

FICHE 1

Faire émerger un marché concurrentiel sur le marché fibre « pro » : quels enjeux, quelles dynamiques ?

1. DÉMOCRATISER LA FIBRE POUR LES ENTREPRISES

Moins connu que le segment grand public, le marché à destination des entreprises représente environ 27 % du marché français des télécoms, soit un peu plus de 8 milliards d'euros en 2022.

Le marché des accès fixes à destination des entreprises, correspondant aux besoins des grands groupes, des établissements de taille intermédiaire et des PME les plus grosses, s'appuie historiquement sur l'infrastructure cuivre (offres dites « SDSL ») ou sur des câbles en fibre optique dédiés, déployés ponctuellement, à la demande (on parle d'offres sur boucle locale optique dédiée, BLOD). Il représente environ 600 000 lignes. Orange et SFR disposent des parts de marché les plus importantes (respectivement en 2021 entre 30 et 35 % et entre 20 et 25 %) sur le segment de marché des offres de détail, que ce soit sur les accès cuivre de type SDSL ou sur la BLOD, le reste du marché de détail étant partagé entre de nombreux opérateurs généralement spécialisés sur le marché des entreprises. Sur le marché de gros de la BLOD, Orange est leader devant SFR, même si les réseaux de fibre optique dédiée des collectivités – appelés « RIP 1G » – ont également permis à de nombreux opérateurs de développer des offres sur ce marché.

Le marché, à destination des petites entreprises, représente 2 à 3 millions de lignes : il mobilisait historiquement essentiellement des offres sur support cuivre, et il est quant à lui fortement dominé par Orange sur le marché de détail.

Cette dualité du marché constitue un des facteurs d'explication de la faible numérisation des PME françaises. Ce constat a amené l'Arcep à annoncer en janvier 2016 son ambition de développer un marché de masse de la fibre pour les PME. Il s'agissait de tirer profit du déploiement national des réseaux en fibre optique (FttH) pour apporter la fibre dans des conditions économiquement plus avantageuses que les réseaux historiques en fibre déployés par les opérateurs et les collectivités locales. Les réseaux historiques sont en effet structurellement plus coûteux car déployés à la demande pour chaque site d'entreprise et leur empreinte géographique est de ce fait limitée à des zones d'activités et des immeubles d'entreprises.

2. FAIRE ÉMERGER UN MARCHÉ CONCURRENTIEL SUR LE MARCHÉ FIBRE « PRO »

Dans ce contexte, l'Arcep a fait de la concurrence un instrument central de sa stratégie, pour dépasser le jeu entre Orange et SFR. Il existe de très nombreux opérateurs, nationaux ou plus souvent régionaux, qui vendent des services télécoms aux entreprises en s'appuyant sur l'infrastructure de tiers (cuivre ou fibre). L'Arcep a voulu leur permettre de fournir des offres FttH, en s'approvisionnant sur un marché de gros d'offres dites « activées »¹. Afin que celui-ci soit concurrentiel, l'Arcep a ouvert la voie à de nouveaux opérateurs de gros nationaux, au-delà d'Orange et SFR, capables d'adresser le marché des entreprises.

Du point de vue de l'Arcep, la dynamisation du marché de gros activé passe par la disponibilité d'offres d'accès passif. En effet, l'Arcep considère que seules ces offres, dites « passives »², sont à même de laisser l'opérateur de gros, qui les achète, maître de ses choix technologiques et libre de proposer des solutions technologiques innovantes à ses clients opérateurs, afin de répondre aux besoins diversifiés des entreprises. Ces offres passives sont nécessaires pour permettre à des acteurs de fournir des offres de gros activées et ainsi, de développer et d'animer durablement le marché.

Ainsi, pour créer les conditions favorables à l'émergence d'offres de gros activées, l'Arcep impose à Orange, depuis le cycle d'analyse des marchés 2017-2020, de fournir des offres passives de boucle locale FttH adaptées aux besoins des opérateurs souhaitant adresser spécifiquement le marché de gros des offres activées pour entreprises. Le cas échéant, Orange peut, en palliatif, proposer une offre activée livrée au NRO (nœud de raccordement optique) dans les zones où il ne serait, à date, pas encore possible de fournir une offre passive répondant à cet objectif.

De plus, depuis le cycle d'analyse des marchés 2020-2023, pour Orange, et depuis la décision n° 2020 1432, pour tous les opérateurs d'infrastructure, l'Arcep impose la fourniture d'offres passives avec qualité de service renforcée, avec ou sans adaptation d'architecture, sur les réseaux FttH.

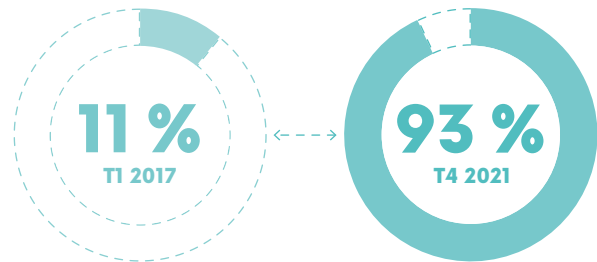
¹ Une offre de gros est dite activée si elle contient au moins un équipement de télécommunication entre le point de terminaison du réseau chez l'abonné et le répartiteur auquel s'interconnecte l'opérateur client de l'offre.

² Une offre de gros passive se caractérise par l'absence d'équipement de télécommunication entre le point de terminaison du réseau chez l'abonné et le répartiteur auquel s'interconnecte l'opérateur client de l'offre.

3. UN MARCHÉ DE GROS « FTTH PRO » EN MOUVEMENT QUI DYNAMISE LE MARCHÉ DE DÉTAIL

Au cours des cinq dernières années, l'opérateur Covage Infra, dorénavant filiale du groupe Altitude, a pu se positionner sur le marché de gros activé, notamment en négociant auprès d'Orange une offre d'accès lui permettant de fournir à ses propres clients opérateurs de détail purs entreprises une offre de gros activée de type « FttH pro ». Bouygues Telecom, SFR, Cityfast (filiale d'Axione qui opère uniquement en zones très denses), certains réseaux d'initiative publique et, depuis octobre 2022, Orange, commercialisent également des offres de gros FttH activées. Ainsi, l'Arcep estime que le taux de lignes FttH éligibles à au moins une offre de gros activée est passé de 11 % au premier trimestre 2017 à 93 % au quatrième trimestre 2021. La disponibilité des offres de gros activées a donc pu suivre le rythme de déploiement du FttH.

PROGRESSION DE LA PART DES LIGNES FTTH (LOCAUX RACCORDABLES) SUR LESQUELLES AU MOINS UNE OFFRE ACTIVÉE EST DISPONIBLE



Source : réalisation Arcep à partir des données opérateurs

INTERNET, TÉLÉPHONIE FIXE ET MOBILE : GUIDE PRATIQUE POUR BIEN CHOISIR SES OFFRES

Les entreprises et collectivités territoriales doivent aussi bénéficier de la liberté de choix

Ventes en e-commerce, stockage dans le *cloud*, outils de gestion de la relation client (CRM¹), etc. : le numérique est aujourd'hui une réalité croissante pour les entreprises, et la crise sanitaire a d'autant plus montré leur besoin de numérisation, ne serait-ce que pour pouvoir maintenir une relation à distance avec les clients. Les réseaux qui portent ces usages connaissent une véritable révolution, avec la généralisation de la fibre optique et de l'internet des objets. La 5G devient une réalité de même que l'arrêt progressif des technologies les plus anciennes (RTC). Ces changements sont un puissant facteur de développement des usages mais peuvent aussi induire une complexité pour les collectivités et les professionnels qui y recourent.

En faisant du marché B2B² une priorité de son action, l'Arcep entend ouvrir un large éventail de choix aux entreprises et administrations, tant du point de vue des technologies que des niveaux de qualité et de prix.

Que trouve-t-on dans le guide pratique ?

Avec son guide pratique³ destiné aux TPE, PME et collectivités, et réalisé en collaboration avec de nombreux partenaires représentant les entreprises utilisatrices et les fournisseurs, le régulateur souhaite accompagner les utilisateurs professionnels et publics pour choisir de manière informée leurs offres télécoms et savoir faire jouer la concurrence entre opérateurs. Le guide apporte des éléments concrets pour sélectionner des offres adaptées à ses usages : présentation des technologies et des offres, démarches, outils d'autodiagnostic, conseils et bonnes pratiques.

Les informations contenues dans ce guide et d'autres ressources seront prochainement disponibles sur un nouvel espace dédié aux entreprises utilisatrices sur le site internet de l'Arcep.



1 « Customer Relationship Management », soit gestion de la relation client (GRC)

2 « Business-to-Business »

3 Disponible sur le site de l'Arcep : https://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/guide-pratique-telecom-tpe-pme_juin2019.pdf