



Avis 2011-A/A-02

Avis du Conseil de la concurrence du 21 février 2011 relatif au projet de décision du Conseil de l'IBPT concernant l'analyse du marché radiodiffusion télévisuelle

I. La demande d'avis

1.1. La demande d'avis

1. Par lettre datée du 21 janvier 2011, parvenue le même jour au greffe du Conseil de la concurrence (ci-après, « le Conseil »), le Conseil de l'Institut belge des services postaux et des télécommunications (ci-après, « l'IBPT ») a adressé au Conseil pour avis, conformément au paragraphe 5 de l'article 40/11 de la loi du 30 mars 1995 concernant les réseaux de distribution d'émissions de radiodiffusion et l'exercice d'activités de radiodiffusion dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale (ci-après, « la loi du 30 mars 1995 ») qui prescrit que l'IBPT demande l'avis du Conseil sur ses projets de décision en matière d'analyse de marchés, un projet de décision concernant l'analyse du marché des services de radiodiffusion télévisuelle en région bilingue de Bruxelles-Capitale (ci-après, « le projet »). Ce projet était accompagné d'un document en annexe reprenant ses données confidentielles.

1.2. Lien entre le projet et les projets de décision concernant l'analyse du marché des services de radiodiffusion télévisuelle des autorités de régulation en charge de la radiodiffusion et la télévision de la Communauté flamande, la Communauté française et la Communauté germanophone

2. Par lettre recommandée datée du 20 janvier 2011, parvenue au greffe du Conseil le 24 janvier 2011, le Vlaamse Regulator voor de Media (ci-après, « le VRM »), a adressé au Conseil pour avis, en vertu de l'article 218, § 6 du décret de la Communauté flamande du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision (« decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie ») qui prescrit au VRM, si nécessaire, de coopérer avec, entre autres, le Conseil de la concurrence en ce qui concerne ses missions relatives aux distributeurs de services et réseaux, un projet de décision concernant l'analyse du marché des services de radiodiffusion télévisuelle. Le projet du VRM était accompagné d'un document en annexe reprenant ses données confidentielles.

Par lettre recommandée datée du 25 janvier 2011, parvenue au greffe du Conseil le 26 janvier 2011, le VRM a fait parvenir au Conseil une correction de chiffres contenus dans le document annexé au projet VRM et reprenant ses données confidentielles.

3. Par courriel et par lettre datée du 20 janvier 2011, parvenue au greffe du Conseil le 27 janvier 2011, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (ci-après, « le CSA ») a adressé au Conseil pour avis, un projet de décision concernant l'analyse du marché des services de radiodiffusion télévisuelle. Le projet du CSA était accompagné d'un document en annexe reprenant ses données confidentielles.

4. Par lettre recommandée datée du 24 janvier 2011, parvenue au greffe du Conseil le 26 janvier 2011, le Medienrat a adressé au Conseil pour avis, en vertu de l'article

66 du décret du Conseil de la Communauté germanophone du 27 juin 2005 sur la radiodiffusion et les représentations cinématographiques qui prescrit à la chambre décisionnelle du Conseil des médias de la Communauté germanophone de coopérer avec les autorités fédérales compétentes en matière de concurrence en ce qui concerne l'analyse de marché dans le but de déterminer s'il existe une concurrence effective, un projet de décision concernant l'analyse du marché des services de radiodiffusion télévisuelle en Communauté germanophone. Le projet du Medienrat était accompagné d'un document en annexe reprenant ses données confidentielles.

1.3. Lien entre le projet et le projet de décision de l'IBPT concernant l'analyse des marchés large bande

5. La lettre datée du 21 janvier 2011 dans laquelle le Conseil de l'IBPT a adressé le projet au Conseil pour avis (supra, numéro 1), contenait aussi la demande de l'avis du Conseil, conformément aux paragraphes 4, 4/1 et 5 de l'article 55 de la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques qui prescrivent que l'IBPT demande l'avis du Conseil sur ses projets de décision en matière d'analyse de marchés, sur le projet de décision du Conseil de l'IBPT concernant l'analyse des marchés large bande (marchés 4 et 5 dans la Recommandation de la Commission européenne du 17 décembre 2007 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante conformément à la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques, ci-après, « la Recommandation de 2007 »). Les commentaires du Conseil relatifs à ce projet de l'IBPT concernant les marchés large bande sont repris dans son avis 2011-A/A-01 daté du 21 février 2011 (ci-après, « l'avis 2011-A/A-01 »). Etant donné la convergence dans les évolutions observées sur les marchés des services audiovisuels et sur les marchés de l'accès Internet haut débit de par le développement des offres « triple play », des remarques communes aux deux projets sont développées dans le point 3.1.

6. Une réunion de pré-notification s'est tenue le 16 décembre 2010 à la Commission européenne, au cours de laquelle des représentants de l'IBPT et des autorités de régulation en charge de la radiodiffusion et la télévision de la Communauté flamande, la Communauté française et la Communauté germanophone (ci-après, « les régulateurs communautaires ») ont exposé une synthèse de leurs projets et ont répondu aux questions des représentants de la Commission européenne et du Conseil.

7. Une réunion d'information s'est tenue le 9 février 2011 au cours de laquelle des représentants de l'IBPT et des régulateurs communautaires ont répondu aux questions des représentants du Conseil.

8. Le Conseil souligne que le délai de 30 jours calendrier que la loi impose au Conseil, est très court en regard de l'ampleur des analyses de marchés et du caractère

radical des remèdes contenus dans les projets qui lui ont été soumis pour avis. Le Conseil s'est dès lors vu dans l'obligation de se limiter à certains aspects.

9. En ce qui concerne la ligne du temps suivie par l'IBPT pour la procédure de consultation, c'est à un stade plus précoce que dans les autres cas que le projet est soumis pour avis au Conseil. En effet, la demande d'avis relative au projet et relative au projet de décision de l'IBPT concernant les marchés de gros large bande, est parvenue au Conseil alors que la consultation publique était toujours en cours. Contrairement aux autres projets de décision que l'IBPT a dans le passé soumis pour avis au Conseil et qui constituaient un projet définitif où les contributions du secteur à la consultation nationale avaient déjà été prises en compte, les contributions à la consultation ne pouvaient pas être jointes et le Conseil doit donc rendre son avis sur un projet qui pourrait encore faire l'objet de modifications ultérieures.

II. Description du projet de décision

10. Le projet concerne le marché de détail d'activités de radiodiffusion télévisuelle dans les limites de la compétence territoriale de l'IBPT, à savoir la région bilingue de Bruxelles-Capitale (point 6 du projet), sur la base de la loi du 30 mars 1995 amendée sous certains aspects relatifs aux analyses de marchés par la loi du 16 mars 2007 « relative à la modification de la loi du 30 mars 1995 concernant les réseaux de distribution d'émissions de radiodiffusion et l'exercice d'activités de radiodiffusion dans la région bilingue de Bruxelles-Capitale ainsi que la loi du 17 janvier 2003 relative au statut du régulateur des secteurs des postes et des télécommunications belges » (points 12, 16 et 23 du projet).

Les régulateurs des Communautés, dans les limites de leurs compétences territoriales respectives, soit le VRM pour la Communauté flamande, le CSA pour la Communauté française et le Medienrat pour la Communauté germanophone, sont matériellement compétents en vertu, respectivement, du décret de la Communauté flamande du 27 mars 2009 relatif à la radiodiffusion et à la télévision, du décret de la Communauté française sur les services de médias audiovisuels, coordonné le 26 mars 2009, et du décret de la Communauté germanophone du 27 juin 2005 sur les services de médias audiovisuels et les représentations cinématographiques (point 23 du projet).

11. Le projet mentionne les deux directives qui sont parues au Journal officiel de l'Union européenne en date du 18 décembre 2009 et qui devront être transposées en droit belge au plus tard le 25 mai 2011 (Directive 2009/140/CE du Parlement européen et du Conseil du 25 novembre 2009 modifiant les directives 2002/21/CE relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques, 2002/19/CE relative à l'accès aux réseaux de communications électroniques et aux ressources associées, ainsi qu'à leur interconnexion, et 2002/20/CE relative à l'autorisation des réseaux et services de communications électroniques. 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) (points 9 et 10 du projet).

12. Ce marché est différent du marché 18 tel qu'il était défini par la Commission européenne dans le cadre de son ancienne recommandation du 11 février 2003 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante conformément à la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques (ci-après, «la Recommandation de 2003 »).

L'article 15.3 de la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques (ci-après, « la directive 'cadre' ») reconnaît que les circonstances de marché nationales peuvent rendre inadaptée la réponse aux problèmes de concurrence fournie par les définitions de marché contenues dans la recommandation sur les marchés pertinents. La Commission européenne précise que la liste des marchés pertinents identifiés dans la Recommandation n'est pas exhaustive au vu des circonstances nationales qui varient entre les différents Etats membres (Note explicative de la Commission européenne accompagnant la Recommandation de la Commission européenne du 17 décembre 2007 concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des communications électroniques susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante conformément à la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques, C(2007)5406, 13/11/2007, p.11). La Commission européenne envisage en effet la possibilité que le contexte national puisse amener les autorités réglementaires nationales à identifier des marchés pertinents additionnels ou à effectuer un découpage plus fin de certains marchés pertinents.

L'autorité réglementaire nationale devra alors s'assurer qu'un tel marché (i) est défini sur la base des principes du droit de la concurrence posés dans le cadre de la notice de la Commission sur la définition des marchés pertinents pour les objectifs du droit communautaire de la concurrence, (ii) est cohérent avec les lignes directrices de la Commission sur l'analyse des marchés et (iii) satisfait le test des trois critères posé par la Commission dans le cadre de la Recommandation de 2007 (Note explicative de la Commission européenne accompagnant la Recommandation de 2007, *ibidem*, p. 11) (points 17, 18, 57, 61 et 189 du projet).

13. Le projet constitue la première analyse de l'IBPT relative à ce marché de détail d'activités de radiodiffusion télévisuelle et le présent avis constitue le premier avis rendu par le Conseil de la concurrence concernant ce marché (comparer avec l'avis 2011-A/A-01, numéro 7).

2.1. Marchés pertinents

2.1.1 *Marchés de produits pertinents*

14. Sur le marché belge de la radiodiffusion, les fournisseurs des services de communications électroniques sont intégrés verticalement et offrent aux clients de détail un service basé sur la combinaison des trois éléments suivants (points 59, 60, 71 et 72 du projet) :

- 1) L'accès à une plateforme de radiodiffusion.
- 2) Le service de transmission pour le transfert des signaux audiovisuels.
- 3) L'accès au contenu sous-jacent de la radiodiffusion.

L'analyse de marché contenue dans le projet traite uniquement des deux premiers services. Le troisième service (accès au contenu) n'est pas concerné par le projet parce qu'il ne relève pas du cadre communautaire concernant les communications électroniques (note explicative de la Commission européenne accompagnant la Recommandation de 2007, op. cit., section 4.4, pages 46 et 47, citée au point 72 du projet, note de bas de page 46).

En conséquence de cette approche, le marché pertinent de détail d'activités de radiodiffusion télévisuelle inclut tant la télévision payante (également appelée pay-TV ou télévision au contenu « premium ») que la télévision gratuite (également appelée télévision de base ou télévision au contenu « standard »). En effet, ces deux services diffèrent par le contenu et non pas par la plateforme de radiodiffusion ni par le service de transmission, si ce n'est que l'offre de télévision payante premium nécessite l'accès à un système d'accès conditionnel (CAS, « Conditional Access System ») (points 79 et 80 du projet), même si les offres pour la télévision payante au contenu premium et celles pour la télévision gratuite au contenu de base peuvent appartenir à des marchés distincts au niveau du contenu de radiodiffusion (points 77 et 78 du projet).

15. Le projet analyse les critères de substituabilité du côté de la demande et de l'offre afin de définir les marchés de produits, c'est-à-dire afin de définir quelles plateformes relèvent du même marché pertinent de détail (points 73 à 76 pour la méthodologie ; points 77 à 142 du projet). Avant de procéder à cette analyse de substituabilité, le projet émet quelques remarques méthodologiques ; par exemple, pour la substituabilité du côté de l'offre, il se réfère à la jurisprudence et à la doctrine de la Commission européenne relatives à la non-prise en compte de l'autofourniture (point 67 du projet).

Le projet dérive de l'analyse de substituabilité que, concernant la technologie, les offres de télévision analogique et numérique font partie du même marché (points 96 et 103 du projet) et que, concernant la plateforme de distribution, les offres de télévision numérique par le câble et les offres TV DSL (IPTV) font partie du même marché (point 105). Sur cette base, le projet prend uniquement en considération les offres de télévision numérique par câble dans les autres analyses de substituabilité (point 106 du projet). De ces autres analyses, le projet conclut que la télévision par satellite, la télévision mobile (GSM, laptop, handheld) et la Web TV (écran d'ordinateur, laptop, smartpone) ne font pas partie du même marché (points 117, 133 et 141 du projet).

2.1.2 Marchés géographiques

16. Le projet conclut que les différentes zones de couverture des câblo-opérateurs présentent des conditions de concurrence qui, à l'intérieur de chaque zone, sont suffisamment homogènes pour la fourniture des signaux TV et constate le manque de substitution de l'offre et la demande entre les zones de couverture des câblo-opérateurs, ainsi que des différences au niveau des conditions de concurrence entre les zones câblées (points 150 à 182 du projet). Concernant les éléments pris en compte pour établir des différences entre les zones de couverture des différents câblo-opérateurs, le projet souligne que deux types de différences ne sont pas décisifs :

- Les divergences - limitées - de prix : « L'IBPT considère qu'en elles-mêmes, les différences de prix limitées notables entre les zones de couverture des câblo-opérateurs ne renforcent pas la présomption d'une segmentation géographique par zone de couverture » (point 171 in fine du projet).

- Les différences de langue (en dépit des lignes directrices de la Commission sur l'analyse du marché et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire pour les réseaux et les services de communications électroniques (2002/C 165/03) qui énoncent, à leur § 58, que « Ainsi, des raisons linguistiques peuvent expliquer pourquoi certains services ne sont pas disponibles ou commercialisés dans des régions de langues différentes ») : « En résumé, ces éléments dérivés du droit applicable dans les régions linguistiques respectives exercent une certaine influence sur la composition des offres ainsi que sur les conditions de concurrence générales dans chaque territoire linguistique considéré. Toutefois, l'IBPT conclut que ces facteurs n'ont pas une influence plus prépondérante que celle exercée par d'autres éléments analysés plus haut » (point 182 du projet).

17. Le projet constate également le manque d'un effet de substitution en chaîne clair entre les câblo-opérateurs interagissant dans plusieurs zones de couverture en dépit de la concurrence de la plateforme de télévision de Belgacom qui pratique une stratégie de prix nationale et qui est active sur l'ensemble du territoire belge (point 184 du projet) : d'après l'analyse présentée dans l'annexe 3 confidentielle du projet, Belgacom aurait certes intérêt à réagir à une baisse de prix du câblo-opérateur A, mais

un câblo-opérateur B n'aurait pas intérêt à suivre cette baisse de prix de Belgacom (points 157, 161 et 162 du projet).

2.2. Analyse du marché

18. Compte tenu de cette délimitation géographique des marchés pertinents et des compétences de l'IBPT en matière de radiodiffusion télévisuelle pour la région bilingue de Bruxelles-Capitale, le projet mène l'analyse concurrentielle (identification des entreprises puissantes sur le marché et test des 3 critères) dans les zones de couverture des trois câblo-opérateurs présents à Bruxelles : Telenet, Brutélé et Numéricable (point 188 du projet).

2.2.1 Identification des entreprises puissantes

19. Concernant l'identification des entreprises puissantes, le projet prend en considération la distribution des parts de marché ainsi que l'indépendance du câblo-opérateur par rapport à Belgacom TV pour la fixation de ses prix, qui seraient basés sur le prix de son offre analogique (Pour Telenet : point 219 du projet. Pour Brutélé : point 269. Pour Numéricable : point 317), même si le projet constate la montée de la part de marché de Belgacom TV.

20. Parmi les autres facteurs de dominance, le projet considère non seulement les coûts irrécupérables (« sunk costs »), mais aussi l'exclusivité dont bénéficie le câblo-opérateur pour l'offre de la télévision analogique, alors que la proportion des téléspectateurs regardant l'analogique est extrêmement élevée. Par exemple, pour Telenet, environ [40-50]% regardent la télévision en analogique uniquement alors que [40-50]% reçoivent la télévision analogique et digitale en même temps ; en d'autres termes, [80-90]% du nombre de clients de la radiodiffusion télévisuelle sur le marché de détail pertinent utilisent des services de TV analogique dans la zone de couverture de Telenet (point 227 du projet). Pour Brutélé et Numéricable, ce dernier pourcentage s'élève à, respectivement, [70-80] et [70-80] (points 277 et 325 du projet). Pour Belgacom TV, la possibilité d'offrir l'analogique dépendrait du FTTH, ce qui n'est pas envisagé (point 227 du projet). La possibilité qu'ont les câblo-opérateurs de fournir des signaux de télévision analogique signifie donc qu'ils disposent d'une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer, mais aussi qu'ils bénéficient de trois barrières au changement, qui sont des facteurs compliquant le passage d'un opérateur à l'autre :

- La possibilité de fournir des signaux TV analogiques en même temps que des signaux TV numériques permet à des ménages possédant plusieurs postes de TV de regarder la TV numérique sur un poste de télévision et de regarder en même temps la TV analogique sur d'autres postes de télévision. Etant donné que plus de 40% des ménages belges disposent de 2 postes de télévision ou plus, cela forme une barrière au changement significative pour passer au concurrent actuel Belgacom TV (points 229.1, 279.1 et 327.1 du projet). Cela offre aux câblo-opérateurs la possibilité de

convertir leur importante clientèle analogique historique en télévision numérique (points 257, 307 et 354 du projet).

- Les téléspectateurs numériques ont besoin d'un décodeur pour recevoir la télévision numérique. Celui-ci peut être loué ou acheté, mais l'achat est l'option la plus avantageuse, en supposant qu'un client reste deux ans chez un des trois câblo-opérateurs dont les zones de couverture s'étendent à la région bilingue de Bruxelles-Capitale. Cela constitue donc une barrière considérable au passage vers un autre opérateur. En effet, le décodeur est uniquement utilisable avec un abonnement d'un des trois câblo-opérateurs dont les zones de couverture s'étendent à la région bilingue de Bruxelles-Capitale (points 229.2, 279.2 et 327.2 du projet).

- Les offres de multiple play (« package », « bundles ») des trois câblo-opérateurs dont les zones de couverture s'étendent à la région bilingue de Bruxelles-Capitale forment aussi une barrière au changement étant donné que les produits TV sont groupés avec plusieurs autres produits, comme l'Internet large bande et la téléphonie et vendus dans une seule offre et que, dès lors, la disposition d'un client à passer d'un des trois câblo-opérateurs dont les zones de couverture s'étendent à la région bilingue de Bruxelles-Capitale, à un autre opérateur, ne dépend pas seulement du produit de radiodiffusion mais de l'ensemble des produits (points 229.3, 279.3 et 327.3 du projet). Telenet déclare à cet égard que, grâce au succès de ses produits multiple play, elle a vu radicalement baisser son taux de churn (le « churn » ou attrition est, calculé sur une base annuelle, le pourcentage de clients d'un opérateur qui migre vers un autre opérateur) (point 229.3 du projet).

2.2.2 Test des 3 critères

21. Le premier critère (présence de barrières élevées et non provisoires à l'entrée) est satisfait, étant donné que les trois câblo-opérateurs dont les zones de couverture s'étendent à la région bilingue de Bruxelles-Capitale, et Belgacom TV, disposent d'une infrastructure difficile à dupliquer et bénéficient d'avantages de coûts significatifs, et que les nouveaux entrants ne peuvent pas dupliquer la fonctionnalité analogique de ces trois câblo-opérateurs (points 253, 301 et 349 du projet).

22. Le deuxième critère (une structure de marché qui ne tend pas vers une concurrence effective) est satisfait étant donné l'avantage conféré par l'offre de l'analogique (cfr supra, numéro 20), la lenteur de la baisse des parts de marché des câblo-opérateurs et la tendance aux offres conjointes (points 258, 307 et 354 du projet).

23. Le troisième critère (insuffisance du droit de la concurrence) est satisfait, notamment parce que les critères pour démontrer une « facilité essentielle » (affaire Bronner) sont difficiles à satisfaire. Le projet constate que plusieurs opérateurs alternatifs ont demandé de pouvoir accéder à l'infrastructure de Belgacom et des trois câblo-opérateurs dont les zones de couverture s'étendent à la région bilingue de

Bruxelles-Capitale, mais que ni Belgacom ni ces trois câblo-opérateurs n'y ont donné suite (points 261, 310, 358).

2.3. Remèdes

2.3.1 Justification

24. Les remèdes d'accès, de transparence, de non-discrimination et de contrôle des prix que le projet prévoit d'imposer sont des remèdes de gros (mesures orientées sur des services de gros) imposés à l'occasion de l'analyse de marchés de détail, conformément au considérant (15) de la Recommandation de 2007 (point 376, note de bas de page 125 du projet).

Il n'y a pas, selon le projet, de marché de gros « marchand » pour la radiodiffusion dans le cadre duquel les opérateurs de plateforme offrent des services d'accès de gros à la plateforme de diffusion télévisuelle et de transmission des signaux de radiodiffusion télévisuelle. Ces services d'accès à la plateforme et services de transmission sont limités à l'autofourniture par les opérateurs intégrés verticalement présents sur les marchés de détail retenus dans le projet (points 375 et suivants du projet). Dans ce cas, selon l'exposé des motifs de la Recommandation de 2007, il peut être justifié de créer un marché notionnel par prise en compte de l'autofourniture (point 377 du projet). Cependant, il n'y a pas, selon le projet, d'obligation de le faire et l'IBPT peut donc, sans définir de marché de gros notionnel, imposer des remèdes de gros (mesures orientées sur des services de gros) à l'occasion de l'analyse de marchés de détail, à l'instar de l'obligation de CS/CPS qui est un remède de gros mais destiné à résoudre des problèmes concurrentiels sur les marchés de détail de la téléphonie fixe (points 378 et 379 du projet). Cet argument est soutenu par l'arrêt de la Cour d'appel de Bruxelles du 1er juin 2007 (point 380 du projet).

2.3.2 Description des remèdes

2.3.2.1 Accès

2.3.2.1.1 Généralités (points 362, 382, 384 et 386 du projet).

25. Les remèdes de gros que le projet prévoit d'imposer sur les marchés de détail de la radiodiffusion télévisuelle sont déterminés, au moins en partie, par les contraintes techniques propres à l'infrastructure du câble. Un opérateur alternatif ayant accès à la plateforme du câble ne peut différencier son offre par rapport à celle de l'opérateur désigné puissant que par l'adjonction de quelques chaînes seulement, et non pas par une offre totalement différente de bouquets qui exigerait que certaines chaînes soient diffusées deux fois, une première fois à destination des clients de l'opérateur désigné puissant, et une seconde fois à destination des clients de l'opérateur alternatif ayant bénéficié de l'accès. Ceci explique l'imposition du remède d'accès à la plateforme digitale de l'opérateur désigné puissant (voir infra, numéro 28).

26. La combinaison de l'offre de revente de la TV analogique avec l'offre d'accès à la plateforme digitale répond à l'impossibilité de séparer les signaux numériques des signaux analogiques sans surcoût significatif pour l'opérateur SMP (point 452 du projet). Le projet considère que ces deux offres de gros seront toujours prises simultanément par l'opérateur bénéficiaire (points 432, premier « bullet point », 452, et 480 du projet).

27. Une possibilité de personnalisation des services fournis par un opérateur alternatif se situe au niveau de son décodeur et de la combinaison entre l'offre de télévision et de l'Internet large bande. Le régulateur estime qu'il n'est guère réaliste qu'un client final ait accès simultanément à deux infrastructures, une pour la télévision, l'autre pour l'accès Internet large bande. Ceci explique l'imposition du remède de revente en gros de l'accès Internet large bande au bénéfice de l'opérateur alternatif qui fait appel aux remèdes de gros concernant la télévision.

2.3.2.1.2. Accès à la plateforme digitale (points 388 à 404 du projet).

28. Ce remède permet aux opérateurs alternatifs d'injecter leurs propres signaux dans la plateforme d'encodage de l'opérateur SMP au sens où l'opérateur alternatif peut offrir quelques chaînes que l'opérateur SMP n'offre pas lui-même. L'opérateur alternatif est responsable de l'acquisition des droits d'édition et du Conditional Access System.

2.3.2.1.3 Accès à une revente en gros de l'offre de TV analogique.

29. Ce remède permet à l'opérateur alternatif disposant des droits d'édition nécessaires de revendre sous son propre nom (marque) l'offre de TV analogique de l'opérateur SMP.

2.3.2.1.4 Accès à une revente en gros de l'offre Broadband

30. Ce remède permet à l'opérateur alternatif de revendre sous son propre nom (marque) l'offre d'Internet Broadband de l'opérateur SMP.

2.3.2.2 Transparence, non-discrimination et contrôle des prix

31. En matière de transparence, le projet prévoit d'imposer une offre de référence, la communication à l'IBPT des accords d'accès et la publication d'indicateurs de performance. Le projet prévoit une obligation de non-discrimination interne et externe tant pour les aspects tarifaires que non tarifaires. En matière de contrôle des prix, le tarif d'accès de gros sera fixé sur la base de la méthodologie « retail minus ».

III. Avis du Conseil

3.1. Sur l'impact du développement d'offres combinant les services d'accès Internet à large bande et les services audiovisuels

32. Concernant l'approche générale du marché de détail d'activités de radiodiffusion télévisuelle, le Conseil observe, à l'instar de ce qu'il constate dans l'avis 2011-A/A-01 (au numéro 14), que, ainsi que le mentionne la Commission européenne (Explanatory Note accompanying the recommendation on fixed and mobile termination rates, point 6.2), l'évolution vers un unique réseau IP intégré rend possible pour les différentes plateformes (câble et DSL) l'offre de services équivalents (services de données, voix et audiovisuels) et d'offres groupées regroupant ces différents services.

Les opérateurs de plateformes DSL et câble, jadis actifs sur des marchés séparés, offrent aujourd'hui une palette similaire de produits, en particulier sous forme d'offres groupées.

33. Concernant la popularité croissante des offres groupées durant la période 2007 – 2010, le Conseil renvoie aux chiffres cités au numéro 15 de son avis 2011-A/A-01 susmentionné : en 2010, 54% des accès Internet large bande de détail sont achetés dans le cadre d'une offre groupée et 41,6% de ces accès le sont dans le cadre d'une offre intégrant la TV digitale alors que ces pourcentages n'étaient respectivement que de 22% et 12% en 2007. Pour Numéricable, [80-90]% de clients sont abonnés à plusieurs produits (point 333 du projet). De même, un client sur trois de Telenet est abonné à une offre de « triple play », mais seulement 10 à 20% de la clientèle de Brutélé ou de Tecteo, opérateurs qui n'ont lancé que récemment ce type de produits groupés (points 235 et 285 du projet et point 285 du projet du CSA).

34. La popularité croissante de ces offres groupées conduit à s'interroger sur leur impact sur la nature de la concurrence entre les opérateurs et, en particulier, sur l'existence d'un marché pertinent séparé pour les offres groupées. Cette question avait déjà été évoquée par le Conseil dans son avis 2009-A/A-02 du 25 novembre 2009 relatif au marché de détail des accès au réseau à partir d'une localisation fixe. Au point 3.2.1.b de cet avis, le Conseil avait exposé la méthodologie proposée par OPTA pour identifier l'existence d'un marché séparé des offres groupées. Cette question a été traitée par le Conseil aux points 16 à 18 de son avis 2011-A/A-01 susmentionné, en se référant notamment au rapport que l'ORECE a consacré en décembre 2010 à l'impact d'offres groupées sur la définition des marchés de détail et de gros (BEREC report on impact of bundled offers in retail and wholesale market definition, BoR (10) 64).

35. Comme le relève le Conseil au point 19 de son avis 2011-A/A-01 susmentionné, la question de l'existence d'un marché séparé des offres groupées n'est pas évoquée par l'IBPT dans son analyse des marchés de détail des accès Internet large bande, et

n'est pas évoquée par l'IBPT et les régulateurs des Communautés dans leur analyse du marché de détail d'activités de radiodiffusion télévisuelle. Dans leur analyse du marché de détail d'activités de radiodiffusion télévisuelle, l'IBPT et les régulateurs communautaires évoquent les offres groupées dans l'analyse de dominance comme sources de barrières au changement d'opérateur dans le chef du client final (aux points 229.3, 279.3 et 327.3 du projet) et dans l'application du test des trois critères comme élément de structure d'un marché qui ne tend pas vers une concurrence effective (points 258, 307 et 354 du projet), tandis que le développement des offres groupées est traité par l'IBPT dans l'analyse des marchés 4 et 5 comme une évolution au sein du marché de détail des accès Internet à large bande (au point 3.2.5).

36. Comme le relève le Conseil au point 20 de son avis 2011-A/A-01 susmentionné, tant l'IBPT que les régulateurs communautaires considèrent en effet deux marchés séparés pour respectivement les accès Internet haut débit et les services de transmission audio-visuels, chacun de ces marchés incorporant également les offres groupées dans lesquelles ces composants sont offerts.

Cette approche implique que ces autorités de régulation considèrent, d'une part, qu'un monopoleur hypothétique d'offres groupées ne serait pas capable de maintenir de manière profitable un prix pour ces offres groupées supérieur au prix de concurrence parce que les consommateurs se mettraient à acheter les composants séparément et que, d'autre part, ces offres groupées contraignent les capacités d'un monopoleur hypothétique respectivement sur le marché des accès Internet haut débit et sur le marché des services de transmission audiovisuelles de maintenir de manière profitable un prix supérieur au prix de concurrence.

37. Les développements consacrés aux aspects stratégiques des offres groupées suggèrent que l'IBPT considère que les considérations stratégiques relatives à la diminution du « churn » des câblo-opérateurs, donc au maintien des clients existants (projet, points 229.3 et 257 pour Telenet, points 279.3 et 306 pour Brutélé et points 327.3 et 354 pour Numéricable) en dépit de l'augmentation de leur tarif de radiodiffusion (projet, point 256 pour Telenet, point 305 pour Brutélé et point 355 pour Numéricable), l'emporteraient sur les considérations d'efficience, en particulier dans les offres associant Internet large bande et télévision numérique. Sur cette base, il serait peu vraisemblable qu'un monopoleur hypothétique d'offres groupées soit en mesure de maintenir de manière profitable un prix pour ces offres groupées supérieur au prix de concurrence.

38. Au regard de ces développements, le Conseil se pose la question de savoir s'il n'est pas opportun que l'IBPT et les régulateurs communautaires assurent un suivi de cette question de l'existence d'un marché séparé des offres groupées et le Conseil les invite à collecter l'information permettant d'évaluer les indicateurs nécessaires à l'identification d'un marché séparé des paquets.

3.2. Sur la délimitation géographique des marchés pertinents

39. Le Conseil constate que la portée géographique du marché de détail pertinent (fourniture de signaux TV par réseaux câblés et plateformes IPTV) est définie comme la zone de couverture des câblo-opérateurs individuels (voir supra, numéro 16), alors que la délimitation géographique du marché de détail des services d'accès Internet à large bande est laissée ouverte dans le projet de l'IBPT relatif aux marchés large bande (Avis 2011-A/A-01, numéro 8).

40. L'IBPT a motivé cette définition de la portée géographique, notamment en constatant le manque d'un effet de substitution en chaîne clair en dépit de la concurrence de la plateforme IPTV de Belgacom qui a une couverture nationale (voir supra, numéro 17). Le projet précise aussi que les divergences de prix - limitées en dépit de l'absence d'un effet de substitution en chaîne - notables entre les zones de couverture des câblo-opérateurs ne constituent pas un élément décisif pour cette segmentation géographique par zone de couverture.

41. A cet égard, le Conseil n'a pas d'objections à considérer que la zone de couverture de Tecteo et la zone de couverture de Brutélé soient des marchés géographiques distincts, en dépit de l'existence d'une marque commune (VOO) et de l'autorisation que le Conseil a accordée à une fusion entre Brutélé et Tecteo (décision n° 2008-C/C-16 du 25 avril 2008). Concernant la concentration sans fusion entre Brutélé et Tecteo, le Conseil se borne à considérer la situation de fait et à observer l'existence de deux réseaux distincts. Au demeurant, une fusion parfaite entre Brutélé et Tecteo n'aurait aucun impact sur l'analyse de dominance puisque Brutélé et Tecteo ont respectivement [70-80]% et [70-80]% dans leur zone de couverture. Plus généralement, d'éventuelles opérations de concentration entre câblo-opérateurs ne modifieraient pas l'analyse de dominance puisque les câblo-opérateurs ont, dans leurs zones de couverture respectives, des parts de marché semblables et qui n'évoluent que lentement.

42. Le Conseil s'est demandé dans quelle mesure le projet ainsi que les projets de décision des régulateurs communautaires, eu égard au caractère géographiquement segmenté du marché de la fourniture de signaux TV retenu dans ces projets de décision en dépit de la concurrence de la plateforme IPTV de Belgacom qui a une couverture nationale, répondent aux doutes sérieux que la Commission européenne avait émis à l'encontre de plusieurs projets de décision notifiés en janvier 2007 par le CSA concernant le marché de gros des services de diffusion audiovisuelle en Région wallonne et en partie dans la Région de Bruxelles (marché 18 dans la Recommandation de 2003 ; point 2 du projet). Ces projets de décision relatifs au marché 18 limitaient le marché géographique pour la radiodiffusion télévisuelle par xDSL à la Wallonie à l'exclusion du territoire de la Communauté germanophone.

Dans une lettre adressée au CSA le 19 mars 2007 (point 3 du projet), la Commission européenne estimait que les projets notifiés ne présentaient pas une analyse

suffisamment détaillée qui pourrait indiquer que les conditions de concurrence pour la fourniture des services de transmission par xDSL pourraient différer des conditions qui apparaissent à Bruxelles et/ou en Flandre.

Le Conseil estime que le projet ne peut pas susciter ces doutes sérieux émis en 2007. Premièrement, le test de l'existence d'un possible effet de substitution en chaîne est mené dans le projet (dans l'annexe 3 confidentielle) en considérant que l'opérateur du réseau de transmission par xDSL a une couverture nationale et pratique des tarifs uniformes sur l'ensemble du territoire belge. Deuxièmement, le projet analyse les marchés de détail de la fourniture de signaux TV alors que les projets du CSA en 2007 avaient pour objet le marché 18 défini comme un marché de gros et ce changement de définition du marché de produit justifie de reconsidérer les arguments relatifs à la délimitation géographique du marché. Ainsi, dans le projet, la TV digitale par câble et l'IPTV font partie du même marché de produit de détail (supra, numéro 15). Par contre, dans le projet CSA de 2007, le CSA concluait à l'absence de substituabilité entre les différentes plateformes, en particulier entre plateforme câble et plateforme DSL au niveau du marché de gros, et dès lors, la Commission européenne pouvait considérer que les marchés géographiques pouvaient être fort différents pour, respectivement, le câble (marchés limités à la zone de couverture) et pour DSL (pas de limitation à la Région wallonne).

43. Le Conseil se pose la question de savoir si cette délimitation du marché géographique n'est pas susceptible d'évoluer à terme sous l'influence de trois facteurs :

(1) La possible évolution vers l'existence d'un marché séparé des offres groupées. Une vue prospective de la possible évolution vers l'existence d'un marché séparé des offres groupées (supra numéro 38) est pertinente parce qu'une telle modification de la définition des marchés de produits, si elle était avérée, pourrait modifier le test de l'existence de substitution en chaîne dans la mesure où le produit télévisuel dans une offre « multiple play » est la TV digitale. Or, pour les câblo-opérateurs, c'est précisément le prix de la TV digitale qui semble soumis à la pression concurrentielle de Belgacom TV. Ainsi, les hausses de prix de Tecteo et de Brutélé entre 2006 et 2010 sont beaucoup plus fortes pour l'analogique que pour le digital et Tecteo a même diminué le prix de son offre de TV digitale en 2010 l'alignant de ce fait à la baisse sur le prix de Belgacom TV, alors que, dans le même temps, ce câblo-opérateur augmentait le prix de son offre analogique de plus de 10% (figure 5.9, point 269 du projet du CSA et du projet) ; et les divergences de prix entre les différentes zones de couverture des câblo-opérateurs sont moins élevées pour les offres de TV digitale que pour les offres de TV analogique (figure 5.9, point 269 du projet du CSA et du projet ; figure 5.4, point 219 et figure 5.13, point 317 du projet ; figure 5.17, point 365 du projet du CSA). C'est la prédominance à l'heure actuelle de la TV analogique qui peut donc contribuer à expliquer le résultat obtenu dans le test de substitution en chaîne et les divergences de prix entre les offres de TV analogiques combinées à

l'incapacité des opérateurs actifs sur des plateformes autres que le câble d'offrir l'analogique (supra, numéro 20 et infra, numéro 50) sous-tendent la segmentation géographique du marché.

Par contre, dans le cas d'une offre « triple play » avec TV digitale, le résultat du test pourrait être différent. En effet, d'une part, alors que, dans l'analyse présentée dans l'annexe 3 confidentielle du projet, Belgacom aurait intérêt à réagir à une baisse de prix du câblo-opérateur A mais un câblo-opérateur B n'aurait pas intérêt à suivre cette baisse de prix de Belgacom (supra, numéro 17), la décision de prix du câblo-opérateur B pourrait être différente dans le cas d'un marché distinct du triple play avec TV digitale parce que le prix de celle-ci est plus sensible à la contrainte concurrentielle de Belgacom TV que le prix de la TV analogique. D'autre part, cependant, l'existence d'un marché distinct du triple play devrait s'accompagner d'une baisse du taux de churn (voir supra, numéros 20 et 37), ce qui diminue la vraisemblance de baisse de prix du câblo-opérateur B en réaction à une baisse de prix de Belgacom. On ne peut donc pas préjuger du résultat du test de substitution en chaîne dans l'hypothèse de la reconnaissance d'un marché distinct du triple play.

(2) La possible consolidation du câble en Belgique. D'éventuelles opérations de concentration entre câblo-opérateurs ne modifieraient pas l'analyse de dominance (voir supra, numéro 41), mais on peut se demander si, dans le test de l'existence de substitution en chaîne évoqué ci-dessus, une concentration entre le câblo-opérateur A et le câblo-opérateur B ne modifierait pas la réaction en prix.

(3) L'utilisation, par exemple par un câblo-opérateur comme Telenet, des remèdes que l'IBPT se propose d'imposer, respectivement, sur le marché 5 (fonctionnalité Multicast dans le cadre de l'offre WBA-VDSL) et sur le marché de la fourniture de signaux TV par le réseau câblé de, par exemple, Tecteo (accès à la plateforme digitale et revente en gros de la TV analogique), pourrait amener ce câblo-opérateur, Telenet, dans l'hypothèse où il acquiert de très nombreux clients sur le réseau de Tecteo, à adopter une stratégie de prix différente de celle qu'il pratique à l'heure actuelle.

En tout état de cause, ces trois facteurs ne sont pas susceptibles de remettre en cause la délimitation du marché géographique pour la période de régulation sous revue, c'est-à-dire à l'horizon des trois prochaines années.

3.3. Sur la délimitation des marchés de produits pertinents et la désignation des SMP

44. Le Conseil n'émet pas d'objection à l'égard de l'approche de l'IBPT qui définit les marchés de détail de la radiodiffusion télévisuelle en les limitant aux services d'accès à une plateforme et aux services de transmission des signaux audiovisuels, à l'exclusion de l'accès au contenu; en conséquence, la télévision payante et la télévision gratuite appartiennent toutes deux aux marchés de détail d'activités de radiodiffusion télévisuelle analysés dans le projet (supra, numéro 14) et les éditeurs de contenu ne font pas l'objet de l'analyse du projet. Ces marchés analysés dans le projet sont définis de manière très différente des marchés pertinents de détail retenus par le Conseil dans des cas de concentration où le Conseil a étudié notamment les marchés de la livraison au détail du contenu de radiodiffusion, où les éditeurs de contenu ont fait l'objet de l'analyse et pour lesquels la télévision payante et la télévision gratuite appartiennent à des marchés de produits distincts (décision n° 2008-C/C-05 du Conseil du 31 janvier 2008 dans l'affaire CONC-C/C-07/0028 Tecteo/Brutele – Câble wallon, numéro 101 ; décision n° 2008-C/C-57 du 31 octobre 2008 dans l'affaire CONC-C/C-08/0023 Tecteo – BeTV/ACM, numéros 40 et 41 ; décision n° 2003-C/C-89 du 12 novembre 2003 dans l'affaire Telenet-Canal+, paragraphe 4.1, pages 5 et 6).

A l'occasion de ces contrôles de concentration, le Conseil a donc mené son analyse concurrentielle de manière totalement distincte pour d'une part, la fourniture de contenu audiovisuel « en clair » et pour, d'autre part, la fourniture de contenu audiovisuel « premium », afin d'évaluer si la concentration envisagée aura ou non pour conséquence qu'une concurrence effective serait entravée de manière significative sur le marché de la livraison au détail de services audiovisuels (décision n° 2008-C/C-05 du Conseil du 31 janvier 2008, numéro 125 ; décision n° 2008-C/C-57 du 31 octobre 2008, numéros 61 et 66 ; décision n° 2003-C/C-89 du 12 novembre 2003 dans l'affaire Telenet-Canal+, paragraphe 5, page 12).

3.4. Sur la non-prise en compte de marchés de gros et l'application de remèdes de gros aux marchés de détail

45. Le Conseil n'émet pas d'objection à l'égard de l'approche de l'IBPT qui part de l'analyse du marché de détail pour envisager les remèdes de gros (mesures orientées sur des services de gros) imposés sur des marchés de détail (voir supra, numéro 24).

Pourtant, le projet (au point 67) justifie la non-prise en compte de l'autofourniture par la jurisprudence et la doctrine de la Commission européenne. En fait, cette référence à la jurisprudence et à la doctrine de la Commission européenne n'est pas nécessaire et est même source de confusion puisque le projet ne procède pas à la définition d'un marché de gros notionnel qui aurait été faite sur la base de la prise en compte de l'autofourniture.

3.5. Sur les remèdes

Introduction

46. Le Conseil observe que le degré de concentration mesuré au niveau national serait, en 2010, plus élevé sur le marché radiodiffusion télévisuelle que sur celui des accès Internet à large bande. En effet, sur le marché radiodiffusion télévisuelle, les parts de marché calculées au niveau national sont, d'après la figure 4.7 confidentielle du projet, fortement asymétriques même si cette asymétrie s'explique aussi par la segmentation géographique des infrastructures câblées. Sur la base de données dont certaines sont confidentielles, on arrive ainsi à un HHI de 3.948 sur le marché radiodiffusion télévisuelle et à un HHI de 3.691 sur le marché Internet. On observe en outre que les pertes de parts de marché des opérateurs DSL sur le marché des accès Internet à large bande - de 14% en 2007 à 8% en 2010 - se sont faites au profit des opérateurs câbles, et en particulier de Telenet qui a vu sa part croître de 31 à 36% sur cette même période (Avis 2011-A/A-01, numéro 36).

On rappelle aussi que les pertes de parts de marché des câblo-opérateurs au profit de Belgacom TV sont très lentes (supra, numéro 22) et que les câblo-opérateurs sont les seuls à fournir des signaux analogiques, ce qui leur procure un avantage concurrentiel considérable (supra, numéro 20), alors que les prix des offres analogiques sont moins sensibles à la pression concurrentielle de Belgacom TV que les prix des offres de TV digitale (supra, numéro 43).

Le diagnostic posé sur les marchés de détail contribue ainsi à justifier l'imposition de remèdes sur les marchés radiodiffusion télévisuelle.

Sur l'accès à la plateforme digitale

47. Le Conseil comprend que l'accès à la plateforme digitale imposé aux câblo-opérateurs désignés SMP paraît un remède plus intrusif que l'offre de la fonctionnalité Multicast imposée à l'opérateur désigné SMP sur le marché 5.

48. L'importance des offres multiple play justifie que, dans la mesure où le régulateur vise à stimuler la concurrence par les services sur chacune des plateformes, non seulement sur la plateforme DSL (Avis 2011-A/A-1, numéro 35) mais aussi sur l'infrastructure câble, les opérateurs alternatifs soient en mesure de faire une offre de télévision, avec une possibilité de différenciation sous les contraintes techniques propres à l'infrastructure du câble (supra, numéro 25).

49. Le Conseil estime dès lors que l'imposition du remède d'accès à la plateforme digitale contribuera à stimuler la concurrence.

De l'accès à une revente en gros de l'offre de TV analogique

50. Le Conseil observe que, dans le projet, la possibilité qu'ont les câblo-opérateurs de fournir des signaux de télévision analogique signifie non seulement qu'ils disposent d'une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer, mais aussi qu'ils bénéficient de barrières au changement, dont la possibilité de convertir leur importante clientèle analogique historique en télévision numérique parce qu'ils fournissent des signaux TV analogiques en même temps que des signaux TV numériques. Cette possible utilisation de la télévision analogique comme outil de levier (« leveraging ») pour conserver et conquérir le marché de la télévision digitale est un obstacle à une concurrence effective (supra, numéro 20; points 227, 229.1, 277, 279.1, 325, 327.1 du projet). La barrière au changement que constitue l'infrastructure permettant la transmission de signaux analogiques est telle qu'elle justifie le remède d'offre de gros de la TV analogique, y compris au profit de Belgacom vu l'énorme coût, non justifiable économiquement, que constituerait une offre de TV analogique par Belgacom sur la base de FTTH et vu l'absence actuelle de développement du DVB-T en Belgique, contrairement aux Pays-Bas où Digitenne, la filiale de l'opérateur historique xDSL, KPN, dispose d'une part de marché de [10-20]% dans la zone de couverture de UPC, de [5-10]% dans la zone de couverture de Ziggo et CAIW et de [0-5]% dans la zone de couverture de Delta.

51. La combinaison de l'offre de revente de la TV analogique avec l'offre d'accès à la plateforme digitale répond à l'impossibilité de séparer les signaux numériques des signaux analogiques sans surcoût significatif pour l'opérateur et le projet considère que ces deux offres de gros seront toujours prises simultanément par l'opérateur bénéficiaire (supra, numéro 26).

52. Pour offrir des services de gros sur la base d'une infrastructure câblée, il existe trois pistes possibles (option « reseller », dégroupage du spectre et « policy-based routing »). L'option « reseller » peut être mise en œuvre relativement vite et ne requiert que de légères adaptations du réseau (projet de décision du Conseil de l'IBPT concernant l'analyse des marchés large bande, numéros 369 à 373).

53. Le Conseil estime dès lors que l'imposition du remède d'accès à une revente en gros de l'offre de TV analogique contribuera à stimuler la concurrence tant que l'offre de la télévision analogique constitue une barrière au changement significative.

De l'accès à une revente en gros de l'offre Broadband

54. Le Conseil constate la convergence croissante entre les plateformes et l'importance croissante des offres groupées (supra, numéro 32 et avis 2011-A/A-01, numéro 14). Le projet observe à cet égard une tendance à la hausse vers l'offre de service de radiodiffusion multiplateforme, où l'accès à Internet haut débit devient un canal complémentaire pour fournir la télévision numérique en direct et les services interactifs au consommateur (point 508 du projet). Cette complémentarité entre TV et Internet haut débit est déjà exploitée par Telenet (Yelo, décrit au point 508.1 du

projet) et Belgacom (point 508.2 du projet). Le Conseil prend également acte du fait qu'une possibilité de personnalisation des services fournis par un opérateur alternatif se situe au niveau de son décodeur et de la combinaison entre l'offre de télévision et de l'Internet large bande (supra, numéro 27). C'est à bon escient que le régulateur estime qu'il n'est guère réaliste qu'un client final doive avoir accès simultanément à deux infrastructures, une pour la télévision, l'autre pour l'accès Internet large bande.

55. Etant donné que cette complémentarité entre l'offre de télévision et l'Internet haut débit doit pouvoir être exploitée par les opérateurs alternatifs dans le cadre d'une concurrence par les services, l'IBPT impose, en vue d'assurer le caractère effectif des remèdes imposés sur les marchés de détail de la télévision, un accès à une revente en gros de l'offre Broadband qui est conditionné à l'utilisation par l'opérateur bénéficiaire du remède de gros concernant la télévision.

56. Le Conseil estime dès lors que l'imposition du remède d'accès à une revente en gros de l'offre Broadband contribuera à stimuler la concurrence dans l'offre de multiple play.

Conclusions

57. Sur la base de l'impact déterminant sur les conditions de concurrence que la progression des offres groupées comportant accès à large bande et télévision digitale est susceptible d'avoir, le Conseil estime nécessaire d'effectuer un suivi de cette question de l'existence d'un marché séparé des offres groupées. Il invite dès lors les régulateurs à collecter l'information permettant d'évaluer les indicateurs nécessaires à l'identification d'un marché séparé des paquets.

58. Les remèdes proposés dans le projet visent à stimuler la concurrence par les services sur la plateforme câble. Le Conseil est d'avis que les remèdes proposés vont contribuer à stimuler cette concurrence par les services.