



Réexamen des marchés de la large bande et de la radiodiffusion

Questionnaire qualitatif

Réactions au présent questionnaire

Délai de réponse: Jusqu'au 30 janvier 2014

Personne de contact: Bernardo HERMAN

Directeur du service « Distributeurs & Opérateurs »

Adresse de réponse par e-mail: info@csa.be

Les réponses sont attendues uniquement par voie électronique.

Le document doit indiquer clairement ce qui est confidentiel.

TABLE DES MATIÈRES

1	INTRODUCTION.....	3
2	RÉSEAUX ET TECHNOLOGIES.....	4
3	MARCHÉS DE DÉTAIL.....	4
3.1	LARGE BANDE.....	4
3.1.1	<i>Définition du marché de produits.....</i>	<i>4</i>
3.1.2	<i>Définition du marché géographique.....</i>	<i>5</i>
3.2	RADIODIFFUSION.....	6
3.2.1	<i>Définition du marché de produits.....</i>	<i>6</i>
3.2.2	<i>Définition du marché géographique.....</i>	<i>7</i>
3.3	OFFRES GROUPÉES.....	7
3.4	DYNAMIQUE DE MARCHÉ.....	8
4	MARCHÉS DE GROS.....	10
4.1	DÉGROUPEMENT.....	10
4.1.1	<i>Définition du marché de produits.....</i>	<i>10</i>
4.1.2	<i>Définition du marché géographique.....</i>	<i>10</i>
4.2	<i>BITSTREAM ET WBA.....</i>	<i>11</i>
4.2.1	<i>Définition du marché de produits.....</i>	<i>11</i>
4.2.2	<i>Définition du marché géographique.....</i>	<i>13</i>
5	ÉVALUATION DE LA PUISSANCE SUR LE MARCHÉ.....	14
5.1	DÉGROUPEMENT.....	14
5.2	<i>BITSTREAM ET WBA.....</i>	<i>14</i>
5.3	RADIODIFFUSION.....	15
6	NÉCESSITÉ ET PERTINENCE DE MESURES CORRECTRICES.....	15
6.1	PROMOTION DE L'INVESTISSEMENT.....	15
6.2	DÉGROUPEMENT.....	16
6.3	<i>BITSTREAM ET WBA.....</i>	<i>17</i>
6.4	RADIODIFFUSION.....	17
6.5	RELATION ENTRE OBLIGATION DE NON-DISCRIMINATION ET CONTRÔLE DES PRIX D'ACCÈS.....	18

RÉEXAMEN DES MARCHÉS DE LA LARGE BANDE ET DE LA RADIODIFFUSION

QUESTIONNAIRE QUALITATIF

1 INTRODUCTION

Le 1^{er} juillet 2011, la CRC (Conférence des régulateurs du secteur des communications électroniques) a adopté une série de décisions relatives aux marchés de la large bande et de la radiodiffusion :

- une décision relative aux marchés de gros de la boucle locale et du *bitstream*¹, concluant à la dominance de Belgacom sur ces deux marchés ;
- quatre décisions relatives aux marchés de détail de la radiodiffusion (un marché par zone câble)², concluant à la dominance de chaque câblo-opérateur dans sa zone de couverture.

Le présent questionnaire est destiné à collecter une série d'informations utiles pour mener à bien le réexamen des marchés en question.

Les réponses devraient être rédigées en adoptant un point de vue prospectif, c'est-à-dire en tenant compte de l'évolution escomptée ou prévisible du ou des marchés pendant les 3 à 5 prochaines années.

Les réponses à ce questionnaire devraient respecter l'ordre et la numérotation des questions.

Toute présentation ou document que vous considérez utiles devraient être joints à vos réponses.

Les réponses et les documents annexes doivent indiquer clairement ce qui est confidentiel.

Les données collectées, même confidentielles, sont susceptibles d'être communiquées à l'autorité nationale de concurrence, aux autres autorités réglementaires nationales belges ou ressortissant des Etats membres de l'Union européenne compétentes en matière de communications électroniques, ainsi qu'à la Commission européenne.

¹ Décision de la Conférence des Régulateurs du secteur des Communications électroniques (CRC) du 1^{er} juillet 2011 concernant l'analyse des marchés large bande.

² Décisions de la Conférence des Régulateurs du secteur des Communications électroniques (CRC) du 1^{er} juillet 2011 concernant l'analyse du marché de la radiodiffusion télévisuelle (i) sur le territoire de la région bilingue de Bruxelles-Capitale, (ii) sur le territoire de la région de langue française, (iii) sur le territoire de la région de langue néerlandaise et (iv) sur le territoire de la région de langue allemande.

2 RÉSEAUX ET TECHNOLOGIES

1. Quelles sont selon vous les évolutions technologiques attendues ou prévisibles dans le domaine des communications électroniques (large bande et radiodiffusion) ?
2. Quels sont les investissements planifiés ou envisagés pour prendre en compte ces évolutions technologiques ? Comment vos investissements ont-ils évolué depuis 2011 ?
3. Quelle stratégie adoptez-vous, plus particulièrement en termes de migration de réseau vers les NGA ? Quel est le calendrier de déploiement escompté ? Quelles sont les principaux points qui pourraient faciliter/entraver l'évolution de votre réseau ? Dans quelle mesure votre stratégie en matière de réseau varie-t-elle selon les zones géographiques ?
4. De quelle manière ces évolutions technologiques sont-elles susceptibles d'affecter la concurrence, la définition des marchés, la puissance sur le marché, le besoin et l'efficacité d'éventuelles mesures correctrices ?

3 MARCHÉS DE DÉTAIL

3.1 LARGE BANDE

3.1.1 Définition du marché de produits

Dans sa décision du 1^{er} juillet 2011, la CRC était arrivée aux conclusions suivantes en ce qui concerne la définition du marché de produits :

Produits considérés	Substituabilité ?
Services d'accès à large bande pour la clientèle résidentielle et pour la clientèle non résidentielle	
Services d'accès bas débit et services d'accès à large bande	
Services d'accès fixe large bande et services d'accès mobile à large bande	
Services d'accès fixe large bande et services d'accès à large bande par borne publique WiFi	
Services fixe large bande utilisant différentes technologies : xDSL, câble, fibre et radio	<input checked="" type="checkbox"/>
Services d'accès à large bande de différents débits, y compris les services d'accès à très large bande reposant sur les « NGA » (VDSL, Eurodocsis 3, FTTH)	<input checked="" type="checkbox"/>

5. Estimez-vous que ces conclusions demeurent valides ? Pour quelles raisons ?
6. Estimez-vous que les tests de substituabilité devraient également porter sur d'autres produits que ceux listés dans le tableau précédent ? Si oui, lesquels ? Pour quelles raisons ?

3.1.2 Définition du marché géographique

Dans sa décision du 1^{er} juillet 2011, la CRC avait conclu qu'une délimitation géographique des marchés de détail n'était pas nécessaire pour procéder à une analyse éclairée des marchés de gros en amont. La CRC avait cependant relevé notamment les éléments suivants :

L'existence d'un certain nombre de différences régionales, notamment en ce qui concerne certaines parts de marché
Le fait que les acteurs disposant de réseaux câblés n'étaient présents que dans certaines parties du territoire national, à l'inverse des principaux acteurs DSL
L'absence de différenciation tarifaire de la part de Belgacom
Le taux de couverture ADSL et VDSL

7. Quelle est, sur la base des critères ci-dessus, votre opinion quant à la dimension géographique du marché ?

8. Estimez-vous qu'il existe d'autres critères pertinents qui plaident pour ou contre une segmentation du marché de détail sur une base géographique ? Par exemple, ressentez-vous une différence géographique en termes d'offres (vitesse, qualité du service, prix) et d'intensité concurrentielle ?

3.2 RADIODIFFUSION

3.2.1 Définition du marché de produits

Dans ses décisions du 1^{er} juillet 2011, la CRC était arrivée aux conclusions suivantes en ce qui concerne la définition du marché de produits :

Produits considérés	Substituabilité ?
Télévision payante et télévision gratuite	
Télévision analogique et numérique par le câble	<input checked="" type="checkbox"/>
Télévision numérique par le câble et IPTV	<input checked="" type="checkbox"/>
TV numérique par le câble et TV par satellite payante (SATV)	
Offres câblées et offres DVB-T	
TV numérique par le câble et des offres de TV mobile	
Télévision numérique par le câble et Web TV	

9. Estimez-vous que ces conclusions demeurent valides ? Pour quelles raisons ?
10. Estimez-vous que (la perception de) l'utilisation d'un décodeur numérique ressentie par les utilisateurs finals donnerait un avantage concurrentiel aux offres avec un poste de télévision uniquement (TV analogique, DVB-T...) pour les chaînes les plus populaires ?
11. Estimez-vous ou vos clients (potentiels) estiment-ils qu'en cas de postes de télévisions supplémentaires, l'utilisation d'un décodeur numérique est trop onéreuse et donnerait un avantage concurrentiel aux offres avec un poste de télévision uniquement (TV analogique, DVB-T...) pour les télévisions supplémentaires ?
12. Quelles sont vos attentes en ce qui concerne la croissance et l'importance des modes de distribution alternatifs pour un deuxième et/ou troisième écran (par exemple un portable, une tablette...) ?

13. Estimez-vous que l'utilisation d'une antenne satellite serait un obstacle important pour des clients francophones, néerlandophones et/ou germanophones ?
14. Estimez-vous que les tests de substituabilité devraient également porter sur d'autres produits que ceux listés dans le tableau précédent ? Si oui, lesquels ? Pour quelles raisons ?

3.2.2 Définition du marché géographique

Dans ses décisions du 1^{er} juillet 2011, la CRC avait conclu à l'existence de marchés géographiques correspondant à la zone de couverture des câblo-opérateurs, sur la base des éléments suivants :

Absence de substitution des offres de radiodiffusion des réseaux câblés du côté de la demande ou de l'offre
Absence d'effet manifeste de substitution en chaîne entre réseaux câblés
Hétérogénéité de conditions de concurrence entre les zones de couverture pertinentes (hétérogénéité des parts de marché, des caractéristiques techniques, des préférences des consommateurs, des offres de télévision, des prix, des lois et réglementations)

15. Estimez-vous que ces conclusions demeurent valides ? Pour quelles raisons ?
16. Estimez-vous qu'il existe d'autres critères pertinents qui plaident pour ou contre une segmentation du marché sur une base géographique ?

3.3 OFFRES GROUPÉES

Dans ses décisions du 1^{er} juillet 2011, la CRC avait constaté l'existence d'une tendance à la pratique des offres groupées (« *multiple play* ») mais conclu qu'il n'existait pas un marché des offres groupées au sens du droit de la concurrence. La CRC avait examiné les critères suivants :

Economies (de gamme) propres à la clientèle
Economies sur les frais de transaction et autres avantages pour le consommateur
Effet de levier
Frais de migration
Symétrie en parts de marché

17. Quelle est, sur la base des critères ci-dessus, votre opinion quant à l'existence éventuelle d'un marché des offres groupées ?

18. Estimez-vous qu'il existe d'autres critères pertinents qui plaident pour ou contre l'existence d'un marché des offres groupées ? Si oui, lesquels ?
19. Disposez-vous de données pertinentes pour apprécier l'existence éventuelle d'un marché des offres groupées (p.ex. taux de conversion de clients « *single play* » en « *multiple play* », part des offres « *multiple play* » dans les acquisitions brutes ou nettes) ?
20. Dans le cas où vous considérez qu'un (plusieurs) marché(s) des offres groupées devrai(en)t être défini(s), quelle serait selon vous la dimension produit de ce(s) marché(s) : *double play*, *triple play*, etc ? Avec quelles composantes (large bande fixe, téléphonie fixe, télévision, téléphonie mobile, large bande mobile) ?
21. Quelle serait la dimension géographique de ces différents marchés des offres groupées ?

3.4 DYNAMIQUE DE MARCHÉ

Généralités

22. Décrivez votre perception de la dynamique des marchés belges de détail de la radiodiffusion et de la large bande. Que pensez-vous de l'évolution de la pénétration, des prix et de la variété des services offerts ? Que pensez-vous des principales caractéristiques des marchés belges de détail de la radiodiffusion et de la large bande en comparaison avec d'autres pays d'Europe occidentale ?
23. Détaillez la stratégie et la position actuelle de votre société (principaux segments ciblés, offres de détail et de gros, stratégie de réseau, politique tarifaire, stratégie de services et de qualité...).
24. Résumez également votre stratégie de développement pour les prochaines années (principaux segments ciblés, offres de détail et de gros, stratégie de réseau, politique tarifaire...). Si vos offres de détail ne sont pas disponibles à l'échelle nationale, avez-vous l'intention de fournir des offres de détail dans de nouvelles zones géographiques ?
25. Pourriez-vous décrire votre business model actuel/futur concernant les offres de large bande, de radiodiffusion et/ou vos offres groupées (fournissez des éléments liés aux recettes et abonnés escomptés, aux coûts de contenu, aux CAPEX et OPEX requis, à la période nécessaire pour être rentable) ?

26. Décrivez votre perception de l'intensité concurrentielle des marchés de détail de la radiodiffusion et de la large bande et leur évolution ces dernières années.

Impact des offres *multiple play*

27. Quel est l'impact des offres *multiple play* sur les marchés belges de la large bande et de la radiodiffusion ? Détaillez votre réponse en fournissant par exemple :
- Une enquête auprès de la clientèle ou toute autre preuve mettant en exergue l'impact ou l'importance des offres *multiple play* incluant la TV sur le marché de détail de la large bande
 - Une enquête auprès de la clientèle ou toute autre preuve mettant en exergue l'impact ou l'importance des offres *multiple play* incluant l'accès à la large bande mobile sur le marché de détail de la large bande (fixe)
 - Des données quantitatives concernant l'impact des offres groupées sur le taux de désabonnement de la clientèle (données idéalement réparties entre les différentes régions de Belgique)
28. Pensez-vous qu'il y aurait un risque que vous ou d'autres opérateurs sortiez du marché si vous n'étiez pas en position de fournir des offres *multiple play* incluant des services TV ?
29. Plus particulièrement, quel est l'impact des offres *multiple play* qui incluent des services fixes ou mobiles ? À votre avis, comment cela peut-il avoir un impact sur les opérateurs de ligne fixe sans service mobile ou sur les opérateurs mobiles sans service fixe (commercial) ? À votre avis, comment cela peut-il avoir un impact sur un opérateur avec un réseau fixe et mobile en comparaison avec un opérateur disposant uniquement d'un réseau fixe ou mobile, plus particulièrement dans le cadre de la tendance à la convergence (« *seamless handover* », etc.) ?

Fourniture de services de radiodiffusion

30. Quelles sont les principaux points (disponibilité des offres de gros, négociation des droits...) qui pourraient faciliter/entraver la capacité d'offrir des services TV sur le marché de détail ?
31. La disponibilité de télévisions connectées à Internet et aux services OTT pourrait-elle vous permettre de distribuer un pack TV et/ou de faciliter le lancement d'offres innovantes qui peuvent avoir un impact sur la dynamique de marché ?
32. Comment évaluer vous l'impact des OTT, en particulier des services tels que *Stievie* ou *Bhaalu* ?

33. Pourriez-vous décrire vos plans actuels de déploiement de services TV ? Quelle technologie avez-vous l'intention d'utiliser pour fournir de tels services (LLU, DVB-T, satellite, OTT, offre de revente/de gros d'un câblo-opérateur ou de Belgacom) ?

Préjudice possible pour le consommateur

34. Estimez-vous que la situation du (des) marché(s) de détail est susceptible de porter préjudice aux utilisateurs ? Si oui, à quel niveau (par exemple en termes de choix, prix, qualité) ?

4 MARCHÉS DE GROS

4.1 DÉGROUPEMENT

4.1.1 Définition du marché de produits

Dans sa décision du 1^{er} juillet 2011, la CRC était arrivée aux conclusions suivantes en ce qui concerne la définition du marché de produits :

Produits considérés	Substituabilité ?
Accès totalement dégroupé et accès partagé tant pour la boucle locale que pour la sous-boucle locale	<input checked="" type="checkbox"/>
Accès à la boucle locale sur la base du réseau téléphonique public en paire de cuivre et réseaux câblés	
Accès à un débit binaire et offres d'accès dégroupé à la boucle locale	

35. Estimez-vous que ces conclusions demeurent valides ? Pour quelles raisons ?
36. Estimez-vous qu'un produit d'accès de type « VULA » (Virtual Local Loop Unbundling) serait substituable à l'accès dégroupé à la boucle locale ?
37. Estimez-vous que les tests de substituabilité devraient également porter sur d'autres produits que ceux listés dans le tableau précédent ? Si oui, lesquels ? Pour quelles raisons ?

4.1.2 Définition du marché géographique

Dans sa décision du 1^{er} juillet 2011, la CRC avait conclu que le marché du dégroupement avait une dimension nationale, sur la base notamment des éléments suivants :

Existence d'un seul fournisseur, dont la couverture est nationale
Absence de déploiement (actuel et prévisible à l'horizon de l'analyse) d'accès fibre jusqu'aux abonnés (FTTH)
Même si le développement du dégroupage connaît des variations régionales, il reste partout significativement faible
Les caractéristiques et les prix de ces services n'ont jamais été différenciés à l'intérieur du territoire
Il est extrêmement complexe voire impossible de faire une subdivision globale nette et suffisamment stable dans le temps entre les zones où le dégroupage est effectivement potentiellement viable au niveau économique et les zones où il ne l'est pas
Le recours au dégroupage est, sur le plan géographique, assez étendu

38. Quelle est, sur la base des critères ci-dessus, votre opinion quant à la dimension géographique du marché ?
39. Estimez-vous qu'il existe d'autres critères pertinents qui plaident pour ou contre une segmentation du marché sur une base géographique ?

4.2 BITSTREAM ET WBA

4.2.1 Définition du marché de produits

Dans sa décision du 1^{er} juillet 2011, la CRC était arrivée aux conclusions suivantes en ce qui concerne la définition du marché de produits :

Produits considérés	Substituabilité ?
Accès à un débit binaire et offres d'accès dégroupé à la boucle locale	
Offres d'accès à un débit binaire et offres de revente	
Offres BROBA ADSL sans voix et BROBA ADSL avec voix	<input checked="" type="checkbox"/>
Offres BROBA ADSL et BROBA SDSL	<input checked="" type="checkbox"/>
Offres d'accès BROBA ADSL et WBA VDSL	<input checked="" type="checkbox"/>
Offres WBA VDSL sans voix et WBA VDSL avec voix	<input checked="" type="checkbox"/>
Offres d'accès à un débit binaire BROBA SDSL et liaisons louées en gros	
Offres d'accès à un débit binaire BROBA/WBA et les	

Généralités

40. Estimez-vous que ces conclusions demeurent valides ? Pour quelles raisons ?
41. Estimez-vous approprié de définir un marché distinct pour les offres de gros large bande destinées à produire des offres de détail à destination des marchés de détail résidentiel et non-résidentiel ? Pour quelles raisons ?
42. Estimez-vous approprié de réunir dans un même marché les produits suivants :
- les offres de gros large bande destinées à produire des offres de détail à destination du marché non-résidentiel
 - les segments terminaux de lignes louées³
 - le cas échéant, d'autres produits de connectivité destinés au marché non-résidentiel
43. Estimez-vous que les tests de substituabilité devraient également porter sur d'autres produits que ceux listés dans le tableau précédent ? Si oui, lesquels ? Pour quelles raisons ?

Offres de gros des câblo-opérateurs

44. Estimez-vous que les offres imposées aux câblo-opérateurs dans le cadre du marché de la radiodiffusion⁴ sont susceptibles de faire partie du même marché que les offres de bitstream et WBA ?
45. Estimez-vous qu'une offre de gros d'accès à la large bande basée sur le câble fournissant des caractéristiques techniques équivalentes aux offres BROBA de Belgacom est techniquement et économiquement faisable ? Justifiez votre réponse en argumentant.
46. Considérez-vous que passer d'un WBA basé sur le DSL à un WBA basé sur le câble (ou l'inverse) est techniquement et économiquement possible⁵ dans le cas d'une hausse de prix légère mais significative ?

³ Définis conformément à la décision de l'IBPT du 8 août 2013 relative à l'analyse des marchés des lignes louées.

⁴ Revente de la TV analogique, accès à la plateforme de TV numérique, revente des services haut débit.

⁵ Pour le demandeur d'accès et/ou le fournisseur d'accès.

47. Si vous êtes un fournisseur d'accès, utiliseriez-vous ou modifieriez-vous vos capacités de production pour offrir l'autre service (WBA sur DSL ou câble) dans le cas d'une hausse de prix légère mais significative ? Pour quelles raisons ?

Offres de gros d'accès large bande de fournisseurs alternatifs

48. Fournissez-vous des offres de gros d'accès à la large bande (bitstream ou revente) à d'autres opérateurs ? Si non, avez-vous l'intention de fournir de telles offres dans le futur ? Si oui, préciser le type d'offres, le niveau de personnalisation que vous offrez, le nombre de contrats et de lignes.
49. Si vos offres de gros d'accès à la large bande ne sont pas disponibles à l'échelle nationale, avez-vous l'intention de fournir dans le futur des offres de gros d'accès à la large bande dans de nouvelles zones géographiques ?

4.2.2 Définition du marché géographique

Dans sa décision du 1^{er} juillet 2011, la CRC avait conclu que le marché de l'accès en gros à la large bande avait une dimension nationale, sur la base notamment des éléments suivants :

Existence d'un seul fournisseur, dont la couverture est nationale
Absence de différenciation des caractéristiques et prix de ces services à l'intérieur du territoire
S'ils venaient à proposer une offre alternative, les opérateurs alternatifs auraient pour principal concurrent les offres de Belgacom et leur stratégie tarifaire serait donc déterminée par l'offre de l'opérateur historique

50. Quelle est, sur la base des critères ci-dessus, votre opinion quant à la dimension géographique du marché ?
51. Estimez-vous que le caractère régional⁶ des offres que doivent fournir les câblo-opérateurs dans le cadre du marché de la radiodiffusion est susceptible de modifier les conclusions quant à la dimension géographique du marché ?
52. Si les produits de gros des câblo-opérateurs n'étaient pas disponibles au niveau national, seriez-vous encore intéressé par de tels produits de gros avec une couverture régionale ?
53. Estimez-vous qu'il existe d'autres critères pertinents qui plaident pour ou contre une segmentation du marché sur une base géographique ?

⁶ Au sens de la zone de couverture des réseaux.

5 ÉVALUATION DE LA PUISSANCE SUR LE MARCHÉ⁷

5.1 DÉGROUPEMENT

Dans sa décision du 1^{er} juillet 2011, la CRC avait conclu que Belgacom disposait d'une position puissante sur le marché, notamment sur la base des éléments suivants :

Part de marché élevée
Dépenses à fonds perdus importantes
Economies d'échelle et de gamme
Contrôle d'une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer
Accès facile ou privilégié aux marchés des capitaux et aux ressources financières
Intégration verticale
Absence de contre-pouvoir des acheteurs

54. Estimez-vous que ces conclusions demeurent valides ? Pour quelles raisons ?
55. Identifiez-vous d'autres facteurs susceptibles d'influencer (renforcer ou réduire) le pouvoir de marché des opérateurs ? Si oui, lesquels ?

5.2 BITSTREAM ET WBA

Dans sa décision du 1^{er} juillet 2011, la CRC avait conclu que Belgacom disposait d'une position puissante sur le marché, notamment sur la base des éléments suivants :

Part de marché élevée
Absence de contrainte indirecte suffisante
Dépenses à fonds perdus importantes
Economies d'échelle et de gamme
Contrôle d'une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer
Accès facile ou privilégié aux marchés des capitaux et aux ressources financières
Intégration verticale
Absence de contre-pouvoir des acheteurs

56. Estimez-vous que ces conclusions demeurent valides ? Pour quelles raisons ?

⁷ Mentionnez si vous faites référence aux marchés tels que définis actuellement dans les décisions CRC ou non. Dans ce cas, mentionnez la définition du marché que vous utilisez.

57. Identifiez-vous d'autres facteurs susceptibles d'influencer (renforcer ou réduire) le pouvoir de marché des opérateurs ? Si oui, lesquels ?

5.3 RADIODIFFUSION

Dans ses décisions du 1^{er} juillet 2011, la CRC avait conclu que les câblo-opérateurs disposaient d'une position puissante sur le marché, notamment sur la base des éléments suivants :

Part de marché élevée
Contrôle d'une infrastructure qu'il n'est pas facile de dupliquer
Existence de barrières au changement : possibilité de fournir des signaux TV analogiques en même temps que des signaux TV numériques, coûts des décodeurs supplémentaires, certaines barrières administratives et techniques, effet des offres multiple play, existence d'une base de clientèle historique
Economies d'échelle et de gamme
Absence de contre-pouvoir des acheteurs
Existence d'un réseau de distribution et de vente très développé
Intégration verticale

58. Estimez-vous que ces conclusions demeurent valides? Pour quelles raisons ?
59. Identifiez-vous d'autres facteurs susceptibles d'influencer (renforcer ou réduire) le pouvoir de marché des opérateurs ? Si oui, lesquels ?

6 NÉCESSITÉ ET PERTINENCE DE MESURES CORRECTRICES

6.1 PROMOTION DE L'INVESTISSEMENT

60. Si l'analyse des marchés⁸ devait conclure à la nécessité d'imposer des obligations d'accès, comment envisagez-vous la mise en œuvre du concept d'échelle des investissements dans le contexte du déploiement des réseaux d'accès de nouvelle génération ? Quels produits d'accès vous semblent les plus appropriés dans ce contexte (accès aux infrastructures physiques, accès large bande au niveau local/régional/national, services de revente) ?
61. Comment percevez-vous l'échelle d'investissement dans le contexte d'offres de gros des câblo-opérateurs ?

⁸ Mentionnez si vous faites référence aux marchés tels que définis actuellement dans les décisions CRC ou non. Dans ce cas, mentionnez la définition du marché que vous utilisez.

62. Pensez-vous que l'obligation de fournir une offre de gros de télévision (que ce soit le multicast, le partage de la plate-forme IPTV ou les offres de gros du câble) affecte la manière dont Belgacom ou les câblo-opérateurs sont incités à investir dans les réseaux NGA ? Détaillez votre réponse.
63. Considérez-vous qu'il soit approprié, proportionné ou raisonnable qu'un opérateur ayant un réseau d'accès important puisse obtenir l'accès au réseau d'autres opérateurs ? Si oui, dans quelles circonstances ou sous quelles conditions ? Si non, pourquoi ?

6.2 DÉGROUPEMENT

Dans sa décision du 1^{er} juillet 2011, la CRC avait imposé les mesures correctrices suivantes à Belgacom :

Prestations d'accès
Non-discrimination
Transparence (y compris la publication d'une offre de référence)
Séparation comptable
Contrôle des prix et obligations relatives au système de comptabilisation des coûts

64. Commentez les conditions opérationnelles/techniques/tarifaires des offres BRUO actuelles de Belgacom. Quels changements devraient être opérés pour soutenir votre stratégie de service et augmenter votre capacité à être concurrentiel sur le marché de détail à l'avenir ?
65. Quel est l'impact du déploiement des NGA de Belgacom sur vos opérations ? Comment l'offre BRUO de Belgacom devrait-elle évoluer suite à l'évolution des NGA de Belgacom ?
66. Commentez la nécessité d'un « produit européen d'accès virtuel à haut débit », tel que défini dans le projet de régulation concernant le marché unique des télécoms⁹.
67. Quelle est votre position concernant le dégroupage dans le cas d'un déploiement FTTH ? Envisagez les architectures *Point à Point* et PON. Envisagez le cas d'un déploiement FTTH dans les « *greenfields* » (où il n'y a pas d'infrastructure en cuivre) ou en parallèle/remplacement d'une infrastructure cuivre.

⁹ Proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil établissant des mesures relatives au marché unique européen des communications électroniques et visant à faire de l'Europe un continent connecté, et modifiant les directives 2002/20/CE, 2002/21/CE et 2002/22/CE ainsi que les règlements (CE) n° 1211/2009 et (UE) n° 531/2012.

6.3 BITSTREAM ET WBA

Dans sa décision du 1^{er} juillet 2011, la CRC avait imposé les mesures correctrices suivantes à Belgacom :

Prestations d'accès (y compris l'accès à une fonctionnalité multicast ou à une alternative équivalente)
Non-discrimination
Transparence (y compris la publication d'une offre de référence)
Séparation comptable
Contrôle des prix et obligations relatives au système de comptabilisation des coûts

68. Considérez-vous que la régulation du marché 4 est/sera suffisante pour offrir des produits *multiple play* concurrentiels qui incluent des services IPTV à travers toute la Belgique ou du moins dans certaines régions de Belgique (dans ce cas, mentionnez les régions en question) ? Détaillez votre réponse.
69. Commentez les conditions opérationnelles/techniques/tarifaires des offres de gros actuelles d'accès bitstream de Belgacom. Quels changements devraient être opérés pour soutenir votre stratégie de service et augmenter votre compétitivité sur le marché du détail à l'avenir ?
70. Quel est l'impact du déploiement des NGA de Belgacom sur votre entreprise ? Comment les offres bitstream de gros de Belgacom devraient-elles évoluer suite à l'évolution des NGA de Belgacom ?
71. Avez-vous déjà été en contact avec Belgacom au sujet des offres de gros multicast (réglementées ou non) ? Quels ont été le sujet et le résultat des discussions ?
72. Quelle est votre position concernant l'accès de gros bitstream dans le cas d'un déploiement FTTH ? Envisagez le cas d'un déploiement FTTH dans les "greenfields" (où il n'y a pas d'infrastructure en cuivre) ou en parallèle/remplacement d'une infrastructure en cuivre.

6.4 RADIODIFFUSION

Dans sa décision du 1^{er} juillet 2011, la CRC avait imposé les mesures correctrices suivantes aux câblo-opérateurs :

Prestations d'accès (revente des offres de télévision analogique, accès à la plateforme de télévision numérique, revente des offres haut débit)

Non-discrimination
Transparence (y compris la publication d'une offre de référence)
Contrôle des prix (retail minus)

73. Êtes-vous intéressé ou pourriez-vous être intéressé dans les années à venir par l'achat de gros de produits de câblo-opérateurs ? Si oui, par quel type de produits (radiodiffusion de la télévision analogique ou numérique, large bande, téléphonie fixe) ? Quel type de produit de gros sur le câble (*bitstream*, revente, autre) vous intéresserait-il ?
74. Avez-vous déjà été en contact avec les câblo-opérateurs au sujet d'offres de gros (réglementées ou non) ? Quels ont été le sujet et le résultat des discussions ?

6.5 RELATION ENTRE OBLIGATION DE NON-DISCRIMINATION ET CONTRÔLE DES PRIX D'ACCÈS

75. Considérez-vous qu'il soit approprié et proportionné de demander aux opérateurs PSM de fournir des intrants de gros pertinents sur la base d'une équivalence des inputs ? Si oui, pourquoi et pour quels intrants ? Si non, pourquoi ?
76. La Commission européenne recommande¹⁰, dans certaines circonstances, la non-imposition de tarifs d'accès de gros réglementés sur les intrants de gros NGA. Quelle est votre appréciation :
- 76.1. en ce qui concerne les services de dégroupage ?
- 76.2. en ce qui concerne les services *bitstream* et WBA ?
- 76.3. en ce qui concerne les services de gros sur le câble ?

¹⁰ Recommandation de la Commission du 11 septembre 2013 sur des obligations de non-discrimination et des méthodes de calcul des coûts cohérentes pour promouvoir la concurrence et encourager l'investissement dans le haut débit, C(2013) 5761, § 48-49.