

# *Rapport public d'activité*

# 2005



L'article L. 135 du code des postes et des communications électroniques, dans sa rédaction modifiée par la loi n° 2005-516 relative à la régulation des activités postales du 20 mai 2005, dispose :

*"L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes établit chaque année, avant le 30 juin, un rapport public qui rend compte de son activité et de l'application des dispositions législatives et réglementaires relatives aux communications électroniques et aux activités postales. Elle y dresse une analyse des principales décisions prises par les autorités de régulation des communications électroniques et des postes dans les Etats membres de la Communauté européenne au cours de l'année écoulée, en vue de permettre l'établissement d'une comparaison des différents types de contrôles exercés et de leurs effets sur les marchés. Ce rapport est adressé au Gouvernement et au Parlement. Il est adressé également à la Commission supérieure du service public des postes et des communications électroniques. L'Autorité peut suggérer dans ce rapport toute modification législative ou réglementaire que lui paraissent appeler les évolutions du secteur des communications électroniques et de celui des postes et le développement de la concurrence.*

*L'Autorité rend compte de ses activités, et notamment des progrès réalisés eu égard aux objectifs mentionnés à l'article L. 32-1, devant les commissions permanentes du Parlement compétentes, à leur demande. Ces dernières peuvent consulter l'Autorité sur toute question relevant de sa compétence.*

*L'Autorité peut procéder aux expertises, mener les études, recueillir les données et mener toutes actions d'information sur le secteur des communications électroniques et sur celui des postes. A cette fin, le prestataire du service universel postal, les titulaires de l'autorisation prévue à l'article L. 3, les opérateurs ayant effectué la déclaration prévue à l'article L. 33-1 sont tenus de lui fournir les informations statistiques concernant l'utilisation, la zone de couverture et les modalités d'accès à leur service. Les ministres compétents sont tenus informés des résultats de ces travaux. "*

## ÉDITORIAL

### Une année charnière

L'année 2005 a constitué une année charnière à plus d'un titre pour le secteur et l'Autorité.

Les compétences de l'Autorité ont été étendues à la régulation du secteur postal par la loi du 20 mai 2005. Dans ce domaine comme dans les télécommunications, l'ART, devenue ARCEP, entend favoriser au maximum le développement économique du secteur, l'innovation et l'investissement, non seulement en matière de services postaux mais également sur toute la chaîne de valeur, de la conception à la distribution des envois postaux.

L'objectif est de concilier l'existence et la viabilité du service universel postal avec l'introduction de la concurrence sur le marché des envois de correspondance avec des prestataires assurant un service de qualité.

L'ARCEP assume ces nouvelles responsabilités dans un esprit de concertation et en toute transparence. Un dialogue constructif est entretenu avec les entreprises du secteur, aussi bien avec l'opérateur historique (groupe La Poste) qu'avec celles qui devront être titulaires d'une autorisation.

Dans le domaine des communications électroniques, l'année 2005 s'est terminée sur des perspectives encourageantes. L'investissement a progressé de 15%, en forte augmentation par rapport aux années précédentes. Cette embellie a concerné aussi bien les opérateurs fixes que mobiles.

Dans leur ensemble, les grandes tendances observées ces dernières années ont été confirmées. La valeur des services aux clients finals a dépassé les 40 milliards d'euros, soit une croissance annuelle de 2,4 %. Sur le marché mûre de la téléphonie fixe, dont les revenus ont continué de baisser, on a assisté à une modification des offres avec de plus en plus de formules proposant des consommations illimitées. Le haut débit a constitué pour de nombreux acteurs du fixe un relais de croissance significatif. Ce marché a continué à se développer à un rythme soutenu, avec un essor important d'offres innovantes intégrant télévision et voix sur large bande. Dans les mobiles, la croissance s'est poursuivie, à un rythme modéré, et les premiers opérateurs virtuels sont arrivés sur le marché fin 2005.

L'année 2005 a surtout marqué une nouvelle étape dans la régulation de l'intensité concurrentielle des marchés au bénéfice des consommateurs. L'Autorité a mené à leur terme pratiquement toutes les analyses des marchés pertinents identifiés par la Commission européenne. Tirant parti des possibilités offertes par le nouveau cadre réglementaire, l'ARCEP a mis en place une régulation flexible, mieux adaptée aux marchés de gros et assouplie sur les marchés de détail. Des avancées notables ont ainsi été enregistrées.

On peut notamment citer la création de la vente en gros de l'abonnement au service téléphonique (VGAST) qui va permettre le développement de nouvelles offres, plus simples pour le consommateur, intégrant abonnement et communications ou l'enrichissement des offres de gros sur le marché du "bitstream" pour améliorer la couverture du haut débit. Il en va de même de la création d'une offre de gros permettant aux opérateurs entrants de proposer aux entreprises une offre de services de capacité à très haut débit, alternative à celle de France Télécom.

D'importants travaux ont été entrepris en 2005. La mise à jour du plan de numérotation a constitué un chantier majeur pour l'Autorité. L'ARCEP a revu les règles de gestion du plan de numérotation de 1998 pour les mettre en conformité avec le nouveau cadre réglementaire et répondre au développement des offres de téléphonie alternatives, notamment celles s'appuyant sur la voix sur IP. Une nouvelle catégorie de numéros, commençant par 09, a été ouverte, dédiée aux communications interpersonnelles. L'attribution de numéro commençant par 118 aux fournisseurs de services de renseignements va renforcer le choix des consommateurs.

Certains chantiers lancés en 2005 devraient aboutir dans les mois à venir, comme la mise en place de l'annuaire universel, ou encore la refondation de la portabilité des numéros mobiles qui devra être réalisée en dix jours à partir de début 2007. Enfin, l'attribution de fréquences BLR permettra à des opérateurs et des collectivités territoriales de densifier leur réseau et de résorber les zones non desservies en haut débit par l'ADSL.

L'Autorité a répondu aux attentes des élus en créant, début 2005, le Comité des réseaux d'initiative publique (CRIP), associant élus, opérateurs et l'ARCEP. Les collectivités territoriales, qui pourront s'appuyer sur les travaux du CRIP vont ainsi être en mesure de renforcer la couverture haut débit de leur territoire et notamment de leurs zones d'activité. La publication de document de référence (conventions types, préconisations techniques) leur facilitera la mise en œuvre de projets.

Ces fondations solides vont permettre à la régulation de franchir une nouvelle étape en s'adaptant aux frontières mouvantes nées de la convergence entre communications fixes et mobiles, entre transmission de la voix et de données et en poursuivant l'allègement de la régulation sectorielle, notamment sur les marchés de détail, au profit du droit commun de la concurrence.



Paul Champsaur  
Président



## SOMMAIRE

# Présentation de l'ARCEP

## CHAPITRE I

<b>Le fonctionnement de l'ARCEP</b>	31
A. Le collège	32
B. L'organigramme	34

## CHAPITRE II

<b>Les missions du régulateur</b>	35
A. Communications électroniques	37
B. Secteur postal	37

## CHAPITRE III

<b>Les moyens de l'ARCEP</b>	39
A. les moyens budgétaires	41
B. Les ressources humaines	41
C. Les études	42

## CHAPITRE IV

<b>Les indicateurs opérationnels</b>	45
A. Les indicateurs de l'activité de l'ARCEP	47
1. Les avis et décisions	47
1.1. les avis	47
1.2. les décisions	47
1.3. Les avis sur les décisions tarifaires de FT	48
2. Nombre d'opérateurs autorisés	49
3. Nombre de contentieux	49

<b>B. les indicateurs de marché en 2005</b>	50
1. La téléphonie fixe	50
2. La téléphonie mobile	50
3. Internet haut débit	51

## CHAPITRE V

<b>La communication de l'Autorité</b>	53
<b>A. Le site Internet de l'Autorité</b>	55
1. Les 10 thèmes les plus consultés entre décembre 2005 et février 2006	55
2. Nombre d'abonnés dans les listes de diffusion	55
3. Nombre de sites pointant vers le site de l'Autorité	55
<b>B. La Lettre de l'Autorité</b>	55



## SOMMAIRE

# Le cadre juridique et réglementaire

## CHAPITRE I

<b>Le secteur postal</b>	61
<b>A. La loi de régulation postale</b>	63
1. La modification en profondeur l'organisation du secteur	63
2. Les missions et attributions de l'ARCEP	64
<b>B. Les décrets d'application</b>	64
<b>C. Les limites du monopole postal en 2006</b>	65
<b>D. La révision des directives postales</b>	66
1. Le calendrier	66
2. La libéralisation du marché postal en Europe	67
3. Les institutions et les travaux européens	67
<b>E. L'Union postale universelle (UPU)</b>	68

## CHAPITRE II

<b>Le secteur des communications électroniques</b>	69
<b>A. Le cadre législatif</b>	72
<b>B. Le décret du 26 juillet 2005</b>	72
1. Les obligations des opérateurs	73
1.1. Obligations générales	73
1.2. Obligations spécifiques	73
2. Déclaration des réseaux et des services	75
3. Conditions d'exploitation des réseaux indépendants	75
<b>C. Les autres dispositions règlementaires adoptées en 2005</b>	76
1. Annuaire et services de renseignements	76
2. Fréquences	76
3. Service universel	76
4. Droits de passage	77
5. Dispositions diverses	77

**CHAPITRE III**

<b>L'harmonisation européenne</b>	79
<b>A. Les travaux du COCOM</b>	81
1. Numérotation	81
1.1. Le 116	81
1.2. La mise en œuvre du 112	82
1.3. Les numéros gratuits	82
2. Fréquences	83
2.1. Les bandes MSS 2GHz	83
2.2. De la radiodiffusion analogique à la radiodiffusion numérique	83
3. Recommandation sur la séparation comptable	84
<b>B. Les travaux du GRI/GRE</b>	84
1. Les travaux réalisés en 2005	85
1.1. Les documents du GRE	85
1.2. Les documents du GRI	88
2. Programme de travail pour 2006	89
<b>C. La révision du cadre réglementaire</b>	90
1. Méthodologie	90
1.1. Un exercice récurrent	90
1.2. Un exercice obligatoire	91
1.3. Les compétences respectives	92
2. La consultation des ARN	93
2.1. Une évolution et non pas une révolution	93
2.2. Les messages clés	95
3. L'ARCEP et la révision du cadre réglementaire	97

# Le secteur postal



## CHAPITRE I

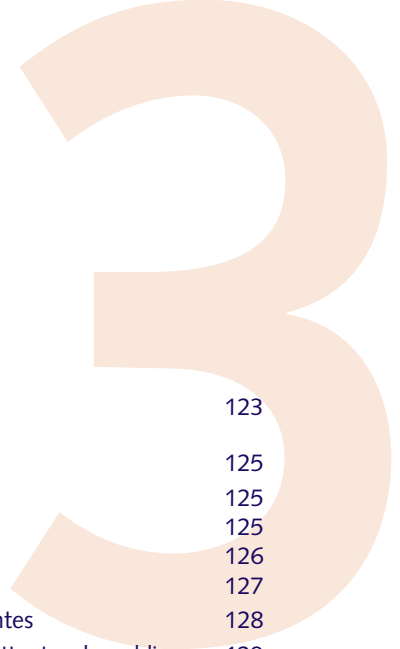
<b>L'observatoire des marchés postaux</b>	101
<b>A. Segmentation et panorama des marchés</b>	103
1. Le marché des envois postaux	103
2. Les autres marchés analysés dans l'observatoire	105
<b>B. Les résultats de l'observatoire par marché</b>	106
1. Les envois postaux distribués et les marchés correspondants	106
1.1 La distribution des envois de correspondance	109
1.2 La distribution de presse	109
1.3 Le marché du colis domestique	110
1.4 Le marché de l'express domestique	110
1.5 La distribution de la publicité non adressée	110
2. Les activités amont : le marché du routage	111
2.1 Le routage du marketing direct et du courrier de gestion	112
2.2 Le routage	113
3. Positionnement des acteurs selon la phase de traitement des envois	113

## CHAPITRE II

<b>Les autorisations</b>	115
<b>A. Le régime d'autorisations applicable aux activités nouvellement ouvertes à la concurrence</b>	117
<b>B. La typologie des opérateurs concernés</b>	119
<b>C. Les travaux de l'ARCEP avec le secteur</b>	120

**CHAPITRE III**

<b>Le service universel postal</b>	123
<b>A. L'étude des attentes des utilisateurs</b>	125
1. Les pratiques postales	125
1.1. Les lettres	125
1.2. Les recommandés	126
1.3. Les colis	127
2. Points particulièrement significatifs dans les attentes	128
2.1. L'importance prédominante du délai dans les attentes du public	129
2.2. L'importance de la distribution en J+2 pour les colis	129
2.3. Heure limite d'envoi des lettres	129
2.4. L'attente de fiabilité est très importante pour le recommandé	130
2.5. Taux d'incidents perçus	130
2.6. Des critères de commodité surtout importants pour les colis et les recommandés	130
<b>B. L'audit de la mesure de qualité de service de La Poste sur la lettre en J+1</b>	131
1. La mesure de la qualité de service.	131
2. L'audit de la mesure	132



# Le marché

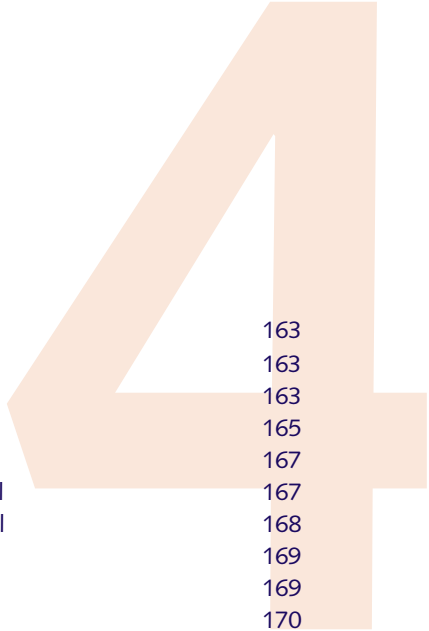


## CHAPITRE I

<b>Les chiffres du marché et la situation sur le marché</b>	137
<b>A. Le marché des clients finals</b>	139
1. Le marché des communications électroniques	139
1.1. En valeur	139
1.2. En volume	141
1.3. Le parc de clients	143
2. Consommation moyenne des clients	143
<b>B. L'investissement et l'emploi</b>	146

## CHAPITRE II

<b>Les différents segments du marché</b>	149
<b>A. La téléphonie vocale fixe</b>	151
1. L'accès	151
1.1. Les abonnements	151
1.2. La sélection du transporteur	152
1.3. Le dégroupage	153
1.4. La publiphonie et les cartes	154
2. Les communications en téléphonie fixe	155
2.1. Les communications en valeur et en volume	156
2.2. Total de la téléphonie fixe (valeur et volume)	157
3. La consommation moyenne par client	158
<b>B. L'Internet</b>	158
1. Le marché de l'Internet	158
1.1. Les abonnements	158
1.2. Les revenus	159
2. Le bas débit	160
3. Le haut débit	161
4. La facture moyenne mensuelle par abonnement Internet	162



<b>C. Le mobile</b>	163
1. Le marché du mobile	163
1.1. Les clients	163
1.2. Les revenus et les volumes	165
2. La voix sur mobile	167
2.1. Revenus de la voix par destination d'appel	167
2.2. Volumes de la voix par destination d'appel	168
3. Les données sur mobile	169
3.1. Les revenus	169
3.2. Volume total de SMS émis	170
4. La consommation moyenne par client	170
<b>D. Les autres services</b>	172
1. Les services avancés	172
2. Les services de renseignements, d'annuaires et revenus de la publicité	173
3. La vente et la location de terminaux et d'équipements	173
4. Hébergement et gestion des centres d'appels	174
<b>E. Les liaisons louées</b>	174
<b>F. Le transport de données</b>	174

**CHAPITRE III**

**Consommation et usages en France** 177

<b>A. L'équipement des ménages</b>	179
1. En téléphone fixe	179
2. En ordinateur	179
3. Internet	180
<b>B. L'équipement des personnes</b>	183
1. Téléphone fixe et téléphone mobile	183
2. Nouveaux usages	184

**CHAPITRE IV**

**Comparaisons tarifaires avec les autres pays** 187

<b>A. Le prix d'un panier en téléphonie fixe</b>	189
<b>B. L'abonnement</b>	191
1. L'abonnement résidentiel	191
2. L'abonnement professionnel	191
<b>C. Le prix des communications en Europe</b>	192
1. Appels locaux	192
2. Appels nationaux	194
3. Appels mobiles	194

## SOMMAIRE

# La régulation concurrentielle des marchés

## CHAPITRE I

<b>L'analyse des marchés en France et en Europe</b>	199
<b>A. La procédure d'analyse des marchés en France en 2005</b>	201
1. Etat des lieux	201
2. Interaction des différents acteurs	202
<b>B. L'analyse des marchés au sein de l'Union européenne en 2005</b>	205
1. Une recrudescence des notifications	205
2. Phases II ouvertes par la Commission en 2005	206
2.1. Phase II et veto en 2005	206
2.2. Phase II et modification de projets de décision notifiés en 2005	207

## CHAPITRE II

<b>La téléphonie fixe</b>	211
<b>A. L'analyse des marchés de la téléphonie fixe</b>	213
1. La conclusion de l'analyse en 2005	213
2. Les marchés pertinents de détail	214
2.1. Délimitation	214
2.2. L'influence significative	214
2.3. Les obligations imposées	215
3. Les marchés pertinents de gros	215
3.1. Délimitation	215
3.2. L'influence significative	216
3.3. Les obligations imposées	217
<b>B. Les points marquants de l'analyse des marchés de la téléphonie fixe</b>	218
1. La Voix sur large bande (VLB)	218
2. Les "grandes offres"	220
3. Les marchés de la terminaison d'appel géographique sur les réseaux alternatifs fixes	221

4. La vente en gros de l'accès au service téléphonique (VGAST)	222
4.1. L'architecture technique et tarifaire retenue pour la VGAST	222
4.2. Qualité de service	223
4.3. Volumétrie	224
4.4. Articulation avec les autres offres de gros	224
4.5. Disponibilité de l'offre VGAST	224

### CHAPITRE III

<b>Le haut débit</b>	225
<b>A. Le marché du haut débit en 2005</b>	227
1. Le marché de détail	227
1.1. Le marché de détail résidentiel	228
1.2. Le marché de détail professionnel	230
2. Les marché de gros	230
2.1. Le dégroupage	231
2.2. Les autres offres de gros	234
<b>B. La régulation des marchés de gros du haut débit</b>	235
1. Les principes généraux de la régulation du haut débit	235
2. Les analyses de marchés	236
2.1. Le dégroupage et les offres de gros d'accès large bande livrées au niveau régional	236
2.2. Les offres de gros d'accès large bande livrées au niveau national	237
<b>C. Le dégroupage</b>	238
1. Aspects opérationnels et techniques du dégroupage	238
1.1. Le groupe multilatéral " Processus de commandes "	238
1.2. Travaux du comité d'experts	239
1.3. Offre de raccordement des répartiteurs en infrastructure passive	240
1.4. Règlement de différend sur les NRA-HD	240
1.5. La publication d'indicateurs de qualité de service	241
1.6. Evolutions de l'offre de référence de France Télécom	241
2. Aspects tarifaires du dégroupage	241
2.1. Tarifs récurrents	241
2.2. Tarifs non récurrents	242
2.3. Révision des tarifs des prestations connexes	243
<b>D. Les offres d'accès large bande livrées au niveau régional</b>	244
1. La mise en place de la régulation sur ce marché	244
1.1. Définition des offres régionales	244
1.2. Offre de référence " Accès et collecte DSL "	244



2. L'action de l'Autorité sur ce marché	245
2.1. Avis Turbo DSL du 12 mai 2005	246
2.2. Réunions du groupe multilatéral " Bitstream "	246
2.3. Règlement de différend Colt/France Télécom	247
2.4. Modèle réglementaire de coût de l'accès dégroupé	247
2.5. Travaux sur un modèle de la collecte et groupe " Bureau "	248
2.6. Evolutions de l'offre de référence de France Télécom	248

## CHAPITRE IV

<b>Les mobiles</b>	249
<b>A. Le marché mobile en 2005</b>	251
1. Les caractéristiques du marché mobile	251
2. Les nouveaux acteurs : les MVNO	251
3. La situation concurrentielle	252
3.1. Le suivi du marché	252
3.2. Premiers résultats	253
3.3. Etat des lieux sur les conditions de gros	254
3.4. Les autres indicateurs	254
3.5. Perspectives	255
<b>B. L'interconnexion mobile en 2005</b>	255
1. La terminaison d'appel vocal	255
1.1. Le cadre issu de l'analyse des marchés : rappel des obligations	255
1.2. Mise en œuvre : obligations comptables	257
1.3. Premier audit des comptes en 2005	257
1.4. Un nouveau cadre pour la comptabilisation des coûts	258
1.5. Calendrier	260
1.6. Mise en œuvre des obligations	261
2. La terminaison d'appel SMS	263
2.1. Le marché du SMS sur les réseaux mobiles	263
2.2. L'analyse de l'Autorité	265
2.3. Contexte européen	265
<b>C. Le roaming international</b>	269
1. Une initiative de la Commission relayée par les ARN	269
1.1. Aspects transparence	269
1.2. Aspects concurrentiels	270
2. Description et fonctionnement du marché de détail	270
3. Description et fonctionnement du marché de gros	271
3.1. Enjeux institutionnels et techniques	271
3.2. Enjeux économiques et stratégiques	272
3.3. Volumes de roaming in	272
4. L'initiative de l'ARCEP	273
4.1. Constat concurrentiel	273
4.2. Propositions	273

## CHAPITRE V

<b>Les autres marchés</b>	275
<b>A. Les services de capacité et liaisons louées</b>	277
1. Définitions	277
2. Délimitation des marchés	277
3. L'influence significative	278
4. Obligations envisagées	278
4.1. Permettre la replicabilité des offres de détail	278
4.2. Promouvoir le déploiement de fibres optiques	279
<b>B. Le marché de gros des services de diffusion audiovisuelle</b>	279
1. Délimitation du marché	279
2. Obligations envisagées	280
3. L'avis du CSA	280
4. L'avis du Conseil de la concurrence	281
5. Notification à la Commission européennes et aux ARN	282
6. Le dispositif de régulation <i>ex ante</i> adopté par l'ARCEP	282

## CHAPITRE VI

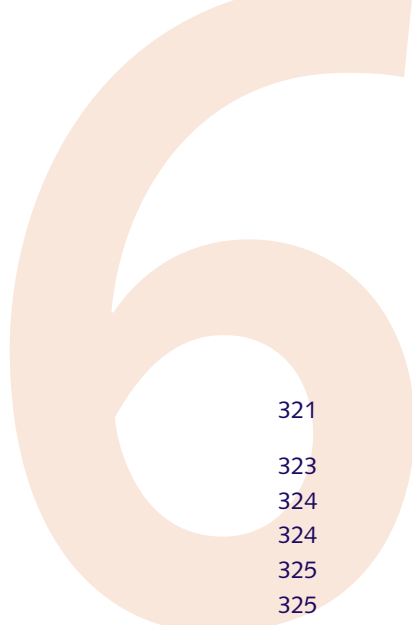
<b>Éléments de doctrine</b>	283
<b>A. La valorisation de la paire de cuivre</b>	285
1. La boucle locale cuivre	285
1.1. description	285
1.2. Les coûts de la boucle locale cuivre	286
2. La relation avec le tarif du dégroupage total	286
3. La méthode de valorisation utilisée jusqu'en 2005	287
3.1. Méthode des CMILT	287
3.2. Assiette géographique	287
4. Les enjeux de la méthode de valorisation	288
5. La consultation publique menée par l'Autorité	289
5.1. Le processus de consultation	289
5.2. Les méthodes étudiées	290
5.3. Analyse des méthodes présentées	293
5.4. Éléments de mise en œuvre	294
6. La décision de l'Autorité	295
<b>B. Le contrôle tarifaire</b>	295

# La régulation des ressources rares

<b>Les fréquences</b>	299
<b>A. Le cadre de la regulation</b>	301
1. Gestion des fréquences aux niveaux mondial, européen et national	301
1.1. Les travaux d'harmonisation des fréquences	301
1.2. L'ingénierie du spectre	302
1.3. L'identification de bandes de fréquences pour de nouveaux usages	302
2. Réflexion prospective sur les méthodes de gestion du spectre	303
<b>B. Marchés secondaires de fréquences</b>	304
1. Les bandes de fréquences concernées	304
2. Les bandes de fréquences proposées	305
2.1. Bandes BLR	305
2.2. Bandes PMR	306
2.3. Bandes du Service Mobile par Satellite	306
2.4. Bandes du Service Fixe Terrestre et par Satellite	306
<b>C. Le dividende numérique</b>	307
<b>D. La boucle locale radio/WiMax</b>	309
1. Le marché de la BLR	310
1.1. Les opérateurs en place	310
1.2. L'expression de nouveaux besoins	311
1.3. Des fréquences disponibles dans la bande 3,4-3,6 GHz	311
1.4. Les principes retenus pour les autorisations	312
2. Un processus d'autorisation en trois étapes	313
2.1. Phase 1 : le recensement des intentions de candidature	313
2.2. Phase 1 : le constat de la rareté	314
2.3. Phase 1 : la sélection des candidats	314
<b>E. Mobiles par satellite</b>	317
<b>F. PMR/PAMR</b>	317
1. PAMR à haut débit 450-470 MHz	318
2. Le marché de la radio mobile professionnelle (PMR)	318
<b>G. Assignations de fréquences</b>	319

**CHAPITRE II**

<b>La numérotation</b>	321
<b>A. Les missions de l'ARCEP</b>	323
<b>B. La mise à jour du plan de numérotation</b>	324
1. Les nécessités d'une révision	324
2. La concertation avec les acteurs	325
3. Hiérarchisation des décisions de l'ARCEP	325
<b>C. Changements et innovations dans les règles de gestion</b>	326
1. Suppression de la procédure de réservation	326
2. Mise à disposition à un opérateur tiers	327
3. Renforcement du contrôle de l'utilisation	327
<b>D. L'ouverture de la tranche 09</b>	327
1. Répondre aux besoins nouveaux	327
2. Les modalités d'ouverture des 09	328
<b>E. Les ressources attribuées au 31 décembre 2005</b>	329
<b>F. Les outils à la disposition du public</b>	331



## SOMMAIRE

# Collectivités et aménagement du territoire

## CHAPITRE I

<b>L'action des collectivités territoriales</b>	335
<b>A. Les compétences des collectivités locales</b>	337
<b>B. La couverture des territoires</b>	338
1. Le haut débit	338
2. Les mobiles	339

## CHAPITRE II

<b>Les travaux du Comité des Réseaux d'Initiative Publique (CRIP)</b>	341
<b>A. Les marchés de services haut débit</b>	343
<b>B. Les catalogues de service des délégations de service public</b>	345
<b>C. L'équipement des zones d'activité</b>	346
1. La convention type de mise à disposition	346
2. La charte de préconisations techniques	347
<b>D. Les zones blanches du haut débit</b>	347
1. Définition des zones blanches	347
2. La localisation des zones blanches	348
3. Les montages juridiques pertinents	348
4. Les technologies mises en œuvre	349



## SOMMAIRE

# Les consommateurs

### CHAPITRE I

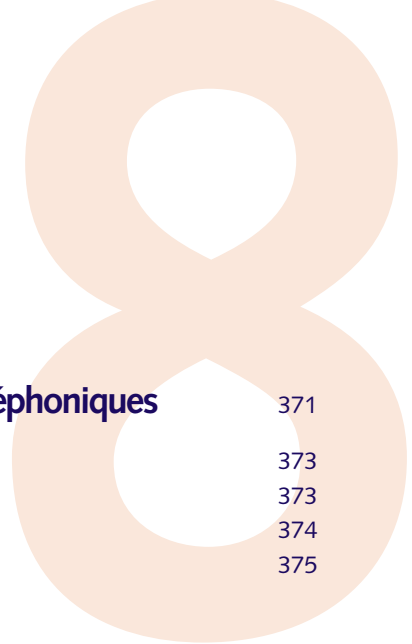
<b>La prise en compte de l'intérêt des consommateurs</b>	353
A. L'action de l'ARCEP au quotidien	355
B. L'assistance aux consommateurs	356

### CHAPITRE II

<b>Le rapport sur la médiation</b>	257
------------------------------------	-----

### CHAPITRE III

<b>L'annuaire universel</b>	361
A. Le contexte général	363
1. Le cadre législatif	363
2. L'action de l'ARCEP	363
B. Les droits des abonnés, les obligations des opérateurs et éditeurs	364
1. Les droits des abonnés	364
2. Les obligations des opérateurs et des éditeurs	364
2.1. Le choix de parution des abonnés	364
2.2. Les cessions de listes entre opérateurs et éditeurs	365
C. L'accès aux données de l'annuaire universel	365
D. La mise en place de l'annuaire universel	366
1. Les travaux sur les dispositions techniques	367
2. Le contenu des listes	367
3. Les opérateurs concernés	368
4. L'identification des éditeurs ayant droits	368
5. La tarification et la contractualisation	368
6. Les données d'annuaires universels	369
E. Un processus en marche	369



**CHAPITRE IV**

<b>Les services de renseignements téléphoniques</b>	371
<b>A. Le contexte juridique</b>	373
<b>B. Les nouveaux numéros 118XYZ</b>	373
<b>C. L'ouverture des services</b>	374
<b>D. Premier bilan</b>	375

**CHAPITRE V**

<b>La portabilité des numéros</b>	377
<b>A. Evolutions législatives et réglementaires</b>	379
<b>B. La portabilité des numéros mobiles (PNM)</b>	381
1. En métropole	381
1.1. Identifier les améliorations nécessaires	381
1.2. Impact des évolutions législatives et réglementaires	381
1.3. Le processus de la PNM pour le client	382
1.4. Les numéros mobiles portés en 2005	384
2. Dans les départements de la zone Antilles Guyane	385
3. Dans le département de la Réunion	386
<b>C. La portabilité des numéros fixes</b>	387
1. Les numéros concernés	387
2. Les numéros fixes portés en 2005	387
3. Perspectives et impact des évolutions législatives et réglementaires	388



# Les autres compétences de l'Autorité

## CHAPITRE I

<b>Autorisations et contrôles</b>	391
<b>A. Le régime déclaratif</b>	393
1. Les opérateurs soumis à déclaration	393
2. Les acteurs non soumis à déclaration	393
3. Les chiffres	394
<b>B. Le contrôle des obligations</b>	394
<b>C. La qualité de service</b>	396
1. Le GSM	396
1.1. Les mesures réalisées sur les axes de circulation	397
1.2. Les services de données	397
2. La téléphonie fixe	398
3. Les services de renseignements	398

## CHAPITRE II

<b>Le service universel</b>	401
<b>A. Le service universel téléphonique</b>	403
1. Service universel et opérateur de service universel	403
1.1. Les composantes du service universel	403
1.2. Les obligations des opérateurs en charge du service universel	404
1.3. La désignation du ou des opérateur(s) prestataire(s) du service universel	405
2. Le financement du service universel	405
2.1. Les contributeurs au financement du service universel	405
2.2. Une contribution assise sur le chiffre d'affaires	405
2.3. Les services de communication électroniques concernés	406
2.4. Répartition des contributions par type d'opérateurs	408

<b>B. Le rôle de l'ARCEP</b>	408
1. L'évaluation du coût du service universel	408
1.1. La péréquation géographique	409
1.2. Les tarifs sociaux	409
1.3. Les services de renseignements et annuaires	409
1.4. Les cabines téléphoniques	409
1.5. Les avantages immatériels	410
2. Évaluation du coût net du service universel pour 2003 et 2004	410
3. Le coût net du service universel de 2002 à 2006	411
4. La notion de charge excessive	411
<b>C. Les litiges en cours</b>	412
<b>D. Le contrôle a priori des tarifs du service universel en 2005</b>	413
1. L'accès et les communications téléphoniques	413
1.1. L'augmentation des frais de mise en service	413
1.2. Le prix de l'abonnement	413
1.3. Le prix des communications téléphoniques	414
2. Les engagements de France Télécom	415
2.1. La vente en gros de l'accès au service téléphonique	415
2.2. Le dégroupage	415
3. La première décision d'opposition au titre du service universel	415

## CHAPITRE III

<b>L'international</b>	417
<b>A. L'Union Internationale des Télécommunications (UIT)</b>	419
1. L'UIT-T	419
2. L'UIT-R	420
3. L'UIT-D	421
4. Le Sommet mondial de la société de l'information (SMSI)	421
<b>B. La Conférence européenne des administrations des Postes et Télécommunications (CEPT)</b>	422
<b>C. L'ETSI</b>	423
<b>D. L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)</b>	424
<b>E. Coopération et voyages d'étude</b>	425
1. Les échanges bilatéraux	425
2. La coopération francophone	425
2.1. Réunion annuelle du réseau Fratel à Paris	425
2.2. Séminaire d'échange d'informations à Nouakchott	426
2.3. Formation BADGE	426
3. Etudes	426
4. Les voyages d'étude	426

## CHAPITRE IV

<b>La prospective</b>	427
<b>A. L'unité prospective</b>	429
<b>B. Le développement des réseaux de nouvelle génération (NGN)</b>	432
1. Les actions de l'unité "Prospective"	432
1.1. Les motivations des opérateurs	432
1.2. Le déploiement des NGN	433
1.3. Les éléments d'un NGN	434
2. Les enjeux pour la régulation	435
2.1. La qualité de service et l'interconnexion	435
2.2. Agir en amont sur l'interopérabilité	435
2.3. L'impact économique des NGN	436

# Annexes

<b>Glossaire</b>	437
------------------	-----

