581]. Cette dernière a précisément jugé qu'en conséquence, « *dès lors, il n'est pas a priori exclu que le régulateur*

---

[578] Bruxelles, 4 avril 2008, 2007/AR/3394, considérant 20 ; Bruxelles, 30 juin 2009, 2006/AR/2332 et autres, considérants 75 et 84.

[579] CJE, 24 avril 2008, C-55/06, Arcor AG & Co. KG. v. Bundesrepublik Deutschland, considérant 57.

[580] Article 13 de la Directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communication électroniques, telle que modifiée par la Directive 2009/140/CE du Parlement européen et de Conseil du 25 novembre 2009.

[581] Bruxelles, 29 juin 2011, 2010/AR/2695, point 8 : « il est essentiel que lors de l'estimation des coûts pouvant être pris en compte, l'IBPT élimine les coûts liés aux inefficacités de l'opérateur puissant et que ceux-ci ne soient pas assumés par les opérateurs alternatifs de manière à préserver une concurrence efficace » et point 14 : « L'IBPT argue à juste titre que le principe de l'orientation sur les coûts ne peut être détaché de celui de l'efficacité économique. Seuls les coûts liés à une prestation efficace sont à prendre en considération par l'IBPT ».

national puisse exclure certains coûts (considérés comme inefficaces ou non pertinents) du modèle qu'il utilise sans violer le principe en question »[582].

1357. La recommandation de la Commission du 20 septembre 2010 sur l'accès réglementé aux réseaux d'accès de nouvelle génération note que :

> *« Les ARN doivent faire en sorte que les tarifs d'accès reflètent les coûts réellement supportés par l'opérateur PSM, en tenant dûment compte du niveau de risque d'investissement. » (cons. 18)*
>
> *« À l'instar de la tarification du dégroupage de la boucle locale, la tarification de tous les éléments nécessaires à la fourniture du dégroupage de la sous-boucle doit être orientée vers les coûts et être conforme aux méthodes actuellement utilisées pour la tarification de l'accès dégroupé à la boucle locale en cuivre. » (cons. 32)*
>
> *« Lorsqu'une régulation tarifaire ex ante est appliquée, les prix de gros de l'accès bitstream devraient être établis en fonction des coûts. » (cons. 37)*[583]

1358. Enfin, la recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérentes pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit précise ce qui suit :

> *« Pour atteindre les objectifs du cadre réglementaire, il convient d'employer une méthode de calcul des coûts aboutissant à des tarifs d'accès qui équivalent autant que possible à ceux attendus sur un marché effectivement concurrentiel. »*[584]

E.2. APPROCHE DE MODÉLISATION « TOP-DOWN » OU « BOTTOM-UP »

1359. Un choix méthodologique fondamental à effectuer pour modéliser les coûts des opérateurs de télécommunications en vue de la régulation concerne l'approche de modélisation suivie :

- approche descendante : un modèle « top-down » (en abrégé TD) est établi au départ des données comptables des opérateurs concernés et répartit les différents coûts en provenance de la comptabilité entre les divers services et prestations fournis par les opérateurs ;

- approche ascendante : un modèle « bottom-up » (en abrégé BU) est en principe un modèle théorique dans lequel on procède au dimensionnement optimal des ressources requises (en

[582] Bruxelles, arrêt provisoire du 16 mai 2012, 2010/AR/2003, et autres, relatif à la demande de suppression de la décision de l'IBPT du 29 juin 2010 concernant le marché 7 (terminaison mobile), point 53.

[583] Considérant 37 de la recommandation 2010/572/UE de la Commission du 20 septembre 2010 sur l'accès réglementé aux réseaux d'accès de nouvelle génération (NGA), Journal officiel n° L 251 du 25/09/2010 p. 0035 0048.

[584] Considérant 25 de la recommandation de la Commission européenne 2013/466/UE du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérents pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit, JO. L. 251, 21 septembre 2013, 13-32.

l'occurrence les différents éléments constituant un réseau) en fonction d'un volume de demande déterminé.

1360. En principe, un modèle TD offre l'avantage d'être représentatif des opérateurs réels sur le marché ; les données qu'il exploite sont plus faciles à auditer et sont réconciliables avec la comptabilité des sociétés visées. L'inconvénient majeur d'un modèle TD est d'inclure les éventuelles inefficacités des opérateurs concernés.

1361. Bien que les inefficacités puissent être neutralisées avec l'approche TD, une approche BU offre une manière plus simple d'exclure de telles inefficacités[585]. Un modèle BU permet donc de poursuivre au mieux l'objectif du cadre réglementaire d'efficacité économique (article 8 de la directive « Cadre »). L'utilisation d'un tel modèle a en outre déjà été approuvée par la Cour d'appel, spécifiant que : « Ceci implique le pouvoir de l'IBPT – si les données réelles de l'opérateur ne le permettent pas – de calculer le cas échéant les coûts d'une prestation efficace à partir d'un modèle théorique de coûts dit ascendant ou 'bottom up' »[586]. Il a déjà été opté pour un modèle bottom-up dans le cadre de la décision de la CRC du 1er juillet 2011[587] ainsi que dans les dossiers liés à la terminaison d'appel fixe ou mobile.

1362. Un autre avantage notable de l'approche BU est sa plus grande transparence vis-à-vis du secteur : le modèle étant théorique, il contient beaucoup moins d'informations confidentielles de nature comptable, contrairement à un modèle top down.

1363. L'approche BU est conforme à l'approche recommandée par la Commission européenne dans différentes recommandations :

- La recommandation de la Commission du 7 mai 2009 sur le traitement réglementaire des tarifs de terminaison d'appels fixe et mobile dans l'UE (2009/396/CE) :

  « L'application d'un modèle <u>ascendant</u> est conforme au concept de développement de réseau pour opérateur efficace selon lequel un modèle économique/technique de réseau efficace est élaboré à l'aide des coûts actuels. […] »[588]

  « Il est recommandé de fonder l'évaluation des coûts efficaces sur les coûts actuels et de recourir à une <u>approche de modélisation ascendante</u> basée sur les coûts

[585] Traduction libre de : « Although inefficiencies can be neutralised in the top-down approach, bottom-up models offer an easier way to exclude actual inefficiencies. » dans Andersen, Study on the implementation of cost accounting methodologies and accounting separation by telecommunication operators with significant market power, Prepared for the European Commission DG Information Society, 3rd July 2002, page 13.

[586] Bruxelles, 29 juin 2011, 2010/AR/2695, point 15.

[587] Décision de la CRC du 1er juillet 2011 [marchés large bande], § 1249. « Cette obligation s'applique [concernant l'orientation des coûts des prix pour WBA VDSL] également à la fonctionnalité multicast qui a été ajoutée à l'offre de référence. L'IBPT utilisera un modèle des coûts de type bottom-up ».

[588] Recommandation 2009/396/CE de la Commission du 7 mai 2009 sur le traitement réglementaire des tarifs de terminaison d'appels fixe et mobile dans l'UE, considérants 10 à 11.

différentiels à long terme (LRIC) comme méthode pertinente de calcul des coûts. .»[589]

- Selon la recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérentes pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit (2013/466/UE) :

  « Les ARN devraient adopter une méthode de calcul des coûts ascendante LRIC + consistant à estimer le coût courant qu'un opérateur efficace hypothétique encourrait pour construire un réseau moderne efficace, c'est-à-dire un réseau NGA. […] »[590]

1364. L'approche BU a été suivie par l'IBPT dans ses décisions précédentes visant à déterminer les tarifs orientés sur les coûts pour différents produits de gros régulés (notamment les décisions BRUO[591] pour le dégroupage, BROBA, WBA VDSL2 et Ethernet/Multicast pour le bitstream, BROTSoLL pour les lignes louées, ainsi que pour les tarifs de terminaison mobile et fixe).[592]

1365. Le CSA considère que la méthodologie « bottom-up » est la plus appropriée étant donné les points énumérés ci-dessus.

E.3. MÉTHODOLOGIE D'ALLOCATION DES COÛTS

1366. Il existe deux méthodes communément utilisées pour allouer des coûts d'un opérateur de télécommunications :

- FDC (« Fully Distributed Cost ») / FAC (« Fully Allocated Cost ») : tous les coûts de la société sont alloués aux différents services prestés selon des clefs d'allocation objectives. Cette méthode peut être utilisée tant avec des coûts historiques que des coûts actuels et est généralement plutôt associée à l'approche dite « top down »[593] ;

- LRIC (« Long Run Incremental Cost ») : cette méthode, fondée sur le concept des coûts incrémentaux IC (« Incremental Costs »), est une approximation de l'approche théoriquement

[589] Recommandation 2009/396/CE de la Commission du 7 mai 2009 sur le traitement réglementaire des tarifs de terminaison d'appels fixe et mobile dans l'UE, recommandation 2 à 3 (nous soulignons).

[590] Recommandation de la Commission 2013/466/UE du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérentes pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit, article 31 (nous soulignons).

[591] Décision du Conseil de l'IBPT du 13 juin 2007 concernant BRUO rental fee, p. 19 ; Décision du Conseil de l'IBPT du 3 août 2010 concernant BRUO rental fee, p. 8.

[592] Décision de Conseil de l'IBPT du 2 mars 2012 concernant l'analyse de marché du marché de la terminaison d'appel sur le réseau téléphonique public en position déterminée, p. 124.

[593] Andersen, Study on the implementation of cost accounting methodologies and accounting separation by telecommunication operators with significant market power Prepared for the European Commission DG Information Society, 3 July 2002, p. 18.

optimale du point de vue économique[594] des coûts marginaux MC (« Marginal Cost »). Elle ne tient compte que du supplément de coûts requis à long terme pour fournir une quantité supplémentaire de volume de production appelée « incrément ».

1367. Le CSA considère que la méthodologie LRIC est la plus appropriée pour déterminer le coût de l'ensemble des services considérés dans le cadre de la présente décision en majorant, le cas échéant, les coûts LRIC de sorte à tenir compte des coûts communs (approche « LRIC+ » or « Marked-up Long run incremental costs »).

Long run :

1368. Les coûts sont calculés en adoptant une perspective de long terme, étant donné que, sur le long terme, tous les coûts peuvent être considérés comme variables, parce que la capacité de production n'est pas une contrainte (contrairement à ce qui est le cas à court terme). Par conséquent, les coûts LRIC comprennent les coûts de capital et les coûts sensibles au volume résultant d'un changement substantiel du volume de la production. La décision d'entrer sur un marché dépend des coûts à long terme, car une décision d'investissement n'est pas réversible à court terme.

Incremental :

1369. Les incréments sont de grands groupes de services, et non une unité de service (comme c'est le cas pour les coûts marginaux). De tels incréments permettent de refléter la structure de coûts de la production de services de télécommunications, caractérisée par des économies d'échelle et de gamme.

Marked-up (« + ») :

1370. Les coûts incrémentaux peuvent être majorés de sorte à permettre la récupération des coûts conjoints et coûts communs[595]. On peut penser notamment à deux catégories de coûts qui sont généralement prises en compte dans ce cadre : les coûts IT et les frais généraux (« overheads »).

1371. La méthode LRIC est de longue date préconisée par la Commission européenne dans le domaine des communications électroniques. Dans sa recommandation du 8 janvier 1998 concernant l'interconnexion dans un marché des télécommunications libéralisé (Partie 1 - Tarification de l'interconnexion)[596] , la Commission notait :

[594] Dans un marché parfaitement concurrentiel, l'alignement des prix sur le niveau de coût marginal peut être considéré comme optimal. En effet, un prix supérieur au coût marginal de production inciterait à produire de plus grandes quantités du bien ou service en question, ce qui, en vertu de la loi de l'offre et de la demande, entraînerait une baisse du prix jusqu'au retour à la position d'équilibre entre le prix et le coût marginal ; inversement, un prix inférieur au coût découragerait la production, d'où une augmentation du prix suite à la raréfaction du bien ou service considéré, et ce à nouveau jusqu'à revenir à la situation d'équilibre entre prix et coût.

[595] On entend par « coût commun » une composante de coût qui ne présente aucun caractère de causalité avec des activités spécifiques de l'entreprise : un exemple typique est le cas des frais généraux de la société. Un « coût conjoint » est un coût requis pour la production de deux ou plusieurs outputs de l'entreprise visée.

[596] Recommandation 98/195/CE, Journal officiel n° L 073 du 12/03/1998 p. 0042 – 0050.

« la Commission estime que l'approche la plus appropriée en matière de tarification de l'interconnexion est une approche basée sur les coûts différentiels prospectifs moyens à long terme, dans la mesure où c'est celle qui est la plus compatible avec un marché concurrentiel; que cette approche n'exclut pas des « marges bénéficiaire »[597] justifiées couvrant les coûts prospectifs associés et communs qu'un opérateur efficace devrait supporter dans des conditions de concurrence »

1372. La méthode LRIC a également été recommandée par la Commission européenne dans sa recommandation du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérentes pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit[598] :

« Pour fixer les tarifs de gros d'accès par le cuivre et par le réseau NGA, [...], les ARN devraient adopter une méthode de calcul des coûts BU LRIC+ (modèle ascendant des coûts différentiels à long terme plus) qui associe une approche de modélisation ascendante utilisant le modèle LRIC comme modèle de coûts à une majoration pour la récupération des coûts communs.

Les ARN devraient adopter une méthode de calcul des coûts ascendante LRIC+ consistant à estimer le coût courant qu'un opérateur efficace hypothétique encourrait pour construire un réseau moderne efficace, c'est-à-dire un réseau NGA. [...] »

1373. Sa pertinence est aussi reconnue par l'IRG dans ses PIB[599] concernant la modélisation des coûts sur la base de modèles FL-LRIC (« Forward-Looking LRIC ») :

« IRG endorses the view of the European Commission that the FL-LRIC approach to cost allocation is the one that will lead to results that best reflect interconnection tariffs that would occur in a competitive environment »[600].

1374. Le CSA considère qu'une méthodologie LRIC, le cas échéant majorée (LRIC+), est la plus appropriée étant donné sa capacité à refléter les conditions d'un marché concurrentiel sur le long terme, son adéquation avec une modélisation bottom-up et avec la structure de coûts d'un opérateur de télécommunications, ainsi que la continuité avec la méthodologie utilisée précédemment pour différents services d'accès et d'interconnexion.

---

[597] « Mark-ups » dans la version anglaise du texte.

[598] Recommandation de la Commission 2013/466/UE du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérents pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit, articles 30 à 31.

[599] PIB : Principles of Implementation and Best Practices.

[600] Principles of implementation and best practices regarding FL-LRIC cost modeling as decided by the Independent Regulators Group, 24 November 2000. Traduction libre : « L'IRG souscrit à l'opinion de la Commission européenne selon laquelle l'approche d'allocation des coûts FL LRIC est celle qui mènera à des résultats reflétant le mieux les tarifs d'interconnexion qui prévaudraient dans un environnement compétitif. »

E.4. CHOIX DE L'OPÉRATEUR MODÉLISÉ

1375. Enfin, il convient de définir l'opérateur modélisé. Le CSA estime nécessaire de modéliser les coûts d'un opérateur hypothétique efficace (« HEO », Hypothetical Efficient Operator).

1376. Le fait que le CSA modélise un opérateur « hypothétique » efficace n'exclut en rien que cet opérateur puisse être basé sur un ou plusieurs opérateurs belges afin de tenir compte des circonstances nationales. Cependant, le fait de baser un HEO sur un ou plusieurs opérateurs existants n'implique aucunement que le réseau de l'opérateur HEO modélisé soit en tout point similaire au(x) réseau(x) de cet (ces) opérateurs.

1377. Cette notion d'opérateur (hypothétique) efficace est également retenue dans les recommandations de la CE de 2009 et 2013 :

> *« Lorsque les autorités réglementaires nationales (ARN) imposent des obligations de contrôle des prix et de comptabilisation des coûts […] sur les marchés de gros de la terminaison d'appel vocal […], les ARN doivent fixer des tarifs de terminaison d'appel en fonction des coûts encourus par un opérateur efficace. » (Rec. 2009 point 1)*

> *« Les ARN devraient adopter une méthode de calcul des coûts ascendante LRIC + consistant à estimer le coût courant qu'un opérateur efficace hypothétique encourrait pour construire un réseau moderne efficace, c'est-à-dire un réseau NGA. » (Rec. 2013, point 31)*

1378. Cette notion d'efficacité est par ailleurs inhérente à l'utilisation d'un modèle Bottom-Up (cf. *supra*). Notons enfin que l'IBPT a déjà suivi cette approche dans le cadre de diverses décisions liées à la tarification des services de gros d'opérateurs régulés en Belgique (par ex. sur les marchés de la terminaison d'appel, dans le cadre de la décision Ethernet/Multicast,…).

ANNEXE F. SYSTÈME DE COMPTABILISATION DES COÛTS

1379. Cette annexe a pour objectif de déterminer les conditions que les opérateurs puissants (Proximus, Brutélé, Nethys, Telenet) doivent respecter dans la mise en œuvre de leur système de comptabilisation des coûts. Ces conditions portent sur les principes généraux, la qualité de l'information, les règles d'allocation et d'évaluation, la documentation, la description et le contrôle du système de comptabilisation des coûts, ainsi que sur les délais à respecter.

F.1. CONTEXTE

1380. Dans le cadre de la régulation sectorielle *ex ante*, les opérateurs identifiés comme puissants sur les marchés pertinents (« PSM ») peuvent se voir imposer certaines obligations, parmi lesquelles l'obligation de mettre en place des systèmes de comptabilisation des coûts.

1381. Un système de comptabilisation des coûts (ou « cost accounting system ») est un ensemble de règles permettant de répartir les coûts, les revenus et le capital engagé d'une entreprise entre ses différents services et activités[601]. Le système de comptabilisation des coûts comprend notamment les moyens (processus, bases de données, procédures…) permettant à l'entreprise d'enregistrer les informations nécessaires pour satisfaire à ses obligations légales et réglementaires, notamment en conservant la trace des revenus, des coûts, des actifs et du capital[602]. Le système de comptabilisation des coûts doit permettre au régulateur de disposer des informations relatives à la rentabilité et aux coûts des services soumis à régulation et, sur cette base, de déterminer si un opérateur a respecté ses obligations légales et réglementaires.

1382. L'obligation de mettre en place un système de comptabilisation des coûts peut être imposée en vertu de plusieurs articles du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels (articles 95*quinquies* et 96). Les articles 95*quinquies* et 96 peuvent eux-mêmes concerner plusieurs marchés pertinents. Un même opérateur peut être désigné puissant sur plusieurs des marchés visés par ces articles. Ces caractéristiques illustrent le caractère transversal de l'obligation de mettre en place un système de comptabilisation des coûts.

1383. L'obligation de mettre en place un système de comptabilisation des coûts est une obligation qui, bien que constituant une mesure distincte, présente une articulation étroite avec d'autres obligations que le CSA peut imposer aux opérateurs puissants, en particulier la séparation comptable et le contrôle des prix.

1384. En particulier, un système de comptabilisation des coûts peut être nécessaire :

1384.1. Pour permettre au régulateur de vérifier le respect des obligations en matière de récupération des coûts et de contrôle des prix (telles que : orientation sur les coûts, prix

[601] ERG Common Position Guidelines for implementing the Commission Recommendation C (2005) 3480 on Accounting Separation & Cost Accounting Systems under the regulatory framework for electronic communications, p. 10.

[602] Ibidem.

raisonnables, absence de prix anormalement hauts, absence de prix d'éviction). Le régulateur doit pouvoir disposer des données utiles pour établir ses propres modèles de coûts (top-down et/ou bottom-up), pour évaluer les coûts opérationnels ou pour implémenter d'autres moyens de contrôle (par ex. retail minus, test de ciseaux tarifaires).

1384.2. Pour permettre au régulateur de vérifier le respect des obligations de non-discrimination.

1384.3. Pour permettre aux opérateurs puissants de répondre aux demandes d'informations de l'ARN. Conformément à l'article 95*quinquies*, § 2, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels, c'est aux opérateurs puissants qu'incombe la charge de démontrer que leurs tarifs d'accès sont orientés sur les coûts. Les articles 93 et 136, § 6, du même décret permettent au CSA d'exiger, de toute personne concernée toute information utile et fixer le délai de communication des informations demandées.

1385. Le caractère transversal de l'obligation de mettre en place un système de comptabilisation des coûts, ainsi que son articulation avec d'autres obligations rendent nécessaire l'adoption d'une décision envisageant de façon transversale l'implémentation de cette obligation. Il convient en effet d'assurer que l'implémentation de ces différentes obligations s'effectue de manière cohérente. La cohérence requiert que l'opérateur mette en place un seul système de comptabilisation des coûts, ou éventuellement plusieurs systèmes de comptabilisation des coûts parfaitement cohérents entre eux[603]. Dans le cas contraire, il existerait un manque de transparence et un risque élevé d'erreurs, d'oublis ou de doubles comptages et par conséquent, un risque élevé de ne pas aboutir à des tarifs répondant aux exigences légales.

F.2. CARACTÉRISTIQUES DU SYSTÈME DE COMPTABILISATION DES COÛTS

F.2.1 Principes de base[604]

1386. Le système de comptabilisation des coûts mis en place par les opérateurs puissants doit respecter les principes suivants :

1386.1. Principe de causalité : les coûts doivent être alloués, directement ou indirectement, aux services qui sont la « cause » de ces coûts. Ceci exige de vérifier la pertinence de chaque poste de coûts, d'identifier et de quantifier le facteur de coûts pertinent (« cost driver ») et d'utiliser ce cost driver pour l'allocation des coûts correspondants. Des méthodologies de type Activity-Based Costing (ABC) peuvent être utilisées. ABC est une méthode basée sur des cost drivers qui suivent et allouent les coûts via les activités effectuées et qui permet d'établir des relations de cause à effet claires entre les activités, les coûts qui y sont associés et les résultats de ces activités.

[603] Les modèles dénommés « ABC » et « PPP » constituent actuellement la base du système de comptabilisation des coûts de Proximus.

[604] Ces principes sont applicables qu'il s'agisse des coûts, des revenus ou du capital engagé.

1386.2. Principe d'objectivité : l'allocation des coûts doit être objective et ne pas induire d'avantages ou de désavantages pour les opérateurs puissants ou pour certains produits, services ou éléments de réseau.

1386.3. Principe de consistance : les règles de répartition doivent être comparables d'année en année. Lorsque des changements de méthodologies ont un impact significatif sur les tarifs régulés, la nature et la justification de ces changements doivent être clairement exposées.

1386.4. Principe de transparence : le système de comptabilisation des coûts doit faire l'objet d'une documentation détaillée et complète. Les opérateurs puissants doivent pouvoir expliquer dans le détail les méthodologies utilisées. En outre, en lisant la description prévue à la section F.4, un lecteur suffisamment informé doit pouvoir comprendre la structure générale du système de comptabilisation des coûts, ainsi que les principes d'évaluation et de répartition des coûts, et se faire une opinion du caractère raisonnable de ces principes.

1387. Les opérateurs puissants sont tenus de respecter les principes de la présente section dans le cadre du développement et de la gestion de leur système de comptabilisation des coûts.

F.2.2 Qualité de l'information

1388. Outre le fait que le système de comptabilisation des coûts doive respecter les principes de causalité, d'objectivité, de consistance et de transparence, les informations utilisées par le système et les informations qui en sont extraites doivent être :

1388.1. Pertinentes, c'est-à-dire utiles pour le processus de décision (dans le cas présent, il s'agit des décisions que le CSA peut être amené à prendre) et suffisamment récentes pour être utiles ;

1388.2. Fiables, c'est-à-dire complètes, exemptes d'erreurs matérielles et de biais systématiques, donnant une image fidèle de la réalité. Lorsque des échantillons sont utilisés pour dériver l'attribution des coûts, les méthodes d'échantillonnage doivent reposer sur des techniques statistiques reconnues.

1388.3. Comparables, de manière à mettre en évidence les tendances et les différences au fil du temps ;

1388.4. Matérielles : une information est matérielle si son omission ou une présentation inexacte de celle-ci influencerait raisonnablement l'interprétation des résultats ou les décisions à prendre sur la base du système de comptabilisation des coûts ;

1388.5. Vérifiables : les informations doivent pouvoir être suivies et réconciliées entre elles au travers du processus d'allocation, depuis les données sources jusqu'au résultat final. Les

opérateurs puissants doivent en outre conserver les données nécessaires pour permettre le contrôle du système de comptabilisation des coûts.

1389. Ces principes sont applicables qu'il s'agisse des coûts, des revenus ou du capital engagé.

1390. Dans le cadre du développement et de la gestion de leur système de comptabilisation des coûts, les opérateurs puissants sont tenus de s'assurer que les informations utilisées par le système et celles qui en sont extraites possèdent les caractéristiques décrites à la présente section.

F.3. RÈGLES À SUIVRE ET DOCUMENTATION À PRÉPARER

F.3.1 Allocation des coûts

1391. Lorsqu'un système de comptabilisation des coûts est imposé à un opérateur, les règles utilisées pour allouer les coûts doivent être présentées à un niveau de détail suffisant pour faire apparaître clairement la relation entre les coûts et la tarification des éléments et des services du réseau[605]. Pour ce faire, les opérateurs puissants doivent préparer et mettre à la disposition du CSA une documentation complète et détaillée qui permette d'évaluer la pertinence du système de comptabilisation des coûts au regard des principes énoncés aux sections F.2.1 et F.2.2 et des obligations incombant aux opérateurs puissants en vertu de décisions du régulateur (comme illustré à la section F.1).

1392. Cette documentation doit comprendre les informations suivantes :

1392.1. Un organigramme de la société, illustrant et décrivant en particulier les départements et divisions impliquées dans la production de produits et services appartenant aux marchés sur lesquels les opérateurs puissants ont été désignés PSM ;

1392.2. Une description des réseaux de communications électroniques pertinents pour les marchés sur lesquels ces opérateurs puissants ont été désignés PSM ;

1392.3. La définition du périmètre des coûts et des recettes traités dans le système, c'est-à-dire l'identification des rubriques et des montants extraits des comptes annuels et/ou des budgets pour être traités par le système de comptabilisation des coûts ;

1392.4. L'identification et la description des principales bases de données dans lesquelles sont enregistrées les informations de base (par ex. coûts, volumes) ;

1392.5. Les méthodologies d'allocation des coûts. La cascade des allocations successives doit être clairement compréhensible depuis les inputs jusqu'aux produits et services. Cela nécessite que les phases d'allocation successives soient suffisamment documentées, en ce compris en établissant des synthèses des principaux flux financiers. Conformément

[605] Recommandation de la Commission du 19 septembre 2005 concernant la séparation comptable et les systèmes de comptabilisation des coûts au titre du cadre réglementaire pour les communications électroniques, 2005/698/CE, considérant 10.

aux principes de proportionnalité et de matérialité, les principaux éléments de coûts et les principales clés d'allocation doivent être identifiés. En particulier :

- Une distinction doit être effectuée entre les catégories suivantes : coûts attribuables directement à des produits, coûts alloués indirectement via les méthodologies ABC[606] ou BBC, coûts généraux de l'entreprise ;
- Pour chaque phase d'allocation, une liste doit être établie reprenant les éléments de coûts les plus importants et le ou les « cost drivers » utilisés comme clés d'allocation. Ces éléments de coûts doivent représenter ensemble au moins 80 % des coûts alloués lors de la phase d'allocation concernée ;
- Les règles applicables pour l'allocation des coûts généraux doivent être décrites ;
- Les méthodes d'amortissement et la durée de vie (financière et économique) des actifs.

1393. Le CSA estime que la fourniture de ces informations est une mesure nécessaire et proportionnée. En effet, la fourniture de ces informations est nécessaire pour obtenir une vue des allocations et des éléments de coûts avec un niveau de granularité suffisant. L'existence d'une documentation complète est également de nature à permettre un audit efficace. Le CSA estime que la fourniture de ces informations est une mesure proportionnée dans la mesure où une partie de ces informations existe en principe déjà dans une entreprise. La constitution de la documentation demandera vraisemblablement un effort plus important la première année, mais demandera moins de ressources les années ultérieures.

1394. Les opérateurs puissants sont tenus de transmettre au CSA une documentation comprenant l'ensemble des informations listées à la présente section.

1395. En cas de nécessité, les opérateurs puissants établiront sur demande du CSA des rapports techniques expliquant plus en détail le processus d'allocation de certains coûts. L'information concernant l'allocation des coûts pourra inclure les éléments suivants :

- L'identification des coûts ;
- L'identification des drivers correspondants ;
- La source de chacun des drivers.

F.3.2 Valorisation des actifs

1396. Étant donné l'évolution des prix et l'évolution technologique, il peut être nécessaire de réévaluer certains actifs. Il appartient au CSA de déterminer quel est le type de valorisation (HCA[607] ou CCA[608])

[606] Activity-Based Costing.

[607] Historical Cost Accounting (comptabilisation en coûts historiques).

[608] Current Cost Accounting (comptabilisation en coûts actuels).

approprié pour déterminer les tarifs des services pour lesquels un opérateur est PSM, en fonction de la situation du marché[609].

1397. L'impact de la réévaluation doit être clairement identifié. Pour les actifs faisant l'objet d'une réévaluation, le système de comptabilisation des coûts doit être apte à fournir les valeurs aussi bien en coûts historiques qu'en coûts actuels.

1398. Lorsqu'un actif doit faire l'objet d'une réévaluation, il n'est pas toujours possible de connaître le coût actuel d'un actif identique, cet actif pouvant ne plus être disponible du fait du progrès technologique. Dans de tels cas, il est approprié de baser la réévaluation en tenant compte du coût d'un actif moderne équivalent (MEA), c'est-à-dire un actif ayant la capacité de produire des services similaires.

1399. Les règles de réévaluation des actifs appliquées par les opérateurs puissants dans leur système de comptabilisation des coûts doivent être transparentes et documentées :

1399.1. Les actifs qui font l'objet d'une réévaluation doivent être identifiés avec un degré de granularité suffisant ;

1399.2. Autant que possible, compte tenu du principe de proportionnalité, il doit être fait usage d'un inventaire des actifs utilisés dans le réseau ;

1399.3. Les méthodes et paramètres utilisés pour la réévaluation (indices de prix, prix actuels, etc.) doivent être transparents et explicites, par actif ou catégorie d'actifs ;

1399.4. Le cas échéant, les actifs équivalents modernes utilisés comme référence seront clairement identifiés, de même que leur valeur.

1400. Le CSA estime que la fourniture de ces informations est une mesure nécessaire et proportionnée. La fourniture de ces informations est nécessaire pour vérifier les opérations de réévaluation des actifs. L'existence d'une documentation complète est également de nature à permettre un audit efficace.

1401. Le CSA estime que la fourniture de ces informations est une mesure proportionnée. La constitution de la documentation demandera vraisemblablement un effort plus important la première année, mais demandera moins de ressources les années ultérieures.

1402. Lorsqu'une réévaluation de la base des coûts est effectuée, le CSA a le pouvoir de s'assurer que la méthodologie et les critères d'évaluation des actifs du réseau sont pertinents et, au besoin, d'exiger une modification de ces derniers[610].

---

[609] Mémorandum explicatif de la recommandation de la Commission du 19 septembre 2005 concernant la séparation comptable et les systèmes de comptabilisation des coûts au titre du cadre réglementaire pour les communications électroniques, 2005/698/CE, p. 5.

[610] ERG Common Position C(2005) 3480, pp. 10-11.

1403. Le CSA peut demander que des ajustements soient effectués :

1403.1. Pour tenir compte des coûts d'un opérateur efficient (par exemple en éliminant des coûts inutiles ou injustifiés, en tenant compte d'une architecture de réseau non optimale ou en tenant compte de l'existence de surplus de capacité injustifiés) ;

1403.2. Pour tenir compte de l'évolution technologique (par ex. des actifs modernes peuvent avoir des fonctionnalités supplémentaires et ils peuvent nécessiter moins de frais de maintenance, occuper moins d'espace et/ou consommer moins d'énergie)[611].

F.3.3 Suivi des modifications

1404. Les opérateurs puissants sont tenus d'identifier annuellement les principaux changements apportés au modèle de comptabilisation des coûts par rapport à l'année antérieure (que ces modifications concernent la définition des postes de coûts, les règles d'allocation, les règles de valorisation ou d'autres aspects du système de comptabilisation des coûts). Lorsque des modifications sont apportées aux bases des coûts ou aux règles d'allocation et d'évaluation, l'impact de ces modifications doit être décrit et, sur demande du CSA, doit pouvoir être mesuré en présentant les résultats du modèle avant et après modification.

F.3.4 Rôle du CSA

1405. Le développement d'un système de comptabilisation des coûts par les opérateurs puissants est sans préjudice du droit du CSA d'utiliser des méthodes de comptabilisation et de calcul des coûts distinctes de celles appliquées par ces opérateurs, afin de déterminer les coûts liés à la fourniture d'une prestation efficace[612].

1406. Les règles appliquées dans le système de comptabilisation des coûts doivent être incluses dans la documentation préparée par les opérateurs puissants avec un niveau de détail suffisant pour permettre la vérification du respect des principes énoncés aux sections F.2.1 et F.2.2. Le CSA peut exiger la modification des règles utilisées dans le système de comptabilisation des coûts afin d'assurer le respect de ces principes.

1407. Tous les aspects des processus d'allocation des coûts, en ce inclus la définition et la détermination des drivers de coûts, les techniques d'enquête et d'échantillonnage, ainsi que les méthodes de valorisation utilisées dans le système de comptabilisation sont susceptibles de faire l'objet de modifications demandées par le CSA[613]. Les modifications exigées peuvent résulter soit de l'audit par un réviseur d'entreprises, soit des investigations propres du CSA.

1408. Le fait que le présent document détermine une série d'informations à fournir par les opérateurs puissants ne fait pas obstacle à des demandes d'informations supplémentaires du CSA,

[611] ERG Common Position C(2005) 3480, pp. 13-14.

[612] Article 95*quinquies*, § 2, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

[613] ERG Common Position C(2005) 3480, page 9.

conformément aux articles 93 et 136, § 6, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels.

1409. En outre, dans le cadre de ses missions, le CSA peut avoir besoin d'informations relatives à des marchés sur lesquels l'opérateur soumis à l'obligation de comptabilisation des coûts n'a pas une position PSM[614]. La fourniture d'informations concernant des marchés sur lesquels les opérateurs puissants n'ont pas de PSM est pertinente pour le CSA dans la mesure où elle lui permet de vérifier la pertinence de l'allocation des coûts et la cohérence des données relatives au système de comptabilisation des coûts.

F.4. DESCRIPTION DU SYSTÈME DE COMPTABILISATION DES COÛTS

1410. L'article 95*quinquies*, § 3, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels prévoit que lorsque la mise en place d'un système de comptabilisation des coûts est rendue obligatoire, « le Collège d'autorisation et de contrôle publie une description de ce système de comptabilisation des coûts qui comprend au moins les principales catégories regroupant les coûts et les règles appliquées en matière de comptabilisation des coûts. »

1411. La publication d'information contribue à la création d'un marché ouvert et concurrentiel et peut accroître également la crédibilité du système comptable réglementaire[615].

1412. Sans préjudice de demandes supplémentaires de la part du CSA et des exigences formulées à la section F.2, la description du système de comptabilisation des coûts destinée à être publiée par le CSA doit comprendre[616] :

1412.1. Un organigramme de la société, illustrant et décrivant en particulier les départements et divisions impliqués dans la production de produits et services appartenant aux marchés sur lesquels les opérateurs puissants ont été désignés PSM ;

1412.2. Une description des réseaux de communications électroniques pertinents pour les marchés sur lesquels les opérateurs puissants ont été désignés PSM ;

1412.3. La définition du périmètre des coûts et des recettes traités dans le système ;

1412.4. L'identification et la description des principales bases de données dans lesquelles sont enregistrées les informations de base (par ex. coûts, volumes) ;

[614] Recommandation de la Commission 2005/698/CE, considérant 5.

[615] Recommandation de la Commission du 19 septembre 2005 concernant la séparation comptable et les systèmes de comptabilisation des coûts au titre du cadre règlementaire pour les communications électroniques (2005/698/CE), annexe.

[616] Il peut s'agir d'une version simplifiée de la documentation à communiquer au CSA.

1412.5. Une synthèse des méthodologies d'allocation des coûts, rendant la cascade des allocations successives clairement compréhensible ;

1412.6. Les règles de valorisation des actifs à leur coût actuel ; et

1412.7. L'identification et la description des méthodes d'amortissement.

1413. Le CSA estime que la publication de ces informations constitue une mesure proportionnée et respectueuse des données d'entreprises dans la mesure où les données quantitatives ne sont pas concernées par la publication.

1414. Bien que la publication d'une description du système de comptabilisation des coûts incombe au Collège d'autorisation et de contrôle (article 95*quinquies*, § 3, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels), les informations constituant cette description ou permettant de la constituer doivent nécessairement être fournies au Collège par l'opérateur qui dispose du système de comptabilisation des coûts.

1415. Les opérateurs puissants sont tenus de mettre les informations listées ci-dessus à la disposition du CSA en vue de leur publication.

1416. Les opérateurs puissants sont tenus d'informer le CSA des modifications apportées à leur système de comptabilisation des coûts qui justifieraient une modification de cette description. Il peut s'agir d'une version simplifiée de la documentation à communiquer au CSA.

F.5. CONTRÔLE DU SYSTÈME DE COMPTABILISATION DES COÛTS

F.5.1 Généralités

1417. L'article 95*quinquies*, § 4, du décret coordonné sur les services de médias audiovisuels prévoit que « lorsque le système de comptabilisation des coûts appliqué par le Collège d'autorisation et de contrôle le rend nécessaire, le respect du système de comptabilisation des coûts est vérifié, aux frais de l'opérateur de réseau, par un réviseur d'entreprises agréé désigné par cet opérateur. Le Collège d'autorisation et de contrôle publie chaque année une déclaration relative au respect du système, sur la base des conclusions du rapport du réviseur d'entreprises. »

1418. Le système de comptabilisation des coûts d'opérateurs de télécommunications tels que les opérateurs puissants est un système par nature complexe, vu la taille de l'entreprise ainsi que la diversité et le caractère technique de ses activités. Le système de comptabilisation des coûts constitue un élément fondamental dans le cadre du contrôle des prix de gros et de détail. Il est donc nécessaire que ce système fasse l'objet d'un contrôle par un organisme spécialisé et indépendant. Un tel contrôle contribue également à accroître la crédibilité du système de comptabilisation des coûts.

1419. Pour que ce contrôle soit effectif, le CSA doit pouvoir s'assurer que le mandat du réviseur d'entreprises est suffisamment clair et complet.

1420. Dans l'accomplissement de sa mission, l'auditeur doit avoir accès à toutes données et informations pertinentes, documents de support des systèmes et documentation. Les opérateurs puissants doivent en outre rendre disponibles les ressources nécessaires pour coopérer avec l'auditeur et répondre aux questions se posant durant l'exercice d'audit.

1421. Le cahier des charges destiné à sélectionner le réviseur d'entreprise doit être transmis au CSA par les opérateurs puissants. Ce cahier des charges doit contenir une référence explicite à la présente décision.

F.5.2 Tâches de l'auditeur

1422. Les tâches de l'auditeur indépendant chargé de contrôler le système de comptabilisation des coûts sont décrites dans les sections suivantes.

Vérifier la pertinence du périmètre des coûts et des recettes

1423. Il s'agit de vérifier que les données financières pertinentes et correctes ont été extraites des comptes annuels en vue d'être traitées par le système de comptabilisation des coûts.

Vérifier le respect des exigences de base

1424. L'auditeur doit :

- Vérifier le respect des principes de causalité, objectivité, consistance et transparence ;
- Contrôler la qualité de l'information (pertinence, fiabilité, comparabilité, matérialité et vérifiabilité).

Vérifier l'application des règles d'allocation et d'évaluation

1425. L'auditeur doit en particulier :

- Effectuer un contrôle des regroupements de données comptables et valider la pertinence de ces regroupements ;
- Effectuer, pour chaque étape d'allocation, un contrôle des montants financiers les plus importants, ainsi que d'autres montants choisis aléatoirement ;
- Vérifier que les clés de répartition utilisées sont correctement calculées et appliquées ;
- Vérifier que les données non financières servant au calcul des clés de répartition sont correctes et fiables ;
- Vérifier les allocations effectuées sur la base d'échantillonnages, notamment en contrôlant le caractère significatif des échantillons, ainsi que la méthode utilisée pour la détermination des facteurs de coûts ;
- Vérifier les méthodologies relatives aux amortissements, au coût du capital et à l'évaluation des actifs ;
- Vérifier le respect des décisions du CSA et/ou des recommandations formulées lors des précédents audits ;

- Vérifier que les règles d'allocations et de réévaluation appliquées correspondent bien à la documentation préparée par les opérateurs puissants et à la description du système de comptabilisation des coûts visée à la section F.4 ;
- Évaluer si les règles utilisées pour allouer les coûts sont présentées à un niveau de détail suffisant pour faire apparaître clairement la relation entre les coûts et la tarification des éléments et des services du réseau.

1426. Considérant d'une part l'ampleur de la tâche d'audit et d'autre part la nécessité d'un contrôle efficace et qui tient compte des évolutions (par ex. les changements dans la structure interne des opérateurs puissants), le CSA estime raisonnable et proportionné qu'un audit approfondi soit effectué une année sur deux, en alternance avec un audit plus limité, concentré sur les changements de méthodologies et les variations de résultats. Cependant, si le rapport d'audit portant sur une année donnée devait mettre en évidence des problèmes importants, le CSA se réserve le droit d'exiger un audit approfondi l'année suivante. Le premier audit effectué en application de la présente décision doit être un audit approfondi.

Présenter au CSA un rapport sur l'exécution de sa mission

1427. Il s'agit notamment de transmettre au CSA un rapport contenant au moins les renseignements suivants :

- La description complète de la méthode de vérification adoptée et des vérifications effectuées conformément à la présente section ainsi que le résultat de ces vérifications ;
- Les conclusions de l'auditeur ;
- Toutes les irrégularités constatées ; et
- Les recommandations formulées par l'auditeur (avec une description des conséquences qui s'ensuivent).

F.6. DÉLAIS

F.6.1 Généralités

1428. L'information comptable est considérée comme pertinente si elle est susceptible d'influencer les décisions économiques et qu'elle est fournie à temps pour influencer ces décisions[617]. S'il ne pouvait pas disposer des informations comptables en temps utile, le CSA rencontrerait d'importantes difficultés pour accomplir ses missions d'autorité nationale de réglementation, en particulier en ce qui concerne l'implémentation effective des mesures imposées aux opérateurs puissants en matière de contrôle des prix. Ainsi, il est particulièrement approprié que le CSA dispose du rapport d'audit avec une régularité suffisante[618] (la détection d'éventuels problèmes pouvant influencer les décisions du CSA ou justifier des analyses supplémentaires). En outre, la publication tardive de la description du système de comptabilisation des coûts porterait atteinte à la crédibilité de ce système et des

[617] ERG Common Position C(2005) 3480, page 30.

[618] Les éléments qui fondent les tarifs dans les offres de référence sont des données annuelles (essentiellement des données de coûts et de volumes). Par conséquent, la vérification des tarifs doit logiquement être annuelle.

données qui en sont issues, ce qui générerait de la méfiance de la part des autres opérateurs, lesquels sont à la fois clients et concurrents des opérateurs puissants.

1429. Il est donc nécessaire que les informations mentionnées aux chapitres F.2 à F.5 de la présente décision soient disponibles, et le cas échéant publiées, selon un calendrier précis.

F.6.2 Calendrier

1430. La préparation, le contrôle et la publication des différents documents doivent se dérouler annuellement selon le calendrier suivant :

		Au plus tard le :
1.	Informations à préparer :	
	• Informations visées à la section F.3.1	30 septembre
	• Informations visées à la section F.3.2	30 septembre
	• Principaux changements apportés au système de comptabilisation des coûts (section F.3.3)	30 septembre
	• Informations destinées à la publication (section F.4)	31 octobre
	• Modifications justifiant une modification de la description du système de comptabilisation des coûts (section F.4)	31 octobre
2.	Contrôle	
	• Communication par le PSM du cahier des charges pour la sélection du réviseur	1er mai
	• Approbation par le CSA du cahier des charges pour la sélection du réviseur	31 mai
	• Remise du rapport du réviseur au CSA	31 octobre
3.	Déclaration/attestation de conformité	30 novembre
4.	Publication ou modification de la description du système de comptabilisation des coûts	31 décembre

Tableau 38 : Calendrier (Source : IBPT)

1431. Les informations visées aux points 1 et 2 du tableau ci-dessus seront également communiquées au CSA sous forme électronique.

1432. Le CSA estime que ce calendrier constitue une mesure proportionnée car réalisant un équilibre entre l'intérêt de disposer des informations le plus rapidement possible après la clôture de l'année comptable concernée et la charge de travail pour l'opérateur auquel le calendrier est imposé[619].

F.6.3 Entrée en vigueur

1433. Les délais ci-dessus font référence à l'année suivant l'année comptable analysée et sont d'application :

[619] Ce calendrier est inchangé par rapport à la décision du 22 août 2007, laquelle s'était largement basée sur une proposition de Proximus (à l'époque Belgacom).

1434. Pour Proximus, dès la publication de la présente décision, étant donné qu'elle était déjà soumise à une obligation similaire précédemment.

1435. Pour Telenet (inclus SFR), Brutélé et Nethys, pour la première fois pour les actions relatives à l'année comptable 2018.

ANNEXE G. DESCRIPTION DE L'OFFRE DE RÉFÉRENCE

1436. Conformément à l'annexe II de la directive accès et à la position commune de l'ORECE sur les meilleures pratiques en termes de remèdes[620], les offres de référence devraient contenir au minimum les informations suivantes :

Généralités

- Les termes et conditions standard pour la fourniture de l'accès au réseau ;
- Une procédure et les conditions pour demander des informations pertinentes pour la fourniture du service de gros régulé ;
- Un accord de confidentialité si applicable ;
- Les détails de tous les droits de propriété intellectuelle ;
- Une procédure de résolution de conflit entre les bénéficiaires ;
- Les détails relatifs à la durée et à la renégociation des accords ;
- Un glossaire des termes pertinents ;

Conditions techniques et opérationnelles

- Une description, incluant les caractéristiques et modalités techniques, des éléments du réseau auxquels l'accès est proposé, les ressources associées appropriées, ainsi que les informations relatives à l'emplacement des points d'accès ;
- Informations relatives à l'architecture et à la configuration du réseau pour permettre une utilisation effective de l'accès au réseau ;
- Informations relatives à l'emplacement des points d'accès physiques et à la disponibilité de boucles et des systèmes de transmission dans des parties bien déterminées du réseau d'accès ;
- Les standards techniques pertinents pour l'accès au réseau (y compris toute restriction d'utilisation et autres problèmes de sécurité) ;
- Les détails des tests d'interopérabilité ;
- Les procédures des tests et de la mise en œuvre des CPE et de leurs firmwares ;
- Les spécifications des équipements à utiliser sur le réseau ;
- La procédure et la connaissance requise concernant la certification des installateurs ;

Services de colocalisation

- Informations concernant les sites pertinents existants de l'opérateur PSM ou l'emplacement des équipements et leur actualisation prévue[621]. Possibilités de colocalisation sur les sites mentionnés en annexe, y compris la colocalisation physique et, le cas échéant, la colocalisation distante et la colocalisation virtuelle ;

[620] Voir BEREC Common Position on Best Practice in remedies on the market for wholesale broadband access (including bitstream access) imposed as a consequence of a position of significant market power in the relevant market, BoR (12) 128, annex 1 et BEREC Common position on best practice in remedies on the market for wholesale (physical) network infrastructure access (including shared or fully unbundled access) at a fixed location imposed as a consequence of a position of significant market power in the relevant market, BoR (12) 127, annex 1.

[621] Afin d'éviter des problèmes concernant la sécurité publique, la diffusion de ces informations peut être restreinte aux seules parties intéressées.

- Caractéristiques de l'équipement, et le cas échéant, les restrictions concernant les équipements pouvant être co-localisés ;
- Mesures mises en place pour garantir la sûreté des locaux ;
- Conditions d'accès pour le personnel des opérateurs alternatifs ;
- Normes de sécurité ;
- Règles de répartition de l'espace lorsque l'espace de colocalisation est limité ;
- Conditions dans lesquelles les bénéficiaires peuvent inspecter les sites sur lesquels une colocalisation physique est possible, ou ceux pour lesquels la colocalisation a été refusée.

Conditions associées aux systèmes d'information

- Conditions et modalités d'accès aux systèmes d'assistance opérationnels, systèmes d'information ou bases de données pour l'éligibilité, la préparation de commandes, l'approvisionnement, la commande, la maintenance, les demandes de réparation et la facturation de l'opérateur puissant, y compris leurs restrictions d'usage et les procédures pour accéder à ces services ;
- Les mesures de sécurité IT attendues du système IT du bénéficiaire.

Conditions de fourniture

- Les détails et modalités des processus opérationnels incluant notamment :

  - ✓ L'éligibilité, la commande et l'approvisionnement, y compris les petites adaptations du réseau et les visites clients
  - ✓ La migration, la migration de masse, les déménagements et les résiliations
  - ✓ La réparation et la maintenance
  - ✓ Le support client, la résolution de problèmes et les procédures d'escalade
  - ✓ Les changements aux systèmes IT et les développements de nouveaux produits (dans la mesure où ils ont un impact sur les opérateurs alternatifs)

- Les détails concernant le niveau de qualité :

  - ✓ Délais spécifiques pour l'acceptation ou le refus d'une demande de fourniture et pour l'achèvement, l'éligibilité, le transfert ou la fourniture de services et d'infrastructures, pour la fourniture de services support (tels que traitement des défaillances et réparations) ;
  - ✓ Des engagements en termes de niveau de service (SLA), à savoir les normes de qualité que chaque partie doit atteindre lorsqu'elle exécute ses obligations contractuelles
  - ✓ Des indicateurs de mesure du niveau de qualité, y compris ceux correspondant aux engagements ci-avant (SLA).

- ✓ Le montant de l'indemnité payable par une des parties à une autre pour non-exécution des engagements contractuels, ainsi que les conditions d'admissibilité à ces compensations ;
- ✓ Une définition et la limitation de responsabilité et d'indemnisation ;
- ✓ Procédures dans le cas de modifications des services offerts, tels que par exemple le lancement de nouveaux services, les modifications aux services existants ou des modifications de prix.
- ✓ L'offre de référence prévoit la disponibilité d'un système de prévision raisonnable, si cela a une valeur ajoutée pour le bénéficiaire. Aucun système de prévision ne peut être imposé au bénéficiaire. Dans ce dernier cas, il est admis que les procédures soient exécutées selon un régime de type « meilleur effort » (Best Effort) par le prestataire d'accès.

- Les prix pertinents, les conditions de paiement et les procédures de facturation

1437. Les éléments spécifiques à certains produits de gros sont repris dans les sections qui suivent.

G.1. RADIODIFFUSION SUR LES RÉSEAUX CÂBLÉS

<u>Conditions techniques et opérationnelles associées à l'accès au flux TV</u>

- Modalités techniques de l'accès au flux TV ;
- Une liste des canaux analogiques et numériques disponibles.

ANNEXE H. LIGNES DE CONDUITE POUR LES ADAPTATIONS DE L'OFFRE DE RÉFÉRENCE ET IT

1438. La présente annexe décrira les lignes de conduite pour les adaptations IT et de l'offre de référence. Étant donné que ces deux types d'adaptations ont un impact différent sur les bénéficiaires de l'offre de référence, une distinction est faite entre ces deux types.

1439. Une adaptation de l'offre de référence concerne toute modification de l'offre de référence au niveau par exemple du réseau, du fonctionnement opérationnel, des services, etc.

1440. Le CSA définit une adaptation IT comme une adaptation du protocole de communication entre les systèmes de l'opérateur PSM et les systèmes des bénéficiaires. Une adaptation IT n'implique pas nécessairement une adaptation de l'offre de référence, mais cela peut toutefois être le cas, selon l'objectif poursuivi par l'adaptation IT. Une adaptation IT nécessitant également une modification de l'offre de référence est considérée comme une exception à l'adaptation de l'offre de référence et est traitée séparément.

H.1. ADAPTATIONS DE L'OFFRE DE RÉFÉRENCE

H.1.1 Délais de mise en œuvre minimaux

1441. Le délai de mise en œuvre prend cours dès l'approbation par le CSA de l'adaptation à l'offre de référence. Le CSA peut toutefois écourter ou allonger les délais minimaux applicables compte tenu de l'impact des adaptations sur les opérateurs alternatifs.

1442. Le délai de mise en œuvre minimal a pour objectif de donner suffisamment de temps aux bénéficiaires des offres de référence pour adapter leurs systèmes et leur permettre de commercialiser la nouveauté visée au même moment que l'opérateur PSM.

1443. Adaptation majeure : le CSA estime en principe qu'un délai de mise en œuvre minimal de 6 mois doit être octroyé aux opérateurs alternatifs dès que le type de changement a un impact significatif, comme l'introduction d'une nouvelle technologie, de nouveaux éléments de réseau ou d'une nouvelle topologie.

1444. Adaptation mineure : le CSA estime en principe qu'un délai de mise en œuvre minimal de 3 mois doit être octroyé aux opérateurs alternatifs dès que le type de changement a un impact mineur, comme l'introduction d'une nouvelle configuration, un nouveau profil, de nouveaux paramètres d'un produit ou de petites adaptations aux configurations, profils, paramètres existants,...

1445. L'opérateur PSM propose, sur la base des lignes de conduite susmentionnées, le délai octroyé lorsqu'il soumet sa demande d'adaptation de l'offre de référence. Il justifie avec précision cette proposition. Le délai octroyé doit permettre la mise en œuvre effective par un opérateur efficace en tenant compte de la documentation qui lui est communiquée.

H.1.2. Documentation

1446. La proposition d'adaptation de l'offre de référence par l'opérateur PSM doit comporter suffisamment d'informations de manière à permettre au bénéficiaire d'évaluer correctement l'impact de l'adaptation proposée de leurs propres systèmes. La proposition d'adaptation explicite notamment l'objectif, le calendrier, l'étendue et les limites des adaptations visées. Elle identifie les processus et procédures concernés et les types de modifications envisagées.

1447. L'opérateur PSM fournit la documentation technique « high level » qui comporte une description détaillée des changements effectués aux processus et aux procédures et de l'impact au niveau informatique. Ces informations doivent être fournies en même temps que la proposition d'adaptation de l'offre de référence, indépendamment de l'importance de l'adaptation.

1448. L'opérateur PSM fournit ensuite la documentation technique détaillée :

- En cas d'adaptation majeure : 3 mois avant la mise en œuvre ;
- En cas d'adaptation mineure : 1 mois avant la mise en œuvre.

H.1.3. Exceptions

1449. Dans certaines circonstances, une modification de l'offre de référence peut surtout avoir un impact sur le protocole de communication entre les systèmes de l'opérateur PSM et les systèmes des bénéficiaires. Le CSA estime raisonnable de permettre d'écourter dans un tel cas le délai de mise en œuvre afin de ne pas ralentir l'implémentation de la nouvelle fonctionnalité. Dans de telles circonstances, l'opérateur PSM peut, par dérogation aux règles générales susmentionnées, demander au CSA de faire correspondre les délais de cette modification aux délais décrits pour les adaptations IT.

1450. L'opérateur PSM doit toujours transmettre au CSA la proposition d'adaptation de l'offre de référence au moins 3 mois avant la mise en œuvre.

1451. L'opérateur PSM motive sa demande au préalable et la soumet au CSA, qui peut décider d'autoriser une telle exception. En motivant sa demande, l'opérateur PSM en communique les avantages pour les bénéficiaires et garantit également qu'il ne tirera pas de ce raccourcissement un avantage injustifié vis-à-vis des bénéficiaires en ce qui concerne la mise en service de cette adaptation.

H.2. ADAPTATIONS IT

H.2.1 Délais de mise en œuvre minimaux

1452. Le délai de mise en œuvre minimal a pour objectif de donner suffisamment de temps aux bénéficiaires des offres de référence pour adapter leurs systèmes et leur permettre de commercialiser la nouveauté visée au même moment que l'opérateur PSM.

1453. Adaptation majeure : le CSA estime en principe qu'un délai de mise en œuvre minimal de 6 mois doit être octroyé aux opérateurs alternatifs dès que le type de changement porte sur une adaptation des spécifications de l'interface de communication (par exemple, les schémas XML, la définition du type de documents).

1454. Adaptation mineure : le CSA estime en principe qu'un délai de mise en œuvre minimal de 3 mois doit être octroyé aux opérateurs alternatifs dès que le type de changement porte sur une adaptation qui ne modifie pas le schéma XML et/ou la définition du type de document (DTD).

1455. L'opérateur PSM propose, sur la base des lignes de conduite susmentionnées, le délai octroyé lorsqu'il soumet sa demande d'adaptation aux opérateurs alternatifs.

1456. Le délai de mise en œuvre de 3 ou 6 mois prend cours une fois que la documentation « high level » a été mise à la disposition des opérateurs alternatifs. Le CSA peut toutefois écourter ou allonger les délais minimaux applicables compte tenu de l'impact des adaptations sur les opérateurs alternatifs et l'opérateur PSM.

H.2.2. Documentation

1457. La proposition d'adaptation doit comporter suffisamment d'informations de manière à permettre au bénéficiaire d'évaluer correctement l'impact de l'adaptation proposée de leurs propres systèmes. La proposition d'adaptation explicite notamment l'objectif, le calendrier, l'étendue et les limites des adaptations visées. Elle identifie les processus et procédures concernés et les types de modifications envisagées.

1458. L'opérateur PSM fournit la documentation technique « high level » qui comporte une description des changements effectués aux processus et aux procédures et de l'impact au niveau informatique :

- En cas d'adaptation majeure : 6 mois avant la mise en œuvre ;
- En cas d'adaptation mineure : 3 mois avant la mise en œuvre.

1459. L'opérateur PSM fournit ensuite la documentation technique détaillée :

- En cas d'adaptation majeure : 3 mois avant la mise en œuvre ;
- En cas d'adaptation mineure : 1 mois avant la mise en œuvre.

ANNEXE I. CHAÎNE DE VALEUR ET MONITORING DU MARCHÉ DE LA RADIODIFFUSION

I.1. DESCRIPTION DE LA CHAÎNE DE VALEUR DU MARCHÉ DE LA RADIODIFFUSION

1460. La chaîne de valeur du marché de la radiodiffusion élargi reflète les différentes étapes à franchir pour fournir des services de radiodiffusion jusque chez l'utilisateur final. Les différents rôles de cette chaîne de valeur sont décrits dans la figure ci-dessous.

Figure 86 : Chaîne de valeur du marché de la radiodiffusion (Source : Rapport annuel CSA 2015)

1461. Cette figure établit que les acteurs suivants sont actifs sur le marché de la radiodiffusion élargi :

- Les producteurs de contenu produisent le contenu audiovisuel qui peut être regardé par l'utilisateur final, sous la forme d'émissions, de films, etc. Ces fournisseurs de contenu sont par exemple des auteurs représentés par des sociétés de gestion, des maisons de production externes (par ex. : Woestijnvis, Eyeworks, Menuet) et des chaînes produisant des programmes en interne (comme la RTBF et la VRT).
- Traitement par les organismes de radiodiffusion : un organisme de radiodiffusion regroupe le contenu en un ensemble (une « chaîne » ou un programme de radiodiffusion). La RTBF, la VRT et RTL en sont des exemples.
- Distribution par les opérateurs de réseau : le fournisseur d'un réseau de communications électroniques. Par fourniture, l'on entend : « la mise en place, l'exploitation, la direction et la mise à disposition d'un réseau de communications électroniques ». Telenet, Proximus, Nethys, SFR et Norkring sont des exemples d'opérateurs de réseau.
- Enfin, l'utilisateur final est l'utilisateur résidentiel ou non résidentiel auquel le contenu de radiodiffusion est fourni et qui demande l'accès au réseau de radiodiffusion pour

pouvoir recevoir des services de radiodiffusion sur un périphérique (téléviseur, écran d'ordinateur, tablette, GSM…).

1462. Les opérateurs sur le marché de la radiodiffusion sont souvent actifs sur différentes parties de la chaîne de valeur. Ainsi, le propriétaire du réseau est souvent également responsable de son exploitation. En outre, ces parties remplissent aussi souvent le rôle de distributeur de services fournissant du contenu à l'utilisateur final sur le marché de détail[622].

1463. Il convient également de remarquer que le marché de la radiodiffusion est un exemple de ce que l'on appelle « marché à double face ». Sur un marché à double face, une partie intermédiaire dessert deux groupes d'utilisateurs. Le distributeur de services intégré remplit un tel rôle. D'une part, il a une relation avec les fournisseurs de contenu et avec des organismes de radiodiffusion, qui ont besoin d'un canal de distribution pour pouvoir diffuser leur contenu. Ce contenu peut être aussi bien produit en interne qu'obtenu de fournisseurs de contenu. D'autre part, il fournit des signaux de radiodiffusion à l'utilisateur final. Cela lui permet de répercuter les coûts de la transmission sur le fournisseur du contenu de radiodiffusion, l'utilisateur final ou les deux.

I.2. MONITORING DU MARCHÉ DE LA RADIODIFFUSION

1464. Pendant le monitoring permanent du marché de la radiodiffusion, des sources supplémentaires ont été consultées afin d'analyser le degré de substituabilité entre la télévision linéaire et non linéaire, comme décrit précédemment à la section 5.3.1 :

- *« Peter Claes, directeur Médias et Production à la VRT, soutient la thèse selon laquelle les téléspectateurs accordent de l'importance à une grille d'émission fixe : 'L'expérience linéaire reste très importante pour la télévision : il s'agit en effet de se croiser les bras et d'être guidé par l'offre[623]' ».*

- *« 'De nombreux téléspectateurs, surtout les jeunes, recherchent activement leurs émissions', explique Ricus Jansegers, directeur des programmes à Medialaan (VTM, Q2, CAZ, Vitaya). 'Mais un très grand nombre de téléspectateurs souhaitent aussi simplement être divertis après une dure journée de travail. Ils n'ont alors aucune envie de chercher eux-mêmes un film pour lequel il faut en plus encore payer. »*

  « C'est justement pour cette raison que nous recevrons sans doute encore de nouvelles chaînes de niche ces prochaines années, comme CAZ et ZES', estime Peter Quaghebeur, le CEO de SBS Belgium (VIER, VIJF, ZES). 'De nouvelles chaînes comme VIER ou VTM ne seront probablement plus lancées, mais la probabilité est grande que de nouvelles chaînes comme ZES et CAZ voient encore le jour. La majorité des Flamands souhaitent qu'on leur serve un menu, et les chaînes telles que ZES et CAZ

[622] Les services de radiodiffusion par satellite et DVBT-T constituent entre autres une exception à ce principe. L'exploitation technique du réseau de radiodiffusion est ici généralement assurée par une autre partie que le distributeur de services, par exemple SES/ASTRA (satellite) et Norkring (DVB-T).

[623] Article « De kijker blijft conservatief » - De Morgen, 4 janvier 2017 (traduction libre).

comblent un vide laissé par les autres chaînes, avec des films quotidiens, des marathons séries… Du fait de la forte offre locale, nous retrouvons cela de moins en moins.'[624] *»*

- David Brennan (expert en médias) souligne également l'importance d'une grille d'émission fixe[625] :

  « Les téléspectateurs développent inconsciemment une stratégie qui leur permet de faire le meilleur choix avec un minimum de réflexion et d'efforts. Plus les options qui leur sont proposées sont nombreuses, plus ils doivent prendre des décisions – comme c'est le cas actuellement – et plus ils s'accrochent à des émissions qui leur sont familières, qui cadrent avec leur routine ou qui leur sont recommandées. Face à la pléthore, le téléspectateur tranche très vite. Souvent en quelques secondes seulement. Lorsqu'on analyse les habitudes de consommation télé, il est important de savoir comment un téléspectateur opère ses choix. Dans cette optique, la BBC a organisé l'année dernière une enquête auprès de 2.600 personnes. Ces participants ont été invités à tenir pendant 48 heures un registre détaillé des émissions regardées. Quelque 50.000 trajets de vision ont ainsi été enregistrés. »

  « Il ressort de cette étude que le téléspectateur adapte ses habitudes télé surtout à la programmation des grandes chaînes 'classiques'. Plus de 8 téléspectateurs sur 10 savent à l'avance ce qu'ils vont regarder, contre 18 % qui doit encore prendre sa décision. Parmi ces 18 %, la majorité (78 %) recherche une émission télé qui lui plaît. Et la très grande majorité (84 %) de ces 78 % continue à regarder la télé linéaire. Ce schéma se retrouve en outre dans toutes les catégories d'âge et donc aussi chez les enfants et les jeunes adultes. […] »

  « Le pouvoir de l'instant se révèle être un atout formidable pour la télé linéaire. Les gens préfèrent regarder ce qui passe maintenant à la télé que les émissions d'hier ou de la semaine dernière. »

- *« 'Une enquête menée auprès des clients a révélé que 80 % des abonnés regardaient régulièrement ces chaînes et les considéraient comme un guide pour le large éventail de l'offre, qui est plus forte que jamais. Il ressort d'une analyse permanente et d'une enquête auprès des clients que celles-ci occupent toujours une place importante pour le téléspectateur. Parmi les clients Play More, 80 % indiquent regarder régulièrement une des chaînes et trois clients sur 4 utilisent aussi bien les chaînes que les demandes. En outre, les clients indiquent également que les chaînes linéaires ont une fonction de guide idéal, du fait de l'offre élargie. C'est pourquoi nous avons également donné*

[624] Article « Nieuwe zenders doen niets nieuws » - De Morgen, 30 septembre 2016 (traduction libre).

[625] Interview « La magie de la télévision » - VARIA, août-octobre 2015.

aux chaînes linéaires une place plus importante et une définition plus précise', indique Jeroen Bronselaer (Telenet) » [626]

- *« Il ressort des résultats que la tendance vers un visionnage actif ne peut pas être surestimée et que les Flamands regardent la télévision de manière relativement routinière. Malgré la variation entre les différentes chaînes, la fidélité à la chaîne reste une variable importante dans l'explication des habitudes en matière de télévision, tout comme le genre et la programmation. »* [627]

- *« Linear viewing was also valued by most participants for offering a familiar, effortless and often more passive viewing experience with scheduled content served to them. »* [628]

- *« Our survey results do not suggest that the participants use a conscious decision process or put a lot of effort into making informed choices about what to watch on TV. Respondents seemed to resort to the easiest ways to find something to watch, i. e. programs they watched regularly or programs they found through channel surfing. Similar behavior has been observed e.g. by Taylor and Harper (…). This suggests that the linear program supply is an important tool for people when deciding what to watch, both because it is regular and familiar and because it flows by the tv watcher within easy reach. »* [629]

- Dans la proposition de révision de la directive SMA, la distinction entre « linéaire » et « non linéaire » est maintenue :

  Considérant (58) Les services de médias audiovisuels à la demande diffèrent de la radiodiffusion télévisuelle eu égard au choix, au contrôle que l'utilisateur peut exercer et à l'impact qu'ils ont sur la société. Cela justifie une réglementation plus légère des services de médias audiovisuels à la demande, qui ne devraient se conformer qu'aux règles minimales prévues par la présente directive.[630]

- *« Le public dispose de très nombreux services flexibles qui permettent de s'éloigner de la grille d'émission linéaire classique de plusieurs manières. Néanmoins, la télévision linéaire reste tout de même populaire. Selon les chiffres du Digimeter (2014), 63 % des Flamands interrogés indiquent regarder quotidiennement la*

---

[626] Article « Telenet bouwt PRIME om tot Play more » – Tvvisie, 14 décembre 2016 (traduction libre).

[627] Mémoire « Waar kijken we naar als we televisie kijken? » – Ferre Vanderveken, master en communication et médias, p. 1. Étude « Linear vs. non-linear viewing: A qualitative investigation exploring viewers' behaviour and attitudes towards using different TV platforms and services providers » – Kantar Media pour le compte d'Ofcom, 13 mai 2016

[628] Étude « Linear vs. non-linear viewing: A qualitative investigation exploring viewers' behaviour and attitudes towards using different TV platforms and services providers » – Kantar Media pour le compte d'Ofcom, 13 mai 2016, p. 6

[629] « How to choose and how to watch – an on-demand perspective on current tv practice » – Asa Dustrom et al, décembre 2009, p. 4.

[630] Directive Services de médias audiovisuels, considérant 58.

télévision linéaire, alors que 31 % d'entre eux indiquent aussi regarder quotidiennement la télévision non linéaire.

Selon l'étude CIM TV (2014), les téléspectateurs flamands regardent, en moyenne, 93,5 % du temps la télévision linéaire et 6,5 % du temps la télévision non linéaire. Selon l'UER (2014), la prévision pour 2020 est que la télévision linéaire restera dominante, mais que la télévision à la demande continuera à gagner du terrain. La télévision linéaire est populaire auprès de tous les groupes d'âge, mais aujourd'hui, la télévision en différé et à la demande est aussi populaire chez les plus jeunes (15-29) que la télévision linéaire (Digimeter, 2014). [631]*. »*

- *« La consommation linéaire de la télévision et de la radio reste pour de très nombreux Flamands la principale forme de consommation des médias. Le visionnage et l'écoute en direct restent pertinents du point de vue des missions d'information contraignantes de la VRT. Toutefois, l'on observe clairement une tendance vers des comportements plus flexibles et non linéaires en matière de consommation des médias. Les consommateurs de médias consomment de plus en plus du contenu où ils le souhaitent, quand ils le souhaitent et comme ils le souhaitent. Les médias sociaux et les sites Internet gagnent en importance dans la consommation des médias par le Flamand. »* [632]

- *« Non-linear viewing of content is set to continue to grow over the next three years, but it is not as likely to cannibalise linear TV viewing as in recent years, according to new research. »*[633]

- *« Qualitative consumer surveys and quantitative measures consistently produce varied results in regards to consumption of online long form video, which can largely be attributed to the passive nature of television consumption. Television audiences continue to follow established viewing patterns in regards to channels and programming in contrast to the more pro-active content discovery behaviour common in online platforms. »* [634]

- Le rapport sur la concentration des médias de 2016[635] traite de l'importance des chaînes « must-have » :

[631] « Benchmark van de publieke omroep in Europa: een analyse van het aanbod, financiering en publieksbereik » - Étude réalisée pour le Gouvernement flamand et le Département Culture, Jeunesse, Sport et Médias de la Communauté flamande, 30 juin 2015

[632] Contrat de gestion 2016-2020 entre la Communauté flamande et la VRT, p. 8 (traduction libre).

[633] « Non-linear viewing to complement, not replace linear TV » – Digital TV Europe, 4 mars 2016.

[634] « Évolution actuelle des marchés et des technologies dans le secteur de la radiodiffusion » – IHS Technology pour l'OMPI, 17 juin 2015.

[635] Rapport sur la concentration des médias de 2016, Vlaamse Regulator voor de Media.

« Ce n'est probablement pas tant les chaînes 'must-have', mais plutôt les productions flamandes et les émissions en direct (sport, actualités, community television) sur ces chaînes 'must-have' qui sont importantes pour la télévision linéaire.

L'aspect social de la télévision a de ce fait un peu disparu avec les années », explique Wendy Van den Broeck du centre de recherche sur les médias iMinds-SMIT. « C'est la raison pour laquelle les chaînes et les réalisateurs d'émissions recherchent spécifiquement les émissions qui éveillent encore cela. »

D'autant plus parce que celles-ci attirent non seulement plus d'audimat et des habitudes plus constantes en matière de télévision mais aussi plus d'annonceurs. (De Morgen, « Tv kijken doe je in groep », 10 février 2016, traduction libre). Ces émissions sont par exemple 'K3 zoekt K3', 'De Slimste Mens Ter Wereld' et 'De Mol'. La finale de 'K3 zoekt K3' a été l'émission la plus regardée en 20 ans pour la chaîne commerciale VTM. Le jour de la finale, plus de 170.000 tweets ont été envoyés concernant le show. (De Tijd, « Lineaire televisie is niet dood », 10 novembre 2015, traduction libre)

Vu que tous les médias l'ont annoncé, il était difficile de ne pas connaître le résultat, même pour ceux qui n'avaient pas vu l'émission en direct (#spoileralert). Avec le retour de « De Mol », VIER a touché la corde sensible. Environ 300.000 fans, soit 1 téléspectateur sur 3, ont continué le jeu en ligne via demol.vier.be. Il s'agit d'une plateforme de Telenet et de VIER qui regorge d'informations supplémentaires et d'extraits non diffusés. (Het Laatste Nieuws, « Wie moet De Mol net voor de finale verlaten? », 14 mars 2016, traduction libre) Environ 60.000 fans de De Mol ont tenu un carnet en ligne où ils conservaient les extraits suspects et les commentaient. Le site Internet connaissait son pic entre 21h et 23h le lundi soir, à l'heure de l'émission, jusqu'à une heure plus tard. (De Morgen, « De mol komt boven op het internet », 14 mars 2016, traduction libre) La création d'une communauté via les médias sociaux n'est pas uniquement réservée aux émissions de télévision, les émissions de radio utilisent également ceux-ci pour créer une mode. Il suffit de penser à l'émission Hautekiet, sur radio 1. Le hashtag #Hautekiet a plusieurs fois été un sujet tendance sur Twitter. Les réalisateurs d'émissions utilisent constamment les médias sociaux pour interagir avec leurs auditeurs. »

ANNEXE J. SYNTHÈSE DES RÉACTIONS À LA CONSULTATION PUBLIQUE

1465. Du 7 juillet au 29 septembre 2017 s'est tenue une consultation publique sur le projet de décision du Collège d'autorisation et de contrôle du CSA concernant l'analyse du marché de la radiodiffusion télévisuelle. Les parties prenantes et les opérateurs suivants ont envoyé une contribution : Proximus, Telenet, Brutélé, Nethys, Orange Belgium, WIN et Cable Belgium. L'IBPT a, en outre, reçu des contributions de Platform alternative business operators (ci-après : Platform), Edpnet, Beltug, WIN, Belcenter, Verizon, [confidentiel], Eandis et Infrax, Eurofiber, Cable Europe et Test-Achats.

1466. Les contributions reçues sont synthétisées ci-dessous. Il convient de remarquer qu'un certain nombre de répondants ont formulé des remarques avec un caractère transversal, relatives à plusieurs marchés de gros. Ces remarques ne seront reprises qu'une seule fois dans la présente synthèse.

1467. Cette synthèse reprend les réactions des différentes parties prenantes dans les grandes lignes et n'a pas pour objet d'être exhaustive ni de refléter toutes les nuances exprimées ; le lecteur est renvoyé aux sections spécifiques.

J.1. GÉNÉRALITÉS

1468. De manière générale, Proximus déplore l'absence, dans les propositions soumises, d'une approche claire et tournée vers l'avenir pour de grands investissements au niveau des infrastructures, ce qui, en outre, menace même la concurrence par les infrastructures. Proximus estime qu'il manque une série d'évolutions concernant le déploiement du FTTH dont l'IBPT doit tenir compte dans son analyse (projets des opérateurs de réseau d'autres industries de réseau, déploiement de la fibre optique par Telenet, projets concernant un « réseau numérique du futur » en Flandre de la déclaration de septembre du ministre-président flamand Geert Bourgeois).

1469. Telenet, Brutélé et Nethys, ainsi que Cable Belgium déplorent le fait que, selon eux, 20 ans après la libéralisation, au lieu d'un allègement de l'interventionnisme réglementaire, la charge réglementaire proposée ne fasse qu'augmenter pour les opérateurs qui ont consenti d'importants investissements. Les câblo-opérateurs dénoncent la punition infligée aux opérateurs qui investissent, alors que les opérateurs réfractaires au risque sont récompensés.

1470. Brutélé et Nethys estiment injuste d'être logés à la même enseigne que Telenet, étant donné que Telenet propose ses services sur une zone bien plus densément peuplée et est bien plus forte en Flandre et à Bruxelles que Brutélé et Nethys sur leur territoire.

1471. Orange Belgium peut suivre le CSA dans ses principales constatations et conclusions du projet de décision, mais demande l'imposition de mesures plus strictes. Ainsi, Orange Belgium souhaite qu'il y ait rapidement une offre de fibre optique de gros réglementée sur le marché non résidentiel qui garantisse la reproductibilité technique et financière.

J.2. MARCHÉ DE DÉTAIL

1472. Selon Proximus, le marché belge de la large bande est concurrentiel et supporte brillamment la comparaison avec d'autres pays européens, grâce à son offre extrêmement vaste et de haute qualité,

ainsi qu'à des prix en baisse qui font partie du groupe le plus bas (large bande standalone) et du groupe moyen (triple play) au sein de l'Union européenne. Selon Proximus, en l'absence de défaillances du marché ou de préjudice au consommateur au niveau de détail, une intervention réglementaire n'est donc plus recommandée pour Proximus au niveau de gros, surtout pas lorsqu'il y a deux réseaux NGA.

1473. Proximus renvoie également au succès d'Orange et à Scarlet, qui est durablement l'opérateur le moins cher du marché. Proximus souligne le fait que l'offre large bande est de haute qualité et figure dans le top européen en termes de degré de couverture. Proximus souligne également le fait que les opérateurs ont annoncé de grands investissements dans le réseau, ce qui fait que les vitesses large bande continueront à augmenter dans le futur.

1474. Telenet note que le CSA se concentre uniquement sur une analyse de prix unilatérale, sans prendre en compte la qualité élevée des réseaux fixes belges. Telenet remarque que, dans une perspective d'avenir, il convient de tenir compte de la pertinence de la large bande mobile et de l'émergence de différents services OTT. De plus, Telenet note que le CSA ne prévoit pas de parts de marché concernant le quadruple play, malgré le fait que la Belgique soit l'un des pays de l'UE où la pénétration du quadruple play est la plus élevée.

1475. L'ouverture des réseaux câblés n'est pas nécessaire, étant donné que le secteur des télécoms est concurrentiel selon Brutélé et Nethys. Brutélé et Nethys contestent également l'affirmation selon laquelle les prix ont augmenté.

1476. Les câblo-opérateurs estiment que la large bande fixe et la large bande mobile sont bel et bien substituables. Telenet note que les marchés de la téléphonie fixe et mobile n'ont pas été analysés, malgré l'accent mis sur l'importance croissante des produits multiple play. Malgré le fait que Telenet estime que la télévision analogique est une technologie vouée à disparaître et qui est de moins en moins pertinente, celle-ci fait tout de même partie du marché selon Telenet.

1477. Selon Brutélé et Nethys, la substitution dans une direction est insuffisante pour reprendre la télévision analogique dans la définition du marché. Ils renvoient également au fait que la définition du marché géographique n'est pas déterminée au niveau de détail, ce qui fait que l'IBPT ne peut, selon eux, pas tirer de conclusion concernant l'existence de problèmes de concurrence sur le marché. Selon Brutélé et Nethys, le CSA omet également d'examiner la question de la substitution en chaîne des câblo-opérateurs au niveau de détail.

1478. Brutélé et Nethys déplorent également le fait que le CSA ne se prononce pas sur l'existence d'un marché des offres groupées malgré l'influence que celui-ci exerce sur les conclusions de l'analyse des marchés de gros, ce qui augmente artificiellement les parts de marché de Brutélé et de Nethys et sous-estime celles de Proximus et de Orange, qui offrent uniquement la télévision dans le cadre d'une offre groupée.

1479. Orange est d'accord avec la définition de marché des marchés de détail. Il insiste sur le succès du quadruple play et les menaces qui en découlent pour les acteurs « mobile only » (reprises au sein du secteur, tendance à la convergence, stratégies tarifaires des grands opérateurs, où les produits double play ont un prix élevé, alors que d'importantes réductions sur les offres groupées sont octroyées).

1480. EDPnet plaide en général et partout pour l'utilisation du choix de plan tarifaire en tant que critère pour déterminer si un utilisateur appartient ou non à une certaine catégorie (résidentielle ou non résidentielle).

1481. Test-Achats estime qu'en cas d'augmentation des prix, les clients ne défont pas leur offre groupée en éléments distincts. Cela suggère plutôt la présence d'un marché des offres groupées. Dans le même contexte, elle renvoie à l'importance du marché mobile pour pouvoir se montrer concurrentiel sur le marché du quadruple play, qui devient de plus en plus important.

J.3. MARCHÉS DE GROS

J.3.1 Définition du marché

1482. En ce qui concerne la définition du marché de gros de l'accès local, Proximus conteste l'hypothèse de l'IBPT de prendre comme point de départ le dégroupage cuivre sur le marché WLA dans l'exercice de substitution.

1483. Proximus conteste le fait que le bitstream via câble coaxial ne soit pas considéré comme un substitut fonctionnel pour une solution bitstream FTTH et/ou DSL. Selon Proximus, l'IBPT doit examiner si les produits sont « suffisamment » substituables entre eux. Proximus met également en question les études économiques de TERA, étant donné qu'il arrive à une autre conclusion sur la base de son analyse de la contrainte directe. Selon Proximus, l'IBPT s'appuie à tort sur les « coûts liés à la transition » comme élément fondamental dans sa substitution du côté de la demande. Selon sa propre analyse de la substitution, une offre bitstream via câble coaxial constituerait effectivement un substitut fonctionnel pour une solution bitstream FTTH et/ou DSL. En outre, l'IBPT conclut erronément, selon Proximus, à la substituabilité entre le bitstream pour les particuliers et le bitstream pour les professionnels et fait ainsi preuve d'incohérence vis-à-vis de son analyse de la substituabilité entre les offres de détail résidentielles et non résidentielles. Proximus estime également que l'IBPT n'interprète pas correctement les trois conditions VULA et les applique de manière erronément stricte, ce qui est en contradiction avec l'approche pragmatique de la Commission européenne et de plusieurs autres régulateurs dans l'UE. Proximus est aussi d'avis que le VULA devrait être repris dans le marché 3a, y compris le VULA sur le câble. Proximus ajoute enfin qu'il déplore le fait que l'accent de la définition du marché porte uniquement sur les coûts et que les différences de qualité entre Proximus et les câblo-opérateurs ne soient pas suffisamment prises en compte.

1484. Telenet partage l'avis de l'IBPT selon lequel le câble ne doit pas être repris dans le marché de l'accès local (marché 3a), en raison des facteurs techniques et du manque de pression indirecte sur les prix. Toutefois, Telenet estime que l'IBPT néglige le marché 3a et se concentre surtout sur le marché 3b parce que ce n'est que de cette manière que les câblo-opérateurs sont pris en considération, étant donné que le dégroupage, le partage du spectre et le VULA ne sont pas faisables techniquement, économiquement ou pratiquement sur le câble.

1485. En ce qui concerne le marché de gros de l'accès central (« marché 3b »), Telenet est fondamentalement en désaccord avec la proposition d'analyse de substituabilité et de définition du marché. Dans un premier temps, Telenet estime que l'IBPT se concentre uniquement sur les coûts liés à la transition, alors qu'une approche modified greenfield doit partir d'un nouvel opérateur (donc sans ou avec très peu de coûts liés à la transition). Ensuite, Telenet estime que l'analyse de la pression indirecte est également erronée, étant donné que l'IBPT se base selon lui sur des valeurs improbables pour certaines

variables clés. Troisièmement, Telenet estime que même s'il n'est pas question de pression directe ou indirecte, la pression indirecte doit être prise en compte dans la phase de l'analyse PSM et la détermination des remèdes appropriés, ce qui devrait faire en sorte soit de déréguler le marché, soit d'imposer des obligations plus légères, au lieu de créer un marché parallèle pour les câblo-opérateurs bitstream. Telenet estime en outre que le VULA devrait être repris dans le marché 3a ou au moins dans le marché en amont du marché 3b, mais pas dans le marché 3b. Selon Telenet, l'IBPT doit également examiner la substitution en chaîne entre les marchés 3b-1 et 3b-2.

1486. En ce qui concerne les marchés de l'accès central via le câble (« marché 3-b2 »), Telenet note qu'un test des trois critères doit être établi, étant donné que ce « marché 3-b2 » n'est pas repris dans la recommandation. En outre, Telenet estime que les réseaux câblés ne doivent pas être régulés de la même manière que Proximus, étant donné que la fourniture en gros d'accès central (ou WCA pour « wholesale central access ») a peu de valeur pour les câblo-opérateurs par rapport à l'accès bitstream sur le réseau de Proximus, étant donné qu'il n'est pas possible pour les demandeurs d'accès de gravir l'échelle des investissements via les réseaux câblés (parce que, selon Telenet, l'ULL, le partage du spectre et le VULA ne sont pas possibles sur le réseau câblé).

1487. En ce qui concerne le marché de gros de la radiodiffusion, Telenet émet des critiques concernant le fait que l'accès à la plateforme IPTV de Proximus ne soit pas considéré comme substitut pour la revente de la télévision sur le câble. Selon Telenet, il manque également, sans motivation, une analyse de la pression indirecte sur le marché de gros de la radiodiffusion. [confidentiel].

1488. En ce qui concerne l'OTT, les câblo-opérateurs estiment que ces offres doivent être reprises dans la définition du marché, parce qu'elles exercent une pression concurrentielle importante sur la télévision classique et que leur importance ne fera qu'augmenter dans le futur. Brutélé et Nethys renvoient à la récente annonce de Medialaan concernant le lancement de son propre service OTT payant (Stievie Premium) afin de s'adresser au public (principalement jeune) qui préfère la télévision via Internet à la télévision classique.

1489. Brutélé et Nethys estiment que les réseaux de Proximus et des câblo-opérateurs doivent être repris dans le même marché de gros. Brutélé et Nethys contestent le fait que les services câblés de gros et les services xDSL ne soient pas substituables du côté de la demande, en raison des coûts de migration entre les deux infrastructures. Selon Brutélé et Nethys, le CSA doit partir de la situation d'un nouvel opérateur sur le marché, ce qui fait qu'il n'est pas question de coûts de migration. Brutélé et Nethys renvoient au fait qu'Orange utilise déjà les deux types d'infrastructure et peut donc décider au cas par cas s'il raccorde ou non un client au DSL ou au réseau câblé. D'autre part, Brutélé et Nethys renvoient également à l'existence d'une pression indirecte sur les prix de gros via les prix de détail. Brutélé et Nethys en concluent que les deux services de gros sont substituables et doivent donc être repris dans le même marché.

1490. Selon Cable Europe, l'analyse de la pression indirecte n'est pas conforme au cadre et devrait servir à évaluer si la position sur le marché de l'opérateur historique est limitée ou non par le câble et ne devrait pas servir à créer des marchés de gros séparés.

1491. Orange Belgium est d'accord avec la définition de marché des marchés de gros. Orange considère l'élément de la pression indirecte comme purement hypothétique, vu qu'aucun des opérateurs intégrés verticalement n'a jamais proposé d'offres concurrentielles permettant à une partie indépendante de

réellement faire concurrence, et que, au contraire, ils ont systématiquement tenté de ralentir et d'attaquer en justice les obligations de proposer des offres de gros.

1492. Selon Cable Europe, les offres de radiodiffusion via satellite devraient également être reprises dans la définition du marché.

J.3.2 Analyse PSM

1493. Proximus déclare qu'aucune position PSM ne peut être constatée dans le chef de Proximus, et que la régulation large bande existante de Proximus peut être progressivement supprimée : premièrement, dans les zones où plusieurs réseaux NGA sont présents ; deuxièmement, en raison de la forte diminution des offres de gros régulées traditionnelles ; troisièmement, en raison des plans de Proximus de mettre volontairement une offre de gros sur le marché pour le DSL et le FTTH pour les demandes à caractère raisonnable ; et enfin, en raison de l'existence d'une demande concrète et de l'achat de gros sur câble coaxial.

1494. Telenet estime que les câblo-opérateurs n'auraient pas de PSM si les marchés de gros de la large bande étaient correctement définis.

1495. En ce qui concerne le marché de gros de la radiodiffusion, Telenet estime que le CSA ne tient pas compte d'une série d'évolutions sur le marché de détail, dont il ressortirait qu'il n'est pas satisfait au test des trois critères. Ainsi, Telenet note que le test des trois critères ne comporte presque pas d'éléments prospectifs, mais est plutôt tourné vers le passé, ce qui fait que l'importance de la télévision analogique, qui est selon lui une technologie vouée à disparaître, est largement surestimée. Telenet est étonné que le CSA ne mentionne même pas les évolutions sur le plan de l'OTT dans la tendance à la concurrence effective, alors que tous les opérateurs télécoms belges se préparent stratégiquement à l'entrée future de l'OTT en développant leurs propres applications OTT. Telenet conclut que les barrières à l'entrée sont provisoires et qu'il y a une forte tendance à la concurrence effective.

1496. Selon Brutélé et Nethys leurs parts de marché sont en train de diminuer, au détriment de Proximus, ce qui caractérise l'absence de dominance. L'assimilation du succès de Telenet à Brutélé et Nethys leur donne un trop grand poids et passe outre la très forte position de Proximus, tant en Wallonie qu'à Bruxelles.

1497. Orange est d'accord avec l'identification des opérateurs puissants.

J.3.3 Obligations imposées à Proximus

1498. Proximus estime que l'imposition d'accès physiques affaiblit fondamentalement la concurrence par les infrastructures à plus long terme. L'opérateur souligne l'intérêt limité pour l'accès local sur cuivre, ce qui rendrait l'établissement d'un modèle de coûts disproportionné.

1499. Selon Proximus, le marché du dégroupage (marché 3a) pour la fibre optique est un exercice purement théorique étant donné qu'un dégroupage physique/passif pour le réseau FTTH GPON de Proximus est impossible sur le plan technique, opérationnel et économique. Selon lui, l'important est de faire évoluer chaque forme de FTTH vers des formes actives/virtuelles d'accès de gros.

1500. Selon Proximus, l'on ne peut dire qu'une mesure de contrôle des prix ne constitue pas une contrainte pour l'opérateur puissant et Proximus insiste sur le fait que, si l'IBPT souhaite tout de même ouvrir le réseau FTTH et DSL, tous les coûts doivent pouvoir être récupérés via l'accès régulé.

1501. En ce qui concerne le NGA, Proximus estime les prix d'accès orientés vers les coûts pour l'accès large bande de gros inappropriés. Proximus estime que, vu la pression sur le marché de détail via, d'une part, d'autres produits régulés (en amont et/ou virtuels) et, d'autre part, via une infrastructure concurrente et vu la présence d'une Equivalence of Input (EoI), il est interdit d'imposer une mesure de contrôle des prix sur le NGA (FTTH et VDSL) et une obligation d'Economic Replicability Test (éventuellement en combinaison avec une Equivalence Of Input) doit être imposée à la place. Selon Proximus, l'actuel cadre réglementaire européen demande de plus en plus de renoncer à la réglementation des prix ex ante imposée pour les investissements NGA le cas échéant, en raison de l'importance réelle des incitations à investir correctes. Proximus insiste sur le fait que le concept de tarifs équitables est arbitraire et n'apparaît dans aucune recommandation de la Commission européenne ; il s'agirait uniquement d'une forme moins restrictive d'orientation sur les coûts. Proximus estime que la validation d'accords commerciaux constituerait une meilleure option et qu'il ne serait pas satisfait aux conditions fixées dans le cadre de la recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts. En outre, Proximus remarque que l'analyse de marché prévoit une obligation de prix raisonnables pour un réseau GPON, ce qui en soi ne permet pas d'accès local. Proximus conclut pour cette raison que l'obligation est donc purement théorique. En ce qui concerne le FTTH, en l'attente du modèle de coûts, il n'y a selon Proximus aucune hâte à prendre des mesures temporaires vu le faible nombre de lignes.

1502. En ce qui concerne la différenciation géographique des obligations visant à adapter la réglementation en fonction du nombre d'opérateurs NGA actifs dans les différents territoires, le raisonnement utilisé n'est pas cohérent selon Proximus par rapport au raisonnement qui est utilisé dans le cadre des nouveaux investissements dans la fibre optique, étant donné que les opérateurs qui ont déjà investi dans le passé et qui investissent à présent de manière massive dans l'infrastructure NGA ultra (100+ Mbps) seraient à présent punis par une lourde régulation des prix et de l'accès, alors qu'un régime réglementaire allégé serait en vigueur pour des investissements plus légers, plutôt incrémentaux dans la mise à niveau vers un réseau NGA simple.

1503. Telenet estime que le fait de ne pas reprendre l'évaluation d'une possible obligation VULA est une grave erreur qui invaliderait aussi sa proposition de régulation des marchés 3b-1 et 3b-2.

1504. Orange Belgium estime que les obligations proposées sont en général raisonnables. Elles pourraient contribuer à augmenter les investissements dans les réseaux NGA. Orange Belgium, en ce qui concerne l'accès à la fibre optique, donne la priorité à l'accès aux points de concentration et voit le dégroupage en longueur d'onde comme une éventuelle solution à moyen terme. [confidentiel]. Orange Belgium rejoint le régulateur pour le choix de l'orientation vers les coûts étant donné que l'absence d'équivalence des intrants n'est pas la raison de viser l'orientation vers les coûts.

1505. Beltug et Orange demandent d'intercaler une période de transition pour retirer la régulation lorsqu'un troisième NGA est présent et Beltug souligne l'importance d'une bonne délimitation de la zone dans ce contexte.

1506. La Platform estime que plusieurs options sont nécessaires : le VULA, le WBA et l'accès passif local (gaines, cuivre, fibre optique, longueur d'onde). Elle demande par conséquent que toutes les options restent disponibles. Elle met en garde contre l'exclusion de l'accès passif. La Platform demande en outre à l'IBPT de suivre proactivement, outre la transparence, les principes de non-discrimination via, par exemple, des tests de compression de marge, des périodes de notification acceptables pour la

suppression progressive de services et de bâtiments, la possibilité pour les OLO de lancer de nouveaux services en même temps que Proximus et de définir des KPI clairs pour Proximus.

1507. En ce qui concerne l'accès à la fibre optique, selon Eandis/Infrax, il ne faut pas imposer une forme d'accès passif précise. Il met au moins en avant le PON (passive optical network) comme topologie avec un point de concentration suffisamment grand. Il est favorable à la première option proposée, qui consiste à imposer une obligation d'accès « passif » à la fibre optique partout où on l'utilise. Selon Eandis/Infrax, la technologie de longueur d'onde n'est possible que comme solution de secours lorsque la fibre optique a été déployée.

1508. La tendance de Beltug concernant l'accès à la fibre optique est de préférer l'accès passif, entre autres pour les possibilités de différenciation pour les OLO. Pour Beltug, il est essentiel de prévoir des points de concentration (des points de concentration plus grands dans les zones urbaines et dans les zones rurales pas trop loin des réseaux des OLO). Beltug ne soutient pas l'idée de diminuer la période de notification de 5 à 2 ans si un point d'accès à la boucle locale est fermé étant donné que les contrats non résidentiels sont toujours conclus pour une durée de plus de 2 ans.

1509. [confidentiel] est favorable à l'accès dégroupé aux points de concentration et au dégroupage en longueur d'onde là où la fibre optique a déjà été déployée.

1510. Verizon demande à l'IBPT d'imposer à Proximus une offre de revente régulée sur son réseau FTTH, comme l'ARCEP l'a fait en France dans son projet de décision.

1511. Belcenter donne la préférence à une solution bitstream comme accès à la fibre optique. Si la réglementation de la boucle locale est envisagée, Belcenter est favorable à l'accès aux gaines, étant donné que cela permet la plus grande flexibilité aux opérateurs alternatifs en ce qui concerne la technologie utilisée (PtoP vs GPON). Belcenter demande d'obliger immédiatement Proximus à offrir l'accès au réseau de fibre optique déployé, sans tenir compte des zones « greenfield » ou « brownfield ». Sur le plan de la transparence, Belcenter demande que l'on oblige Proximus à fournir un calendrier actualisé avec les zones où la fibre optique est déployée à ce moment, et ce afin de garantir la non-discrimination sur le plan du détail. Belcenter attire l'attention du régulateur sur le risque de discrimination que pourrait entraîner une validation des prix sur la base d'une négociation commerciale exclusive entre Proximus et un autre OLO.

1512. WIN a une préférence pour l'accès du type actif virtuel.

1513. Eurofiber met en garde contre d'éventuelles retombées de la réglementation orientée vers le résidentiel sur le marché non résidentiel et encourage les co-investissements avec l'accès mutuel. Selon Eurofiber, la réglementation doit stimuler le déploiement d'infrastructures alternatives, étant donné que toutes les parties ont intérêt à accélérer le déploiement de la fibre optique.

1514. EDPnet suggère que les revenus que Proximus tire de la vente de bâtiments qu'elle ferme dans le cadre de l'amélioration technique de son réseau soient pris en compte dans la révision des tarifs réglementés.

J.3.4 Obligations imposées aux câblo-opérateurs

1515. Selon Telenet, du fait que l'accès central de gros au réseau de Proximus est régulé, il serait trompeur d'envisager de réguler l'accès central de gros aux câblo-opérateurs de la même manière. Si une obligation d'accès devait tout de même être imposée, alors la portée de l'obligation d'accès doit être

limitée aux bénéficiaires qui souhaitent utiliser un tel accès afin de s'adresser au segment B2C, vu que Telenet n'est pas dominant sur le marché B2B. Telenet souligne à cet égard que le bitstream par câble est intrinsèquement moins adapté pour la fourniture de services B2B que le bitstream sur DSL.

1516. En ce qui concerne le marché de gros de la radiodiffusion, Telenet estime que l'accès à fournir dans le cadre des offres de référence actuelles de Telenet devrait être maintenu, en d'autres termes il ne faut pas introduire de nouvelles obligations ou des obligations complémentaires (comme l'accès à la vidéo à la demande ou à d'autres services interactifs).

1517. Selon Telenet, il ne doit pas y avoir de prix de gros régulés, mais seulement une obligation de non-discrimination (basée sur l'équivalence des intrants ou des extrants). Une mesure de contrôle des prix est selon lui inutile ou disproportionnée. Telenet remarque que le concept de prix raisonnables n'est pas conforme à la recommandation de la Commission européenne de 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts. S'il y a tout de même une régulation, Telenet demande une sorte de mesure « cost plus », qui est moins restrictive que l'orientation vers les coûts. Telenet indique que la marge ne pourrait continuer à se limiter au WACC.

1518. L'obligation proposée de donner l'accès à l'EuroPacketCable est injustifiée selon Telenet, étant donné que les câblo-opérateurs n'ont pas de position PSM sur le marché de la téléphonie fixe et que Proximus n'aurait plus d'obligations CS/CPS. Telenet remarque d'ailleurs que la configuration EuroPacketCable actuelle est progressivement supprimée et remplacée.

1519. Pour Brutélé et Nethys, il est incompréhensible que le CSA prévoie d'alourdir les obligations qui pèsent déjà sur eux. Brutélé et Nethys soulignent le fait que leur imposer des obligations semblables à celles des opérateurs nationaux et plus importants, comme Proximus, Telenet et Orange Belgium, compromet leur potentiel concurrentiel en tant que challengers.

1520. Pour Brutélé et Nethys, une mesure de contrôle des prix n'est pas nécessaire. Ils sont vivement opposés au modèle de coûts BULRIC. Cela va, selon Brutélé et Nethys, à l'encontre d'une bonne administration et de la sécurité juridique (étant donné qu'il s'agit déjà de la troisième modification de la méthodologie de détermination des prix, cela décourage les opérateurs à investir). En outre, cela ne tient pas compte de la structure des coûts de chaque opérateur. Nethys et Brutélé concluent donc que la mesure de contrôle des prix est inutile et disproportionnée, également en raison du timing. Ils proposent donc de laisser le marché suivre son cours et de n'intervenir que si nécessaire (comme ce qui se fait en Irlande).

1521. Brutélé et Nethys saluent la différenciation géographique des obligations, mais déplorent le fait que cela s'accompagne de mesures plus lourdes dans les autres zones et que cela concerne uniquement la large bande et non le marché de la radiodiffusion. En outre, Brutélé et Nethys indiquent que la période de 3 ans est bien trop courte pour récupérer les investissements.

1522. Selon les câblo-opérateurs, l'obligation de comptabilisation des coûts est disproportionnée et représente une trop grande charge de travail.

1523. En ce qui concerne la mesure de contrôle des prix pour les câblo-opérateurs, Proximus estime que le risque d'investissement pour le câble (tant large bande que radiodiffusion) est égal ou inférieur à celui pour le VDSL, contrairement à la fibre optique, ce qui fait que la mesure de contrôle des prix pour le câble devrait s'aligner sur le VDSL.

1524. En ce qui concerne le câble, Orange Belgium marque son accord sur le principe de l'orientation vers les coûts. [confidentiel].

1525. Orange Belgium confirme son intérêt vis-à-vis de l'EuroPacketCable et note que celui-ci a un impact moins important sur les opérateurs PSM, étant donné que le coût de développement est entièrement pour l'OLO.

1526. Orange Belgium demande de garanties plus strictes d'une série d'éléments opérationnels de manière à ce que cela prenne moins de temps.

1527. Belcenter n'est pas du tout favorable à l'idée de différenciation géographique des obligations, étant donné que l'accès au bitstream reste nécessaire pour favoriser les investissements dans l'infrastructure.

1528. La Platform et Belcenter souhaitent que l'exception de ne pas réguler ne soit pas uniquement appliquée aux entreprises multi sites, mais aussi aux entreprises single site, étant donné que le marché PME est très fortement dominé par Proximus.

1529. La Platform demande également de prévoir une série d'éléments opérationnels qui doivent permettre d'augmenter le nombre de services et de produits adaptés aux besoins professionnels.

1530. Eurofiber souligne le fait que la régulation doit assurer l'efficacité et la rapidité de certains processus opérationnels (comme les licences et les travaux de terrassement).

1531. Selon Cable Europe, l'obligation de l'EuroPacketCable est disproportionnée, étant donné qu'il semble que le caractère attrayant de l'offre d'Orange ne souffrirait pas de l'absence de téléphonie fixe alors que, selon elle, presque tous les citoyens disposent actuellement d'un téléphone mobile, qu'ils peuvent également utiliser à l'intérieur des bâtiments. En outre, elle renvoie à l'existence de solutions VoIP sur le marché.

ANNEXE K. PRISE EN COMPTE DES OBSERVATIONS DE L'AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE

K.1. INTRODUCTION

1532. Le Collège d'autorisation et de contrôle du CSA a adressé à l'Autorité belge de la conccurence (ci-après « ABC ») par courrier daté du 26 février 2018, son projet de décision concernant l'analyse du marché de la radiodiffusion télévisuelle.

1533. L'ABC, également saisie des projets de décision des autres régulateurs médias et de l'IBPT, a basé sa réponse sur le projet de décision de ce dernier.

1534. La présente annexe a pour but de prendre en compte les observations de l'ABC.

K.2. LA DÉFINITION DU MARCHÉ DE DÉTAIL

K.2.1 L'inclusion de la télévision par satellite dans le marché de la radiodiffusion télévisuelle

Avis de l'ABC

1535. L'ABC fait référence à la pratique décisionnelle de l'ancien Conseil de la concurrence, qui incluait la télévision par satellite dans le marché pertinent. L'ABC est toutefois d'avis que, vu les arguments avancés par l'IBPT, la télévision par satellite peut raisonnablement être exclue du marché.

Analyse du CSA

1536. Cette remarque n'appelle pas de commentaires.

K.2.2 La dimension géographique des marchés

Avis de l'ABC

1537. L'ABC fait référence à sa décision Telenet-Coditel dans laquelle il considère d'une part que le marché des services de détail large bande est de dimension nationale et d'autre part que le marché de détail de la radiodiffusion télévisuelle est limité aux zones de couverture des câblo-opérateurs.

Analyse du CSA

1538. Le CSA et les autres régulateurs ont laissé ouverte la question de la délimitation géographique des marchés de détail après avoir mis en évidence différents facteurs qui plaidaient les uns pour un marché national, les autres pour des marchés basés sur les zones de couverture des câblo-opérateurs. Comme décrit précédemment (cf. section 4.5.2), l'examen des marché de détail (y compris de leur dimension géographique) est effectué dans la stricte mesure où il est utile à l'analyse des marchés de gros. Dans le cas présent, le CSA a constaté que la situation concurrentielle ne diffère pas fondamentalement selon qu'elle est analysée au niveau national ou au niveau de la zone de couverture des câblo-opérateurs (cf. § 378).

1539. Les remarques de l'ABC n'entraînent par conséquent pas de modifications du projet de décision.

K.2.3 Un éventuel marché des offres groupées

Avis de l'ABC

1540. L'ABC indique une nuance dans son avis dans le cadre de l'étude de l'existence possible d'un marché des produits groupés. Dans son projet de décision, l'IBPT laisse ouverte la question de l'existence possible d'un tel marché des produits groupés.

1541. L'ABC estime que rien n'indique que les prix des produits groupés soient tellement moins concurrentiels que ceux de produits distincts. En outre, l'ABC se demande si un opérateur peut être concurrentiel sans offrir de produits groupés, étant donné la part croissante de ces produits groupés dans l'ensemble de l'achat des services de télécommunications examinés. Enfin, l'ABC note qu'il peut y avoir des différences dans la dynamique concurrentielle entre les produits groupés d'une part et les produits distincts d'autre part. Elle renvoie en outre à une diminution du taux d'attrition à mesure que le nombre de produits achetés par le client final dans le cadre d'une seule offre groupée augmente.

1542. Malgré ces nuances, l'ABC conclut qu'elle ne tire pas d'autres conclusions que l'IBPT en ce qui concerne le résultat de l'étude de l'existence possible d'un marché des produits groupés

Analyse du CSA

1543. Si l'ABC semble plus enclin que le CSA et les autres régulateurs à envisager un marché de détail des offres groupées[636], elle partage l'opinion de l'IBPT quant au fait *« 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 »*. La concurrence sur un éventuel marché de détail des offres groupées dépend en effet de l'accès aux mêmes inputs de gros que ceux qui sont nécessaires pour dupliquer les offres haut débit et de télévision vendues séparément.

1544. Les remarques de l'ABC n'appellent par conséquent pas de modifications du projet de décision.

K.2.4 La substituabilité de l'offre des câblo-opérateurs

Avis de l'ABC

1545. L'ABC souligne que les câblo-opérateurs, comme Proximus et les opérateurs alternatifs, ont la possibilité de demander l'accès à leurs réseaux câblés respectifs et ne doivent donc pas nécessairement construire une infrastructure pour servir des clients en dehors de leur propre zone de couverture. Le fait que les câblo-opérateurs ne fassent pas usage de cette possibilité n'empêche pas d'en tenir compte dans l'étude de la substituabilité du côté de l'offre. In fine, l'ABC considère cependant, comme l'IBPT, que le marché géographique correspond aux zones des câblo-opérateurs.

Analyse du CSA

1546. Conformément aux lignes directrices PSM 2018 (§ 41), afin d'apprécier l'ampleur de la substituabilité du côté de l'offre, les ARN doivent *« peuvent aussi tenir compte de la probabilité que des entreprises qui ne sont pas encore actives sur le marché de produits pertinent décident d'y entrer, à court terme, à la*

[636] Tout en restant prudent : l'ABC utilise le terme de « potentiel » pour qualifier ce marché.

suite d'une augmentation des prix relatifs légère mais significative et durable ». Conformément au § 28 de ces lignes directrices PSM 2018, *« La différence entre la concurrence potentielle et les possibilités de substitution du côté de l'offre réside dans le fait que le second facteur réagit rapidement à une augmentation des prix, alors qu'il faut plus de temps à de nouveaux concurrents potentiels pour commencer à approvisionner le marché. Contrairement à la substitution du côté de l'offre, qui n'induit aucun surcoût important, une éventuelle entrée sur le marché implique des dépenses à fonds perdus considérables et n'est, de ce fait, pas prise en considération au stade de la définition des marchés »*.

1547. Il est exact que les câblo-opérateurs ont, du fait de la régulation, la possibilité de demander l'accès à leurs réseaux câblés respectifs. Cependant, aucun n'a jamais fait usage de cette possibilité depuis l'ouverture du câble à la concurrence. En outre, il est incertain que cette possibilité subsisterait en l'absence de régulation. Dans ces conditions, le CSA considère qu'il ne serait pas pertinent de tenir compte de cette possibilité dans l'examen de la substituabilité du côté de l'offre.

1548. En tout état de cause, l'ABC conclut *« comme l'IBPT que le marché géographique de la télédiffusion correspond aux zones de couverture des câblo-opérateurs »*.

1549. Le commentaire de l'ABC n'appelle par conséquent pas de modifications du projet de décision.

K.3. LES MESURES CORRECTRICES : L'INTERDICTION DES PRIX CISEAUX

Avis de l'ABC

1550. Le projet de décision propose que l'interdiction des prix ciseaux (margin squeeze) soit vérifiée sur base d'un test effectué sur un portefeuille de produits phares, complété si nécessaire par un test sur les plans tarifaires individuels ou au niveau des contrats individuels.

1551. L'ABC confirme qu'on pourrait identifier une situation dans laquelle une opérateur compresse ses marges sur certains segments de marché, tout en maintenant ses marges sur d'autres segments. Si tel est le cas, un test de margin squeeze sur un portefeuille de produits trop agrégé pourrait, à tort, conclure que l'opérateur ne comprime pas ses marges en vue d'évincer un opérateur aussi efficace. L'ABC a déjà estimé précédemment qu'un test pouvait être effectué aussi bien au niveau de l'ensemble des offres qu'au niveau d'offres individuelles.

Analyse du CSA

1552. L'ABC confirme le caractère approprié de la mesure imposée par l'IBPT.

1553. Les remarques de l'ABC n'appellent par conséquent pas de modifications du projet de décision.

ANNEXE L. PRISE EN COMPTE DES OBSERVATIONS DE LA COMMISSION EUROPÉENNE

L.1. INTRODUCTION

1554. Le projet de décision concernant l'analyse de marché de la radiodiffusion télévisuelle (qui a été préparé à l'origine par le CSA) a été notifié par la CRC à la Commission européenne en même temps que le projet de décision sur l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle initialement préparé par l'IBPT.

1555. Les différents projets de décision ont fait l'objet d'une seule réaction par la Commission européenne. La présente annexe contient, dès lors, des renvois et des explications relatives aussi bien à des observations liéees au projet de décision sur l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle, qu'à la présente décision.

L.2. DÉFINITION DU MARCHÉ ET ÉVALUATION DE LA PSM

L.2.1 Observations de la Commission

Définition de marchés de gros différenciés par technologie

1556. La Commission fait remarquer qu'au niveau du marché de détail, les développements technologiques ont généralement entraîné une concurrence inter-plateformes car les services de détail fournis sur des plateformes différentes ont été jugés équivalents ou de plus en plus interchangeables. Étant donné que les intrants de gros sur des plateformes différentes servent un même marché de détail, ils peuvent de prime abord être considérés comme substituables et, partant, comme faisant partie du même marché d'accès de gros, tout particulièrement dans les cas où les produits d'accès de gros sont techniquement réalisables et faciles à obtenir, comme c'est le cas sur un marché de gros de l'accès central 3b, habituellement uniforme. La Commission considère que la CRC ne semble pas tenir dûment compte de la plus concrète des preuves de substituabilité, à savoir le fait qu'Orange, le principal demandeur d'accès, a dans le passé changé de fournisseur d'accès de gros pour passer de la plateforme cuivre à la plateforme câble.

1557. S'agissant du test dit «SSNIP», la Commission observe que la CRC tient compte uniquement de la rentabilité du changement pour un seul opérateur (Orange) et que sa conclusion repose intégralement sur le fait qu'Orange est captif de l'accès à la plateforme câblée en raison de ses coûts de transfert insurmontables. Eu égard au caractère prospectif de l'analyse, la Commission souligne qu'un test SSNIP doit également prendre en considération les nouveaux arrivants éventuels qui n'ont pas à tenir compte des coûts de transfert lorsqu'ils choisissent leur plateforme d'accès.

1558. Par ailleurs, la Commission indique que, lorsqu'il examine la probabilité et l'impact de l'arrivée de demandeurs d'accès potentiels, le régulateur doit supposer un régime d'accès concurrentiel hypothétique. La Commission croit comprendre que, pour effectuer le test SSNIP, le régulateur a utilisé les produits d'accès existants proposés par Proximus et ceux qu'Orange achète actuellement aux câblo-opérateurs. Ces derniers sont fournis sur la base de tarifs « retail minus » imposés sur le

marché de gros de la radiodiffusion. La Commission considère qu'en utilisant des prix qui sont supérieurs aux niveaux concurrentiels, la CRC est susceptible de fausser l'issue du test SSNIP.

Appréciation de la puissance significative conjointe et conclusions tirées des analyses selon les deux modes de définition du marché

1559. La Commission reconnaît que l'appréciation de la puissance significative conjointe a été réalisée conformément à ses lignes directrices sur la PSM et que la CRC avance des preuves de l'existence de structures de marché et de comportements laissant supposer que le marché est propice à une collusion tacite, notamment en ce qui concerne le point focal du refus (constructif) d'accès au niveau de gros et le point focal des niveaux de prix supraconcurrentiels au niveau de détail.

1560. De l'avis de la Commission, le résultat de ces deux modes de définition du marché (propriétaires de plateforme individuellement dominants ou conjointement dominants) produira, en l'absence d'intervention par la régulation, des résultats comparables sur les marchés de gros et de détail en termes d'absence d'accès de gros et de prix de détail supérieurs au niveau concurrentiel. La Commission reconnait également que la CRC conclut à juste titre que, dans les deux variantes de la définition du marché, elle serait appelée à envisager l'imposition du même type d'obligations. Par conséquent, la Commission ne formule pas d'objection aux définitions du marché proposées par la CRC.

1561. Néanmoins, afin de renforcer son analyse de la puissance significative conjointe, la Commission demande à la CRC d'étayer davantage certains éléments qui pourraient rendre le marché propice à une coordination tacite, spécialement en ce qui concerne l'homogénéité des produits, la mise en commun des éléments de réseau, la similitude des structures de coûts et le degré d'innovation observé en matière de réseaux.

L.2.2 Analyse de la CRC

Définition de marchés de gros différenciés par technologie

La prise en compte des obstacles à la migration et des demandeurs d'accès potentiels

1562. La CRC considère, contrairement à la Commission européenne, que les intrants de gros sur des plateformes différentes peuvent ne pas être considérés comme substituables, bien qu'ils servent un même marché de détail. Une des raisons fondamentales qui ont conduit la CRC à la conclusion de non substituabilité dans le cas présent est que le processus de substitution d'un produit à un autre est beaucoup plus complexe et coûteux au niveau de gros qu'au niveau de détail. Dès lors, même si on devait considérer « de prime abord » que des plate-formes différentes servant un même marché de détail « peuvent » être considérés comme substituables, force est de constater que tel n'est pas le cas sur le marché belge et ceci compte tenu des faits que la CRC a relevé dans la section 22.2.

1563. La CRC a en effet identifié les obstacles à la substitution et elle a pu constater que, dans le seul cas connu, la migration entre plateformes s'était révélée longue[637], complexe[638] et coûteuse. Contrairement à la Commission européenne, la CRC ne considère donc pas que le changement de fournisseur d'accès opéré par Orange constitue « un indicateur fort de la substitution au niveau de la demande ». La CRC s'est expliquée longuement à ce sujet dans le projet de décision (cf. la section 22.2. de la décision de la CRC sur l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle). La CRC constate que, tout en étant d'une opinion différente, la Commission ne conteste aucun des faits concrets (notamment les coûts et délais de migration) sur lesquels la CRC a basé sa conclusion. C'est pourtant sur la base de tels éléments concrets qu'une analyse de substituabilité doit être effectuée.[639] La communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence indique à ce sujet que la preuve concrète de comportement sur le marché qui entraîne ou non un changement ou certains chocs sur le marché sont d'une importance fondamentale dans la définition du marché pertinent.[640] La note explicative de la Commission européenne accompagnant les lignes directrices PSM de 2018 indique en ce sens qu'il faut, en ce qui concerne la définition du marché, partir de la situation du marché existante et que des données antérieures et actuelles doivent être prises en considération.[641] L'on ne peut en effet trouver une substituabilité entre les produits que si l'on peut « facilement » en changer[642]. La CRC estime qu'au vu de ces circonstances, conformément aux lignes directrices PSM de 2018[643], les coûts

[637] Plusieurs années ont été nécessaires entre l'entrée en vigueur de la décision de la CRC du 1er juillet 2011 et le lancement final de services commerciaux à grande échelle par Orange.

[638] Les parties ont ainsi discuté plusieurs mois, parfois plusieurs années, de la mise en œuvre de certains points (parmi lesquels le BSOD, le CPPS, les profils propres, les canaux propres, la politique d'utilisation équitable, etc.).

[639] Voir le § 25 des lignes directrices PSM 2018 : *« La définition du marché n'est pas un processus mécanique ou abstrait ; elle suppose une analyse de tous les éléments d'appréciation disponibles concernant les comportements observés sur le marché par le passé et une compréhension globale des mécanismes du secteur concerné. »*

[640] Communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence 97/C 372/03, § 38 : *« Preuve d'une substitution dans un passé récent. Il est possible, dans certains cas, de tirer des éléments d'information d'événements ou de chocs qui se seraient produits récemment sur le marché et qui constituent des exemples réels de substitution entre deux produits. Lorsqu'elle est disponible, cette information est généralement fondamentale pour la définition du marché. Si les prix relatifs ont déjà changé par le passé (toutes choses étant égales par ailleurs), les réactions en termes de quantités demandées seront déterminantes pour établir l'existence d'une substituabilité. Le lancement de nouveaux produits, par le passé, peut également donner des indications précieuses lorsqu'il est possible de déterminer précisément les produits dont les ventes ont reculé au profit du nouveau produit considéré. »*

[641] Conformément au § 19 de la note explicative des lignes directrices PSM de 2018 : *« Les ARN doivent prendre en considération les données antérieures et actuelles dans leur analyse, pour autant que ces données renseignent sur l'évolution de ce marché au cours de la période de référence suivante. Il y a lieu de souligner à cet égard que l'existence de données directement disponibles concernant des pratiques antérieures ne sous-entend pas automatiquement que ces pratiques sont susceptibles de continuer au cours de la période de référence suivante. Néanmoins, les pratiques antérieures sont pertinentes lorsque les caractéristiques du marché n'ont pas changé de manière appréciable ou qu'un tel changement n'est pas susceptible de se produire au cours de la période de référence suivante. »*

[642] Voir le § 38 des lignes directrices PSM 2018 : *« La substitution du côté de la demande permet aux ARN de déterminer les produits ou gammes de produits vers lesquels les clients pourraient facilement se tourner en réaction à une hypothétique augmentation des prix relatifs légère mais significative et durable. »*

[643] Lignes directrices PSM 2018, § 39.

de transfert rendent les différentes plate-formes non-substituables. Sur la base de ces circonstances nationales clairement établies[644], la conclusion de la CRC semble dès lors correcte.[645]

1564. En ce qui concerne le fait qu'un test SSNIP doive également prendre en considération les nouveaux arrivants éventuels, la CRC a motivé son approche (consistant à effectuer le test SSNIP du point de vue d'un opérateur existant) aux points 1584 et suivants de la décision de la CRC sur l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle. Cette approche est cohérente avec les lignes directrices PSM de 2002 et avec différents précédents tant en régulation sectorielle ex ante qu'en droit de la concurrence ex post . Ces textes font abondamment usage de termes (« substituer », « remplacer », « pertes de ventes », « interchangeabilité », « se tourner vers des produits de substitution », « clients ») qui indiquent qu'il est pertinent d'adopter le point de vue d'une personne qui achète déjà les produits analysés.

1565. La CRC constate que son approche est également conforme aux lignes directrices PSM de 2018 très récemment publiées par la Commission. Celles-ci indiquent en effet (soulignement ajouté par la CRC) :

> *« Des coûts de transfert importants, entre autres, peuvent néanmoins limiter la possibilité que les clients ont de remplacer un produit ou un service par un autre en cas d'augmentation légère mais significative et durable des prix relatifs. Il se peut que les clients ayant investi dans une technologie spécifique ou réalisé tout autre investissement nécessaire pour utiliser un service ou un produit soient peu enclins à supporter les surcoûts qu'implique l'adaptation à un service ou à un produit par ailleurs substituable, ou considèrent les coûts de transfert comme prohibitifs. De même, les clients peuvent être liés à leurs fournisseurs par des contrats de longue durée. En conséquence, dans une situation où les clients doivent supporter des coûts de transfert importants pour substituer le produit A au produit B, ces deux produits pourraient ne pas appartenir au même marché en cause.*
>
> *Au niveau de détail, les évolutions technologiques ont généralement entraîné une concurrence inter-plateformes car les services de détail ont été jugés équivalents ou de plus en plus interchangeables. Afin de déterminer si différentes plateformes de gros telles que le cuivre, la fibre et le câble doivent faire partie d'un marché de gros unique, le test SSNIP doit être appliqué. Étant donné le caractère prospectif de cette analyse, une telle appréciation doit tenir compte du fait que les demandeurs d'accès potentiels ne fournissant pas encore de services d'accès ne doivent pas tenir compte des coûts de transfert lorsqu'ils choisissent leur plateforme d'accès. Cette appréciation doit consister à établir, au cas par cas, l'importance*

[644] Le régulateur peut s'écarter des avis de la Commission européenne sur la base de circonstances nationales clairement établies. (Bruxelles, 30 juin 2009, 2006/AR/2332 et autres, considérant 48).

[645] Les observations de la Commission européenne à l'occasion d'une analyse de marché (sur la base de l'article 7, § 3, de la Directive Cadre (2002/21/EG) ne produisent pas d'effet juridique contraignant pour le régulateur. Celui-ci doit seulement en tenir le plus grand compte et, après un examen attentif des observations de la Commission, il peut suivre une autre approche (Bruxelles, 4 avril 2008, 2007/AR/3394, considérant 18 ; 30 juin 2009, 2006/AR/2332 et autres, considérant 40). Il doit toutefois justifier pour quels motifs il ne suit pas toutes les observations de la Commission (Bruxelles, 6 novembre 2012, 2011/AR/2261 et autres, considérant 146 ; Brussel, 12 novembre 2014, 2011/AR/2289 e.v., punt 59).

d'une telle entrée sur le marché, en gardant à l'esprit que l'ampleur d'une entrée future est intrinsèquement difficile à prévoir. »[646]

1566. Quant au document explicatif accompagnant ces nouvelles lignes directrices, il apporte les précisions suivantes (soulignement ajouté par la CRC) :

> *« Lors de la réalisation d'un test SSNIP, les coûts de migration supportés par les demandeurs d'accès déjà présents sur une plateforme donnée devraient être pris en compte. Toutefois, d'autres facteurs devraient également entrer en ligne de compte pour s'assurer que l'analyse ne reflète pas seulement le statu quo, mais soit également effectuée de manière prospective. Par exemple, de nouveaux développements du marché pourraient affecter la durabilité des barrières identifiées. De plus, une telle analyse prospective devrait considérer, sur une base réaliste, la demande potentielle des demandeurs d'accès qui ne fournissent pas encore de services basés sur l'accès et devrait partir d'un régime d'accès qui existerait dans un marché concurrentiel et où des efforts ont été fournis dans la mesure du possible pour supprimer les obstacles à la migration et à l'interopérabilité.*
>
> *Les ARN devraient tenir compte de tous les obstacles pertinents à la migration. Cela peut inclure des éléments probants dans le passé concernant les coûts de migration des opérateurs de plateforme ou de réseaux qui pourraient être pertinents dans le cadre de l'entrée sur le marché d'un point de vue prospectif. Les obstacles à la migration, qui ne sont pas justifiés techniquement ou dont l'unique but serait de rendre la migration techniquement ou financièrement inintéressante en gonflant indûment les coûts y relatifs, devraient être ignorés. » (Traduction libre)*

1567. La CRC a tenu compte des préoccupations exprimées dans les passages cités ci-dessus. Elle a pris en compte les obstacles à la migration auxquels font face les demandeurs d'accès existants et qui sont techniquement justifiés (cf. § 1577 de la décision de la CRC sur l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle notamment). Il s'agit notamment de la mise en place de nouvelles interconnexions, de la formation du personnel, du rempacements des CPE. Elle a également pris en compte les enseignements qui pouvaient être tirés des migrations passées (cf. § 1590 de la décision de la CRC sur l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle) à savoir la différence entre la façon dont se sont passées les migrations DSL/DSL et DSL/câble. Enfin, il n'y a pas eu d'entrées significatives en Belgique ces dernières années. Le plus grand opérateur alternatif qui est entré sur le marché fixe (Internet et TV) est Orange, dont la part de marché se situe actuellement à [0-5] %. Compte tenu de l'absence ou de la rareté d'entrées significatives au cours de ces dernières années et, au contraire, des diverses sorties du marché (Billi, Snow), une future entrée significative semble peu probable au vu des circonstances actuelles. Dans ces circonstances spécifiques, compte tenu de la période prévisionnelle de la présente décision, la CRC conclut que dans le contexte belge actuel, il n'est pas approprié de fonder l'analyse de substituabilité sur l'impact d'un nouvel entrant hypothétique.

[646] Lignes directrices 2018, points 39 et 40.

1568. Au regard de ces éléments, compte tenu des barrières à la migration et de l'importance de se baser sur les acteurs existants plutôt que de se baser uniquement sur les nouveaux entrants dans les circonstances actuelles du marché belge, la CRC maintient sa conclusion quant à l'existence de marchés de gros différenciés par technologie.

L'application du test SSNIP

1569. Pour ce qui est du commentaire de la Commission européenne concernant le prix utilisé pour le SSNIP test la CRC souhaite apporter les précisions suivantes.

1570. Le point 31 des lignes directrices PSM 2018 énonce que « *Dans le domaine de la réglementation ex ante, à savoir lorsqu'un produit ou un service est déjà offert à un prix réglementé calculé en fonction du coût, celui-ci est présumé fixé à des niveaux concurrentiels et doit être pris comme point de départ pour le test du monopoleur hypothétique* ». Les lignes directrices n'examinent pas le cas d'un prix réglementé calculé en fonction d'une autre méthodologie, telle que la méthodologie retail minus. Elles n'excluent donc pas qu'un prix déterminé par la méthodologie retail minus puisse être pris comme point de départ pour le test du monopoleur hypothétique (ou test SSNIP).

1571. Il n'y a à ce jour, en Belgique, aucun modèle de coûts permettant de calculer un prix orienté sur les coûts pour l'accès de gros au câble. Par conséquent, il n'existe aucune référence indiquant directement le tarif que l'on pourrait supposer à un niveau concurrentiel comme mentionné dans la question. Il existe toutefois un prix réglementé pouvant être utilisé pour la réalisation d'un premier test SSNIP, même si le prix est déterminé par une approche retail minus et n'est pas orienté sur les coûts. Ce prix réglementé constitue, dans les circonstances propres à la Belgique, le point de départ naturel pour un test SSNIP. Cela correspond à la première version du test SSNIP présenté dans le rapport de TERA. Selon cette hypothèse (prix de l'accès au câble fixé au niveau retail minus), la conclusion du test SSNIP est qu'un opérateur alternatif n'a aucun intérêt à migrer vers le câble si les prix de gros de Proximus augmentent. Au contaire, on peut constater qu'Orange ne substitue pas un accès central Proximus à un accès central sur câble malgré le fait que l'accès central Proximus soit moins cher. Un tel constat confirme l'absence de substituabilité.

1572. Il n'en reste pas moins que la CRC a tenu compte du fait que l'asymétrie tarifaire actuelle entre les services d'accès au câble et au cuivre est le résultat de différentes obligations réglementaires (retail minus vs. orientation sur les coûts). C'est la raison pour laquelle deuxième version du test SSNIP a été réalisée : le « test symétrique ». Ce test part d'une situation hypothétique au cours de laquelle les prix de gros du cuivre et du câble sont identiques, égaux tous les deux au prix du cuivre orienté sur les coûts en vigueur. Etant donné qu'il est orienté sur les coûts, le prix du cuivre peut être considéré comme un substitut raisonnable pour le prix de l'accès au câble à un niveau concurrentiel. Ce raisonnement est conforme au § 42 des lignes directrices PSM de 2002 et au § 31 des lignes directrices PSM de 2018. La conclusion du test SSNIP avec des tarifs symétriques pour le cuivre et le câble (basés sur un tarif orienté sur les coût et donc présumé comme étant à un niveau concurrentiel comme le soutient la Commission européenne dans ses commentaires) est qu'un opérateur alternatif n'a aucun intérêt à migrer vers l'autre technologie de réseau dans le cas d'une augmentation non transitoire des prix de gros de 10 % qui lui sont facturés.

1573. Par conséquent, compte tenu de ce test SSNIP effectué selon deux hypothèses, il n'y a pas lieu de considérer que les résultats du test SSNIP tel que réalisé par la CRC aient pu être faussés et ceci même dans l'hypothèse où on devrait rejeter l'usage d'un tarif « retail minus » pour pareil test.

Conclusion

1574. En tout état de cause, étant donné que la Commission rejoint les conclusions de la CRC quant à la nécessité de la régulation dans les deux variantes de la définition du marché et les analyses de la puissance sur le marché en résultant, les observations de la Commission relatives à la définition de marchés de gros différenciés par technologie n'appellent pas de modifications du projet de décision.

Appréciation de la puissance significative conjointe et conclusions tirées des analyses selon les deux modes de définition du marché

1575. La Commission reconnait que l'appréciation de la puissance significative conjointe a été réalisée par la CRC conformément à ses lignes directrices sur la PSM. La Commission rejoint par ailleurs les conclusions de la CRC quant à la nécessité de la régulation dans les deux variantes de la définition du marché. Ces observations n'appellent pas de réactions de la part de la CRC.

1576. La Commission suggère par ailleurs, afin de de renforcer l'analyse de la puissance significative conjointe, d'étayer davantage certains éléments déjà développées dans le projet de décision. La CRC a tenu compte de ce commentaire de la Commission. Les développements supplémentaires apportés suite à ce commentaire figurent au chapitre 28 de la décision de la CRC sur l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle.

Homogénéité des produits

1577. Les produits d'accès central de Proximus et des câblo-opérateurs sont relativement homogènes même si les technologies sous-jacentes sont différentes. Les différents services d'accès central sont relativement homogènes en termes de débit. Ils permettent tous d'offrir un service de niveau NGA (30 Mbps et plus). Un débit de 30 Mbps correspond à l'un des objectifs de l'Agenda Numérique Européen (couverture en haut débit à 30 Mbps pour 100 % de la population de l'UE en 2020). Comme cela a été souligné pour le marché de détail, l'accès central sur les réseaux câblés et sur les réseaux de fibre optique permet des débits supérieurs, mais l'homogénéité de performance est suffisante pour leur permettre à tous de supporter les applications les plus courantes sur le marché de détail (courrier électronique, consultation de pages web, téléchargement, streaming, accès aux réseaux sociaux, abonnement à des services VoD de type Netflix). Cette homogénéité des produits d'accès central se traduit concrètement au niveau des offres de détail de Proximus et des câblo-opérateurs. Le tableau ci-dessous illustre l'homogénéité de leurs offres de détail pour le haut débit.

Opérateur	Plan tarifaire	mai-18	Download	Upload	Volume
1P (BB)					
Proximus	Start	27,50	50	4	100
	Maxi	49,99	100	15	unl

Telenet	Basic	27,80	50	5	150
	Fiber 100	51,00	100	10	200
	Fiber 200	73,00	200	20	unl
VOO	Toudoo	26,95	75	4	100
	Wahoo	46,95	125	6,5	unl
2P (BB+TV)					
Proximus	Internet + TV	59,00	100	6	unl
Telenet	Basic + TV	53,70	50	5	150
	Fiber 100 + TV	76,90	100	10	200
	Fiber 200 + TV	98,90	200	20	unl
VOO	Duo Toudoo	48,95	75	4	200
	Duo Wahoo	55,95	125	6,5	unl
	Duo Tatoo	76,95	200	10	unl
3P (BB+TV+tél. fixe/mobile)					
Proximus	Internet + TV + Tel.	59,95	60	4	150
	Familus	74,95	100	15	unl
	Minimus 1,5GB*	74,99	100	6	unl
	Minimus 5GB*	85,99	100	6	unl
	Minimus 10GB*	99,99	100	6	unl
Telenet	Whop	68,82	100	10	200
	Whoppa	79,48	200	20	unl
VOO	Trio Toudoo	56,95	75	4	200
	Trio Wahoo	65,95	125	6,5	unl
	Trio Tatoo	86,95	200	10	unl

1578. L'homogénéité des produits d'accès central est aussi illustrée par le fait que Base (sous la marque Snow) et Orange ont lancé tour à tour des offres de détail comparables en s'appuyant la première sur un accès central au réseau de Proximus, la seconde sur un accès central aux réseaux des câblo-opérateurs. L'homogénéité facilite la collusion tacite au niveau du détail et notamment l'adoption durable de stratégies commerciales similaires. Avec des produits homogènes, il est plus facile

d'atteindre le prix de monopole et la collusion est plus facile à coordonner. L'homogénéité des produits renforce également la transparence étant donné que les acteurs du marché, même s'ils n'observent pas les prix ou quantités de leurs concurrents, peuvent plus facilement déduire les informations pertinentes de leurs propres prix et quantités. Par conséquent, les autorités antitrust interprètent généralement l'homogénéité des produits comme facilitant la collusion[647].

Mise en commun d'éléments de réseau

1579. En ce qui concerne la mise en commun d'éléments de réseau (un facteur qui pourrait renforcer les l'interdépendance et donc l'intérêt à la coopération entre opérateurs), la CRC considère que cette caractéristique n'est pas pertinente dans le cas d'espèce. En effet, Proximus et les câblo-opérateurs ne mettent pas d'éléments de réseau en commun. Cela n'empêche cependant pas l'existence de liens et d'interactions entre eux, comme mentionné aux §§ 1872 et suivants de la décision de la CRC sur l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle (achats réciproques de services, interactions dans le cadre d'associations professionnelles, contacts multi-marchés).

Structures de coûts similaires

1580. De plus, même si ces opérateurs opèrent des technologies différentes (XDSL et FTTH pour Proximus, Eurodocsis pour les câblo-opérateurs), il peut être considéré que **leurs structures de coûts sont globalement similaires**. Bien qu'opérant des technologies différentes, Proximus et les câblo-opérateurs doivent acquérir des inputs similaires (fourreaux et câbles pour leurs réseau longue distance et leur réseau d'accès, équipements électroniques pour leur réseau et pour leurs utilisateurs, techniciens et ingénieurs, véhicules, etc.). Tant la structure de coûts de Proximus que celle des câblo-opérateurs est en outre caractérisée par une forte proportion de coûts fixes[648] et par des investissements réguliers dans l'amélioration de leurs infrastructures (comme illustré par le déploiement d'un réseau FTTH par Proximus et les investissements de Telenet dans le projet « de Grote Netwerf »). Sur le réseau de Proximus comme sur ceux des câblo-opérateurs, la connexion d'utilisateurs supplémentaires génère relativement peu de coûts variables. Du fait de leur faible niveau, ces coûts variables ont relativement peu d'impact sur la détermination des prix. Il est donc peu probable que d'éventuelles différences entre leurs structures de coûts ne perturbent la poursuite d'une ligne de conduite commune. Prospectivement, le fait que Proximus vise à déployer de la fibre optique en priorité sur les façades (mode de déploiement classique des câblo-opérateurs belges) devrait contribuer à rendre les structures de coûts respectives encore plus similaires. Le § 1840 de la décision de la CRC sur l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle mentionne que la symétrie des structures de coûts, constatée sur le marché de détail, est également vérifiée sur le marché de gros étant donné que la même infrastructure et les mêmes équipements supportent à la fois les services de gros et les services de détail. Les lignes directrices PSM de 2018 (§ 72) indiquent à ce sujet qu'il peut être plus aisé de parvenir à une compréhension commune des conditions d'une coordination lorsqu'une symétrie relative peut être observée, notamment en termes de structures de coûts. D'autres caractéristiques communes comme le niveau similaire d'intégration

[647] Ivaldi M., Jullien B., Rey P., Seabright P. and Tirole J., The Economics of Tacit Collusion, Final Report for DG Competition, European Commission, March 2003.

[648] Sur les marchés de télécommunications, les coûts fixes sont en général extrêmement élevés, tandis que les coûts variables ont tendance à être relativement faibles (BEREC report on oligopoly analysis and regulation, BoR (15) 195, décembre 2015, p. 46).

verticale et le portefeuille de produits similaire renforcent le niveau de symétrie entre les acteurs du marché et facilitent l'atteinte d'un accord commun.

Degré d'innovation dans les réseaux

1581. Comme souligné à propos de l'homogénéité des produits, les différents services d'accès central sont relativement homogènes en termes de débit. Ils permettent tous d'offrir un service de niveau NGA (30 Mbps et plus). Tant Proximus que les câblo-opérateurs sont en outre capables de fournir un débit de 100 Mbps ou plus à une majorité de leurs utilisateurs. Le degré d'innovation dans les réseaux de Proximus et des câblo-opérateurs peut donc être considéré comme globalement comparable, de sorte qu'il n'est pas de nature à perturber une coordination tacite entre eux. La décision de la CRC sur l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle mentionne (§ 1826 que le marché de la large bande est caractérisé par l'innovation technique, particulièrement pour offrir des vitesses plus élevées aux utilisateurs finals. (comme illustré par le déploiement d'un réseau FTTH par Proximus et les investissements de Telenet dans le projet « de Grote Netwerf »). L'innovation technique pourrait en théorie compliquer la coordination entre les acteurs du marché. Toutefois, dans les conditions du marché de la large bande, l'innovation exige des investissements considérables et qui ne portent fruit qu'à plus long terme. Comme l'innovation/les investissements n'ont pas d'effets significatifs à court terme, il est peu probable qu'une innovation encouragerait Proximus ou un câblo-opérateur à dévier de la stratégie commune (avec des structures de coûts reposant sur une large part des coûts fixes, les deux acteurs pourraient préférer les gains à long terme par rapport à d'éventuels gains à court terme). De plus, les principales décisions d'investissement de Proximus et des câblo-opérateurs sont transparentes, de sorte que les effets des investissements d'un acteur du marché peuvent être anticipés par l'autre acteur, ce qui facilite la collusion.

L.3. DYNAMIQUE À LONG TERME DES MARCHÉS BELGES DU HAUT DÉBIT ET DE LA RADIODIFFUSION

L.3.1 Observations de la Commission

1582. La Commission reconnaît que le fait d'imposer des obligations d'accès ex ante appropriées tant à Proximus qu'aux câblo-opérateurs, vu la situation particulière des marchés du haut débit et de la radiodiffusion en Belgique, permettra, à court terme, aux demandeurs d'accès tels qu'Orange d'exercer une concurrence efficace en ayant la possibilité de proposer des offres groupées de détail en multiplay. Cependant, la Commission insiste sur l'importance de la mise en place de conditions de régulation qui conduisent à une amélioration structurelle de la situation en matière de concurrence dans le pays à moyen et à long terme (grâce à des investissements par les demandeurs d'accès actuels ou le co-investissement avec les opérateurs de réseau existants).

1583. La Commission s'inquiète du fait que le maintien d'une définition des marchés différenciés par réseau peut donner aux futurs investisseurs potentiels dans les infrastructures l'impression qu'ils risquent de relever automatiquement d'un régime PSM d'accès régulé au réseau à des conditions qui ne sont pas fixées de manière définitive.

1584. Dans ces conditions, la Commission invite les régulateurs à continuer de suivre de près l'évolution des activités des demandeurs d'accès, le comportement en matière de changement de fournisseur, l'entrée

de nouveaux arrivants ainsi que la signature éventuelle d'accords d'accès commercial ou de co-investissement.

1585. La Commission demande également à la CRC d'assurer la régulation de manière à favoriser l'entrée de nouveaux arrivants, à réduire les obstacles au changement de fournisseur et, à l'occasion du prochain réexamen du marché, de remanier son approche de la définition des marchés pertinents du haut débit sur la base des orientations méthodologiques figurant dans les lignes directrices de la Commission sur la PSM ainsi que des considérations formulées ci-dessus.

L.3.2 Analyse de la CRC

1586. En ce qui concerne la mise en place de conditions de régulation qui conduisent à une amélioration structurelle de la situation en matière de concurrence dans le pays à moyen et à long terme, la CRC rappelle que la décision sur l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle contient déjà des mesures qui pourraient à plus long terme réduire la nécessité de la régulation :

1586.1. La CRC propose (section 19.8.1 de la décision de la CRC sur l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle) de réduire la régulation dans les zones où 3 opérateurs NGA indépendants seraient actifs, sur la base d'investissements indépendants ou sur la base d'accords commerciaux satisfaisants (par exemple des accords de coinvestissement) sont conclus, créant une concurrence à long terme effective (les conditions sont spécifiées dans la section 19.8.1.1 de la décision de la CRC sur l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle)[649].

1586.2. Le déploiement de la technologie NG-PON2 ouvrira la voie au dégroupage des longueurs d'onde (section 19.3.3, §§ 1085-1089 de la décision de la CRC sur l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle), ce qui pourrait réduire la nécessité pour les demandeurs d'accès de recourir aux services d'accès central.

1587. La CRC souligne également que l'on peut s'attendre à voir le déploiement d'une troisième infrastructure en Flandre (voir par exemple le § 1040 de ladite décision). Telle qu'elle a été présentée[650], il s'agirait d'une infrastructure ouverte, de sorte que les opérateurs sans réseau fixe pourraient bénéficier d'une offre élargie de services de gros (en plus des services de gros actuels de Proximus et des câblo-opérateurs). Selon nos informations, cette nouvelle infrastructure fournirait un accès passif, ce qui augmenterait les possibilités d'innovation et de différenciation des demandeurs d'accès. Cette nouvelle infrastructure serait ouverte au co-investissement.

[649] A plus court terme, la CRC propose aussi d'alléger la régulation dans les zones dites "blanches", pour inciter les opérateurs à y investir.

[650] « Muyters daagt Telenet en Proximus uit », De Tijd, 5 octobre 2017. Voir aussi la réponse du Ministre Muyters à une question d'actualité au Parlement Flamand le 6 juin 2018, https://www.vlaamsparlement.be/plenaire-vergaderingen/1260214/verslag/1261100

1588. La CRC suivra avec attention le développement de ces évolutions (constitution de zones à 3 NGA, déploiement de la technologie NG-PON2, déploiement d'une infrastructure ouverte en Flandre) qui seront prises en considération à l'occasion du prochain réexamen des marchés pertinents.

1589. Contrairement à ce que la Commission semble considérer, de futurs investisseurs potentiels dans les infrastructures ne risquent pas de relever automatiquement d'un régime PSM d'accès régulé. En effet, ladite décision mentionne explicitement que la distinction opérée entre l'accès central relevant de la standardisation ITU SG15 et l'accès central relevant de la standardisation CableLabs s'explique par l'utilisation de protocoles différents (et non par celle de supports physiques différents). Si un opérateur venait à déployer une nouvelle infrastructure (autre que le réseau cuivre ou fibre de Proximus et que les réseaux câblés), il devrait être intégré dans l'un ou l'autre de ces marchés selon le protocole adopté. Autrement dit, cette nouvelle infrastructure ne constituerait pas en elle-même un nouveau marché pertinent (cf. § 1628 de la décision de la CRC sur l'analyse des marchés du haut débit et de la radiodiffusion télévisuelle) mais elle ferait partie d'un des marchés relevants de standards différents. Sur ces marchés, seuls les opérateurs disposant d'une part de marché significative et répondant aux autres critères pertinents de la notion de puissance significative sur le marché seraient susceptibles de relèver d'un régime PSM d'accès régulé.

1590. Quoi qu'il en soit, la CRC s'engage à suivre de près l'évolution des activités des demandeurs d'accès, le comportement en matière de changement de fournisseur, l'entrée de nouveaux arrivants ainsi que la signature éventuelle d'accords d'accès commercial ou de co-investissement.

1591. La CRC s'engage également à assurer la régulation de manière à favoriser l'entrée de nouveaux arrivants et à réduire les obstacles au changement de fournisseur[651]. En outre, à l'occasion du prochain réexamen du marché, la CRC abordera la définition des marchés pertinents en tenant de nouveau le plus grand compte des lignes directrices de la Commission sur la PSM ainsi que des considérations formulées ci-dessus par la Commission.

L.4. Pertinence de la méthode de tarification de l'accès à la fibre et au câble sur les marchés 3a et 3b et le marché de la radiodiffusion

L.4.1 Observations de la Commission

1592. La Commission relève que la CRC considère qu'un prix d'accès de gros orienté vers les coûts sur la base d'un modèle BU-LRIC devrait être imposé sur les marchés 3a et 3b en raison de l'absence de produit de référence basé sur le cuivre, que ce soit sur le marché 3a ou 3b, ou de pression démontrable sur le prix de détail. La Commission observe toutefois que la CRC a l'intention d'imposer des prix « équitables », permettant d'appliquer une marge supplémentaire venant s'ajouter aux tarifs strictement orientés vers les coûts, afin d'encourager le déploiement d'infrastructures NGA.

[651] Des mesures ont d'ailleurs déjà été prises en ce sens par le biais de la procédure Easy Switch (arrêté royal du 6 septembre 2016 relatif à la migration des services de ligne fixe et des offres groupées de services dans le secteur des communications électroniques).

1593. Selon la Commission, il pourrait être plus opportun que la CRC tienne compte du risque d'investissement dans son calcul du coût du capital, au lieu d'autoriser une majoration des prix orientés vers les coûts résultant du modèle de coûts.

L.4.2 Analyse de la CRC

1594. La CRC souligne que le régulateur doit rechercher un équilibre complexe entre la promotion de la concurrence (ce qui peut nécessiter d'abaisser les prix d'accès) et la promotion des investissements efficaces dans des infrastructures nouvelles et améliorées (ce qui nécessite que les opérateurs soient rémunérés adéquatement pour les risques d'investissement qu'ils supportent). C'est la raison pour laquelle la CRC a opté pour des tarifs de gros équitables qui peuvent être supérieurs aux coûts tout en conservant un lien avec les coûts (cf. § 1165 de la présente décision).

1595. S'agissant de la méthode de tarification de l'accès à la fibre et au câble sur les marchés 3a et 3b et le marché de la radiodiffusion, la présente analyse de marché constitue une décision-cadre qui doit être suivie de mesures d'exécution, en particulier le développement de modèles de coûts et la détermination du coût du capital.

1596. Dans le cadre de ces mesures d'exécution qui feront l'objet de procédures de consultation et de notification européenne, la CRC tiendra le plus grand compte des observations de la Commission à ce sujet.

L.5. PERTINENCE DU TARIF TRANSITOIRE POUR L'ACCÈS DE GROS AUX RÉSEAUX CÂBLÉS

L.5.1 Observations de la Commission

1597. A titre de solution provisoire, la CRC propose de réguler le prix du produit de gros d'accès central fourni par les câblo-opérateurs au niveau actuellement pratiqué par Brutélé. Ces prix ont été déterminés sur la base de la méthode de calcul des prix « retail minus » imposée lors de la période de régulation précédente. Dans la mesure où la CRC fait état de lacunes dans la méthode de calcul des prix «retail minus», il apparaît illogique, selon la Commission, de recourir au maintien du prix de gros «retail minus» actuel pour résoudre le problème de concurrence constaté, même à titre provisoire.

1598. La Commission reconnaît toutefois les difficultés liées à la fixation de prix de référence en l'espèce, puisqu'on ne dispose pas en Belgique de prix d'accès au câble concurrentiels qui soient comparables.

1599. Eu égard à la nature transitoire du contrôle des prix proposé et à la réduction substantielle des prix de gros dans la zone de couverture de Telenet, la Commission ne s'oppose pas au prix proposé à titre provisoire. Toutefois, la Commission invite instamment la CRC à finaliser sans délai le modèle de coûts BU-LRIC pour les services d'accès aux réseaux en fibre et câblés et à lui notifier les nouveaux prix calculés en conséquence.

L.5.2 Analyse de la CRC

1600. L'IBPT souligne premièrement la conclusion de la Commission européenne dans laquelle celle-ci déclare ne pas s'opposer aux prix provisoires, dans l'attente du développement d'un modèle de coûts, comme proposé par la CRC.

1601. Si effectivement les prix de gros transitoires sont bien le résultat d'une précédente application d'une méthodologie retail minus dans le cas de Brutélé, la CRC fait cependant observer ce qui suit :

1601.1. Elle s'est assurée du caractère *prima facie* raisonnable de ces tarifs[652], en particulier à l'aide de divers points de comparaison, dont l'un a paru plus particulièrement pertinent. Celui-ci n'est en tant que tel pas basé sur une méthodologie « retail minus » mais résulte d'engagements volontaires pris dans le cadre de la procédure d'approbation d'une concentration, sous le contrôle de l'Autorité de la concurrence française. De ce fait, il constitue le meilleur point de comparaison disponible pour vérifier le caractère raisonnable du prix provisoire (cf. § 1208).

1601.2. Ces tarifs de gros transitoires sont dorénavant déconnectés des politiques tarifaires de détail des câblo-opérateurs, ce qui résoud le problème du « retail minus » qui rendait le tarif de gros tributaire du tarif de détail (voir § 1217).

1602. Sans préjudice des enseignements qui pourrant être tirés du développement d'un modèle de coûts, ces précautions permettent de répondre, au moins en partie, aux lacunes de la méthodologie retail minus. En outre, comme la Commission le souligne elle-même, le projet de décision permet une réduction substantielle des prix de gros dans la zone de couverture de Telenet.

La CRC mettra tout en œuvre pour finaliser dans les meilleurs délais le modèle de coûts BU-LRIC pour les services d'accès aux réseaux en fibre et câblés. Les projets de décision relatifs à ce modèle seront notifiés à la Commission européenne.

[652] Sans préjudice du prix qui sera fixé après la finalisation du modèle de coût pour les réseaux câblés.

ANNEXE M. ANALYSE DU CARACTÈRE RAISONNABLE DES DEMANDES D'ACCÈS ENTRE LES GRANDS OPÉRATEURS D'INFRASTRUCTURE

Cette annexe est confidentielle.