

Communiqué de presse

Le Conseil de la concurrence accepte les engagements offerts par POST Telecom dans le secteur de la téléphonie mobile.

Par décision du 5 juin 2014, le Conseil de la concurrence a accepté les engagements présentés par POST Telecom dans le cadre d'une procédure ouverte contre elle pour abus de position dominante au sens de l'article 5 de la loi du 23 octobre 2011 relative à la concurrence et de l'article 102 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne.

Par décision du 21 mars 2013, le Conseil de la concurrence avait ouvert une procédure relative au secteur de la téléphonie mobile par voie d'auto-saisine. Le 26 septembre 2013, le conseiller désigné pour mener l'enquête avait transmis une communication des griefs à POST Telecom retenant que POST Telecom applique des tarifs moins élevés aux appels mobiles se terminant sur le réseau LUXGSM¹ (appels on-net) qu'aux appels se terminant sur le réseau des opérateurs concurrents (appels off-net), ceci pour cinq différents types d'abonnements (IPhone Youz, IPhone S, Relax et Basic ainsi que l'offre prépayée TIPTOP). Ces conclusions reposaient, entre autres, sur une demande de renseignement adressée à POST Telecom, un sondage auprès du public effectué par TNS-Ilres ainsi que l'analyse de deux décisions de l'Autorité de la concurrence française dans des affaires comparables.

L'effet de cette discrimination tarifaire réside dans la création d'un « effet club » ou « effet de réseau ». On parle d'effet de réseau lorsque la valeur d'un réseau et donc l'incitation de faire part d'un réseau augmente avec la taille du réseau. L'effet de réseau a pour conséquence que les consommateurs ont un intérêt à choisir entre différents réseaux celui dont la base de clients est déjà la plus importante, afin d'appartenir au plus grand réseau d'utilisateurs. Le consommateur tente ainsi de maximiser sa probabilité de communiquer avec les

¹aujourd'hui : Post Telecom

utilisateurs du groupe auquel il appartient lui-même et de minimiser les communications avec les personnes à l'extérieur de ce groupe. L'effet de réseau existe principalement sinon exclusivement en raison de la tarification discriminatoire entre appels on-net et appels off-net.

Tout en contestant le bienfondé des reproches retenus contre elle, POST Telecom a fait parvenir le 29 novembre 2013 au Conseil une proposition d'engagements propres à résoudre le problème de cette discrimination tarifaire. En janvier 2014, le Conseil de la concurrence a soumis ces propositions à un test de marché afin de donner l'occasion à toutes les parties intéressées de prendre position sur les propositions d'engagements.

Selon les termes de ces propositions, POST Telecom s'engage à modifier les offres Basic, TIPTOP et Relax afin que celles-ci ne contiennent aucune différentiation tarifaire entre appels on-net et appels off-net non-justifiée par les coûts sous-jacents. En ce qui concerne les abonnements IPhone, POST Telecom a montré qu'ils ne font pas l'objet d'une différenciation tarifaire entre appels on-net et appels off-net.

Dans sa décision du 5 juin 2014, le Conseil de la concurrence accepte les engagements proposés par POST Telecom.

La décision montre le rôle actif du consommateur sur le fonctionnement structurel des marchés. Il est important que les consommateurs fassent leurs choix de consommation d'une façon avisée et éclairée. Dans le secteur des télécommunications, le règlement 12/164 de l'Institut Luxembourgeois de Régulation du 17 octobre 2012 exige de tous les opérateurs notifiés auprès de l'Institut de publier des fiches signalétiques de toutes leurs offres. Les consommateurs peuvent consulter ces fiches sous www.ilr.public.lu/communications_electroniques/registrepublic/Reg_pub_consommateurs 2014 05 09.pdf.

La décision, qui peut être consultée sur le site internet du Conseil de la concurrence sous <u>www.concurrence.lu</u>, met un terme à la procédure d'infraction dirigée contre cette dernière.

La procédure d'engagements n'aboutit pas à une décision d'infraction et présente des avantages importants pour les entreprises. Elle mérite à ce titre une grande attention de la part du Conseil de la concurrence. En premier lieu, les décisions d'engagements sont adoptées sans imposition d'une amende à l'encontre des entreprises visées. Elles marquent un point final à des querelles juridiques à l'issue incertaine au bout de procédures longues et coûteuses tant pour les entreprises en cause que pour le Conseil. Pour le Conseil de la concurrence, l'acceptation d'engagements est l'amorce d'une politique qui n'est pas en premier lieu axée sur ses missions punitives, mais orientée vers le rétablissement rapide d'une concurrence effective sur les marchés dans l'intérêt des entreprises, des consommateurs et de l'économie nationale.

Communiqué par le Conseil de la concurrence.

Luxembourg, le 10 juin 2014