



**Avis n° 06-A-01 du 18 janvier 2006**  
**relatif à une demande d'avis de l'Autorité de régulation des**  
**télécommunications en application de l'article L. 37-1 du code des**  
**postes et communications électroniques, portant sur l'analyse des**  
**marchés de gros des services de diffusion audiovisuelle**

Le Conseil de la concurrence (commission permanente),

Vu la lettre du 5 décembre 2005 enregistrée sous le numéro 05/0097A par laquelle l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) a sollicité l'avis du Conseil de la concurrence dans le cadre de la procédure d'analyse des marchés de gros des services de diffusion audiovisuelle en France ;

Vu la directive 2002/19/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative à l'accès aux réseaux de communications électroniques et aux ressources associées, ainsi qu'à leur interconnexion (directive "accès") ;

Vu la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil du 7 mars 2002 relative au cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques (directive "cadre") ;

Vu la recommandation de la Commission européenne 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 ;

Vu les lignes directrices de la Commission européenne du 11 juillet 2002 sur l'analyse des marchés et l'évaluation de la puissance sur le marché en application du cadre réglementaire communautaire pour les réseaux et les services de communications électroniques ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence et le décret n° 2002-689 du 30 avril 2002 fixant ses conditions d'application ;

Vu le code des postes et des communications électroniques ;

Vu les observations du Conseil Supérieur de l'audiovisuel (CSA), en réponse à la saisine de l'ARCEP concernant le marché 18, adoptées le 6 décembre 2005 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Le rapporteur, la rapporteure générale adjointe, le commissaire du Gouvernement entendus lors de la séance du 10 janvier 2006 ;

Les représentants de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes, des sociétés TDF, Towercast et Antalis TV entendus sur le fondement des dispositions de l'article L. 463-7 du code de commerce ;

Est d'avis de répondre dans le sens des observations qui suivent :

## **I. Introduction**

1. Par lettre enregistrée le 5 décembre 2005 sous le numéro 05/0097A, l'ARCEP a sollicité, sur le fondement des articles L. 37-1, D.301 et D.302 du code des postes et communications électroniques, l'avis du Conseil de la concurrence sur la définition de marché et la désignation des opérateurs exerçant une influence significative sur les marchés de gros des services de diffusion audiovisuelle en France.
2. Le présent avis concerne le marché 18, recensé par la Commission européenne dans l'exposé des motifs de sa recommandation du 11 février 2003 comme le marché de gros "*constitué des services de radiodiffusion et des réseaux de distribution dans la mesure où ils offrent les moyens de livrer un contenu radiodiffusé aux utilisateurs finals*".
3. En complément des éléments d'analyse du présent avis, le Conseil de la concurrence renvoie aux avis précédemment rendus dans lesquels il a rappelé les enjeux et les modalités de la réforme de la réglementation applicable aux activités de télécommunication.

## **II. Sur l'organisation du marché**

### **A. DISTINCTION ENTRE LES PARTIES AMONT ET AVAL DU MARCHE**

4. La chaîne de valeur du secteur audiovisuel comporte quatre activités : la production de contenus (par exemple par les sociétés de production) ; l'édition des contenus ; la commercialisation et la distribution des contenus ; l'acheminement du signal du lieu de production aux terminaux du consommateur final (auditeur ou téléspectateur).
5. Le marché de détail associé à ce secteur correspond à l'activité de commercialisation et de distribution auprès du consommateur final des contenus, c'est-à-dire des services de radio et de télévision définis par l'article 2 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée. Les autres activités s'apparentent à des activités intermédiaires relatives soit aux contenus à proprement parler (il s'agit de la production et de l'édition), soit à des prestations techniques associées à l'acheminement du signal. Les prestations techniques d'acheminement du signal se divisent en deux catégories : le transport du signal du lieu de production (régie des éditeurs) au site de diffusion et la diffusion du site de diffusion jusqu'aux récepteurs du consommateur final.

6. Selon l'ARCEP, le marché 18, objet du présent avis, se définit comme étant le lieu où se rencontrent l'offre et la demande d'acheminement du signal, plus précisément pour assurer la diffusion de ce signal à partir du site de diffusion, vers les récepteurs des consommateurs finals :

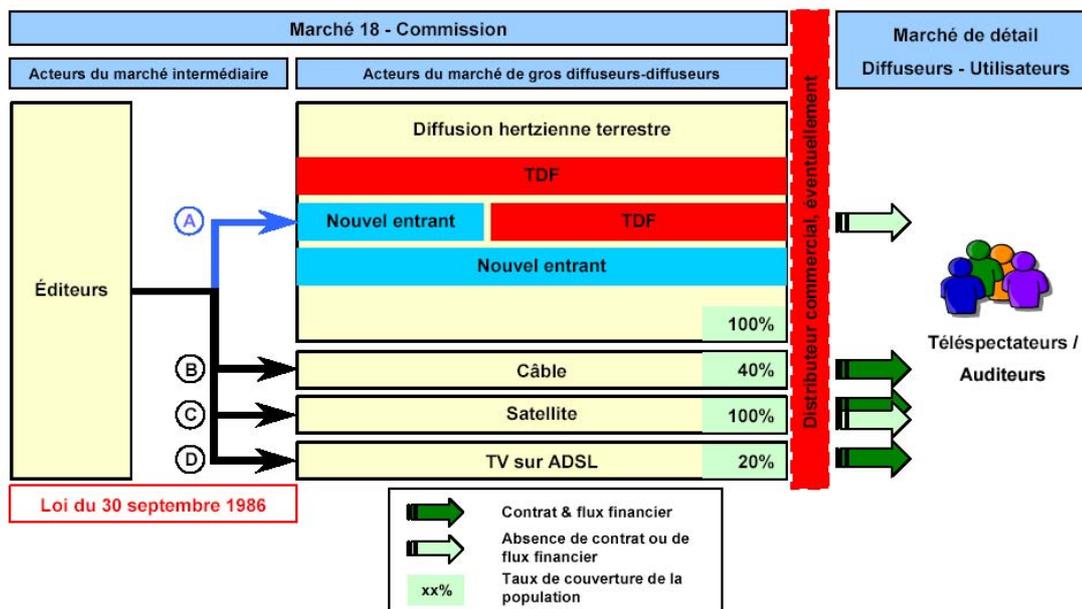


Figure 1 : les acteurs du marché 18 (source ARCEP)

7. Le marché 18 comporte deux segments. En aval, se situent les prestations que les diffuseurs offrent aux éditeurs ou aux opérateurs de multiplex dans le cadre de la TNT. Les opérateurs de multiplex sont des sociétés créées et composées par les éditeurs de chaînes, chargées de faire assurer les opérations techniques nécessaires à la transmission et à la diffusion auprès du public des programmes de la télévision numérique terrestre. En amont, il est possible d'identifier un marché "de l'accès" comprenant les prestations offertes par un diffuseur à un autre diffuseur.

## B. PARTAGE DES COMPETENCES ENTRE REGULATEURS SECTORIELS

8. Le secteur de l'audiovisuel est placé sous la surveillance de deux régulateurs sectoriels : le CSA et l'ARCEP, dont il convient de rappeler les attributions pouvant contribuer à la régulation du marché 18.

### 1. LE CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL (CSA)

9. Sans revenir sur les compétences générales attribuées au CSA, il convient de mentionner que la loi du 1<sup>er</sup> août 2000 a introduit dans la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication de nouvelles dispositions pour assurer le déploiement de la télévision numérique terrestre (TNT). Elle a confié au CSA la mission d'établir le calendrier d'ouverture des sites et des fréquences de diffusion de la TNT.

10. Le CSA est également chargé d'accorder, selon une procédure d'appel à candidatures, les autorisations d'usage de la ressource radioélectrique aux éditeurs de services (chaînes privées et publiques, payantes et gratuites) puis, après avoir établi la composition des multiplex, d'attribuer les fréquences aux opérateurs de multiplex préalablement désignés par les éditeurs de services.
11. En vertu de l'article 17-1 de la loi du 30 septembre 1986, introduit par la loi n° 2004-669 du 9 juillet 2004, le CSA a reçu compétence pour régler "*[...] tout différend relatif à la distribution d'un service de radio ou de télévision, y compris aux conditions techniques et financières de mise à disposition du public de ce service, lorsque ce différend est susceptible de porter atteinte au caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion, à la sauvegarde de l'ordre public, aux exigences de service public, à la protection du jeune public, à la dignité de la personne humaine et à la qualité et à la diversité des programmes, ou lorsque ce différend porte sur le caractère objectif, équitable et non discriminatoire des conditions de la mise à disposition du public de l'offre de programmes, ou des relations contractuelles entre un éditeur et un distributeur de services*".
12. Dans le cadre défini par cette nouvelle disposition, qui doit être précisée par un décret d'application, le CSA peut être saisi par "*un éditeur ou par un distributeur de services, par une des personnes mentionnées à l'article 95 [à savoir les exploitants de système d'accès sous condition, à l'exception des infrastructures de diffusion hertzienne et des réseaux de télédistribution] ou par un prestataire auquel ces personnes recourent [...]*".
13. Le CSA est ainsi compétent sur le marché de gros aval de la diffusion télévisuelle pour régler tout différend concernant la distribution d'un service de télévision, par exemple :
  - sur le segment des chaînes gratuites de la TNT, entre éditeurs de chaînes ou opérateurs de multiplex et opérateurs de diffusion ;
  - sur le segment des chaînes payantes de la TNT, entre éditeurs de chaînes ou opérateurs de multiplex et distributeurs commerciaux ou entre opérateurs de diffusion et distributeurs commerciaux.
14. Par ailleurs, comme le rappelle l'ARCEP, la loi du 30 septembre 1986 modifiée organise certaines relations entre éditeurs et distributeurs-diffuseurs sur les réseaux câblés, satellite et ADSL : obligations de reprise des chaînes publiques hertziennes, de la chaîne parlementaire et de TV5 (art 34-2 I) ; le service antenne (art 34-1-1) ; les obligations sur l'ensemble du réseau des communications électroniques au bénéfice des éditeurs de chaînes hertziennes gratuites analogiques ou numériques (art 34-4).

## **2. L'AUTORITÉ DE RÉGULATION DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES ET DE LA POSTE (ARCEP)**

15. La mise en œuvre du nouveau paquet de directives européennes concernant les communications électroniques a introduit de nouvelles compétences pour l'ARCEP dans le secteur de l'audiovisuel.
16. L'ARCEP est ainsi compétente sur le marché 18, marché de gros des services de radiodiffusion, c'est-à-dire le marché où se rencontrent les diffuseurs et les éditeurs de contenus et les diffuseurs entre eux. Comme elle l'a justement indiqué dans son projet d'analyse, seules les relations entre diffuseurs s'appuyant sur des infrastructures

physiques, c'est-à-dire la partie amont du marché 18, relèvent juridiquement de sa compétence tandis que c'est le CSA qui est en charge des relations entre éditeurs et diffuseurs : *"les réseaux mis en œuvre par les sociétés TDF, Antalis TV, Towercast ou encore Canal Plus constituent des réseaux de communications électroniques ouverts au public. Par suite, les personnes physiques ou morales qui prennent en charge ces activités reçoivent la qualité d'opérateur, au sens de l'article L.32 15° du code des postes et communications électroniques. Dans ces conditions, les diffuseurs sont soumis aux dispositions du code des postes et communications électroniques"*. En vertu de l'article L.36-8 du code des postes et communications électroniques, l'ARCEP dispose également d'un pouvoir de règlement des différends entre opérateurs de communications électroniques, tant sur des marchés "régulables" que sur ceux qui ne sont pas "régulables".

17. Le Conseil de la concurrence constate que ce marché amont comprend également tous les contrats d'autodiffusion entre les sociétés audiovisuelles et les diffuseurs ainsi que les contrats entre diffuseurs et intervenants du réseau secondaire, comme Emettel.

### 3. LE PARTAGE DES COMPÉTENCES

18. Schématiquement, le CSA dispose donc de compétences de régulation (et notamment ex post pour régler les différends) sur la partie aval du marché 18 (relations entre éditeurs/multiplex et diffuseurs/distributeurs) alors que l'ARCEP dispose de compétences sur la partie amont de ce marché (relations entre diffuseurs).
19. Le présent avis se concentrera sur la partie amont, qui doit être analysée pour apprécier la nécessité de mettre en place une régulation *ex ante*.
20. Cependant, à l'instar du CSA, le Conseil de la concurrence constate que le code des postes et communications électroniques, par le III de son article L. 38, permet à l'ARCEP d'intervenir sur les relations entre éditeurs et diffuseurs : *"L'Autorité peut imposer à un opérateur réputé exercer une influence significative sur un marché mentionné au I de réviser les contrats et conventions en cours à la date de promulgation de la loi n° 2004-669 du 9 juillet 2004 relative aux communications électroniques et aux services de communication audiovisuelle, qu'il a conclus, dans le cadre des droits exclusifs qui lui étaient confiés, avec les sociétés mentionnées aux articles 44 et 45 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, pour la transmission et la diffusion de leurs programmes"*.
21. Dans ses observations à l'ARCEP, le CSA a pris acte du fait que l'ARCEP estimait *"ne pas disposer des moyens juridiques nécessaires pour mettre en place une régulation du marché aval"* mais a invité l'ARCEP à *"examiner les conditions des contrats en cours des éditeurs publics, sur le fondement de l'article L. 38-III du code des postes et communications électroniques"*.

### III. Sur la délimitation des marchés en métropole

22. L'ARCEP conclut dans son analyse à l'existence de 5 marchés de gros de dimension nationale :
- le marché de gros des services de diffusion de programmes radiophoniques en mode AM ;
  - le marché de gros des services de diffusion de programmes radiophoniques en mode FM ;
  - le marché de gros des services de diffusion hertzienne terrestre de programme télévisuels ;
  - le marché de gros des services de diffusion hertzienne télévisuels sur les réseaux filaires (câble et ADSL) ;
  - le marché de gros des services de diffusion hertzienne télévisuels par satellite.
23. La définition des marchés de gros en fonction du service final audiovisuel auquel ils sont associés n'appelle pas de remarques de principe de la part du Conseil de la concurrence et apparaît conforme à sa jurisprudence (notamment les décisions [03-MC-03](#) du 1<sup>er</sup> décembre 2003, [99-D-14](#) du 23 février 1999, avis [98-A-14](#) du 31 août 1998).
24. Cependant, le Conseil de la concurrence se pose la question de savoir s'il ne serait pas pertinent de séparer le troisième marché de gros (services de diffusion hertzienne terrestre de programme audiovisuels) en deux sous-marchés, l'un relatif à la diffusion analogique et l'autre à la diffusion numérique.
25. En effet, dans sa décision [02-MC-04](#), le Conseil de la concurrence constatait : *"il apparaît que les services rendus possibles par la télévision numérique hertzienne sont différents de ceux rendus par la télévision hertzienne analogique ; (...) en effet, ainsi qu'il a été dit plus haut, la numérisation va permettre un élargissement de l'offre de programmes, une amélioration de la qualité d'image et de son des programmes, un accès à certains services interactifs et la réception des programmes de télévision sur des récepteurs portables et mobiles ; (...) par ailleurs, la procédure d'attribution de la ressource radioélectrique est différente de celle prévue pour la télévision analogique hertzienne ; (...) il n'est donc pas exclu, à ce stade de l'instruction, que le marché pertinent soit le marché français de la distribution de services techniques de la télévision numérique terrestre"*.
26. Par ailleurs de nombreux éléments relevés tant par l'ARCEP que par le CSA vont dans le sens d'une telle segmentation : des différences techniques dans les modes de diffusion (coûts plus élevés pour le numérique, puissance des émetteurs, technologie employée, énergie consommée, etc.) ; l'extinction programmée de la TV analogique à l'horizon 2012 ; le niveau d'investissement requis en analogique nécessitant un amortissement sur une durée supérieure à 10 ans pour les équipements ; le nombre de chaînes, le nombre de diffuseurs présents sur le marché, le mode de sélection des diffuseurs (par appels d'offre par couple site-fréquence dans le numérique), l'existence d'intermédiaires entre diffuseurs et éditeurs dans le numérique (les multiplex), la différence de tarification des prestations de diffusion numérique et analogique.

27. Parmi les homologues européens de l'ARCEP, il n'existe pas de consensus sur le sujet et les conclusions varient d'un pays à l'autre : la CMT (régulateur espagnol), ComReg (régulateur irlandais) et l'OFCOM (régulateur britannique) n'ont pas opéré de distinction entre analogique et numérique alors que PTS (régulateur suédois) et Ficora (régulateur finlandais) distinguent TV analogique et numérique. L'OFCOM définit ainsi trois marchés : un marché d'accès aux pylônes et aux sites opérés par NTL pour la diffusion de services audiovisuels ; un marché d'accès aux pylônes et aux sites opérés par Crown Castle UK pour la diffusion de services audiovisuels ; un marché d'accès aux pylônes et aux sites utilisés pour la diffusion de services audiovisuels. La question mérite donc de rester ouverte.
28. S'agissant de la délimitation géographique des marchés de gros, l'ARCEP et TDF ont estimé qu'il s'agissait de marchés nationaux, tout en n'excluant pas l'existence de marchés locaux. En effet, la majorité des infrastructures appartient à TDF, opérateur de dimension nationale, et les diffuseurs qui demandent à être hébergés sur ces infrastructures demandent généralement l'accès à des sites identifiés, comme c'est le cas pour la TNT.

#### **IV. Sur l'appréciation du degré de concurrence sur les marchés de gros**

29. A l'occasion des différents avis qu'il a rendus à l'ARCEP concernant l'analyse de marchés potentiellement régulables, le Conseil de la concurrence a eu l'occasion de souligner les enjeux et les difficultés de cet exercice. Il rappelle une nouvelle fois que, selon la recommandation de la Commission européenne du 11 février 2003, *"en identifiant les marchés conformément aux principes du droit de la concurrence, il convient d'utiliser les trois critères suivants. Le premier critère réside dans la présence de barrières élevées et non provisoires à l'entrée, qu'elles soient de nature structurelle, légale ou réglementaire. Cependant, eu égard au caractère dynamique et au fonctionnement des marchés des communications électroniques, les possibilités de lever ces barrières dans un délai adéquat doivent également être prises en considération dans l'analyse prospective effectuée en vue de recenser les marchés pertinents susceptibles d'être soumis à une réglementation ex ante. Par conséquent, le deuxième critère consiste à admettre uniquement les marchés dont la structure ne présage pas d'évolution vers une situation de concurrence effective. Il faut pour cela examiner quelle est la situation de la concurrence au-delà des barrières à l'entrée. Le troisième critère réside dans l'incapacité du droit de la concurrence à remédier à lui seul à la ou aux défaillances concernées du marché"*.
30. Par ailleurs, la recommandation précise que *"ces critères doivent être appliqués cumulativement, de sorte que si l'un de ces critères n'est pas rempli, le marché ne doit pas être recensé dans les versions ultérieures de la recommandation"*. La vérification de l'application de ces critères doit donc être entreprise pour chacun des 5 marchés de gros définis par l'ARCEP.
31. Il convient de rappeler à cet égard que l'ARCEP, après s'être prononcée en faveur d'une obligation de séparation comptable commune à l'ensemble des marchés analysés, n'a

conclu à la nécessité d'une régulation *ex ante* plus poussée que pour le marché de gros des services de diffusion hertzienne terrestre en mode numérique des programmes télévisuels.

#### A. SUR LES MARCHÉS DE GROS DES SERVICES DE DIFFUSION RADIOPHONIQUES

32. S'agissant de la diffusion en mode AM, le Conseil rejoint l'avis de l'ARCEP qui considère que *"l'absence de perspectives concurrentielles de ce marché ne résulte pas des risques de pratiques anticoncurrentielles de la part d'un opérateur qui y exercerait une influence significative, mais des spécificités de la diffusion en mode AM et du manque d'appétence des acteurs"*. Cette position est conforme à la jurisprudence du Conseil de la concurrence, illustrée par sa décision [03-MC-03](#) du 1<sup>er</sup> décembre 2003.
33. S'agissant de la diffusion en mode FM, l'ARCEP estime que *"les sites de diffusion hertzienne terrestre des programmes de radio de TDF sont répliquables et conclut à l'absence de barrières élevées et non transitoires à l'entrée d'un concurrent sur le marché"*.
34. En ce qui concerne la FM, le CSA soulève deux points importants. Il rappelle premièrement que, en stock, sur les 6909 fréquences exploitées en France (publiques et privées), 60 % environ sont diffusées par TDF (2363 fréquences sur les 4134 diffusées par TDF appartiennent à Radio France) et près de 30 % des fréquences sont auto-diffusées par les éditeurs. Le reste, environ 10 %, est diffusé par Towercast.
35. Cependant, il semble que la position de TDF sur les radios privées soit nettement moins favorable (de l'ordre de 40 %). Par ailleurs, TDF estime avoir perdu *"2/3 des parts de marché"* lors des appels d'offres organisés sur 6 % des fréquences détenues par Radio France (secteur public).
36. Deuxièmement, le CSA affirme *"qu'il semble incontestable que certains sites [de TDF], présentant la double caractéristiques d'être des points hauts et des sites abritant des émetteurs de forte puissance, sont très difficilement répliquables pour des raisons techniques, économiques et urbanistiques"*.
37. Par ailleurs, Towercast a indiqué que *"le marché est concurrentiel dans certaines zones (celles où existe un site alternatif à celui de TDF). Mais la capacité à monter un site alternatif de diffusion est réduite en raison des contraintes réglementaires (environnement, sanitaire, problème de non-renouvellement de bail ou de non-attribution de permis de construire avec les municipalités, principe de précaution). Par exemple, TowerCast a dû fermer certains sites à cause du renouvellement du bail (Toulouse) ou s'est vu interdire la construction d'un site par le CSA (Strasbourg, diffusion radio). Dans ces zones, le site de TDF devient incontournable pour des raisons réglementaires : certaines municipalités ont le pouvoir réglementaire de rétablir le monopole de TDF"*.
38. Le Conseil de la concurrence constate donc que certains sites, notamment de TDF, pourraient revêtir la forme de sites essentiels, ce qui révélerait localement l'existence de barrières à l'entrée. Le propriétaire de telles infrastructures disposerait alors d'une position de force vis à vis de ses concurrents et aurait la faculté d'en abuser notamment en refusant l'accès ou en l'accordant dans des conditions économiquement ou techniquement injustifiées. Cette circonstance de marché pourrait intervenir notamment dans le cadre des prochains appels d'offres organisés par Radio France sur des zones où existeraient des

sites historiques de forte ou moyenne puissance : elle serait de nature à entraver l'évolution du marché vers une situation de concurrence effective.

## **B. SUR LES MARCHÉS DE GROS DES SERVICES DE DIFFUSION TÉLÉVISUELS**

### **1. EN CE QUI CONCERNE LA TELEVISION ANALOGIQUE**

39. En ce qui concerne la diffusion analogique, TDF est, de fait, le seul acteur ayant une offre de diffusion pour l'ensemble des chaînes hertziennes analogiques. Mais ce monopole de fait n'est pas absolu. Depuis 1998, Canal Plus intervient sur ce marché en s'autodiffusant grâce à un contrat d'accès aux sites de TDF (18 émetteurs sur 235 utilisés).
40. Ce contrat passé entre Canal Plus et TDF s'apparente à un contrat entre diffuseurs puisque, dans ce cadre, Canal Plus exerce une activité de diffusion. Il est donc possible pour TDF d'offrir à d'autres diffuseurs un contrat de même type leur permettant de diffuser des chaînes en mode analogique.
41. Les diffuseurs concurrents de TDF (Towercast, Antalis ...) pourraient être intéressés par la diffusion des chaînes analogiques au moins sur les sites utilisés pour la diffusion des chaînes de la TNT (sous réserve d'une place disponible suffisante sur le pylône ou dans le local technique). L'intérêt économique de ce type d'opération réside dans les gains liés à la mutualisation de certains équipements (comme l'émetteur par exemple). TDF fait état de discussions informelles sans suite en 2003 avec Towercast.
42. Dans sa réponse au questionnaire qui lui a été envoyé par le rapporteur, TDF affirme que *"sous la pression des chaînes analogiques, (elle) a été amenée à leur proposer des baisses tarifaires supplémentaires sur leur réseau principal, afin de les faire profiter de la plus grande mutualisation des infrastructures au cours de la période de simulcast [période de coexistence de la diffusion en mode analogique et numérique]. Le dispositif proposé ne tient compte que de la planification du déploiement de la TNT et est indépendant des parts de marché de TDF tant en matière de diffusion TNT qu'en matière d'utilisation des infrastructures"*. Ainsi, cette remise n'a pas la forme d'une remise de couplage liant la facture de diffusion analogique d'un client donné à sa facture de diffusion numérique. Par contre, la mise en place de cette remise révèle l'existence d'économies d'échelle entre la diffusion numérique et la diffusion analogique sur un site donné.
43. Cependant, étant donné qu'il est peu probable qu'un concurrent de TDF entre sur le marché de la diffusion TV analogique en utilisant ses propres infrastructures, les seules barrières à l'entrée sur ce marché seraient celles qui résulteraient du comportement éventuel de TDF, en mesure de refuser l'accès aux sites ou de le soumettre à des conditions économiques et techniques injustifiées (par exemple différentes de celles accordées par TDF à Canal Plus pour son autodiffusion) et donc d'entraver l'évolution vers une situation de concurrence effective.

## 2. EN CE QUI CONCERNE LA TNT

### Sur la partie aval du marché

44. En France, le déploiement de la TNT s'effectue en phases successives suivant un calendrier élaboré par le CSA. Ce calendrier fixe l'ouverture progressive des différents sites et fréquences accueillant la TNT. Le CSA établit également certaines des conditions administratives d'ouverture à la concurrence. Pour chaque zone d'implantation (115 zones pour couvrir 85 % de la population), il décrit "*chaque fréquence numérique ouverte à la concurrence des diffuseurs par une puissance apparente rayonnée, une altitude d'émission et un gabarit de rayonnement, résumé des contraintes périphériques qui impliquent des réductions de puissance dans la direction des sites analogiques ou des émetteurs étrangers qui nécessitent une protection. Compte tenu de la nécessité de favoriser la concurrence sur le marché de la diffusion de la TNT, ces caractéristiques sont toujours données pour une zone d'implantation, et non pas pour un point géographique précis*" (observations du CSA à l'ARCEP). Ces caractéristiques sont publiées au Journal officiel un an avant la mise en service des sites numériques et assurent l'égalité entre les diffuseurs qui sont tous régis par un cahier des charges identique.
45. L'ouverture de la première phase a eu lieu le 1<sup>er</sup> mars 2005 pour les chaînes gratuites et le 1<sup>er</sup> septembre 2005 pour les chaînes payantes (décision du CSA n° 2004-250 du 8 juin 2004). Elle permet la couverture de 35 % de la population répartie dans 17 zones. La seconde phase de déploiement a débuté le 1<sup>er</sup> septembre 2005 pour les services gratuits et débutera le 1<sup>er</sup> mars 2006 pour les services payants : elle comprend 15 zones et couvre 15 % de la population (décision du CSA n° 2004-309 du 20 juillet 2004). L'ouverture de la troisième phase est programmée pour le 15 juin 2006 sur 19 sites et celle de la quatrième pour le 15 octobre 2006 sur 24 sites (décision du CSA en date du 19 juillet 2005) : le taux de couverture approchera alors les 66 %. D'ici mars 2007, les 115 sites principaux prévus initialement par le CSA seront ouverts et devraient couvrir 85 % de la population française.
46. L'organisation de la TNT a conduit à l'apparition de nouveaux acteurs : les opérateurs de multiplex (appelés communément multiplex). Ces sociétés prennent en général la forme de sociétés anonymes dont les actionnaires sont les éditeurs des chaînes composant le multiplex. L'opérateur GR1 a la charge du multiplex R1, NTN (Nouvelles Télévisions Numériques) le multiplex R2, CNH (Compagnie du Numérique Hertzien) le multiplex R3, Multi4 le multiplex R4, SMR6 le multiplex R6 (source ARCEP, p 28).

Réseaux de fréquence	R1	R2	R3	R4	R6
Composition des multiplexes	France 2	Direct 8	Canal +	M6	TF1
	France 3	TMC	Canal + Cinéma	M6 Music	L6
	France 5	BFM TV	Canal + Sport	TF6	Eurosport France
	France 4	Gulliver	Planète	Paris Première	TF5 Star
	La Chaîne parlementaire	Canal J	I-Télé	NT1	NRJ TV
	Arte	Europe 2 TV		AB1	
Groupes actionnaires	France Télévisions	Bolloré	Canal Plus	M6	TF1
		Pathé		AB	NRJ
		Nextradio TV			
		Lagardère			

47. Avant l'ouverture de chacune des phases, les opérateurs de multiplex ont procédé à des appels d'offres auprès des opérateurs de diffusion, qui tiennent compte de la procédure de déploiement de la TNT fixée par le CSA. Ces appels d'offres, organisés pour chaque multiplex (disposant d'une fréquence) site par site (soit un appel d'offres par site/zone et par fréquence) se déroulent en deux temps. Dans un premier temps, les opérateurs de multiplex examinent et comparent les réponses à leurs appels d'offres transmises par les opérateurs de diffusion. Ensuite, les multiplex entament des négociations parallèles avec chacun des diffuseurs afin d'améliorer les tarifs des prestations ou certaines clauses contractuelles. Ce deuxième temps peut comporter la présentation orale de leurs propositions par les diffuseurs. En fin de processus, les diffuseurs font une offre définitive et les multiplex prennent leurs décisions.
48. Ce processus de sélection permet d'introduire de fortes pressions concurrentielles sur les diffuseurs en conférant à l'organisateur de l'appel d'offres (multiplex) un important pouvoir de négociation. Par ailleurs, l'organisation des appels d'offres par couple fréquence-site facilite l'entrée de concurrents comme Antalis et Towercast, qui auraient eu plus de difficultés à gagner des parts de marché si les appels d'offres avaient été lancés à l'échelle nationale.
49. La structure du marché français de la télévision hertzienne en mode numérique se distingue nettement de celle des autres pays européens qui ont déjà procédé à l'ouverture à la TNT.
50. En ce qui concerne la diffusion numérique, les parts de marché des différents acteurs se répartissent comme suit (*demande de secret d'affaires sur ces chiffres*) :

	Phase 1		Phase 2		Phase 3		Total	
PDM	CA	Site	CA	Site	CA	Site	CA	Site
TDF								
Towercast								
Antalis								

51. Canal Plus a déclaré qu'elle s'autodiffusera sur 15 sites parmi les 115 définis par le CSA. Elle utilise les mêmes émetteurs pour l'analogique et le numérique afin de bénéficier des économies d'échelle liées à ces deux modes de diffusion.
52. Ce tableau témoigne de la croissance des parts de marché des concurrents de TDF tant en valeur qu'en volume au fur et à mesure de l'ouverture des différentes phases de déploiement de la TNT pour atteindre au total 25% en valeur et 30% en volume.
53. Au cours des prochaines phases, les diffuseurs concurrents de TDF estiment pouvoir encore prendre des parts de marché.
54. Les éléments recueillis lors de l'instruction ont permis de recalculer plus finement les parts de marchés de chaque diffuseur par Multiplex et par phase (*demande de secret d'affaires*) :

	R1		R2		R3		R4		R6	
Phase 1	CA	Site								
TDF										
Towercast										
Antalis										
Phase 2										
TDF										
Towercast										
Antalis										
Phase 3										
TDF										
Towercast										
Antalis										
Total										
TDF										
Towercast										
Antalis										

55. Les résultats mettent en lumière une stratégie globale, de la part de l'ensemble des multiplex, d'ouverture aux offres des concurrents de TDF. Néanmoins les situations varient d'un multiplex à l'autre : pour la diffusion du multiplex R1, TDF n'est clairement plus en position dominante alors qu'elle détient quasiment 100 % de celle du multiplex 3 ; pour le multiplex R6, Antalis n'a aucune part de marché.
56. Certains multiplex sont donc plus favorables que d'autres aux offres des concurrents (R1 par exemple) ou aux offres de certains concurrents (R6 avec Towercast, R2 avec Antalis). Par ailleurs, les concurrents de TDF disposent de leurs meilleures parts de marché pour la diffusion du multiplex R1 (France Télévisions), le moins risqué en raison de la faible probabilité de disparition d'une des chaînes de ce multiplex.
57. Les auditions des différents acteurs mettent plusieurs phénomènes en évidence.
58. En premier lieu, l'effet "*opérateur historique*", dont bénéficiait TDF lors des premiers appels d'offres du fait de son ancienneté et de sa notoriété, tend à s'estomper peu à peu.
59. En second lieu, les multiplex ont eu tendance à écarter les offres présentées sur des sites alternatifs lors des premières phases (1 et 2) pour des raisons d'initialisation (orientation des antennes) ou de maîtrise du site (projet irréalisable ou sans intérêt par rapport au site TDF). Les phases suivantes permettent une duplication plus forte et sont donc plus propices à l'apparition de sites alternatifs.
60. A la demande des multiplex, les prix des prestations sont fermes, et n'autorisent donc aucune hausse de prix pendant la durée du contrat. Certains diffuseurs se sont engagés à rétrocéder tout ou partie des baisses des prix de gros de TDF sur le prix des prestations de diffusion. Certains multiplex bénéficient d'une clause dite "*du client le plus favorisé*", leur permettant, dans certaines circonstances, de bénéficier des meilleures conditions négociées par un autre multiplex avec un même diffuseur. Pour les multiplex 2, 3, 4 et 6, il n'existe pas de solidarité financière entre les chaînes. Par exemple, si une des chaînes d'un multiplex donné disparaissait, les autres chaînes n'auraient pas à prendre financièrement à leur charge le paiement de la prestation de diffusion : le risque de disparition d'une chaîne de la TNT pèse donc en partie sur le diffuseur. Pour le multiplex R1, le contrat de diffusion est entièrement à la charge du multiplex SAS GR1 et la solidarité entre chaînes se limite à celle qui s'exerce entre actionnaires de ce type de société.
61. Enfin, les multiplex se communiquent certaines informations, soit de manière directe, soit de manière indirecte, au sujet de leur contrat de diffusion, assurant ainsi la transparence du marché. Par exemple, sur le site de Caen où les installations historiques de TDF n'étaient pas exploitables (car situées sur un CHU), les multiplex ont reçu trois propositions de localisations de sites (une par diffuseur). Les multiplex ont coordonné leur action afin de choisir un site identique (Towercast) pour une raison technique : étant donné la grande différence de localisation géographique des différents sites proposés, le choix de sites différents par des multiplex différents aurait posé un grave problème d'initialisation des antennes des consommateurs (les antennes auraient dû être orientées dans deux directions différentes).
62. L'ensemble de ces éléments montre que les multiplex disposent d'un réel contre-pouvoir d'acheteur face aux diffuseurs. La concurrence sur ce marché, bien que naissante, a permis à de nouveaux entrants de s'installer de manière durable avec des contrats d'une durée de 5 ans. Elle a eu une influence positive sur les prix et les conditions des prestations de diffusion au multiplex (tarifs orientés à la baisse sous la pression des

concurrents de TDF, conditions contractuelles favorables). La concurrence "*pour le marché*" grâce aux appels d'offres organisés par les multiplex a renforcé la contestabilité de la position de TDF sur le marché des services de diffusion numérique de programmes télévisuels. Il semble donc que le marché de la diffusion de la TNT présente les caractéristiques qui permettent d'attendre une évolution vers une situation de concurrence effective.

63. Le Conseil de la concurrence note cependant que cette concurrence n'aurait pu voir le jour sans son intervention, qui a permis l'ouverture de la partie amont du marché au moyen des mesures conservatoires prononcées dans sa décision [02-MC-04](#). Son injonction, une fois modifiée par l'arrêt du 31 mai 2002 de la Cour d'appel de Paris, contraignait "*la société TDF,(...) (à) communiquer à toute entreprise qui en fait la demande une offre de prestation d'accueil concernant les sites de diffusion hertzienne installés sur les 29 premières zones de diffusion définies par le CSA dans sa décision du 24 juillet 2001, décomposée poste par poste et comportant des tarifs établis de manière objective, transparente et non discriminatoire, à un prix proportionné à la valeur du service qu'elle propose*". La Cour d'appel a remplacé la formule de "*prix en rapport avec les coûts directs et indirects des prestations offertes*", utilisée par le Conseil, par la formule de "*prix proportionné à la valeur du service*", estimant qu'en l'absence de démonstration de l'existence d'une infrastructure essentielle, cette formule était plus appropriée. L'offre de cette prestation d'accueil a été déterminante pour l'ouverture à la concurrence du marché.

### **Sur la partie amont**

64. Sur la partie amont du marché 18 (relations entre diffuseurs), il est indéniable que TDF dispose d'une position particulière en tant que détenteur d'une infrastructure déjà existante. La Cour d'appel de Paris, dans son arrêt du 21 mai 2002 déjà cité, précisait qu'"*il n'est pas, en l'état, contesté que TDF détient une majorité des sites nécessaires aux nouveaux opérateurs pour l'exploitation du service de diffusion technique ; que ceux-ci ne sont pas aisément reproductibles par ces opérateurs dans le temps qui leur est imparti par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour le lancement du marché, lequel a du reste sciemment privilégié l'utilisation des infrastructures existantes dans un souci d'efficacité ; qu'il n'est pas établi que les offres alternatives évoquées par TDF, qui portent sur un petit nombre de sites, soient substituables aux siennes en termes de qualité d'émission, compte tenu des différences existant quant à l'altitude des sites et quant au matériel utilisé (antennes, pylônes), et en termes de prix, les tarifs de la concurrence étant, pour certains, plus chers que ceux de TDF, ainsi qu'il ressort de ses conclusions même (p. 31) ; que, en l'état de l'instruction, il ne peut être exclu qu'au moins dans la phase de lancement du marché cette entreprise ne détienne, sur ce marché amont, un avantage concurrentiel important par rapport à ses concurrents ou ne soit un partenaire obligé des nouveaux opérateurs pour de nombreux sites*".
65. La question de la répliquabilité des sites de TDF pour la diffusion de la télévision numérique ou de leur qualification d'infrastructures essentielles est sujette à controverse.
66. Dans son analyse, l'ARCEP estime que les infrastructures de TDF sont difficilement répliquables par les concurrents en raison du montant des investissements nécessaires, de la faible disponibilité foncière et de la réglementation relative à l'occupation du domaine public, à l'urbanisme, à la protection de l'environnement et de la santé publique ; des contraintes de délais et des coûts de changement d'orientation des antennes ; de la rapidité

de la procédure organisée par le CSA (déploiement de la TNT sur deux ans). Elle constate qu'aucun site alternatif de diffusion analogique terrestre n'a été construit et que sur les deux premières phases de déploiement de la TNT, seuls deux sites alternatifs existent. Par ailleurs, elle évalue à deux ans le délai moyen d'obtention de *"l'ensemble des autorisations nécessaires à l'établissement d'un nouveau site puis à la construction du pylône et à la mise en place des différents équipements"*.

67. Dans ses observations à l'ARCEP, en ce qui concerne les conditions administratives de l'ouverture à la concurrence, le CSA souligne *"trois difficultés conjoncturelles notables (...): les zones préconisées par le CSA englobent nécessairement des sites importants de l'opérateur historique. En effet, pour ne pas brouiller les émissions analogiques pré-existantes, et en particulier lorsque les canaux numériques sont adjacents aux canaux analogiques, il est préférable d'émettre numérique et analogique du même point, ou presque : ainsi, en tout endroit de la couverture, analogique et numérique seront toujours dans un même rapport de puissance, ce qui préservera à coup sûr l'émission analogique. De ce fait, les sites historiques peuvent donc toujours constituer une réponse valide à l'appel d'offres des éditeurs, sauf s'ils ne disposent plus d'espace disponible pour de nouvelles antennes (ce qui est arrivé à deux reprises pour les 35 premiers sites) ; les contraintes que doivent respecter les nouveaux émetteurs numériques découlent des propriétés du site historique qui sert de référence pour l'allotissement."*

*Or, les diagrammes de rayonnement réel de ces sites ne sont pas publics, ce qui entrave les calculs détaillés qui seuls permettraient de certifier l'innocuité, pour les émissions analogiques préexistantes, de sites numériques substantiellement différents du site historique. L'accélération du calendrier réduit le temps disponible entre la publication des allotissements et l'ouverture des sites, ce qui tend à favoriser l'opérateur historique, compte tenu de la lourdeur des procédures d'autorisations nécessaires"*.

68. Il précise également que *"pendant cette première période [d'ouverture à la concurrence], le mécanisme de planification n'autorisera pas un large recours à des solutions en rupture technologique, comme le SFN (zone regroupant pour un multiplex donné plusieurs sites de même fréquence)"* et conclut que *"les nouveaux entrants doivent donc, pour les deux années à venir, proposer des solutions alternatives à partir de technologies proches de celle de l'opérateur historique : sites élevés proches de ceux qui diffusent l'analogique, ce qui est souvent réalisable dans certaines zones urbaines ; ou, en zone d'habitat diffus, co-localisation sur les sites historiques, lorsque le coût du bâtiment ou le manque de zones constructibles impose cette option"*.

69. Il constate enfin que *"la non-répliquabilité des sites est fonction de trois facteurs : les hauteurs d'antennes ; le caractère de site d'altitude ; les contraintes environnementales. De ce fait, n'apparaissent pas répliquables : des sites de plaine à grande hauteur d'antenne (comme ceux du Mans et de la Tour Eiffel) (...); certains sites de montagne à faible hauteur d'antenne (Aiguille du Midi, Puy de Dôme, Mont Ventoux) (...). En revanche apparaissent plus aisément répliquables des sites de plaine ou de colline à faible hauteur d'antenne (l'un des deux sites de Marseille par exemple). Il en va de même pour les sites d'agglomération, qui peuvent tirer parti des toits d'immeubles"*.

70. Les concurrents de TDF ainsi que certains multiplex rejoignent cette analyse. TDF a, quant à elle, produit une étude économique sur la répliquabilité des sites, indiquant sous certaines hypothèses, au regard des critères utilisés par la Cour de justice des communautés européennes pour caractériser une infrastructure essentielle, que "*sur les zones CSA de vague de déploiement de 2005, 26 zones s'avèrent être répliquées (Paris Sud et Caen Nord) ou répliquables sur un total de 32*". Cette même étude rappelle que "*le niveau de répliquabilité s'accroît drastiquement si l'on tient compte des possibilités de mutualisation entre les prestations liées à la TNT et les prestations liées à d'autres services (radio, radiocommunications)*".
71. Cependant, s'il est vrai que seuls quelques sites alternatifs à ceux de TDF sont ou seront mis en œuvre, il apparaît que lors des appels d'offres, les concurrents de TDF ont proposé des sites alternatifs dans 3 zones sur 17 lors de la phase 1, et dans 9 zones sur 15 dans la phase 2. Le nombre de sites alternatifs proposés par les concurrents semble donc augmenter au fur et à mesure du déploiement.
72. A l'inverse, certains multiplex sont réticents à l'utilisation de sites alternatifs à ceux de TDF pour leur diffusion (notamment en raison de l'orientation des antennes de réception du consommateur final, de l'identité du diffuseur, de la qualité de service), ce qui constitue une barrière supplémentaire et renforce le caractère incontournable de certains sites de TDF.
73. Au regard de l'ensemble de ces éléments, le Conseil de la concurrence relève que le caractère incontournable de certains sites de TDF provient en grande partie des barrières administratives ou réglementaires afférentes à ce secteur :
- les choix de l'organisation du déploiement de la TNT par le CSA avec des zones centrées sur des sites TDF (plaçant ainsi ces derniers dans une position privilégiée) ;
  - la rapidité des phases de déploiement imposée par le CSA et les pouvoirs publics ;
  - l'attribution des fréquences et l'existence de plaques SFN ; lorsque, sur deux zones (ou plus) adjacentes, un multiplex dispose d'une fréquence identique, il est plus approprié, pour des raisons techniques de synchronisation de fréquences (de façon à garantir l'absence de brouillage), de faire appel à un même diffuseur sur cette zone (SFN). La conséquence de ce phénomène est que si un site est incontournable dans une zone SFN, l'ensemble de la zone le devient ;
  - les barrières administratives classiques (permis de construire, environnement, urbanisme) plus difficiles à franchir pour des sites de grande ou moyenne importance.
74. Ces barrières demandent du temps pour être surmontées et apparaissent, à moyen terme, pouvoir empêcher ou du moins retarder l'évolution du marché vers une situation de concurrence effective.

### **Sur les contrats entre diffuseurs**

75. Sur la partie amont du marché 18 (relatifs aux relations entre diffuseurs), TDF est, à l'heure actuelle quasiment en monopole de fait et cette situation devrait persister pendant la période de l'analyse de marché de l'ARCEP (trois ans).

76. A ce jour, les contrats signés par TDF avec des opérateurs de diffusion tiers concernent les prestations de l'offre DigiSiTV. Leur durée, de 5 ans, est identique à celle des contrats entre multiplex et diffuseurs Compte tenu de l'expérience acquise et des évolutions du marché, TDF a proposé en 2005 une évolution de cette offre (offre "Hébergement TNT" et "DiffHF TNT") à ses concurrents dans la perspective des phases 3 et 4 : les discussions sont actuellement en cours.
77. La consultation publique organisée par l'ARCEP a mis en évidence certains problèmes que soulèvent les contrats mentionnés plus haut. L'un d'entre eux réside dans l'existence d'une clause de révision automatique des prix le 1<sup>er</sup> janvier de chaque année par l'application d'une formule composée d'une série d'indices INSEE. Ces indices sont censés refléter au mieux l'évolution des principaux coûts de production supportés par TDF : indice du coût de la main d'œuvre des industries mécaniques, indice de prix à la production dans les industries "*Energie, biens intermédiaires et biens d'équipement*", indice du coût de la construction, indice des prix à la consommation dans les "*Services de transport, communications et hôtellerie, cafés, restauration*". Il apparaît que ces indices sont plutôt orientés à la hausse sur le moyen terme, ce qui laisse à penser que le prix proposé par TDF à ses concurrents devrait augmenter. Or, comme les multiplex négocient des prix fermes avec leurs diffuseurs, les diffuseurs concurrents font valoir qu'ils pourraient connaître des difficultés s'ils n'ont pas dans leur prix actuel anticipé cette hausse (effet de ciseau potentiel) en lissant les prix fermes consentis aux multiplex. Le Conseil de la concurrence observe qu'une telle situation, qui n'est pas propre au marché analysé, ne constitue pas par elle-même un obstacle à la concurrence justifiant une régulation *ex ante*. Dès lors que la formule faisant évoluer le prix des prestations intermédiaires est prévisible pour tous les acteurs concernés et ne place pas TDF dans une position privilégiée, il appartient en effet à chaque entreprise d'anticiper, dans son calcul économique, ces évolutions.
78. D'autres problèmes sont liés à la présence de prestations annexes : procédure d'intervention sur sites, alimentation en énergie (dans certains cas, les concurrents ont dû choisir de mettre en place des groupes électrogènes), accès aux sites pour les équipes de maintenance (notamment pour les points hauts), prix de la location d'emplacement au sol. Ils peuvent au cas par cas constituer des obstacles à la présentation d'offres par les nouveaux entrants ou menacer ultérieurement la viabilité de ces offres.

### C. SUR L'EFFICACITÉ DU DROIT DE LA CONCURRENCE

79. Le droit de la concurrence a permis par deux fois l'ouverture à la concurrence de marchés étudiés dans le présent avis : la diffusion de services de radio de Radio France en FM (décision [03-MC-03](#) du 1<sup>er</sup> décembre 2003) et le marché de gros de l'accès aux sites de TDF pour la TNT ([02-MC-04](#)). Aujourd'hui, le Conseil dispose de nouveaux moyens de régulation économique (notamment la procédure d'engagement) permettant une intervention rapide et efficace pour régler des problèmes du type de ceux évoqués par l'ARCEP et le CSA (couplage entre une offre en concurrence et une offre en monopole, refus d'accès à des sites essentiels, discrimination, ciseau tarifaire).
80. Plus généralement, le droit de la concurrence dispose "*par essence*" des outils pour faciliter l'ouverture à la concurrence d'un marché.

81. Cependant, la mise en œuvre de ces outils pose deux difficultés. En premier lieu, il n'est pas possible d'envisager que tous les problèmes rencontrés ponctuellement par les nouveaux entrants sur le marché, en ce qui concerne par exemple les prestations annexes à l'hébergement comme la sécurisation de l'alimentation en énergie de certains sites ou encore l'accès à certains types d'informations, puissent être résolus exclusivement par des mesures conservatoires ordonnées par le Conseil. Ces dernières sont adaptées aux situations dans lesquelles il faut guider l'ouverture des marchés par des injonctions de principe. Mais il sera difficile pour les nouveaux entrants de démontrer, dans la mise en œuvre au cas par cas de ces principes, que les conditions d'octroi de ces mesures conservatoires (et notamment l'existence d'une atteinte grave et immédiate au secteur, à l'intérêt des consommateurs ou à l'entreprise saisissante) seront remplies.
82. En deuxième lieu, l'efficacité de l'intervention du Conseil repose en partie sur une connaissance approfondie du modèle économique des acteurs et des coûts afférents aux diverses activités en cause, et cela surtout dans un secteur qui n'a jamais fait l'objet d'une véritable régulation susceptible de faire apparaître ces coûts. Dans ce cadre, le recours au seul droit de la concurrence pour vérifier, par exemple, le respect d'injonctions, concernant les tarifs, prononcées en mesures conservatoires peut s'avérer trop long et trop incertain pour des acteurs soumis, comme dans le cadre de la TNT, à des calendriers de déploiement très serrés.

## V. Conclusion

83. Pour les deux raisons mentionnées aux paragraphes ci-dessus, le Conseil de la concurrence, tout en constatant une évolution réelle du marché considéré vers une situation de concurrence effective, plus rapide et plus significative que dans d'autres pays européens, considère qu'il est légitime pour l'ARCEP de recourir à certains remèdes ex ante pour mettre en place, à titre transitoire, les conditions de marché aptes à faciliter cette évolution.
84. Aux yeux du Conseil, la priorité devrait être mise sur l'obligation de séparation comptable à l'égard de TDF, seul acteur à disposer d'une influence significative sur le marché, de manière à faire apparaître clairement la manière dont se répartissent les coûts :
  - entre la diffusion de la télévision analogique et celle de la TNT ;
  - entre les activités de diffusion et les autres activités de TDF.
85. De manière générale, l'existence d'une comptabilité analytique est le seul moyen de garantir l'effectivité d'injonctions visant à éliminer un effet de ciseau ou une discrimination tarifaire ou à imposer une orientation des tarifs vers les coûts, à l'égard d'entreprises détenant une position dominante ou monopolistique, à l'un des étages de leur structure verticale. La connaissance des coûts associés à telle ou telle prestation est en effet indispensable. Or elle suppose la tenue d'une comptabilité analytique dont la mise en place dépend de l'impulsion du régulateur sectoriel.
86. En l'espèce, une telle obligation de séparation comptable devrait garantir également que les prestations que TDF se livre à elle-même afin de servir le marché aval sont identiques aux offres qu'elle propose sur le marché de gros aux autres diffuseurs.

87. Pour le reste, il apparaît au Conseil que le pouvoir de règlement ex post des différends, notamment sur le marché en développement de la TNT, devrait permettre à l'ARCEP, dans le cadre qu'elle définira, de réguler de manière à la fois efficace et souple la transition vers une concurrence effective.

Délibéré sur le rapport oral de M. Lescop, par M. Lasserre, président, M. Nasse et Mme Perrot, vice-présidents.

La rapporteure générale adjointe,  
Irène Luc

Le président,  
Bruno Lasserre

---

© Conseil de la concurrence