

Projet de décision du Conseil Supérieur de
l'Audiovisuel
concernant les tarifs de gros pour les services
d'accès aux réseaux câblés sur le territoire de
langue française

Réponse de Proximus - *version non-confidentielle*

15 juillet 2015

Introduction

[CONFIDENTIEL]

1. Valorisation des éléments non inclus dans les offres
de gros

Il s'agit d'éléments qui sont inclus dans les offres de détail (sans surcoût), mais qui ne se retrouvent pas dans les offres de gros. Puisqu'ils ne sont pas fournis dans les offres de gros, il convient d'en déduire la valeur de la base d'application du minus.

LE CSA identifie les éléments suivants comme des éléments à déduire : l'accès au Wi-Fi communautaire, le 2nd ou multi-screen, les adresses e-mail et l'hébergement web.

LE CSA explique que les valeurs de ces éléments doivent être basées sur leur valeur de marché. Cette valeur est déterminée par les prix de détail pratiqués par les câblo-opérateurs ou d'autres opérateurs ou, à défaut, par le coût de production.

LE CSA obtient ainsi les valeurs suivantes (TVA incluse) :

		Bruté (VOO)	Numéricable	Telenet
Hotspot homespot	et	2€	2€	2€
2 nd screen		5€	5€	5€
e-mail		n.a.	0,3€	0,5€
webspace		n.a.	n.a.	1€

Si Proximus peut comprendre la nécessité de déduire des prix de gros les éléments qui y sont étrangers, elle se pose cependant des questions sur les valeurs prises en compte.

Pour Proximus, l'approche retail-minus requiert de déduire du prix de détail les coûts évitables et non des prix. En effet, il s'agit de nettoyer la base d'application du minus de tout ce qui est fourni gratuitement aux clients dans les packs mais qui ne se retrouve pas dans les offres de gros. Toutefois, en prenant les prix au lieu des coûts, le CSA déduit également des marges, ce qui n'est pas correct. Une correction par rapport à la marge peut être éventuellement effectuée au travers du (vrai) minus, mais ne doit certainement pas intervenir à ce stade-ci et sans analyse préalable des dites marges présentes dans les différents éléments pris en compte et la valeur y afférente.

De même, si un opérateur veut également offrir de tels services à ses clients sur base de l'offre de gros, il devra prendre en charge les coûts correspondants. Ce sont donc bien des coûts de production qui devraient être pris en compte et non des prix.

[CONFIDENTIEL] Comme le CSA le mentionne lui-même, il s'agit d'une application disponible gratuitement sur toutes les offres et très rarement facturée. Or, c'est pourtant bien ce prix qui n'est presque jamais facturé qui est pris en compte et que le CSA considère comme représentatif d'une valeur de marché. Ce prix élevé est alors inclus dans les éléments individuels qui sont ensuite comparés au prix du pack pour déterminer le discount pack. Cette approche conduit dès lors à surestimer artificiellement le discount pack.

Le même raisonnement est également valable pour les autres services (Wi-Fi, e-mail et webspace) qui comprennent tous une marge qui ne devrait pas être prise en compte dans le calcul du prix de détail de référence. LE CSA leur applique ensuite le discount pack, ce qui réduit l'impact sur les marges, mais ne les supprime peut-être pas totalement pour autant. En manipulant ainsi différents prix, le CSA ne peut finalement pas déterminer ce que la valeur prise en compte représente et si elle couvre ou non les coûts et intègre ou non une marge.

Il va de soi que si le CSA devait opter pour la prise en compte de coûts au lieu de prix ainsi que Proximus lui suggère de le faire, il ne serait alors plus nécessaire de leur appliquer le discount pack.

En résumé, ce qui aurait pu se justifier est la déduction des coûts de production de l'ensemble de ces services, coûts de production qui devront être pris en charge par l'opérateur d'accès s'il veut également fournir ces services à ses clients. Une éventuelle correction de marge peut par ailleurs s'opérer, mais doit se faire de manière cohérente et réfléchie en fin de calcul en l'intégrant dans le minus. Par contre, prendre en compte les prix des produits vendus individuellement pour les déduire de la base d'application du minus revient à déduire des marges de manière arbitraire, et ce dans une proportion qui est in fine inconnue. Ceci remet en question les résultats finaux ainsi obtenus.

2. Révision de la méthode de prise en compte du décodeur et du modem

LE CSA propose de revoir la façon de prendre en compte le décodeur et le modem. Dans la décision de 2013, les coûts des décodeurs et modems étaient considérés comme des coûts évitables, tandis que les revenus correspondants étaient pris en considération dans les ARPU.

LE CSA propose maintenant d'exclure les revenus et les coûts des décodeurs et des modems du calcul du moins et de retirer la valeur du décodeur du prix du pack. Quant au modem, dès lors qu'il est compris dans l'abonnement internet (individuel ou pack), il est déduit de la base d'application du retail-minus après prise en compte du discount pack (de manière identique au Wi-Fi, webspace et e-mail).

Pour ce faire, le CSA prend en compte les valeurs suivantes qui sont à nouveau des prix et non des coûts.

	Bruté (VOO)	Numéricable	Telenet
décodeur	7,45€	10€	8,7€
modem	2,5€	n.a.	2,5€

Proximus peut comprendre la logique de le CSA lorsqu'il déduit le prix du décodeur du pack puisque celui-ci est toujours clairement identifié et est également facturé séparément.

Par contre, concernant le modem, Proximus est d'avis que, tout comme pour le wifi, webspace, e-mail et 2nd ou multi-screen, il s'agit d'un coût qui aurait dû être pris en compte et d'un prix.

3. Impact sur le 'moins' et 'moins' privilégié pour les nouveaux entrants

Certaines des modifications apportées ont un impact sur le niveau du 'moins', mais aucune information chiffrée n'est fournie à ce propos. Proximus ne dispose en effet que des valeurs finales et ne peut donc pas remettre un point de vue détaillé sur la manière dont le moins est (re)calculé.

Ceci étant dit, lorsqu'on regarde les valeurs finales comparées aux valeurs initiales telles que déterminées dans la décision de 2013, on peut s'interroger sur l'ampleur des variations ainsi que sur les écarts importants de 'moins' en phase de démarrage et après la phase de démarrage, en particulier chez VOO. Là où les moins évoluaient précédemment entre 20% et 30%, ils évoluent maintenant entre 21% et 45%. Par ailleurs, nous supposons que les 7% repris pour la TV numérique de Numéricable après la phase de démarrage représentent une erreur. Ce point devrait être vérifié et corrigé le cas échéant.

Minus 2P	Decision 2013	After start-up phase	During start-up phase
Telenet	23%	21%	28%
Voo - Brutélé	23%	23%	35%
Voo - Nethys	23%	28%	40%
Numericable	20%	22%	27%

Minus TV numérique	Decision 2013	After start-up phase	During start-up phase
Telenet	30%	25%	37%
Voo - Brutélé	30%	31%	44%
Voo - Nethys	30%	30%	43%
Numericable	20%	7%	20%

Minus TV analogique	Decision 2013	After start-up phase	During start-up phase
Telenet	30%	27%	37%
Voo - Brutélé	30%	35%	45%
Voo - Nethys	30%	34%	44%
Numericable	20%	24%	24%

Les variations enregistrées dans les minus sont justifiées par le CSA par deux modifications :

- L'une consiste en la révision de la prise en compte des décodeurs

« Exclure les revenus et coût des décodeurs du calcul du minus (les excluant ainsi des coûts évitables et du tarif de détail de référence). Ceci a pour effet de faire baisser les minus déterminés par la décision de la CRC du 11 décembre 2013. »

- L'autre consiste en la révision de la prise en compte des promotions. Dans la décision de 2013, les promotions étaient prises en compte, soit dans l'ARPU (gratuité ou réductions de prix), soit dans les coûts commerciaux et donc évitables (cadeaux). LE CSA suggère maintenant que :

« ... le minus soit déterminé comme la somme des coûts évitables et des promotions divisée par l'ARPU brut calculé sur la totalité des clients. Ce changement méthodologique se traduit toutes autres choses égales par ailleurs, par une augmentation du minus. »

De plus, le CSA propose de prendre en compte, à titre provisoire (p. ex. pendant 2 ou 3 ans), et uniquement pour les opérateurs nouveaux entrants, un minus supérieur basé uniquement sur les nouveaux clients. Proximus considère cette approche comme totalement discriminatoire et injustifiée.

D'abord, elle se base uniquement sur les parts de marché dans la radiodiffusion et le haut débit. Mais l'ARPU des clients peut aussi

comprendre d'autres revenus (comme ceux du mobile qui peuvent être importants pour un bénéficiaire tel que Mobistar, par exemple). Un nouvel entrant sur le marché de la radiodiffusion peut donc également disposer d'une base de clientèle existante sur laquelle il peut se concentrer dans un premier temps pour vendre en « upselling » la TV et/ou un accès internet. Cet opérateur peut donc également bénéficier d'économies d'échelles ou de scope et « diluer » ses coûts d'actions promotionnelles d'acquisition sur une base de clients existants ayant un ARPU plus important.

Ensuite, comment le CSA justifie-t-il l'application de prix de gros substantiellement différents, et ce pendant une période de 2 à 3 ans (période non déterminée sur base des éléments disponibles), entre un opérateur qui aurait une très faible proportion de clients TV et un opérateur qui n'en a encore aucun ? Ceci pénalise injustement les opérateurs qui se sont battus pour acquérir quelques parts de marché. Une telle approche pénalise également les opérateurs de réseau. En effet, le plan d'affaires d'un opérateur de réseau qui entre dans un nouveau marché est, par définition, toujours négatif durant les premières années à cause des coûts fixes importants et de l'effort promotionnel d'acquisition consenti au départ. Or, en octroyant un prix de gros privilégié aux nouveaux entrants durant 2 ou 3 ans, le CSA demande aux câblo-opérateurs de subsidier les efforts promotionnels de ces opérateurs d'accès. Ceci conduit donc à déséquilibrer le rapport de force entre ces deux types d'opérateurs à l'avantage des opérateurs qui demandent l'accès. En effet, ce genre de système favorise des entrées sur le marché non-durables ou, à tout le moins, détourne de façon non-justifiée la risque de l'opérateur alternatif vers l'opérateur de réseau.

Proximus constate aussi que ce sont justement les 'minus' applicables pendant la phase de démarrage qui présentent les plus grandes variations par rapport à la décision de 2013 mais aussi entre les câblo-opérateurs. Ce constat pose également de sérieuses questions. Est-il en effet justifié d'imposer des prix de gros significativement plus faibles aux câblo-opérateurs qui consentent les efforts promotionnels d'acquisition les plus importants ? Dans l'hypothèse où l'on considérerait qu'une subsidiation des nouveaux entrants est nécessaire - quod non - est-ce justement dans ces zones-là que les opérateurs d'accès ont besoin des tarifs les plus bas pour les aider à pénétrer le marché ? Notons en outre que le CSA reconnaît lui-même le problème lorsqu'il corrige partiellement le minus obtenu pour Brutélé parce qu'il serait trop élevé du fait d'un ratio promotions/revenus plus élevé. Pour cet opérateur, le CSA propose en effet d'utiliser un ratio promotions/revenus correspondant à la moyenne du marché plutôt que son propre ratio. LE CSA suggère de faire de même pour Numéricable vu l'absence de données détaillées concernant cet opérateur. Ces manipulations, corrections et autres actions ne contribuent pas à fournir une impression de sérieux et de fiabilité quant à la méthode proposée.

Enfin, et à titre subsidiaire, Proximus estime que la catégorie des bénéficiaires de ce minus privilégié est particulièrement discutable et n'offre pas suffisamment de sécurité juridique. En effet, le CSA définit un opérateur nouvel entrant comme étant un opérateur qui n'a aucun client dans la radiodiffusion et seulement une base de clientèle réduite dans le haut

débit. En quoi consiste une base réduite de clientèle haut débit : 1%, 5%, 10% ? Ceci n'est pas clair du tout.

4. Mise à disposition de contenus

Contrairement au Wi-Fi, webspace et adresses e-mail, les contenus (foot et autres) ne sont pas offerts gratuitement ; mais sont mis à disposition à des prix différents selon qu'ils sont vendus en standalone ou en pack (contenus moins chers pour les packs). Seul Numéricable offre ses services contenu à un prix identique quel que soit le produit dont dispose le client (TV standalone ou packs).

LE CSA estime nécessaire de tenir compte des différences de prix, ce qu'il fait en les intégrant dans le calcul du discount pack. Comme ces contenus sont vendus séparément et que tous les clients ne les prennent pas, le CSA corrige son calcul en prenant en compte une estimation du « intake rate » de 25%. Nous comprenons que ce pourcentage est encore sujet à discussion et pourra être modifié dans le calcul final.

Proximus estime que le CSA aurait dû faire abstraction des options payantes par ailleurs. En effet, le CSA introduit un discount pack supplémentaire qui, in fine, n'a rien à voir avec la prestation de service de gros fournie vu qu'elle n'intègre pas de contenu.

Enfin, Proximus fait remarquer à titre subsidiaire qu'une erreur de calcul s'est glissée dans le fichier Excel et que le CSA a omis de prendre en compte les prix de VOOFoot et Mini Premium dans le prix de son pack (dans l'onglet 'Wholesale tariffs - multiply', la ligne 25 est prise en compte dans le calcul de Telenet, mais a été oubliée dans le calcul de VOO et Numéricable).

5. Tarification des profils spécifiques à un bénéficiaire

Par rapport à la tarification des profils spécifiques à un bénéficiaire, Proximus constate que se posent pas mal de questions et de problèmes méthodologiques.

Le CSA prévoit la possibilité de bénéficier d'un accès « broadband » même pour des profils d'accès qui ne sont pas disponibles sur le marché de détail de l'opérateur SMP. Pour ce faire, le CSA détermine une formule multilinéaire impliquant 3 coefficients et 1 terme indépendant permettant de calculer le tarif wholesale pour des profils arbitraires. Ces coefficients sont spécifiques à chaque opérateur et, selon le CSA, ils auraient été déterminés sur base de 5 profils communs.

D'emblée, il est remarquable que le CSA veuille utiliser un modèle linéaire multivarié où apparaissent 4 inconnues en n'utilisant que 5 points de mesure. Non seulement, 5 valeurs mesurées ne fournissent aucune signification

statistique pour l'estimation de 4 inconnues, mais en plus il s'avère qu'il n'y a, en réalité, que 3 points de mesure (3 profils) chez Telenet. Proximus se demande donc comment le CSA parvient à déterminer 4 inconnues à l'aide de 3 mesures.

La formule de tarif pour chaque opérateur est donc très faiblement fondée et pose déjà des problèmes d'application. Par exemple :

- Selon la formule, le tarif d'application pour un profil dans lequel le volume de téléchargement est illimité donne un tarif qui tend vers l'infini.
- Pour des profils supérieurs à des profils de détail des câblo-opérateurs, le résultat de la formule de tarif donne des valeurs jusqu'à 38% inférieures aux valeurs déterminées directement par la méthode «retail-minus». C'est le cas notamment pour le profil (40/3/150) chez Voo par rapport au profil DUOTV Beaucoup.
- Pour des profils légèrement inférieurs aux profils de détails, le profil (29/3/100) chez Telenet par exemple est 9% moins cher que le profil Internet&TV et nous ne voyons pas pourquoi une diminution de 1Mbit/s en vitesse de téléchargement justifierait une diminution de 9% du tarif.

Par ailleurs, Proximus fait remarquer que les formules de tarif publiées dans le cadre de la présente consultation sur le site du CSA sont relatives à Voo-Brutélé et non pas à Voo-Nethys. Le minus appliqué aux tarifs de Nethys étant supérieur au minus appliqué aux tarifs de Brutélé, il ne paraît pas possible que la formule soit la même pour ces deux entités dont les tarifs retail sont équivalents.

--- fin de ce document ---