

La régulation tarifaire des marchés de gros au profit d'un allègement de la régulation de détail

Quelles mesures pour s'assurer que la régulation des marchés de gros produit des effets attendus sur le marché de détail



0 3 opérateurs titulaires licences technologiquement neutre :

13 FAI, 01 opérateur d'infrastructure, 02 opérateurs , fournisseurs de capacités

30 juin

Marché mobile voix	
Parc	21 millions d'abonnements
Tx de pénétration population 2G, 3G et 4G	97,67%
Tarifs réels moyens	
- on-net	11,42F CFA /mn
- Off-net	69,81F CFA/mn

Marché de la data HD	
Parc d'utilisateurs	8 512 000
Taux de pénétration HD	39,52%
Tarifs réels par Go	1 164 FCFA
-	

□ Objectifs poursuivis par le régulateur à travers la régulation tarifaire

- ✓ Assurer, aux utilisateurs, la fourniture de services de communications électroniques offrant un maximum d'avantages en termes de choix, de prix et de qualité ;
- ✓ Promouvoir l'accès et la connectivité à des réseaux fixes et mobiles à haut et très haut débit;
- ✓ soutenir l'innovation, levier essentiel pour la croissance de long terme d'un secteur;

Pour atteindre ces objectifs, le régulateur va s'attacher notamment à promouvoir les investissements efficaces dans les infrastructures nouvelles, améliorées et innovantes ou encore à imposer des obligations réglementaires ex ante lorsque cela est nécessaire pour garantir une concurrence effective et durable dans l'intérêt des utilisateurs.

□ Intervention ex-ante du régulateur sur les marchés surtout de gros

Étapes du processus d'analyse des marchés

- Analyse de marchés
 - Identification des marchés pertinents
 - désignation des opérateurs ayant une puissance sur chacun des marchés pertinents;
 - Définition et fixation d'obligations à ces opérateurs puissants
- Cette intervention ex-ante concerne aussi bien les marchés de gros que **certains marchés de détails sur lesquels la concurrence n'est pas effective.**
 - édicition d'obligations vise à **prévenir un comportement anticoncurrentiel** du ou des opérateurs puissants d'une part mais aussi à favoriser l'entrée d'autres opérateurs sur le marché.

□ Evaluation périodique de l'impact et de l'efficacité des remèdes appliqués aux marchés de gros

1. Au Burkina Faso, les remèdes ont été définis pour une période triennale à l'issus de laquelle, il a été procédé à une évaluation de l'impact et de l'efficacité des remèdes et au besoin procéder à des corrections.
2. Sur certains marchés comme par exemple, celui du **marché des services internet haut débit fixe filaire**, **le constat est fait** que les obligations imposées par l'ARCEP lors de la 1^{ère} période d'analyse des marchés à l'ONATEL ont permit d'accompagner le développement de ce marché. Les faits marquants sur ce marché :
 - Une augmentation significative du parc total des services fixes internet haut débit tirée par l'ADSL ;
 - Une augmentation du trafic internet fixe haut débit ;
 - Une baisse significative des prix des redevances mensuelles, hormis ceux de l'accès qui sont restés stables

- Cependant sur la majorité des autres marchés, la régulation faite sur les marchés de gros n'a pas produit les effets attendus sur le marché de détails.
- Cas de la terminaison d'appel et les tarifs de détails faciaux des services voix et SMS
- **Comment s'assurer alors que la régulation des marchés de gros favorise les effets attendus sur le marché de détail ?**
- **des tarifs très bas? Tarifs justes? Services innovants? / principe de fixation des prix de détail**

❖ **Faire un suivi et une analyse périodique des pratiques commerciales en vue d'identifier d'éventuelles pratiques anticoncurrentielles: collaboration avec l'autorité de la concurrence**

- **Multitude et foisonnement des offres promotionnelles de services :**

Les opérateurs proposent maintenant de nombreuses promotions temporaires qui peuvent être peu lisibles du point de vue du consommateur.

Ces promotions s'enchaînent les unes après les autres et plusieurs promotions différentes peuvent être proposées la même journée.

Les opérateurs s'éloignent ainsi de la définition stricto sensu d'une promotion qui « désigne une opération marketing organisée de façon ponctuelle pour encourager les ventes d'un produit ou d'un service sur le court terme ».



Compétence de l'autorité de la concurrence???

- Cette analyse périodique s'apparente à **un suivi de l'aspect concurrentiel des marchés** ainsi que les caractéristiques des offres promotionnelles.
- Si sous certains cieux, les autorités de la concurrence interviennent sur les marchés afin de corriger certaines pratiques anticoncurrentielles en collaboration avec les autorités de régulation sectorielle,
- Dans l'espace UEMOA, la Commission de la concurrence communautaire qui a une compétence exclusive pour prendre des décisions en matière de pratiques anti-concurrentielles est rarement intervenue dans le secteur des communications électroniques. .
- C'est pourquoi, l'ARCEP a entrepris de collaborer avec la Commission nationale de la Concurrence et de la consommation.

➤ **Pour ce faire, certains indicateurs du marché font l'objet de suivis réguliers:**

- **La comparaison des parts de marché en valeur et en volume:** est un outil intéressant dans l'étude des tarifications: ainsi sur le marché burkinabé on a pu observer qu'un des opérateurs qui détient X % des parts de marché sur les appels mobiles en termes de trafic, et Y% (inférieur à X) des parts de marché de ce même service en termes de chiffre d'affaires. Ainsi, cela indique un positionnement tarifaire « low cost » de cet opérateur et d'une moindre monétisation de ses clients par rapport aux autres opérateurs.
- **La publication des parts de marché des opérateurs distincte sur les marchés de gros et de détail** permet de mieux suivre l'évolution distincte des marchés et s'assurer de la meilleure ouverture à la concurrence du marché de détail, même si le marché de gros reste moins concurrentiel;
- **La publication des indicateurs comme les tarifs moyens et réels des services :** les tarifs faciaux (publiés par les opérateurs) ne reflètent pas ce qui est réellement payé par le consommateur final compte tenu des politiques promotionnelles des opérateurs. Le prix réel, peut être approximativement déterminé en calculant le ratio entre le chiffre d'affaires par type de service et le trafic pour ce même service. Ce prix présente une meilleure appréciation de l'évolution des tarifs.

- **Calcul de l'Indice de Herfindahl-Hirschman (IHH)** : qui permet de mesurer la concentration des offreurs sur un marché. Il est calculé en additionnant le carré des parts de marché des entreprises du secteur étudié. Il sera intéressant de calculer et publier l'IHH annuellement dans le rapport de suivi du marché.

Le suivi de ces indicateurs pourraient permettre au régulateur de mieux apprécier la manière dont les promotions modifient la vision tarifaire des consommateurs et de prendre des décisions éclairées pour imposer des obligations symétriques à tous les opérateurs comme l'obligation de transparence des tarifs de détails.

L'obligation de transparence des prix de détail implique plusieurs autres obligations telles que

- (i) l'obligation de publicité** imposée aux opérateurs (mise à disposition du public des informations dans les agences, chez les distributeurs, la publication des informations sur le site internet de l'opérateur, dans les journaux) ;
- (ii) l'obligation de notification de la durée** et du montant à chaque fin d'appel;
- (iii) la communication des détails** de consommation à la demande du client (consultation de solde, détails des communications, etc.) ;

Conclusion

- ❑ L'analyse des marchés effectué par le régulateur permet d'appliquer des remèdes en vue de prévenir d'éventuels dysfonctionnements des marchés surtout de gros.
- ❑ Cependant ces remèdes ne produisent pas toujours d'effets directs et visibles sur les tarifs aux consommateurs en raison de l'intervention d'autres facteurs.
- ❑ Cependant, une observation des pratiques commerciales donc des offres de services permet au régulateur de mieux appréhender l'évolution concurrentielle des marchés en vue d'y déceler d'éventuelles défaillances et de prendre certaines mesures en collaboration avec l'autorité en charge de la concurrence pour des interventions ex-post.



Merci pour votre aimable attention