

RÉPUBLIQUE TUNISIENNE
INSTANCE NATIONALE DES TÉLÉCOMMUNICATIONS



**Consultation publique sur le projet de
lignes directrices pour l'analyse du
marché des télécommunications**

07 Août 2014

Table des matières

1	Objectif du document	3
2	Procédure et périodicité de l'analyse du marché des télécommunications ...	4
2.1	Procédure de l'analyse du marché des télécommunications :	4
2.1.1	<i>Collecte des informations nécessaires pour l'analyse du marché des télécommunications</i> :.....	4
2.1.2	<i>Mise en consultation publique du document "Bilan et perspectives"</i> :.....	5
2.1.3	<i>Mise en consultation publique du premier projet de décisions d'analyse du marché des télécommunications</i> :.....	5
2.1.4	<i>Mise en consultation publique du deuxième projet de décisions d'analyse du marché des télécommunications</i> :.....	5
2.1.5	<i>Consultation du Conseil de la Concurrence sur les résultats du dernier projet de décisions d'analyse du marché des télécommunications</i> :.....	6
2.1.6	<i>Décisions de l'INT portant sur les résultats des analyses du marché des télécommunications</i> :.....	6
2.2	Périodicité de l'analyse du marché des télécommunications :.....	6
3	Détermination des marchés pertinents	7
3.1	Détermination en termes de produits et services : Substituabilité de la demande et de l'offre 7	
3.1.1	<i>Principes méthodologiques</i>	7
3.1.2	<i>Mise en application pour l'analyse des marchés de télécommunications en Tunisie</i> 8	
3.2	Délimitation du marché géographique	9
3.2.1	<i>Principes méthodologiques</i>	9
3.2.2	<i>Mise en application pour l'analyse des marchés de télécommunications en Tunisie</i> 9	
3.3	Vérification de la pertinence d'un marché de télécommunications au regard de la régulation <i>ex ante</i> 9	
3.3.1	<i>Principes méthodologiques</i>	9
3.3.2	<i>Mise en application pour l'analyse des marchés de télécommunications en Tunisie</i> 10	
4	Détermination des opérateurs dominants	11
4.1.1	<i>Principes méthodologiques</i>	11
4.1.2	<i>Mise en application pour l'analyse des marchés de télécommunications en Tunisie</i> 13	
5	Obligations imposées aux opérateurs puissants	15
6	Annexe : Eléments du benchmark	16
6.1	Benchmark de la liste des marchés pertinents pour la régulation <i>ex ante</i> :.....	16
6.1.1	<i>Cas de la Commission Européenne</i> :	16
6.1.2	<i>Cas du Maroc</i> :.....	17
6.1.3	<i>Cas de l'Arabie Saoudite</i> :	17
6.1.4	<i>Cas d'Oman</i> :	18
6.1.5	<i>Cas de Qatar</i> :	19
6.2	Benchmark sur les critères de désignation des opérateurs dominants :	20
6.3	Benchmark du seuil de la part de marché adopté par la Commission Européenne :	21

1 OBJECTIF DU DOCUMENT

Le présent document a pour objectif de définir un cadre préliminaire pour l'analyse du marché des télécommunications en Tunisie conformément au décret n°2014-53 du 10 janvier 2014 modifiant et complétant le décret n°2008-3026 du 15 septembre 2008 fixant les conditions générales d'exploitation des réseaux publics des télécommunications et des réseaux d'accès.

En effet, le décret précité a introduit la notion de dominance sur les marchés pertinents de services de télécommunications de gros ou de détail ou sur les marchés étroitement liés à ces marchés pertinents.

A cet effet et en vertu des dispositions de ce décret :

- L'INT effectue les études d'analyse du marché des télécommunications en vue d'introduire les modifications nécessaires pour garantir la concurrence loyale au niveau de l'accès et de la vente en gros et en détail;
- L'INT fixe les conditions, les procédures et la périodicité de ces études ;
- L'INT établit des lignes directrices en collaboration avec les opérateurs de réseaux publics de télécommunications pour la conduite des analyses de marché ;
- Sur la base des résultats de ces analyses et de ces lignes directrices, l'INT détermine en vertu de décisions :
 - les marchés pertinents de services des télécommunications de gros et de détail,
 - la liste des opérateurs ayant une position dominante sur chacun des marchés pertinents de services des télécommunications de gros et de détail déterminés,
 - les obligations des opérateurs ayant une position dominante sur chacun des marchés pertinents de services des télécommunications de gros et de détail,
 - les obligations des opérateurs ayant une position dominante sur chacun des marchés de services des télécommunications de gros et de détail étroitement lié à un marché pertinent dans lequel ils sont en position dominante.

En revanche, ce décret ne donne aucune indication sur les méthodes ou les critères utilisables pour la détermination des marchés pertinents et des opérateurs dominants.

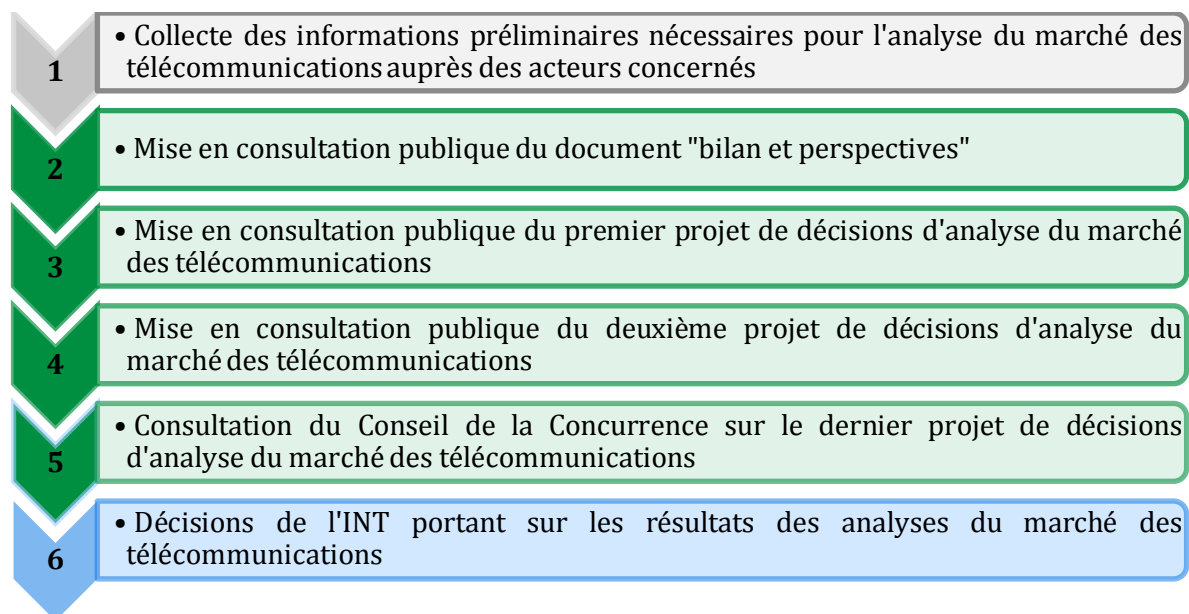
Ainsi, le présent document sera utilisé pour préparer, après avoir collecté les avis des différents acteurs concernés, les lignes directrices de l'analyse du marché des télécommunications fixant :

- les conditions, les procédures et la périodicité de la conduite des analyses du marché des télécommunications,
- la méthodologie et les critères qui seront adoptés par l'INT pour la détermination des marchés pertinents de gros et de détail,
- la méthodologie et les critères qui seront considérés par l'INT pour la désignation des opérateurs dominants.

2 PROCEDURE ET PERIODICITE DE L'ANALYSE DU MARCHE DES TELECOMMUNICATIONS

2.1 Procédure de l'analyse du marché des télécommunications :

La figure ci-dessous récapitule les différentes étapes qui seront suivies par l'INT pour la conduite des analyses du marché des télécommunications.



2.1.1 Collecte des informations nécessaires pour l'analyse du marché des télécommunications :

- L'INT collectera les informations préliminaires qu'elle juge nécessaires pour l'analyse du marché des télécommunications auprès des acteurs concernés.

- Tout au long du processus de l'analyse du marché des télécommunications, l'INT pourra être amenée à solliciter d'autres informations supplémentaires auprès des acteurs concernés.
- A chaque demande d'information de l'INT auprès des acteurs concernés, ces derniers doivent communiquer les informations requises selon le format défini par l'INT et dans le délai fixé par cette dernière. En cas d'absence de communication de ces informations par l'un ou les acteurs concernés selon le format prédéfini par l'INT et dans le délai fixé, cette dernière prendra les mesures nécessaires selon les pouvoirs qui lui ont été conférés par la réglementation en vigueur.

2.1.2 Mise en consultation publique du document "Bilan et perspectives" :

- L'INT soumettra pour consultation publique un document « Bilan et perspectives » dressant l'état des lieux de la situation du marché des télécommunications pour collecter les avis notamment sur les constats faits par l'INT quant à la situation du marché des télécommunications et pour dresser un état des évolutions possibles.
- Les réponses des différents acteurs à la consultation publique sur le document « Bilan et perspectives » seront publiées à l'exclusion des parties jugées confidentielles.

2.1.3 Mise en consultation publique du premier projet de décisions d'analyse du marché des télécommunications :

- L'INT soumettra pour une première consultation publique les résultats des analyses du marché des télécommunications à l'exception des informations confidentielles (au sens du droit Tunisien sur le secret des affaires).
- Les réponses des différents acteurs à la première consultation publique seront publiées à l'exclusion des parties jugées confidentielles.

2.1.4 Mise en consultation publique du deuxième projet de décisions d'analyse du marché des télécommunications :

- L'INT soumettra pour une deuxième consultation publique les résultats des analyses du marché des télécommunications suite à l'introduction des modifications à l'issue des réponses des différents acteurs à la première consultation publique.
- Les réponses des différents acteurs à la deuxième consultation publique seront publiées à l'exclusion des parties jugées confidentielles.

2.1.5 Consultation du Conseil de la Concurrence sur les résultats du dernier projet de décisions d'analyse du marché des télécommunications :

- L'INT consultera le Conseil de la Concurrence sur les résultats des analyses du marché des télécommunications après avoir pris en considération les réponses des différents acteurs aux deux consultations publiques.
- Les réponses du Conseil de la Concurrence seront publiées à l'exclusion des parties jugées confidentielles.

2.1.6 Décisions de l'INT portant sur les résultats des analyses du marché des télécommunications :

- L'INT adoptera ses décisions afférentes à l'analyse du marché des télécommunications.

2.2 Périodicité de l'analyse du marché des télécommunications :

• La détermination des marchés pertinents :

La détermination des marchés pertinents vise à établir un cadre de régulation valable plusieurs années car les déterminants économiques des marchés pertinents sont d'une part établis en prenant compte des évolutions technologiques et des évolutions de marché envisageables à moyen terme, et d'autre part ces déterminants n'évoluent que lentement d'une année à l'autre.

L'INT propose de fixer une période de trois (3) ans pour la validité de la liste des marchés pertinents déterminés. Toutefois, il est possible de réexaminer l'inscription d'un marché sur la liste de l'ensemble des marchés pertinents avant la fin de cette période lorsque l'évolution de ce marché le justifie. Les résultats de la détermination de la liste des marchés pertinents seront reproductibles à la fin de chaque période.

• La détermination des opérateurs dominants :

La détermination des opérateurs dominants peut s'envisager à une fréquence plus importante que celle de détermination des marchés pertinents car le positionnement des opérateurs peut évoluer plus rapidement.

Les décisions déterminant les opérateurs dominants sur les marchés pertinents de gros et de détail et les obligations à leur imposer peuvent être réexaminées par l'INT lorsqu'il s'avère que ces opérateurs ne se trouvent plus dans une position qui leur confère un pouvoir significatif sur ces marchés.

3 DETERMINATION DES MARCHES PERTINENTS

La détermination d'un marché s'inscrit dans un cadre prospectif et repose sur deux critères complémentaires :

- **La détermination en termes de produits ou services :** Deux produits ou services appartiennent à un même marché s'ils sont substituables du point de vue de l'offre et de la demande ;
- **La détermination en termes géographiques :** Il s'agit du territoire sur lequel les conditions de concurrence sont similaires ou suffisamment homogènes. Il peut s'agir du territoire national, ce qui est généralement le cas, mais aussi d'une région ou d'un ensemble de régions.

Les paragraphes suivants présentent les trois étapes nécessaires pour déterminer les marchés pertinents :

1. La délimitation des marchés en termes de produits et services ;
2. La délimitation géographique des marchés ;
3. La vérification de la pertinence des marchés au regard de la régulation *ex ante*.

A titre d'exemple, l'annexe 6.1 du présent document récapitule l'ensemble des marchés pertinents pour la régulation *ex ante* déterminés par la Commission Européenne et un certain nombre de pays de la région MENA.

3.1 Détermination en termes de produits et services : Substituabilité de la demande et de l'offre

3.1.1 Principes méthodologiques

- Substituabilité de la demande :

L'analyse de la substituabilité de la demande mesure le caractère interchangeable des produits et services. Elle consiste à évaluer le comportement du consommateur face à une variation de prix.

Deux produits appartiennent à un même marché s'ils sont suffisamment interchangeables pour leurs utilisateurs, notamment du point de vue de l'usage qui est fait des produits et services, de leurs caractéristiques, de leur tarification, de leurs conditions de distribution, des coûts de « migration » d'un produit vers l'autre.

- Substituabilité de l'offre :

L'analyse de la substituabilité de l'offre mesure les possibilités d'entrée sur le marché. Elle consiste à apprécier l'incitation des offreurs potentiels à produire le produit ou le service concerné en cas de hausse de prix.

La substituabilité du côté de l'offre est caractérisée lorsqu'un opérateur qui n'est pas actuellement présent sur un marché donné est susceptible d'y entrer rapidement en réponse à une augmentation du prix des produits qui y sont vendus.

Le test du « monopoleur hypothétique » :

Pour analyser la substituabilité de la demande ou de l'offre, dans l'absolu, le test du « monopoleur hypothétique » (test SSNIP, « *Small but Significant Non-transitory Increase in Prices* ») peut être utilisé. Ce test consiste à étudier les effets qu'aurait sur la demande ou sur l'offre une augmentation légère mais durable des prix d'un service (5% à 10 % par exemple), de manière à déterminer s'il existe des services considérés comme substituables par les acteurs et vers lesquels ils sont susceptibles de s'orienter.

Du point de vue de la demande, ce test consiste à considérer que le marché est défini comme les produits ou services tels qu'un monopole hypothétique pourrait augmenter significativement et durablement les prix tout en augmentant son profit. Le marché pertinent est alors constitué de l'ensemble des produits ou services pour lesquels une hausse de prix (par exemple de 5% à 10%) maximiserait le profit du ou des offreurs.

Du point de vue de l'offre, le test consiste à voir dans quelle mesure les opérateurs offrant d'autres produits ou services seraient en mesure de fournir rapidement (par exemple 6-12 mois) et facilement (coûts fixes modérés) un produit ou un service équivalent à celui du monopoleur hypothétique en cas de hausse de prix (par exemple 5% à 10%).

3.1.2 Mise en application pour l'analyse des marchés de télécommunications en Tunisie

Pour la détermination des marchés en termes de produits et de services, l'INT suivra la méthode suivante :

- **Vérification de la substituabilité de la demande :**
 - a. Proximité des caractéristiques des produits et des services : fonctionnalités, tarification, distribution, etc.,
 - b. Niveau des coûts de migration entre les produits et les services,

L'INT pourra faire recours au test du monopoleur hypothétique pour vérifier l'impact « conceptuel » d'une hausse faible des tarifs sur l'utilisation ou non par les consommateurs de produits ou services de substitution.

- **Vérification de la substituabilité de l'offre :**

L'INT pourra faire recours au test du monopoleur hypothétique pour vérifier l'impact « conceptuel » d'une hausse faible des tarifs sur l'entrée de

fournisseurs alternatifs ou sur la modification des offres des fournisseurs existants.

3.2 Délimitation du marché géographique

3.2.1 Principes méthodologiques

Le marché géographique pertinent peut être défini comme 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.

Dans le secteur des télécommunications, la portée géographique du marché pertinent est traditionnellement déterminée par référence à deux critères principaux :

- d'une part, le territoire couvert par les réseaux ;
- d'autre part, l'existence d'instruments de nature juridique conduisant à distinguer telle ou telle zone géographique ou, au contraire, à considérer que le marché est de dimension nationale.

3.2.2 Mise en application pour l'analyse des marchés de télécommunications en Tunisie

De manière générale, les marchés considérés sont nationaux, sauf si des conditions particulières, notamment en termes de couverture par les réseaux, justifient de considérer un territoire géographique plus restreint. En revanche, il est possible, pour certains marchés, qu'au sein d'un même marché géographique, certains opérateurs puissent être déclarés puissants sur des zones régionales (par exemple en fonction du déploiement des axes du backbone).

3.3 Vérification de la pertinence d'un marché de télécommunications au regard de la régulation *ex ante*

3.3.1 Principes méthodologiques

Au-delà de la définition d'un marché et de sa délimitation, il convient de préciser la pertinence du marché au regard de la régulation *ex ante*, c'est-à-dire pourquoi il est nécessaire d'appliquer à ce marché un traitement réglementaire spécifique plutôt que le droit commun de la concurrence.

Les critères retenus pour la pertinence d'un marché au regard de la régulation *ex ante* au sein de l'Union Européenne et dans de nombreux pays sont les suivants :

- La présence de barrières à l'entrée élevées et non provisoires ;
- L'absence d'évolution vers une situation de concurrence effective ;
- L'efficacité insuffisante du seul droit de la concurrence.

Ces trois critères sont cumulatifs et doivent être réunis pour qu'un marché soit considéré comme pertinent pour la régulation ex ante. Il suffit qu'un seul de ces critères ne soit pas satisfait pour que le marché ne puisse pas être considéré comme pertinent.

3.3.2 Mise en application pour l'analyse des marchés de télécommunications en Tunisie

Pour apprécier la pertinence d'un marché de télécommunications au regard la régulation ex ante, l'INT considérera les trois critères cumulatifs cités ci-dessous à travers la revue de plusieurs points (non cumulatifs) pour chaque critère. La liste des points évoqués au niveau de chaque critère n'est pas exhaustive.

- **La présence de barrières à l'entrée élevées et non provisoires :**
 - présence d'externalité de réseaux,
 - diversité des services,
 - existence de coûts irrécupérables,
 - avantages technologiques,
 - accès aux ressources financières,
 - économies d'échelle et de gamme,
 - intégration verticale,
- **L'absence d'évolution vers une situation de concurrence effective :**
 - dans un horizon de temps de 3 à 5 ans,
 - en fonction des évolutions technologiques prévisibles au terme de l'analyse,
 - en fonction des évolutions de marché prévisibles au terme de l'analyse (évolution de la demande, introduction de nouvelles licences, évolutions réglementaires, etc.),
- **L'efficacité insuffisante du seul droit de la concurrence :**
 - au vu de la législation existante dans le domaine du droit de la concurrence et de sa mise en pratique notamment à travers les autorités en charge de son application (existence de cas similaires, pratiques existantes, etc.),
 - au vu des délais nécessaires au constat des infractions, de leur instruction et de la mise en œuvre des décisions,
 - au vu de l'insuffisance du droit de la concurrence à traiter certaines situations.

4 DETERMINATION DES OPERATEURS DOMINANTS

4.1.1 Principes méthodologiques

L'article 2 bis du décret n°2014-53 du 10 janvier 2014 précité donne la définition suivante d'un opérateur dominant :

« Est considéré en position dominante sur un marché pertinent de services des télécommunications, tout opérateur de réseau public des télécommunications qui se trouve dans une position qui lui confère un pouvoir significatif sur ce marché.

Cet opérateur peut également être considéré dominant sur tout autre marché étroitement lié au marché pertinent sur lequel il est en position dominante. »

Cette définition renvoie donc à la notion de pouvoir significatif sur un marché.

Au plan économique, le pouvoir de marché traduit la capacité d'une entreprise à fixer durablement un prix au-dessus du niveau concurrentiel ou à limiter la quantité ou la qualité du produit offert à un niveau inférieur au niveau concurrentiel.

La Commission Européenne a ainsi établi que¹ :

« 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. »

« Lorsqu'une entreprise est puissante sur un marché particulier, elle peut également être considérée comme puissante sur un marché étroitement lié, lorsque les liens entre les deux marchés sont tels qu'ils permettent d'utiliser sur un des deux marchés, par effet de levier, la puissance détenue sur l'autre marché, ce qui renforce la puissance de l'entreprise sur le marché ».

Cette définition est adoptée également par des pays arabes.

L'INT estime que cette définition est suffisamment générique pour être applicable au cas tunisien et propose de l'adopter.

Dans l'évaluation des positions sur les marchés, il est usuel, en première approximation, d'utiliser la part de marché sur le marché pertinent comme mesure de la contrainte concurrentielle qui s'exerce sur l'entreprise. L'idée de base est que le pouvoir de marché est peu probable si la part de marché de l'entreprise persiste à un niveau bas. Toutefois, le critère des parts de marché présente des limites telles que détaillées ci-après.

¹ Lignes directrices de la Commission 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 électronique (JOCE, 2002/C 165/03). La définition citée reprend en fait la définition de la directive Cadre et la jurisprudence de la Cour européenne de justice.

Les limites du critère des parts de marché et la nécessité de considérer des critères complémentaires :

Dans l'absolu, la lecture de la part de marché d'une entreprise sur le marché de référence doit être prudente. C'est pourquoi il peut être important d'évaluer l'importance de la part de marché relative de l'entreprise. Ainsi, une part de marché a priori peu élevée peut révéler un pouvoir de marché si la part de marché des concurrents est beaucoup plus faible.

Une forte part de marché n'est pas un indicateur suffisant pour conclure à un fort pouvoir de marché. En effet, une entreprise peut ne pas être en mesure d'augmenter son prix si elle est confrontée à une concurrence potentielle ou une puissance d'achat importante. Pour affiner l'appréciation du pouvoir de marché, il peut être plus utile d'analyser l'évolution de la part de marché de l'entreprise (ou du groupe d'entreprises) que la part de marché à un moment donné. Ainsi, une part de marché volatile est un indicateur de concurrence dans la mesure où cela peut traduire une dynamique d'innovation qui conteste les positions de marché.

Une analyse plus systématique et rigoureuse de la position de marché d'une entreprise (ou d'un groupe d'entreprises) nécessite donc une analyse qualitative complémentaire à l'analyse des parts de marché. Cette analyse qualitative permet d'affiner l'appréciation du pouvoir de marché. Par exemple :

- une part de marché élevée ne traduit pas nécessairement une dominance si les barrières à l'entrée sont faibles,
- une part de marché élevée peut aussi traduire l'efficacité de l'entreprise dans l'innovation en qualité de produit,
- lorsque le marché pertinent contient des produits différenciés, une part de marché relativement faible peut traduire un certain pouvoir de marché,
- ce n'est pas parce que les entreprises ont des parts de marché similaires qu'il n'y a pas de pouvoir de marché (présence de coûts de changement pour les consommateurs et/ou de capacité de production différente).

D'une manière générale, la méthodologie d'identification des opérateurs puissants doit évaluer la concurrence potentielle et donc analyser les barrières à l'entrée (coûts fixes irrécupérables, accès limité à des intrants essentiels, régulation sectorielle, économies d'échelle et de gamme, réputation, effets de réseaux, restrictions verticales), et apprécier le cas échéant, l'importance du (contre) pouvoir acheteur et de ses effets potentiels sur la concurrence.

L'effet potentiel de la capacité de développement de concurrents réels ou l'entrée de concurrents potentiels sont des indicateurs forts de la position des opérateurs sur le marché. Traditionnellement, les barrières à l'entrée sont évaluées en déterminant la mesure dans laquelle les entreprises présentes sur le marché peuvent augmenter leurs

prix au-delà du niveau concurrentiel sans provoquer l'arrivée de nouveaux concurrents.

Selon l'expérience internationale (Annexe 6.2), les critères complémentaires peuvent être listés comme suit :

- la taille de l'entreprise, le chiffre d'affaires le parc clients et/ou le volume de trafic ;
- le contrôle d'une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer ;
- l'éventuelle dominance de l'opérateur sur un marché amont renforçant sa position prééminente sur un marché aval ;
- l'intégration verticale de l'entreprise ;
- la présence d'économies de gamme ;
- la présence d'économies d'échelle ;
- l'existence de coûts irrécupérables ;
- le contrôle des moyens d'accès à l'utilisateur final ;
- les avancées ou la supériorité technologique et l'expérience dans la fourniture de produits et de services de communications électroniques ;
- l'absence ou la faible présence de contre-pouvoir des acheteurs ;
- la diversification des produits et/ou des services ;
- l'évolution des tarifs ;
- l'existence de profits anormalement élevés ;
- le nombre des concurrents ;
- l'absence de concurrence potentielle ;
- l'accès privilégié aux marchés des capitaux.

4.1.2 Mise en application pour l'analyse des marchés de télécommunications en Tunisie

4.1.2.1 Critère de la part de marché

La part de marché sera calculée à partir de valeurs objectives. L'utilisation du chiffre d'affaires peut sembler le critère le plus pertinent, mais n'est pas possible pour des marchés de gros dont les prestations sont utilisées par les services de détail de l'opérateur (il n'y a dans ce cas pas de chiffre d'affaires mesurable). D'autres critères de mesure de la part de marché seront alors pris en compte par l'INT (le nombre d'abonnés, le trafic écoulé, la consommation, les capacités mises en place, etc.).

La mesure de la part de marché sera effectuée sur la base de données nationales, mais pourra être rendue, le cas échéant, régionale pour certains services.

L'INT fixera le seuil de la part de marché à partir duquel existe une présomption de dominance en prenant en considérant la situation réelle du marché des télécommunications en Tunisie et en s'inspirant des meilleures pratiques internationales. A titre indicatif, le seuil de 40% a été retenu au niveau des lignes directrices de la Commission Européenne (Annexe 6.3).

4.1.2.2 Critères complémentaires

Dans l'analyse de chaque marché de télécommunications pertinent, et si l'analyse conduit à considérer que le critère de la part de marché n'est pas suffisant pour établir l'existence de position de dominance, un ensemble de critères complémentaires parmi, à titre d'exemple, la liste suivante sera retenu par l'INT, au cas par cas selon le marché considéré :

- la taille globale de l'entreprise,
- le contrôle d'une infrastructure qui n'est pas facile à dupliquer,
- les avancées ou la supériorité technologiques,
- l'absence ou la faible présence de 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,
- la présence d'économies d'échelle,
- la présence d'économies de gamme,
- l'intégration verticale de l'entreprise,
- l'existence d'un réseau de distribution et de vente très développé,
- l'absence de concurrence potentielle,
- les entraves à l'expansion.

Cette liste n'est pas exhaustive.

Une position de dominance peut être le résultat de la combinaison des critères susmentionnés qui, pris séparément, ne sont pas nécessairement déterminants.

Cas de dominance conjointe :

Une situation de « dominance conjointe » peut être constatée lorsque deux ou plusieurs entreprises auront adopté ensemble, vis-à-vis de leurs clients et de leurs

concurrents, une attitude très semblable à celle d'une seule et même entreprise en position dominante, pour autant qu'il n'y ait pas de concurrence effective entre elles. Les caractéristiques ci-dessous, si elles sont observées, renforcent la probabilité d'une situation de dominance conjointe :

- Marché arrivé à maturité ;
- Stagnation ou croissance modérée de la demande ;
- Faible élasticité de la demande ;
- Produits homogènes ;
- Structures de coûts analogues ;
- Parts de marchés similaires ;
- Absence d'innovations techniques, technologie au point;
- Absence de capacité excédentaire ;
- Importantes barrières à l'entrée;
- Absence de contre pouvoir des acheteurs ;
- Absence de concurrence potentielle ;
- Diverses sortes de liens informels ou autres entre les entreprises concernées ;
- Mécanismes de rétorsion ;
- Absence ou possibilité réduite de concurrence par les prix.

5 OBLIGATIONS IMPOSEES AUX OPERATEURS PUISSANTS

Les résultats des analyses de marché pourront amener l'INT à imposer des obligations proportionnées aux opérateurs déclarés puissants sur les marchés pertinents.

6 ANNEXE : ELEMENTS DU BENCHMARK

6.1 Benchmark de la liste des marchés pertinents pour la régulation ex ante :

6.1.1 Cas de la Commission Européenne :

Cycle d'analyse de 2003 : 18 marchés pertinents pour la régulation ex ante		Cycle d'analyse de 2007: 7 marchés pertinents pour la régulation ex ante	
11 Marchés de gros	7 Marchés de détail	6 Marchés de gros	1 Marché de détail
<ol style="list-style-type: none"> 1. Marché 8 : Départ d'appel sur le réseau téléphonique public en position déterminée 2. Marché 9 : Terminaison d'appel sur divers réseaux téléphoniques publics individuels en position déterminée 3. Marché 10 : Services de transit sur le réseau téléphonique public fixe 4. Marché 11 : Marché de la fourniture en gros d'accès dégroupé (y compris l'accès partagé) aux boucles et sous-boucles sur lignes métalliques pour la fourniture de services à large bande et de services vocaux 5. Marché 12 : Marché de la fourniture en gros d'accès à large bande 6. Marché 13 : Fourniture en gros de segments terminaux de lignes louées 7. Marché 14 : Fourniture en gros de segments de lignes louées sur le circuit interurbain 8. Marché 15 : Accès et départ d'appel sur les réseaux téléphoniques publics mobiles 9. Marché 16 : Terminaison d'appel vocal sur les réseaux mobiles individuels 10. Marché 17 : Marché national de la fourniture en gros d'itinérance internationale sur les réseaux publics de téléphonie mobile 11. Marché 18 : Services de radiodiffusion, destinés à livrer un contenu radiodiffusé aux utilisateurs finaux 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marché 1 : Accès au réseau téléphonique public en position déterminée pour la clientèle résidentielle 2. Marché 2 : Accès au réseau téléphonique public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle 3. Marché 3 : Services téléphoniques locaux et/ou nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle 4. Marché 4 : Services téléphoniques internationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle résidentielle 5. Marché 5 : Services téléphoniques locaux et/ou nationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle 6. Marché 6 : Services téléphoniques internationaux accessibles au public en position déterminée pour la clientèle non résidentielle 7. Marché 7 : Liaisons Louées 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marché 2 : Départ d'appel sur le réseau téléphonique public en position déterminée 2. Marché 3 : Terminaison d'appel sur divers réseaux téléphoniques publics individuels en position déterminée 3. Marché 4 : Fourniture en gros d'accès (physique) à l'infrastructure du réseau (y compris l'accès partagé ou totalement dégroupé) en position déterminée 4. Marché 5 : Marché de la fourniture en gros d'accès à large bande : englobant l'accès aux réseaux non physiques ou virtuels, y compris l'accès "bitstream" en position déterminée 5. Marché 6 : Fourniture en gros de segments terminaux de lignes louées, quelle que soit la technologie utilisée pour fournir la capacité louée ou réservée 6. Marché 7 : Terminaison d'appel vocal sur les réseaux mobiles individuels 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marché 1 : Accès au réseau téléphonique public en position déterminée pour la clientèle résidentielle et non résidentielle.

6.1.2 Cas du Maroc :

Liste des marchés pertinents pour la régulation ex ante		
Cycle d'analyse (2006-2007-2008)	Cycle d'analyse (2009-2010-2011)	Cycle d'analyse (2012-2013-2014)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Marché de terminaison fixe, 2. Marché de terminaison mobile voix, 3. Marché de liaisons louées 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marché de terminaison fixe, 2. Marché de terminaison mobile voix, 3. Marché de terminaison mobile SMS, 4. Marché de liaisons louées 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marché de terminaison fixe, y compris mobilité restreinte, 2. Marché de terminaison mobile voix, 3. Marché de terminaison mobile SMS, 4. Marché de gros de liaisons louées, 5. Marché de gros de l'accès aux infrastructures physiques constitutives de la boucle locale filaire, 6. Marché de gros de l'accès à l'infrastructure de génie civil

6.1.3 Cas de l'Arabie Saoudite:

Liste des marchés considérés (2010)		Liste des marchés pertinents pour la régulation ex ante (2010)	
8 Marchés de gros	6 Marchés de détail	6 Marchés de gros	4 Marchés de détail
<ol style="list-style-type: none"> 1. Départ d'appel voix fixe 2. Terminaison d'appel voix fixe 3. Terminaison d'appel voix mobile 4. Transit 5. Accès Broadband 6. Liaisons louées 7. Roaming national (*)² 8. Appels voix internationaux (*) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Services d'accès fixe 2. Services voix fixe local et national 3. Services data fixe business 4. Services d'accès Internet fixe 5. Services mobiles nationaux (*) 6. Services d'appel voix international (*) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Départ d'appel voix fixe 2. Terminaison d'appel voix fixe 3. Terminaison d'appel voix mobile 4. Transit 5. Accès Broadband 6. Liaisons louées 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Services d'accès fixe 2. Services voix fixe local et national 3. Services data fixe business 4. Services d'accès Internet fixe

² (*) Les marchés marqués par (*) correspondent aux marchés figurant au niveau de la liste exhaustive des marchés considérées par CITC mais qui, après analyse pour vérifier leur pertinence pour la régulation ex ante, n'ont pas été déterminés comme marchés pertinents pour la régulation ex ante.

6.1.4 Cas d'Oman :

Liste des marchés considérés (2010)		Liste des marchés pertinents pour la régulation ex ante (2010)	
10 Marchés de gros	8 Marchés de détail	10 Marchés de gros	6 Marchés de détail
<ol style="list-style-type: none"> 1. Départ d'appel voix sur le réseau de téléphonie publique à un point fixe 2. Terminaison d'appel voix sur les réseaux individuels de téléphonie publique à un point fixe 3. Terminaison d'appel voix mobile 4. Accès et départ d'appel sur les réseaux de téléphonie mobile 5. Transit 6. Accès à l'infrastructure réseau à un point fixe 7. Accès Broadband à un point fixe 8. Segments terminaux de liaisons louées 9. Tronc de segments de liaisons louées 10. Capacité bande passante internationale IP 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Accès au réseau fixe de téléphonie public 2. Services d'appels voix local et national à partir d'un point fixe 3. Accès Broadband depuis un point fixe 4. Services mobiles 5. Liaisons louées nationales 6. Liaisons louées internationales 7. Services d'appels voix international (*)³ 8. Accès Internet dial up depuis un point fixe (*) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Départ d'appel voix sur le réseau de téléphonie publique à un point fixe 2. Terminaison d'appel voix sur les réseaux individuels de téléphonie publique à un point fixe 3. Terminaison d'appel voix mobile 4. Accès et départ d'appel sur les réseaux de téléphonie mobile 5. Transit 6. Accès à l'infrastructure réseau à un point fixe 7. Accès Broadband à un point fixe 8. Segments terminaux de liaisons louées 9. Tronc de segments de liaisons louées 10. Capacité bande passante internationale IP 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Accès au réseau fixe de téléphonie public 2. Services d'appels voix local et national à partir d'un point fixe 3. Accès Broadband depuis un point fixe 4. Services mobiles 5. Liaisons louées nationales 6. Liaisons louées internationales

³ (*) Les marchés marqués par (*) correspondent aux marchés figurant au niveau de la liste exhaustive des marchés considérées par TRA mais qui, après analyse pour vérifier leur pertinence pour la régulation ex ante, n'ont pas été déterminés comme marchés pertinents pour la régulation ex ante.











6.1.5 Cas de Qatar :

Liste des marchés pertinents pour la régulation ex ante (2011)	
7 Marchés de gros	7 Marchés de détail
<ol style="list-style-type: none"> 1. Départ d'appel sur les réseaux de télécommunications publiques à une localisation fixe 2. Terminaison d'appel sur les réseaux de télécommunications publiques à une localisation fixe 3. Accès à l'infrastructure physique du réseau (Dégroupage) 4. Accès Broadband fixe (Bitstream) 5. Liaisons louées 6. Accès et départ d'appel mobile 7. Terminaison d'appel mobile 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Accès aux réseaux de télécommunications publiques à une localisation fixe 2. Services de télécommunications publiques nationales à une localisation fixe 3. Services de télécommunications publiques internationales à une localisation fixe et à travers un appareil mobile 4. Services Broadband fixe 5. Liaisons louées 6. Services de télécommunications publiques nationales à travers un appareil mobile 7. Services Broadband à travers un appareil mobile

6.1.6 Cas de l'Etat des Emirats Arabes :

Liste des marchés pertinents pour la régulation ex ante (2011)	
9 Marchés de gros	9 Marchés de détail
<ol style="list-style-type: none"> 1. Terminaison d'appel fixe 2. Terminaison d'appel mobile voix et data 3. Départ d'appel fixe résidentiel 4. Départ d'appel fixe business 5. Accès et départ d'appel mobile 6. Accès Broadband fixe résidentiel 7. Accès Broadband fixe business 8. Segments de terminaison des services de connectivité fixe 9. Troncs de segments de services de connectivité fixe 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Accès ligne fixe résidentielle et appels locaux 2. Accès ligne fixe business et appels locaux 3. Appels internationaux à partir de réseaux fixes à UAE par des consommateurs résidentiels 4. Appels internationaux à partir de réseaux fixes à UAE par des consommateurs business 5. Services voix et data mobile post payé 6. Services voix et data mobile prépayé 7. Services accès Broadband fixe résidentiel 8. Services accès broadband fixe business 9. Service de connectivité business

6.2 Benchmark sur les critères de désignation des opérateurs dominants :

										
Part de marché	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Existence d'économies d'échelle ou d'envergure	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓
Absence de contre-pouvoir acheteur	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓
Intégration verticale des opérateurs dominants	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Existence de barrières à l'entrée		✓	✓	✓			✓	✓	✓	
Existence de profits anormalement élevés	✓	✓	✓		✓			✓	✓	
Niveau de répliquabilité des infrastructures	✓		✓		✓		✓		✓	✓
Absence de concurrence (i.e. le nombre de concurrents)	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	
Supériorité technologique	✓						✓	✓	✓	
Accès privilégié aux capitaux	✓						✓	✓		
Diversification des produits ou des services	✓				✓		✓			
Taille de l'entreprise	✓						✓			
Coûts irrécupérables		✓	✓							
Réseau de distribution développé							✓		✓	
Evolution tarifaire (concurrence par les prix)	✓		✓		✓			✓		

Source : TERA Consultants

6.3 Benchmark du seuil de la part de marché adopté par la Commission Européenne :

Lignes directrices de la Commission Européenne	
Une part de marché inférieure à 25%	Part de marché peu susceptible de révéler une puissance de marché
Au-delà de 40% de parts de marché	Il est peu probable qu'une entreprise ne soit pas en situation d'influence significative
Une part de marché supérieure à 50%	Suffit, sauf circonstances exceptionnelles, à établir l'existence d'une influence significative,