

FR

Ce texte n'est publié qu'à fin d'information.

Un résumé de la présente décision est publié dans toutes les langues communautaires au Journal officiel de l'Union européenne.

***Cas n° COMP/M.3916 –
T-Mobile Austria /
Tele.ring***

Le texte en langue allemand est le seul faisant foi.

**RÈGLEMENT (CE) n° 139/2004
SUR LES CONCENTRATIONS**

Article 8 (2)
date: 26/04/2006



COMMISSION EUROPÉENNE

Bruxelles, le 26 avril 2006
C (2006) 1695 final

VERSION PUBLIQUE

DÉCISION DE LA COMMISSION

du 26 avril 2006

**déclarant une opération de concentration compatible avec le marché commun et le
fonctionnement de l'accord EEE**

(Affaire COMP/M.3916 – T-MOBILE AUSTRIA/TELE.RING)

Décision de la Commission

du 26 avril 2006

déclarant une opération de concentration compatible avec le marché commun et le fonctionnement de l'accord EEE

(Affaire COMP/M.3916 – T-MOBILE AUSTRIA/TELE.RING)

(Le texte en langue allemande est le seul faisant foi)

(Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES -

vu le traité instituant la Communauté européenne,

vu l'accord sur l'Espace économique européen, et notamment son article 57,

vu le règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil, du 20 janvier 2004, relatif au contrôle des opérations de concentration entre entreprises¹ et notamment son article 8 paragraphe 2,

vu la décision de la Commission du 14 novembre 2005, d'engager la procédure dans cette affaire,

après avoir donné aux entreprises concernées l'occasion de faire connaître leur point de vue au sujet des objections de la Commission à leur encontre,

vu l'avis du comité consultatif en matière de concentrations²,

après avoir pris connaissance du rapport final du conseiller-auditeur dans la présente affaire³,

CONSIDERANT CE QUI SUIT:

¹ JO L 24 du 29.1.2004, p.1.

² JO C [...] du [...] 2006, p. [...]

³ JO C [...] du [...] 2006, p. [...].

- (1) Le 21 septembre 2005, la Commission a reçu notification, conformément à l'article 4 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil (ci-après dénommé «le règlement sur les concentrations»), d'un projet de concentration par lequel l'entreprise T-Mobile Austria GmbH («T-Mobile», Autriche), appartenant au groupe allemand Deutsche Telekom AG («Deutsche Telekom»), acquiert au sens de l'article 3, paragraphe 1, point b, du règlement du Conseil, le contrôle de l'ensemble de l'entreprise tele.ring Unternehmensgruppe («tele.ring», Autriche) par achat d'actions.
- (2) À l'issue de son examen de la notification, la Commission a constaté que l'opération de concentration notifiée entraine dans le champ d'application du règlement sur les concentrations et elle a décidé d'engager la procédure dans cette affaire le 14 novembre 2005, conformément à l'article 6, paragraphe 1, point c du règlement sur les concentrations et à l'article 57 de l'accord sur l'Espace économique européen.
- (3) Le 8 février 2006, la Commission a adressé à la partie notifiante une communication des griefs, à laquelle les parties ont répondu en date du 27 février 2006 et du 1^{er} mars 2006. Le 21 février 2006, la Commission a décidé de prolonger les délais de 20 jours ouvrables conformément à l'article 10, paragraphe 3, alinéa 2, du règlement sur les concentrations et en accord avec la partie notifiante.

I. LES PARTIES

- (4) T-Mobile est un fournisseur de services de téléphonie mobile et fixe en Autriche. L'entreprise détient des licences délivrées par le régulateur autrichien des télécommunications afin d'exploiter un réseau 2G/GSM, un réseau 3G/UMTS ainsi qu'un réseau de téléphonie fixe. T-Mobile dispose dans le domaine GSM de fréquences 900 MHz et 1 800 MHz ainsi que de bandes de fréquence UMTS. La société mère Deutsche Telekom est une entreprise internationale de télécommunications.
- (5) tele.ring est un fournisseur de services de téléphonie mobile et fixe en Autriche. L'entreprise détient également des licences délivrées par le régulateur autrichien des télécommunications afin d'exploiter un réseau 2G/GSM, un réseau 3G/UMTS ainsi qu'un réseau de téléphonie fixe. tele.ring dispose dans le domaine GSM uniquement de fréquences 1 800 MHz ainsi que de bandes de fréquence UMTS.

II. LE PROJET ET L'OPÉRATION DE CONCENTRATION

- (6) La transaction proposée consiste en la reprise par T-Mobile de l'ensemble des parts de la société EHG Einkaufs- und Handels GmbH, seule et unique associée de tele.ring-Unternehmensgruppe, composée de tele.ring Telekom Service GmbH, TRA 3G Mobilfunk GmbH et EKOM 3G Mobilfunk GmbH.
- (7) Il s'agit donc d'une opération de concentration au sens de l'article 3, paragraphe 1, point b, du règlement sur les concentrations.

III. DIMENSION COMMUNAUTAIRE

- (8) Le chiffre d'affaires réalisé par les entreprises concernées à l'échelle internationale est supérieur à 5 milliards d'euros⁴. Le chiffre d'affaires total réalisé dans la Communauté par Deutsche Telekom et tele.ring est, dans chaque cas, supérieur à 250 millions d'euros, mais aucune des deux entreprises ne dégage plus des deux tiers de son chiffre d'affaires dans un seul et même État membre. L'opération de concentration notifiée prend de ce fait une dimension communautaire.

IV. MARCHÉS EN CAUSE

- (9) T-Mobile et tele.ring exploitent des réseaux de téléphonie mobile en Autriche et opèrent sur chacun des marchés y étant associés, au niveau des clients finaux et des grossistes. Les deux parties opèrent également dans le domaine de la téléphonie fixe, mais l'opération de concentration ne mènerait à aucun marché concerné. Les parties proposent de délimiter les marchés de produits conformément aux précédentes décisions de la Commission⁵ et, dans la mesure où elle s'y rapporte, à la Recommandation de la Commission concernant les marchés pertinents de produits et de services dans le secteur des télécommunications électroniques, considérée dans le cadre d'un règlement préliminaire sur la base de la directive 2002/21/CE du Parlement européen et du Conseil relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services électroniques (ci-après dénommée la «recommandation»)⁶.

1. Prestation de services de télécommunication mobiles aux clients finaux

1.1 Marchés de produits en cause

- (10) La Commission n'a pas, au cours de précédentes décisions, subdivisé davantage le marché des clients finaux pour la prestation de services de télécommunication mobiles en fonction de critères tels que la clientèle professionnelle ou privée, les clients contractuels et prépayés ou selon la technologie employée, c'est-à-dire les réseaux 2G/GSM et 3G/UMTS. C'est pourquoi elle a examiné les affaires précédentes en se fondant sur un marché unique des prestations de services de télécommunication mobiles au niveau des clients finaux⁷.
- (11) C'est ce qu'a également confirmé l'analyse de marché dans le cas présent. Concernant la distinction selon les différents groupes de clients, clients privés ou professionnels, clients contractuels et prépayés, l'offre peut être substituée par les exploitants du réseau, lesquels ne sont pas en mesure de distinguer clairement les clients professionnels et les clients privés. tele.ring semble par exemple disposer d'un

⁴ Le calcul du chiffre d'affaires a été réalisé sur la base de l'article 5 (1) du règlement sur les concentrations et de la communication de la Commission relative au calcul du chiffre d'affaires (JO C 66 du 2.3.1998, p.25).

⁵ Voir notamment l'affaire COMP/M.2803 – Telia/Sonera ; COMP/M.3530 – TeliaSonera/Orange ; n° COMP/M.3776 – Vodafone/Oskar Mobile.

⁶ JO L 114, 8.5.2003, p. 45. Il convient toutefois de faire remarquer que la recommandation ne s'applique pas à la délimitation des marchés en cas de concurrence (paragraphe 18).

⁷ Affaire COMP/M.3530 – TeliaSonera/Orange ; COMP/M.3776 – Vodafone/Oskar Mobile.

nombre important de clients professionnels inclus dans ses tarifs pour clients privés, et n'a instauré des tarifs spécifiques pour les clients professionnels qu'en mai 2005.

- (12) L'analyse de marchés n'a d'ailleurs pas fait mention de la nécessité d'une subdivision entre les marchés 2G/GSM et 3G/UMTS aux fins de l'analyse du présent cas.
- (13) Un réseau 2G permet de fournir des services de téléphonie vocale et de données, comme l'envoi de SMS, l'accès aux services de courrier électronique ou l'accès général à Internet, ce dernier étant toutefois limité à une vitesse de 9,4 Kbit/s. Tous ces services sont aujourd'hui également fournis par les réseaux 3G. Les autres services requièrent une vitesse de transmission plus élevée, proposée uniquement par un réseau 3G. La vitesse est actuellement de 128 Kbit/s, et des taux de transfert allant jusqu'à 384 Kbit/s sont prévus pour la fin de l'année 2006. Des taux de ce type sont requis pour des services tels que la téléphonie vidéo, la télévision mobile, l'Internet mobile à large bande («HSDPA») ou d'autres services multimédias (ci-après les «services multimédias»).
- (14) En Autriche, Mobilkom, T-Mobile, ONE et tele.ring exploitent actuellement des réseaux 2G et 3G parallèles. L'analyse a confirmé que les exploitants ne peuvent faire la distinction entre les clients sur réseaux 2G ou 3G puisque ceux-ci utilisent des cartes SIM⁸ identiques. Même lorsqu'un client possède un téléphone 3G, il est très probable que tous les services de télécommunication ne soient pas fournis via le réseau 3G, les téléphones 3G pouvant également fonctionner sur un réseau 2G. Dès lors que les réseaux 3G sont encore très loin de couvrir intégralement l'Autriche, notamment sur le plan géographique, les clients sont systématiquement tenus d'utiliser le réseau 2G pour les domaines ne pouvant être couverts par un réseau 3G. Dans les domaines où les réseaux 2G et 3G peuvent être utilisés en parallèle, les exploitants peuvent orienter le trafic entre les réseaux 2G et 3G pour des raisons de disponibilité, de capacité et d'efficacité eu égard à leur réseau. L'analyse de marché a par ailleurs révélé qu'il n'existe à l'heure actuelle aucune différence de prix pour des services identiques, que ces derniers soient fournis sur la base d'un réseau 2G ou 3G. Il est également apparu que H3G, en tant qu'exploitant de réseau 3G, n'applique pas des tarifs plus élevés que les exploitants de réseau proposant ces services sur la base de leur réseau 2G.
- (15) La prestation de services multimédias est en tout cas étroitement liée à la prestation de services également fournis sur les réseaux 2G. Tout d'abord, l'ensemble des services est fourni par le même exploitant pour le même client. Du point de vue du client, les services fournis *via* un réseau 2G constituent les services de base. Aucun client ne souscrit de contrat pour un téléphone mobile si l'exploitant ne propose pas ces services de base, lesquels constituent le paramètre concurrentiel le plus pertinent dans un avenir prévisible, y compris pour les exploitants de réseaux 3G. L'analyse a confirmé qu'il était essentiel de proposer des offres compétitives et agressives sur les prix dans le secteur de la téléphonie vocale afin de conquérir de nouveaux clients, même si un exploitant de réseau 3G veut vendre à des clients des services multimédias supplémentaires.

⁸ SIM = Subscriber Identity Module.

- (16) Elle a également montré que les services pouvant être fournis sur un réseau 2G seront d'une importance capitale pour les exploitants, et ce même à l'avenir. Se fondant sur son plan de développement, T-Mobile prévoit de générer pour 2007 [...] de son chiffre d'affaires dans le secteur 3G grâce à la téléphonie vocale, tandis que la part du transfert de données (incluant l'envoi de SMS etc.) sera de [...] dans ce même secteur. Ceci montre que la téléphonie vocale (ainsi que d'autres services pouvant également être fournis via un réseau 2G) continuera à [...]*, même dans le cas d'un exploitant qui exécutera à côté d'un réseau 3G ses activités de téléphonie vocale via un réseau 2G. L'analyse de marché a confirmé ces faits même pour les exploitants opérant uniquement sur un réseau 3G.
- (17) La situation peut être différente dans le cas de services additionnels, notamment les services multimédias n'opérant pas via la technologie 2G en raison de problèmes de capacité et de technologies.
- (18) C'est pourquoi il convient, aux fins de la présente décision, de se fonder sur un marché uniforme de prestations de services de téléphonie mobile au niveau des clients finaux, si tant est que lesdits services puissent être fournis tant sur des réseaux 2G que 3G. Dans le cas présent, la question de savoir s'il existe un marché distinct destiné à des applications spécifiques uniquement possibles via la technologie 3 G (notamment les services multimédias) peut être écartée.
- (19) Conformément à de précédentes décisions de la Commission, la partie notificante propose de délimiter le marché de manière nationale sur le plan géographique, c'est-à-dire de le limiter à l'Autriche. L'analyse de marchés a confirmé ladite délimitation.

2. Le marché de gros pour la terminaison d'appels

- (20) La terminaison d'appels est constituée par le service fourni par un exploitant de réseau B à un exploitant de réseau A et qui consiste à ce qu'un appel originaire du réseau de l'exploitant A est délivré à l'utilisateur du réseau de l'exploitant B. Elle permet par conséquent (associée à l'interconnexion sur laquelle elle s'appuie) à des utilisateurs de différents réseaux de communiquer entre eux. La terminaison d'appels est un service dispensé au niveau du commerce de gros, que les différents exploitants de réseaux se fournissent mutuellement sur la base d'accords d'interconnexion et qui constitue une contribution préalable à la prestation de services de télécommunication au niveau des clients finaux.
- (21) Ainsi que l'ont déjà constaté de précédentes décisions de la Commission⁹, il n'existe aucun substitut à la terminaison d'appels sur chacun des réseaux, étant donné que l'exploitant de réseau transmettant l'appel sortant ne peut joindre le client final appelé que via l'exploitant du réseau sur lequel se trouve ce client final. Chaque réseau représente de ce fait un marché de terminaison d'appels indépendant. Ceci vaut tant pour les réseaux fixes que les réseaux mobiles. En conséquence, la recommandation 2003/311/EC prend en considération la terminaison d'appels sur divers réseaux (fixes

* Certaines parties du présent document ont été omises afin d'éviter la divulgation de données confidentielles; elles sont indiquées entre crochets et suivies d'un astérisque.

⁹ COMP/M.1493-Telia/Telenor, COMP/M.2803-Telia/Sonera, COMP/M.3806-Telefónica/Cesky Telecom.

et mobiles) en tant que marchés indépendants. Chaque exploitant de réseau jouit de ce fait d'un monopole concernant la terminaison d'appels sur son réseau fixe ou mobile.

- (22) La dimension géographique des marchés eu égard à la terminaison d'appels sur les réseaux mobiles et fixes est généralement nationale. Ceci tient principalement aux restrictions réglementaires car le domaine de validité géographique de licences et d'autorisations est surtout limité aux régions ne dépassant pas le territoire d'un État membre. La couverture des réseaux fixes et des réseaux mobiles correspond généralement aux frontières nationales, de sorte que les offres de terminaison d'appels aient également une dimension nationale au niveau du commerce de gros.

3. Le marché de gros pour les services d'itinérance (*roaming*) internationale

- (23) L'itinérance internationale est un service permettant aux utilisateurs de téléphones mobiles de se servir de leur appareil ou de leur carte SIM à l'étranger et d'y être contactés¹⁰. Afin de pouvoir proposer ce service à leurs clients, les exploitants de réseaux mobiles concluent entre eux des accords au niveau du commerce de gros prévoyant l'accès et la capacité des réseaux de téléphonie mobile dans le pays étranger.
- (24) Les clients des services d'itinérance internationale au niveau du commerce de gros sont en premier lieu des exploitants de téléphonie mobile étrangers qui proposent par là même à leurs propres clients des services de téléphonie mobile non limités à leur propre zone de réseau. On retrouve en aval la demande des abonnés à pouvoir utiliser leur téléphone mobile dans d'autres pays.
- (25) Cette délimitation du marché reflète la situation actuelle qui est le résultat d'une évolution passée. L'exploitant ne pouvait initialement pas diriger à partir de son réseau d'origine le trafic d'itinérance de ses clients (*outbound traffic*¹¹) sur un réseau étranger déterminé. Compte tenu de l'absence de mécanismes efficaces, le trafic d'itinérance internationale empruntait alors l'un quelconque des réseaux mobiles disponibles du pays concerné dans lequel séjournait le client final. C'est sur cette base que la Commission est parvenue à conclure provisoirement par le passé que la mise à disposition de services d'itinérance internationale au niveau du commerce de gros représentait pour chaque réseau un marché indépendant¹².
- (26) Toutefois, les exploitants de réseaux peuvent désormais sélectionner le réseau que leur client utilisera à l'étranger. On retrouve ainsi des «listes de préférences» enregistrées sur les cartes SIM des clients, pouvant être modifiées ou adaptées *over the air* (OTA,

¹⁰ Incluant l'envoi et la réception de SMS (et autres services de données).

¹¹ Le trafic *outbound* représente les appels lancés par un client du réseau à l'étranger. L'exploitant du réseau d'origine doit obtenir de l'exploitant/des exploitants du réseau étranger concerné(s) l'*outbound roaming* (itinérance sortante). Le trafic *inbound* représente les appels lancés par les clients de réseaux mobiles étrangers, c'est-à-dire les visiteurs sur le réseau de l'opérateur concerné. L'exploitant qui autorise les clients étrangers à téléphoner *via* son propre réseau achète les droits d'itinérance *inbound* à l'exploitant du réseau étranger respectif.

¹² Voir IP/05/161 « La Commission conteste les frais d'itinérance internationale appliqués pour les téléphones mobiles en Allemagne » et IP/04/994 « La Commission conteste les frais d'itinérance internationale appliqués au Royaume-Uni ».

sans fil)¹³, système qui permet même de gérer l'enregistrement d'un client sur un réseau étranger.

- (27) Tous les exploitants de réseaux étrangers peuvent être sollicités. Même par le passé, des exploitants concluaient déjà communément des accords d'itinérance dans le même pays afin de pouvoir assurer une couverture optimale et, même si la couverture nationale des différents exploitants de réseaux est comparable, plusieurs accords d'itinérance sont conclus. Cette stratégie n'implique pas de coûts significatifs puisque les accords d'itinérance permettant une utilisation multiple ainsi que l'échange entre les différents fournisseurs de services d'itinérance sans quantité minimum d'achat. Des accords d'itinérance peuvent toutefois également être conclus avec un exploitant prioritaire lorsque celui-ci propose des conditions particulières. Ceci est illustré par la création des alliances d'itinérance internationale telles que Freemove Alliance ou les partenaires de Vodafone Eurocall. En conséquence, l'ancienne définition du marché délimitant chaque réseau individuel en tant que marché indépendant n'est plus appropriée. Les réseaux au niveau national entrent pour une large part en concurrence les uns avec les autres.
- (28) La Commission avait estimé dans le cadre de précédentes décisions¹⁴ que ce marché avait une dimension nationale (dans les cas où le marché n'était pas limité au réseau lui-même). Cette analyse s'appuie sur le fait que les contrats de gros relatifs aux services d'itinérance internationale ne pouvaient être conclus qu'avec des sociétés disposant d'une licence d'exploitation dans le pays concerné ainsi que sur le fait que les autorisations délivrées par les autorités afin de proposer des services de téléphonie mobile ne se limitaient qu'au territoire national. Cette conclusion s'applique également au cas présent.

V. APPRÉCIATION AU REGARD DU DROIT DE LA CONCURRENCE

A. Prestation de services de télécommunication mobiles aux clients finaux

1. Concurrents et parts de marché

- (29) Sur le marché autrichien des services de téléphonie mobile destinés au consommateur final, quatre sociétés exploitent actuellement les réseaux de téléphonie mobile sur la base de la technologie GSM. Il s'agit de Mobilkom (une société affiliée de Telekom Autriche), T-Mobile, ONE et tele.ring. Ces sociétés ont toutes également acquis des licences UMTS et exploitent parallèlement des réseaux de téléphonie mobile sur la base de cette technologie.
- (30) Outre les quatre entreprises mentionnées précédemment, la société H3G (une filiale de Hutchison) est entrée sur le marché en mai 2003 et propose des services de téléphonie mobile sur la base de son propre réseau UMTS. Actuellement, ce réseau ne couvre que 50 % de la population autrichienne (conformément à la contrainte posée par le

¹³ L'OTA est une norme de transmission et de réception d'informations d'application spécifique dans un système de communication sans fil.

¹⁴ Voir par exemple l'affaire n° COMP/M.2726 – KPN/E-PLUS, COMP/M.2469 Vodafone/Airtel, n° COMP/M. 1863 – Vodafone/BT/Airtel, COMP/M.2803 – Telia/Sonera et n° COMP/M.3806 – Telefónica/Cesky Telecom.

régulateur autrichien pour la fin de l'année 2005) et une portion bien moindre du territoire autrichien sur le plan géographique. Afin de pouvoir tout de même offrir à ses clients des services de téléphonie mobile sur l'ensemble du territoire, H3G rachète au travers d'un accord d'itinérance nationale des minutes de conversation à Mobilkom afin d'exploiter le réseau GSM. Dans les régions non couvertes par le réseau de H3G, les clients de H3G téléphonent ainsi via le réseau GSM de Mobilkom.¹⁵

- (31) Les cinq exploitants de réseaux proposent à leurs clients une offre complète de services tant au niveau des contrats que des abonnements prépayés, tels que des services de téléphonie vocale et services de données, l'itinérance internationale, etc. Les services de l'ensemble de ces exploitants sont commercialisés via tous les moyens de vente disponibles et ne sont de ce fait pas limités à la vente sur Internet par exemple. Les quatre fournisseurs susmentionnés ainsi que H3G ont satisfait aux conditions de licences UMTS jusqu'à présent en vigueur eu égard à la couverture de 50 % de la population autrichienne. Les cinq exploitants de réseaux UMTS proposent déjà des services UMTS dans le cadre de leur couverture, et notamment des services de données avancés, et prévoient de les étendre dans un proche avenir.
- (32) Les parts de marché des exploitants sur le marché de la téléphonie mobile se présentent comme suit:

Exploitant	1 ^{er} semestre 2005		2004		2003		2002	
	Chiffre d'affaires	Clients	Chiffre d'affaires	Clients	Chiffre d'affaires	Clients	Chiffre d'affaires	Clients
Mobilkom	[35-45]*%	[35-45]*%	[35-45]*%	[35-45]*%	[40-50]*%	[40-50]*%	[40-50]*%	[40-50]*%
T-Mobile	[20-30]*%	[20-30]*%	[20-30]*%	[20-30]*%	[20-30]*%	[20-30]*%	[20-30]*%	[25-35]*%
tele.ring	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[5-15]*%	[5-15]*%	[5-15]*%	[<5]*%
T-Mobile/tele.ring réunis	[30-40]*%	[30-40]*%	[30-40]*%	[30-40]*%	[30-40]*%	[30-40]*%	[30-40]*%	[30-40]*%
ONE	[15-25]*%	[15-25]*%	[15-25]*%	[15-25]*%	[15-25]*%	[15-25]*%	[15-25]*%	[15-25]*%
H3G	[<5]*%	[<5]*%	[<5]*%	[<5]*%	[<5]*%	[<5]*%	0%	0%

Source: la partie notificante

- (33) Les parts de marché communiquées au considérant (32) exprimées en chiffre d'affaires se rapportent aux recettes totales de la téléphonie mobile, y compris donc les chiffres d'affaires issus de l'itinérance internationale ou de la terminaison d'appels. Concernant le marché des clients finaux, les parties étaient uniquement en mesure de mettre à disposition de la Commission des études de marchés. Les parts

¹⁵ Concernant les régions pour lesquelles les appareils terminaux de H3G recourent aux services d'itinérance internationale de Mobilkom, le client final ne dispose d'aucun service ou uniquement de services restreints de la technologie 3G.

identifiées dans l'enquête de marché correspondent très largement aux parts de marché par rapport au chiffre d'affaires mentionnées au considérant (32). Il n'y a pas de problème pour ce qui concerne les parts de marché en nombre de clients dès lors que ce chiffre se rapporte également au marché des clients finaux.

- (34) Les parts des opérateurs selon les minutes de conversation utilisées sur le réseau se présentent comme suit:

Exploitant	Escomptées pour 2005	Effectives pour 2004
Mobilkom	[35-45]*%	[35-45]*%
T-Mobile	[20-30]*%	[20-30]*%
tele.ring	[10-20]*%	[10-20]*%
T-Mobile/tele.ring réunis	[30-40]*%	[30-40]*%
ONE	[15-25]*%	[15-25]*%
H3G	[<5]*%	[<5]*%

Source: expertise économique pour la *Telekom-Control-Kommission* TKK 11/2005; présentée par T-Mobile dans la réplique concernant la procédure autrichienne menée par la TKK.

- (35) Les estimations susmentionnées au considérant (34) des parts de marché selon les minutes de conversation utilisées sur le réseau sont tirées de l'Expertise économique pour la TKK de novembre 2005. Les parts de marché comprennent les minutes de conversation sur le réseau GSM de même que le réseau UMTS. Même lorsque ces données ne représentent pas fidèlement le marché des clients finaux (ainsi la part de Mobilkom inclut également les minutes utilisées par les utilisateurs H3G sur le réseau GSM de Mobilkom), lesdites parts de marché correspondent en grande partie aux résultats de l'analyse de marchés relative aux parts sur le marché des clients finaux.
- (36) La Commission a également étudié, en sus de l'analyse des différents opérateurs de réseaux, la force des prestataires de services sur le marché. Les Mobile Virtual Network Operators («MVNO»)/prestataires de services indépendants des exploitants de réseaux sont Tele 2, eTel Austria et Schwarzfunk. Tele2 est un MVNO déjà entré sur le marché au printemps 2003 et qui a acquis en décembre 2005 une part de marché de moins de [<5]* selon le nombre de clients.
- (37) L'analyse de marchés a révélé pour les autres prestataires de services désignés par la partie notifiante qu'il s'agissait de revendeurs à la clientèle très peu élevée. Ainsi, Schwarzfunk est revendeur de cartes SIM pour tele.ring et présente moins de 1 000 clients au total. eTel Austria est revendeur de cartes SIM de ONE et avait conquis pour le premier semestre 2005 quelques milliers de clients ; son offre ne s'adresse d'ailleurs qu'à des commerçants et ce domaine d'activité fait fonction de complément à ses services en matière de réseau fixe ou de données. Il convient sur ce point de refuser l'affirmation des parties selon laquelle il s'agirait ici de «sociétés importantes».¹⁶
- (38) On peut conclure de la position passée des prestataires de services/revendeurs sur le marché qu'ils n'ont joué qu'un rôle très restreint sur ce même marché, notamment par

¹⁶ Voir p.69 Expertise CRA International soumise par T-Mobile dans leur réponse à la communication des griefs ("Réponse CRA aux griefs").

rapport aux opérateurs de réseaux, et que, comme exposé ci-après, rien n'évoluera dans un avenir prévisible.

- (39) Un autre prestataire de service est YESSS!, qui a atteint depuis son entrée sur le marché en avril 2005 une part de marché de près de [<5]*%* en décembre 2005 (selon le nombre de clients)¹⁷. Il convient toutefois de souligner dans le cas de YESSS! qu'il ne s'agit pas d'un opérateur indépendant mais d'une filiale de l'exploitant de réseau ONE, qui propose par ailleurs ses services sur ce même réseau. YESSS! propose uniquement des packs prépayés distribués par l'intermédiaire d'un magasin discompte d'alimentation et *via* Internet. Les services proposés sont limités à la téléphonie vocale, aux SMS et à la mise à disposition de boîtes de messagerie, et n'incluent pas d'autres services tels que les services de données ou l'itinérance internationale. L'analyse de marchés a révélé que YESSS! ne peut pas être considéré comme une force indépendante sur le marché, mais comme seconde marque de ONE, qui s'est spécialisée dans le secteur du discompte.

2. Effets non coordonnés

- (40) Se fondant sur l'analyse de marchés, la Commission est parvenue à la conclusion selon laquelle l'élimination de tele.ring en tant qu'exploitant de réseau indépendant et la création d'une structure de marché regroupant deux exploitants de réseau d'importance similaire (Mobilkom et T-Mobile), un exploitant bien moins important (ONE) et un autre à peine lancé sur le marché (H3G) entraînent des effets non coordonnés, même si T-Mobile ne devient pas à l'issue de la transaction la société qui présentera la part de marché la plus élevée.

a. Analyse des parts de marché

- (41) Le rôle actif de tele.ring sur le marché se reflète au travers de l'évolution des parts de marché. Tele.ring a plus que doublé sa part de marché au cours des trois dernières années en termes de chiffre d'affaires ([5-10]*%) ou l'a quasiment multiplié par trois si on se fonde sur le nombre de clients (de [<5]*% à [5-15]*%). En revanche, des trois exploitants de réseaux établis, Mobilkom et T-Mobile principalement ont perdu des parts de marché considérables pendant cette période. En pourcentage, c'est T-Mobile qui a perdu pendant cette période le plus de parts de marché, passant de [20-30]*% à [15-25]*% eu égard au chiffre d'affaires généré, soit une diminution de sa part de marché de [10-20 %]*. Concernant les minutes de conversation, la position de tele.ring sur le marché est encore plus forte que sa part en termes de chiffre d'affaires et de clients. Ce faisant, la part de marché de l'opérateur atteindrait même environ [10-20]*%.
- (42) La transaction proposée conduirait à une importante symétrie entre les deux fournisseurs les plus importants Mobilkom et T-Mobile. Tandis que la part de marché de Mobilkom s'élève à environ [35-45]*% (sur la base du nombre de clients ou du chiffre d'affaires), celle de T-Mobile s'élèverait à près de [30-40]*% suite à la transaction proposée (à nouveau, sur la base du nombre de clients ou du chiffre

¹⁷ Selon l'analyse de sources indépendantes à la disposition de la Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH ("RTR"), la clientèle de YESSS! est évaluée à environ 250 000 à 260 000 personnes. Concernant le premier semestre 2005, YESSS! a réalisé une part de marché de près de [<5]*%* (sur la base du nombre de clients).

d'affaires). Les autres fournisseurs accusent beaucoup de retard. ONE présente une part d'environ [15-25]*% (ou environ [<5]*% de plus si l'on considère le nombre de clients de la société affiliée YESSS!). H3G a certes considérablement accru sa part de marché en 2004 ainsi qu'au cours du premier semestre 2005, mais elle n'est encore que de [<5]*% environ concernant les clients ou le chiffre d'affaires¹⁸.

- (43) L'analyse des parts de marché ne montre pas uniquement le rôle actif joué par tele.ring sur le marché au cours des trois dernières années, mais démontre également que cette société a été la seule à jouer un rôle aussi actif ayant permis d'augmenter sa part de marché. Il est vrai que H3G a également considérablement accru sa part de marché durant les 18 derniers mois, cependant H3G ne dispose pas de l'infrastructure de réseau complète et des fréquences, ainsi qu'indiqué aux considérants (103) et suivants, pour pouvoir faire pression à l'instar de tele.ring sur les autres exploitants de réseaux, et notamment Mobilkom et T-Mobile.

b. Évaluation de l'indice IHH¹⁹

- (44) Se fondant sur les parts de marché indiquées précédemment au considérant (32) par T-Mobile, l'indice IHH et le delta sont déterminés comme suit:

IHH							
		2004			1 ^{er} semestre 2005		
		Avant la concentration	Après la concentration	Delta	Avant la concentration	Après la concentration	Delta
Selon le chiffre d'affaires	le	[2500-3000]*	[3000-3500]*	[500-600]*	[2500-3000]*	[3000-3500]*	[500-600]*
Selon les clients	les	[2500-3000]*	[3000-3500]*	[500-600]*	[2500-3000]*	[3000-3500]*	[500-600]*

Source des données: formulaire CO, pages 51, 52

- (45) L'IHH et les variations delta se situent au-dessus des valeurs considérées comme non problématiques d'un point de vue de la concurrence dans les lignes directrices de la Commission relatives à l'appréciation des concentrations horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises²⁰ (ci-après dénommées les «lignes directrices horizontales»). Elles démontrent qu'il s'agit d'un marché fortement concentré et que le projet de concentration entraînera – en raison des variations delta considérables – un profond bouleversement de la structure du marché.
- (46) T-Mobile fait valoir dans le cadre de la notification que l'IHH résultant de la transaction proposée en Autriche est nettement plus faible que dans nombre d'autres Etats européens²¹. T-Mobile fait également valoir que les mesures applicables à l'IHH

¹⁸ Fin 2005, la part de marché de H3G s'était accrue pour atteindre environ [<5]*% (sur la base du nombre de clients).

¹⁹ Index Herfindahl-Hirschmann.

²⁰ JO 2004/C 31/03 du 5.2.2004, page 5, point 19 et suivant.

²¹ Selon les estimations de T-Mobile, l'IHH en Grande-Bretagne, Grèce, Allemagne, Italie et Pologne serait inférieur à l'issue de l'opération de concentration, tandis qu'il devrait augmenter aux Pays-Bas, en Suède,

sur le marché de la téléphonie mobile sont différentes de celles appliquées au domaine industriel puisqu'il s'agit, dans le cas des marchés de téléphonie mobile, de marchés de réseaux. Ces derniers sont soumis à la régulation nationale, et des frontières naturelles existent relativement au nombre d'opérateurs dès lors que l'établissement du réseau entraîne des frais d'investissement élevés. Certes, il est vrai que le nombre d'exploitants de réseaux est limité en principe et que dans d'autres Etats européens la concentration – conformément à l'IHH – est plus importante. Dans le cas présent toutefois, il ne s'agit pas d'une décision de régulation sur le nombre utile de réseaux devant être implantés en Autriche, mais d'une décision légale relative à la concentration et concernant la consolidation de deux réseaux existants. Il est donc peu pertinent de savoir quelles frontières naturelles existent dans le cadre de l'établissement de réseaux en raison des coûts élevés d'investissement ou quel est le nombre d'exploitants de réseaux en dehors de l'Autriche.

- (47) La partie notificante a fait valoir dans la notification ainsi que dans sa réponse à la communication des griefs que l'opération de concentration proposée entraînerait des gains d'efficacité. Elle cite sur ce point la déclaration de l'expert officiel de la TKK, selon laquelle l'intégration de réseaux induira une meilleure exploitation des capacités et la société bénéficiera par là même d'une dégression plus importante des coûts fixes qu'avant l'opération²². T-Mobile attire tout particulièrement l'attention sur le fait qu'une amélioration de l'équipement en gammes de fréquences, consécutivement à la concentration, permettra à T-Mobile d'établir son réseau à frais moindres que dans le cas d'un faible équipement en fréquences, sur le fait que ladite opération permet de réduire les frais nécessaires en vue de la rénovation et de l'amélioration de l'infrastructure, que le nombre des cellules radio pourra être réduit et la qualité de service améliorée, et enfin sur le fait que la concentration mènera à une réduction des coûts par client concernant le service clients et l'administration. Les lignes directrices horizontales prévoient toutefois que les avantages en matière d'efficacité doivent être utiles au consommateur et que cela s'applique davantage dans le cas des coûts variables et marginaux, mais non pour les coûts fixes. Dans le cas des coûts visés par T-Mobile, il s'agit de la réduction des coûts fixes, notamment en vue de l'établissement et de l'entretien du réseau. Concernant de pareilles économies sur les coûts, la Commission ne peut supposer d'une part que celles-ci seront répercutées sur le consommateur par la partie notificante. D'autre part, l'augmentation du nombre de clients, par laquelle T-Mobile justifie la diminution de ces coûts fixes par client, s'accompagne précisément d'une diminution des incitations de l'opérateur à attirer de nouveaux clients grâce à des offres agressives sur les prix. En effet, de telles offres devraient s'adresser, tout du moins à moyen terme, à l'ensemble de la clientèle, de sorte à entraîner une baisse globale de la rentabilité de la clientèle pour T-Mobile. Ces différents points sont expliqués plus en détail ci-après aux considérants (76) et suivants. Il paraît donc improbable de voir l'opération de concentration proposée entraîner d'importants avantages en matière d'efficacité conformément au règlement sur les concentrations²³.

Espagne, Hongrie, Portugal, Belgique, République tchèque, France, en Irlande et en Suisse, notification p. 53.

²² Expertise officielle de la TKK dans les procédures y relatives Z 2, 7, 8, 9, 11/05, S. 21.

²³ Cf. concernant les gains d'efficacité considérés dans le cadre du règlement sur les concentrations, les lignes directrices horizontales de la Commission sur l'appréciation des concentrations horizontales au

- (48) La soumission partielle des réseaux mobiles à la régulation de l'État ne revêt pas de caractère important dans la mesure où le marché autrichien ici concerné des services de téléphonie mobile pour le consommateur final n'est notamment pas soumis concrètement à la régulation autrichienne.

c. Changement d'opérateur

- (49) L'analyse des données relatives aux parts de marché suggère que tele.ring a conquis un nombre important de clients ayant quitté T-Mobile et Mobilkom.
- (50) Ceci est étayé plus en détails par les informations rassemblées par le régulateur autrichien sur la base de la portabilité du numéro. Cette possibilité de portabilité d'un numéro attribué une fois lors de tout changement d'opérateur en Autriche n'est offerte que depuis octobre 2004. En 2005, plus de la moitié de tous les clients ayant changé d'opérateur en recourant à la portabilité du numéro ont rejoint tele.ring, et 57 % à 61 % des clients de T-Mobile et Mobilkom ayant changé d'opérateur en recourant à ce même service ont également rejoint tele.ring²⁴. H3G se positionne en seconde position derrière tele.ring pour l'année 2005, avec près de 20 % de clients ayant également recouru à la portabilité du numéro.
- (51) Même si ces clients qui ont opté pour la portabilité du numéro ne représentent qu'une partie des clients ayant changé d'opérateur, cette analyse indique encore que tele.ring exerce la plus forte pression concurrentielle, notamment sur Mobilkom et T-Mobile²⁵. De même, l'étude économique présentée par T-Mobile dans la notification présuppose que les données relatives à la portabilité du numéro sont les plus intéressantes eu égard à l'analyse du comportement de ces clients²⁶. Dans sa réponse à la communication des griefs, la partie notifiante a, à l'inverse, qualifié un tel comportement de «douteux», avançant comme argument que les données ne reflétaient qu'une partie des clients qui avaient changé d'opérateur sur une période déterminée, qu'elles induisaient une évolution de ce type de comportement dès lors que seuls tele.ring et H3G compensaient les coûts relatifs à la portabilité du numéro à hauteur de 19 EUR. En outre, ces données ne prenaient pas en compte que nombre de clients avaient ensuite quitté tele.ring, que les numéros de Mobilkom et T-Mobile seraient considérés comme un meilleur gage de qualité et que leurs clients préféreraient davantage conserver leur numéro que les clients de tele.ring et H3G²⁷.
- (52) Il convient de rejeter ces arguments. Les données relatives au portage du numéro d'appel considèrent évidemment les clients ayant quitté tele.ring en conservant leur

regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises, point 79 et suivant.

²⁴ Il résulte de la comparaison du nombre de clients ayant rejoint tele.ring avec le nombre de clients ayant quitté l'opérateur un solde net très important de clients conquis par tele.ring.

²⁵ Le sens de la conclusion tirée dans l'étude CRA présentée par la partie notifiante (ci après « l'étude CRA ») est similaire lorsque celle-ci constate que [...]*, voir p. 9, 47.

²⁶ Voir étude CRA de la notification, page 43.

²⁷ Voir point 35 et suivant de la réponse des parties à la communication de griefs et p. 64 et suivante de la réponse CRA aux griefs.

numéro. Ainsi la quantité totale mentionnée précédemment concernant les clients ayant changé de fournisseur inclut également ceux qui ont quitté tele.ring. On ne sait du reste pas pour quelles raisons les clients de tele.ring devraient attacher moins d'importance à leur numéro respectif que ceux de Mobilkom et T-Mobile, d'autant plus qu'ils téléphonent beaucoup et sont donc particulièrement intéressés par la conservation de leur numéro, comme en atteste l'explication ci-après aux considérants (82) et suivants.

- (53) On ne peut par ailleurs admettre que la compensation ou même la seule publicité en matière de compensation des frais de modification puissent en altérer l'image. Selon l'argumentation de la partie notifiante au contraire, les clients quittant leur fournisseur pour Mobilkom, T-Mobile ou ONE en raison d'exigences de qualité particulières s'accommodent de frais de modification plutôt insignifiants dans le but de conserver leur numéro. La compensation des frais de modification ne peut d'ailleurs être considérée séparément, mais uniquement dans le cadre des offres destinées aux clients désireux de quitter leur opérateur. Ainsi T-Mobile peut ne pas compenser directement les 19 EUR, mais il accorde par exemple à ses nouveaux clients une remise de 50 EUR sur une sélection de tarifs, dans le cas où le client n'a pas besoin de terminal - comme cela devrait souvent être le cas pour les clients désireux de quitter l'opérateur ayant déjà téléphoné auparavant avec leur numéro.
- (54) Il convient donc de considérer que les données rassemblées par le régulateur autrichien et relatives au comportement de ces clients dans le cadre de la portabilité du numéro concernent une portion représentative de l'ensemble du marché et constituent notamment un échantillon plus fiable que les sondages réalisés par des instituts commerciaux de recherche de marchés qui incluent nécessairement un nombre inférieur de clients. La partie notifiante reconnaît une fois encore dans la réponse à la communication des griefs que ces données sont intéressantes du point de vue des reports – ce qui relativise même fortement l'affirmation d'une altération systématique de l'image.²⁸

d. Évolution des prix sur le marché

Évolution de la durée d'appel²⁹

- (55) La Commission a par ailleurs analysé les prix moyens par minute en incluant tous les tarifs des différents opérateurs de réseaux et en se fondant sur les données du régulateur autrichien des télécommunications pour la période 2001 – 2005³⁰. Pour des raisons de confidentialité, seuls les graphiques de T-Mobile et tele.ring sont reproduits en annexes. Ils montrent que les prix ont tendu à baisser constamment au cours de la période visée et que tele.ring a proposé ses prestations depuis le troisième

²⁸ Voir p. 67 de la réponse CRA aux griefs.

²⁹ Selon la définition du régulateur, la durée d'appel équivaut au nombre de minutes effectives, c'est-à-dire les minutes consommées et facturées, utilisées *via* l'interface air. Elles correspondent *grasso modo* aux minutes originantes.

³⁰ Les données sont collectées chaque trimestre par le régulateur autrichien sur la base d'un décret d'application de l'article 90, alinéa 2 de la loi autrichienne sur les télécommunications ainsi que dans le cadre de procédures intentées par les exploitants de réseaux de téléphonie mobile.

trimestre 2002 à des tarifs à la minute nettement inférieurs à ceux des trois autres exploitants, et depuis le premier trimestre 2002 à des tarifs à la minute inférieurs à la moyenne sur le marché.

- (56) Il ressort en outre des données mises à disposition de la Commission et concernant les autres concurrents que le prix de la minute proposé par Mobilkom et ONE est sensiblement identique à T-Mobile et que, de ce fait, tele.ring se situe bien en deçà des tarifs pratiqués par les trois fournisseurs leaders. Le graphique concernant le prix moyen de la minute d'appel proposé pour tous les fournisseurs de téléphonie mobile sur le marché des clients finaux confirme cette constatation. Les prix moyens pratiqués par H3G sont en revanche sensiblement similaires aux prix pratiqués par tele.ring, mais ne sont pas plus compétitifs.

Comparaison des tarifs dans le cadre d'une utilisation standard

- (57) Une comparaison avec les résultats du calculateur de prix de la Chambre fédérale du travail (organisation de droit public) (ci-après dénommée «AKWien»)³¹ confirme largement le résultat de l'analyse de prix mentionnée ci-dessus au considérant (55). La simulation a été faite sur le calculateur en utilisant des profils de consommation typiques de l'utilisateur de téléphone mobile, associés à un volume de conversation mensuel échelonné de 30 à 480 minutes sur la base des tarifs applicables en octobre 2005. D'autre part, le volume par minute de l'utilisateur moyen (privé/professionnel et prépayé), donné respectivement par T-Mobile et tele.ring comme dans l'annexe 39 et 40 de la notification, a été établi pour la simulation sur le calculateur.

Non prise en compte des subventions sur les terminaux

- (58) Une étude présentée par T-Mobile au cours de la procédure dénonce comme faiblesses du comparateur de tarifs de l'AKWien le manque de considération des subventions pour les appareils terminaux, le manque de considération des promotions à court terme ainsi que des écarts de facturation du temps de conversation. L'étude constate qu'il n'existe actuellement en Autriche aucun comparatif public incluant ces paramètres. Elle reconnaît en conséquence que le comparateur de prix de l'AKWien est «utile» et s'appuie elle-même sur plusieurs comparatifs établis par lui.
- (59) L'étude «corrige» en outre les résultats du calculateur de l'AKWien en tenant compte des subventions pour les appareils terminaux, et vise à démontrer qu'au travers de cette prise en compte des dites subventions les résultats du calculateur de l'AKWien doivent être considérés différemment; dans tous les cas, tele.ring n'est plus l'opérateur le moins cher³². Suite aux critiques exprimées dans la communication de griefs et

³¹ L'AKWien propose aux consommateurs autrichiens ses conseils et son aide sur les questions de consommation. Concernant l'offre de prestation en rapport avec la téléphonie, les consommateurs peuvent retrouver les opérateurs les plus intéressants sur les réseaux fixes comme mobiles à l'aide d'un calculateur en ligne (celui-ci considère uniquement les tarifs actuellement disponibles). L'AKWien publie en outre des classements tarifaires à intervalles réguliers avec son indicateur de tarifs, dans lesquels tous les modèles de tarifs – selon le type de tarif – et les coûts respectifs sont communiqués.

³² Concernant les deux autres paramètres critiqués non pris en compte, à savoir les promotions et les écarts de facturation du temps de conversation, l'étude ne propose aucune méthode de calcul alternative. L'importance de la correction du prix des appareils terminaux sera encore soulignée dans la réponse de T-Mobile du 17 novembre 2005 à la décision de la Commission d'ouvrir la procédure.

selon lesquelles ce «calcul de correction» reposerait uniquement sur les estimations de T-Mobile et ni les évaluations des subventions, ni la méthode de calcul ne seraient compréhensibles en se fondant sur l'étude³³, T-Mobile a présenté dans la réponse à la communication de griefs des exemples de calculs relatifs aux estimations des subventions³⁴. Ces calculs s'appliquent toutefois uniquement sur les exemples de H3G, dont les appareils 3G sont devenus nettement plus onéreux en 2005 que les appareils 2G proposés par les autres exploitants³⁵. Ceci démontre déjà le manque de portée de l'évaluation visant à inclure dans les considérations les subventions pour les appareils terminaux : la plupart des clients de H3G utilisent ces appareils, comme exposé ci-après aux considérants (65) et suivants, non dans le cadre de services multimédias mais pour la téléphonie vocale et d'autres services (les SMS par exemple) pour lesquels des appareils 2G peuvent également être utilisés. Ainsi ces chiffres indiquent uniquement pour H3G que l'opérateur devait notamment subventionner ses appareils terminaux afin de pouvoir tenir tête aux exploitants 2G, et non que les clients ont opté en faveur de H3G à cause de la particularité des appareils. En revanche, l'étude ne donne à nouveau que des chiffres et des estimations d'ordre général eu égard à T-Mobile et tele.ring, sans les étayer.

- (60) On ne peut du reste comprendre ces différences, même en se fondant sur les informations présentées au cours de la procédure par T-Mobile et tele.ring et relatives aux dépenses effectives faites dans le but de subventionner les appareils terminaux. Tandis que les subventions de T-Mobile s'élevaient en chiffres absolus à [...] millions d'euros pour l'année 2004, celles de tele.ring étaient de [...] millions d'euros (nouveaux et anciens clients). Ce qui représente un montant de [...] euros par client pour T-Mobile et [...] euros pour tele.ring. Et même sans tenir compte des clients prépayés (puisque ceux-ci se voient accorder une subvention bien plus faible), ce montant s'élevait à [...] euros par client pour T-Mobile et [...] euros pour tele.ring³⁶. Certes, la réponse à la communication de griefs fait valoir que ce procédé est erroné dès lors que seuls les nouveaux clients et les contrats reconduits ont bénéficié d'un appareil subventionné. Mais cette remarque concerne de la même manière la méthode employée dans l'étude présentée par T-Mobile: les estimations de l'étude concernent uniquement les nouveaux clients, mais n'abordent pas les subventions sur les terminaux dans le cas de reconductions de contrats. Dans la situation présente, il paraît en outre judicieux d'étendre, contrairement à la critique mentionnée dans l'étude, les subventions à l'ensemble de la clientèle, comme suggéré. En effet, ces subventions s'adressent à une clientèle existante à laquelle on propose des appareils subventionnés sur une base renouvelable, pour les nouveaux clients ou les reconductions de contrats à l'issue de la période contractuelle.

³³ Par exemple, l'étude fait uniquement référence à des *subsidies comparison* comme source de l'évaluation des différentes valeurs mais sans en expliquer le sens.

³⁴ Voir p. 53 et suivante du rapport CRA (communication des griefs).

³⁵ Voir rapport CRA (communication des griefs), p. 53 et suivante. T-Mobile concède également que les subventions accordées pour les appareils terminaux par H3G en raison de sa capacité 3G sont plus élevées, cf. note 123.

³⁶ Se fondant sur le nombre de clients communiqué en annexe 39, 40 du formulaire CO.

- (61) Par ailleurs, les estimations présentées par l'étude ne sont en aucun cas comparables aux chiffres réels présentés par T-Mobile et tele.ring. Les estimations de T-Mobile pour l'année 2004 se fondent sur les subventions accordées aux nouveaux clients à hauteur de [...] euros pour tele.ring et [...] euros pour T-Mobile³⁷. Selon les chiffres réels³⁸, tele.ring a dépensé davantage que ce montant pour chaque client existant, tandis que T-Mobile n'a dépensé que [...] du budget estimé. Il convient donc de retenir que les subventions de tele.ring, telles que effectivement versées, étaient [...] à celles de T-Mobile et que par conséquent [...].
- (62) Compte tenu des difficultés liées à la prise en compte d'autres paramètres, le comparateur de prix de l'AKWien semble donner pour la période actuelle les informations les plus précises concernant la situation tarifaire sur le marché autrichien de la téléphonie mobile et concentre la comparaison sur les tarifs de la prestation réelle des opérateurs de téléphonie mobile, à savoir l'offre de services de téléphonie mobile. Cette approche est équivalente à l'analyse du prix moyen par minute technique tel que montrée au considérant (55), sur la base des données du régulateur des télécommunications. Encore ici, le prix moyen par minute est comparé sans tenir compte des subventions pour les appareils.

Résultats de l'évaluation des profils d'utilisateurs standard

- (63) Un profil d'utilisateur standard a été considéré en octobre 2005 avec un volume de minutes situé entre 30 et 480 minutes (par tranches de 30 ou 60 minutes³⁹); tele.ring s'est révélé être l'opérateur le moins cher dans six cas et H3G dans quatre. Le second opérateur le moins cher après tele.ring était H3G dans quatre cas, ainsi que T-Mobile et Mobilkom dans un cas chacun, et tele.ring occupait la seconde place après H3G dans les quatre cas.
- (64) Le tableau est similaire dans le cadre des profils d'utilisateurs moyens concernant T-Mobile et tele.ring. Sur six profils étudiés, tele.ring s'est révélé être l'opérateur le moins cher dans cinq cas et H3G dans un seul. H3G était à cinq reprises le second opérateur le plus avantageux et tele.ring uniquement dans le dernier cas⁴⁰.

Comparaison des tarifs de l'AK Wien de 2003 à 2005

- (65) Outre les simulations établies par le calculateur de prix de l'AKWien, les comparatifs de prix mensuels pour l'année 2003 à 2005 (premier semestre) ont été analysés. La

³⁷ Voir page 58, note 123 de la réponse CRA aux griefs.

³⁸ Chiffres du 10 janvier 2006 soumis par T-Mobile et tele.ring.

³⁹ Face à des volumes de données vocales croissants, la largeur incrémentielle s'est effectuée en tranches de 60 minutes uniquement. En effet, le calculateur de prix n'établissait aucune différence dans la hiérarchie quant à savoir si les durées des conversations étaient désormais introduites par tranches de 30 ou de 60 minutes.

⁴⁰ YESSS! s'est révélé être l'opérateur le plus intéressant dans certains des cas concernés. Il ne peut toutefois pas être comparé à tele.ring puisqu'il n'offre, comme exposé plus en détails ci-après, qu'un éventail de services très restreint et dépend intégralement de la société mère, ONE, sur le plan de sa position concurrentielle.

vue d'ensemble inclut tous les modèles de tarifs courants des opérateurs de téléphonie mobile en Autriche. L'AKWien distingue trois types d'utilisateurs différents: le type «débutant», le type «familial» et le type «jeune», chacun avec un volume mensuel de 90 ou 180 minutes, partagé selon les clients contractuels et les clients prépayés.

- (66) Les estimations des comparatifs tarifaires mensuels pour l'ensemble de la période (de 2003 jusqu'au premier semestre 2005) concernant tous les types d'utilisateurs révèlent que tele.ring proposait le plus souvent les tarifs les plus intéressants, dans près de 33 % des cas. Suivi par H3G avec près de 29 %⁴¹. T-Mobile, ONE et Mobilkom affichaient beaucoup moins fréquemment les tarifs les plus intéressants (T-Mobile dans environ 15 % des cas, Mobilkom et ONE dans environ 2 % chacun).
- (67) Une autre analyse a été menée pour la période actuelle de janvier à août 2005. Par-delà les distinctions mentionnées au considérant (65), tele.ring est à nouveau apparu dans 46,5 % des cas comme l'opérateur le moins cher, YESSS! dans 29,1 % des cas et H3G dans 24,6 %.
- (68) L'analyse concernant les clients contractuels, qui représentent la grande majorité des clients de tele.ring (plus de 77 %), est particulièrement importante. tele.ring s'est révélé être pour 58,1 % de ces clients l'opérateur le moins cher et H3G pour 41,9 % (la clientèle contractuelle de H3G représente environ [60-70]* %).
- (69) À l'inverse dans le secteur prépayé, YESSS! est apparu comme l'opérateur le moins cher dans 58,1 % des cas (il convient d'ailleurs de considérer l'offre limitée de service YESSS! présentée ci-dessous), tele.ring dans 34,9 % des cas et H3G dans 7 %. Aucun autre opérateur n'est apparu comme étant le moins cher dans le cadre de ce comparatif de l'AKWien.
- (70) La marque bon marché YESSS!, seulement entrée sur le marché en avril 2005, est dans certains cas légèrement plus intéressante que tele.ring en fonction des profils d'utilisation étudiés. Il convient toutefois de considérer que YESSS!, comme exposé au considérant (39), ne propose que des services de téléphonie mobile très restreints et n'est de ce fait que partiellement comparable à tele.ring et d'autres exploitants. YESSS! ne propose notamment qu'un tarif prépayé (avec un prix fixe à la minute), mais pas de contrats postpayés⁴². On dénote particulièrement le manque de comparabilité avec tele.ring, dont plus de [...] des clients disposaient d'un abonnement postpayé à la fin du deuxième trimestre 2005⁴³. Le service proposé par YESSS! est aussi limité: par exemple, les clients de YESSS! ne peuvent pas recourir aux services d'itinérance, et les cartes SIM de YESSS! ne peuvent être rechargées que *via* Internet ou au moyen de coupons à partir de quelques points de distribution. L'attitude concurrentielle de YESSS! est par ailleurs limitée en raison de sa position

⁴¹ Au cours de cette estimation, YESSS! était l'opérateur le plus avantageux dans 6 % des cas. Dans les autres cas, un des opérateurs restants était le plus avantageux, en particulier Tele2.

⁴² Un grand consommateur chez YESSS! doit souvent recharger sa carte avec un crédit élevé, afin de pouvoir téléphoner à sa guise et longtemps. Ceci restreint considérablement le confort d'appel par rapport à un contrat postpayé.

⁴³ Voir annexe 15 de la notification.

en tant que société affiliée de ONE, comme explicité plus en détails au considérant (110).

- (71) La partie notifiante a fait valoir dans la réponse à la communication de griefs que la situation avait entre-temps évolué et que tele.ring n'était plus en tête des estimations de l'AK Wien. La Commission a donc à nouveau analysé le comparateur de tarifs de l'AK Wien en mars 2006. Elle a examiné trois volumes de minutes pour le type «débutant» (30 – 90 minutes), le type «familial» (60 – 180 minutes) et le type «jeune» (60 – 180 minutes). Dans le cadre des tarifs postpayés, d'une particulière importance pour les clients de tele.ring, l'opérateur occupait la première position avec 55 %, H3G avec 33 % en seconde position. De toutes les catégories de tarifs, tele.ring occupait la première place dans 22 % des cas, le nouveau tarif proposé par YESSS! dans 55 % et le tarif normal de YESSS! dans 22 % des cas également.⁴⁴ Il convient cependant de souligner de manière générale la pertinence très limitée de cette dernière analyse. Il s'agit tout d'abord d'une évaluation ponctuelle de la situation en mars 2006, alors que les analyses considéraient auparavant une période plus étendue et s'avéraient de ce fait beaucoup plus représentatives pour la stratégie de tele.ring. D'autre part, le contrat de cession de tele.ring avait déjà été conclu en juillet 2005. La Commission ne peut considérer que tele.ring, dès la conclusion du contrat de cession et au cours de l'examen légal de l'opération de concentration, adoptera nécessairement une stratégie agressive comparable à une société ayant un avenir indépendant.

Résumé

- (72) Il convient de conclure sur la base de ces diverses considérations que tele.ring était l'opérateur le plus actif sur le marché au cours de la période étudiée de 2002 à 2005, qu'il exerce notamment une pression concurrentielle considérable sur T-Mobile et Mobilkom et qu'il est en mesure de discipliner de manière décisive leur marge de fixation des prix. L'analyse de prix suggère d'ailleurs que tele.ring a joué le rôle d'un «franc-tireur» sur le marché.
- (73) L'étude CRA présentée au cours de la procédure par T-Mobile permet d'aboutir à une conclusion similaire. Se fondant sur la forte interaction entre tele.ring et T-Mobile sur la base des taux d'échange déjà traités aux considérants (50) et suivants, l'étude conclut que «*[L']*indice d'interaction élevé de tele.ring signifie que sa part de marché sous-estime son importance concurrentielle*»⁴⁵. Une autre étude CRA souligne dans la réponse à la communication de griefs que, compte tenu des prix élevés, Mobilkom est le dernier concurrent de T-Mobile, et la réponse explique encore que «*les clients ayant rejoint tele.ring ne sont éventuellement, en raison de la stratégie de tele.ring orientée par rapport au groupe cible, que faiblement incités à rejoindre des*

⁴⁴ Le nouveau tarif de YESSS! présente, en plus des restrictions normales présentées auparavant pour l'opérateur, la particularité d'un décompte 90/60, c'est-à-dire que la première 1,5 minute est indivisible et la facturation est ensuite effectuée à la minute. Ce type de décompte, très peu avantageux comparé aux autres tarifs (normalement avec un décompte 60/30) induit en pratique des frais considérablement plus élevés qui n'apparaissent toutefois pas dans le comparateur de tarifs de l'AK Wien.

⁴⁵ Notification étude CRA, page 46.

opérateurs établis uniquement en raison du prix puisque ceux-ci affichent, le cas échéant, des tarifs plus élevés»⁴⁶.

e. Structures d'incitation

- (74) Les moyens d'incitation d'un opérateur afin de conquérir de nouveaux clients en proposant des offres agressives sur les prix sont du reste déterminés – sur la base d'un réseau existant – par l'ampleur même de la clientèle.
- (75) L'industrie de la téléphonie mobile est caractérisée par d'importants investissements en vue de la création d'un réseau couvrant 98 % de la population (contrainte imposée par la réglementation dans le secteur 2G), par les coûts afférant à l'exploitation du réseau et largement indépendants des minutes effectivement utilisées, et par des coûts variables relativement moindres.
- (76) C'est pourquoi les exploitants de réseaux sont avant tout incités à ce qu'un maximum de clients utilisent aussi pleinement que possible leurs capacités. Ceci s'applique tout particulièrement aux exploitants de réseaux qui sont tenus de se constituer cette clientèle afin d'être en mesure de récupérer les frais d'investissement relatifs au réseau et de couvrir les frais d'exploitation de ce dernier. Il est de ce fait primordial pour lesdits exploitants de rallier de nouveaux clients grâce à des offres agressives sur les prix, dès lors qu'ils ne disposent pas d'une clientèle sûre et suffisamment importante. On peut alors expliquer la manière d'agir de tele.ring et H3G, qui se devaient en premier lieu de créer leur base de clients et doivent encore poursuivre dans cette voie-là. Au cours de la période 2002 – 2005, tele.ring n'a pas fait qu'augmenter considérablement le nombre de ses clients, il a également réussi à augmenter son chiffre d'affaires et accroître de manière significative sa rentabilité, malgré une baisse des tarifs.
- (77) Les incitations varient selon l'ampleur de la clientèle. La conquête de nouveaux clients grâce à de nouvelles offres et des tarifs agressifs mènera à une plus faible rentabilité de la clientèle existante étant donné que les conditions de tels tarifs doivent également être appliquées à celle-ci. Mais cette répercussion n'est pas nécessairement ressentie immédiatement : il est possible d'établir une distinction entre les tarifs des nouveaux clients et ceux des clients existants (particulièrement lorsque les offres ne promettent que des avantages limités dans le temps, tels qu'une diminution du tarif de base ou une augmentation du volume de minutes pendant les premiers mois de la relation avec le client). Dans le temps toutefois, la diminution des tarifs pour les nouveaux clients aura également des répercussions, tout du moins à moyen terme, sur les clients existants qui n'accepteront pas le maintien d'une telle différence; l'opérateur pourra alors craindre de perdre cette clientèle. Ainsi, plus la clientèle est importante, moins il est probable de proposer des tarifs peu élevés aux nouveaux clients. En effet, l'éventuelle perte de gains par rapport à la clientèle existante ne serait plus compensée par les recettes supplémentaires attendues des nouveaux clients. De plus, à partir d'un certain nombre de clients, le flux de recettes généré par la clientèle permet à l'opérateur d'amortir les investissements liés à la création du réseau ainsi que les frais d'exploitation de ce dernier.

⁴⁶ Réponse CRA aux griefs, p. 11 ; Réponse à la communication de griefs, point 40.

- (78) tele.ring et H3G pouvaient de ce fait proposer par le passé une offre tarifaire agressive sur le marché, puisque les nouveaux clients ralliés grâce à cette offre avaient en tout cas plus que compensé les baisses de prix éventuelles se rapportant aux clients existants. Ni Mobilkom ni T-Mobile n'ont en revanche modifié les prix sur le marché à cette époque en proposant des offres particulièrement agressives, ce qui s'explique par le nombre important de leurs clients existants, également exprimé au travers des parts de marché des deux sociétés. La transaction proposée n'engendrerait pas uniquement le retrait du marché de tele.ring en tant qu'opérateur indépendant, mais elle permettrait également d'accroître considérablement la clientèle de T-Mobile. Ainsi, l'effet d'une diminution de la rentabilité de la clientèle consécutive à une réduction tarifaire jouerait pour T-Mobile un rôle encore plus important que par le passé, tandis que dans un même temps les nouveaux clients ne peuvent compenser ces pertes de recettes en raison du nombre significatif de clients existants.
- (79) On peut donc en déduire que la volonté de tele.ring à mener une concurrence très active en matière de tarifs résulte du nombre de ses clients actuels. T-Mobile n'a jusqu'à présent pas suivi de stratégie similaire et les motifs incitant à poursuivre une telle stratégie continuent de perdre de leur importance en raison de l'alliance prévue entre T-Mobile et tele.ring.
- (80) L'analyse de marchés indique en outre que la stratégie de prix agressive appliquée par tele.ring lui a permis d'attirer des segments de clientèle particulièrement sensibles aux prix. Ces clients ont réagi aux réductions tarifaires en prolongeant la durée de leurs appels. Ceci qui a permis à tele.ring d'accroître encore les recettes moyennes réalisées grâce à ses clients de la fin de l'année 2002 jusqu'au début de l'année 2004, et ce en dépit de réductions tarifaires répétées. La forte sensibilité aux prix démontrée par ses propres clients a permis d'augmenter la rentabilité de la stratégie de prix agressive adoptée par tele.ring bien au-delà de l'effet justement décrit au considérant (77).
- (81) Par ailleurs, d'autres facteurs peuvent avoir joué un rôle dans la stratégie de tele.ring visant à conquérir de nouveaux clients grâce à des offres agressives sur les prix. Ainsi que le montre une étude de consommateurs, cette tendance correspond également à la position de la marque tele.ring, considéré comme particulièrement bon marché, mais qui n'est cependant pas reconnu pour d'autres facteurs tels que la qualité, l'innovation ou le service.

f. Importance d'un réseau national/Motifs d'incitation pour les exploitants de réseaux

- (82) La structure et la couverture du réseau constituent un autre facteur de la fixation des prix par les opérateurs de téléphonie mobile.
- (83) L'importance d'un réseau national présentant une couverture aussi étendue que possible résulte en premier lieu des exigences du client. Selon l'analyse de marchés, une couverture aussi étendue que possible sur l'ensemble de l'Autriche constitue un argument décisif dans la conquête de clients désireux de pouvoir utiliser leur téléphone portable sur l'ensemble du territoire et de rencontrer le moins de problèmes possible par rapport à leur connexion.
- (84) Un opérateur détermine aussi ses prix de façon différente s'il ne possède pas son propre réseau mais doit acheter des minutes à d'autres opérateurs pour assurer une couverture nationale. Posséder son propre réseau engendre tout d'abord des frais

d'investissement élevés lors de son établissement puis des frais d'exploitation dépendants pour l'essentiel de la structure du réseau et non du nombre concret de minutes utilisées. À l'inverse, le rachat de capacité de téléphonie mobile dans le cadre d'un contrat d'itinérance nationale au niveau du commerce de gros est principalement calculé en fonction des minutes utilisées. Il s'agit donc de coûts marginaux (variables) dont on suppose qu'ils sont considérés par l'opérateur (en plus de ses autres coûts variables) comme limite inférieure pour les prix des minutes facturées à ses clients. En recourant à l'itinérance internationale, l'opérateur de téléphonie mobile ne peut réaliser aucune économie d'échelle comparable à l'économie réalisable dans le cas d'un réseau propre, étant donné que les frais liés à l'utilisation de minutes de conversation conformément à son contrat de fourniture augmentent avec la hausse de la vente de ces minutes de conversation.

- (85) À l'inverse, les investissements ainsi que les frais liés à l'exploitation du réseau ne constituent pas des coûts variables pour un exploitant. C'est pourquoi ils n'influencent pas directement le prix de la minute vendue au client. Concernant ces coûts, l'exploitant de réseau est particulièrement incité à réaliser des économies d'échelles (dans le cadre de la capacité de réseau existante) puisque les frais encourus pour l'établissement et l'exploitation du réseau sont pour la plupart indépendants des minutes utilisées.
- (86) Ces considérations ne font apparaître aucune différence notable dans les incitations de Mobilkom, T-Mobile, ONE et tele.ring dès lors que ces différents exploitants disposent tous de réseaux GSM pourvus d'une couverture nationale d'au moins 98 % (contrainte imposée par la réglementation) et ne doivent – théoriquement – utiliser aucun autre réseau pour servir leurs clients en Autriche.
- (87) Lesdites considérations présentent toutefois certaines différences eu égard à H3G. Le réseau d'H3G couvre près de 50 % de la population autrichienne (ce qui correspond à la contrainte imposée par le régulateur autrichien des télécommunications pour la fin 2005) et environ [2-8 %]* du territoire autrichien. Concernant la couverture du reste de la population, H3G acquiert des minutes de conversation dans le cadre d'un contrat d'itinérance nationale avec Mobilkom. Cela implique pour H3G des coûts variables pour chaque minute consommée par ses clients en dehors de son réseau propre, ce qui se répercute sur la fixation de ses prix. Les incitations d'H3G relatives à ces minutes varient du reste considérablement puisque la société ne peut réaliser d'économies d'échelle comparables à celles que pourraient réaliser un exploitant de réseau par rapport à ces mêmes minutes. Aussi, les incitations de H3G à conquérir des clients sont sensiblement plus importantes dans les régions où il possède son propre réseau que dans les régions où ses clients téléphonent davantage dans le cadre du contrat d'itinérance nationale. Ce qui montre que H3G ne peut être considéré que partiellement comme un véritable exploitant de réseau, alors qu'il possède les caractéristiques d'un MVNO.

g. Capacité de réseau

- (88) Posséder une capacité de réseau suffisante constitue une condition *sine qua non* pour le service des clients existants et en principe également un motif incitant à en conquérir d'autres. Toutefois, une capacité de réseau suffisante ne signifie pas pour autant que l'opérateur qui maximise son profit diminue obligatoirement ses tarifs en cas de capacité libre et ce afin d'attirer de nouveaux clients, ni qu'il comble cette capacité car – comme mentionné au considérant (55) – la rentabilité de sa clientèle

s'en trouverait réduite. Ceci doit être pris en considération dans les réflexions relatives à la capacité du réseau.

Capacités de réseau actuelles

- (89) La capacité de réseau⁴⁷ est déterminée tant à l'aide de la gamme de fréquences disponible que du nombre de stations à l'intérieur d'une cellule radio qui transmettent des signaux radio entre le terminal mobile et l'antenne⁴⁸. La portée géographique des signaux d'une cellule radio est fonction de la topographie sur le site ainsi que du volume du signal et du trafic attendus. Dans les zones rurales à faible trafic téléphonique, une cellule radio peut couvrir une distance d'environ 10 à 20 km autour du lieu d'implantation. Il peut toutefois s'avérer utile d'établir plusieurs cellules radio également dans ces zones rurales, lorsque l'on attend un trafic plus élevé mais limité dans le temps, par exemple en raison d'une affluence de touristes. Les zones urbaines nécessitent généralement davantage de cellules radio puisque le trafic y est d'ordinaire plus élevé. Enfin, il est nécessaire d'intensifier encore plus la présence de cellules radio au niveau des centres à fort trafic téléphonique.
- (90) En règle générale, la gamme de fréquences disponible détermine également la capacité d'un réseau de téléphonie mobile. Dans le cas d'une gamme de fréquence moins importante, la consolidation d'un réseau est plus onéreuse puisqu'un nombre plus important de stations et de cellules radio doit être installé. L'attribution des fréquences entre les différents exploitants de réseaux autrichiens est la suivante:

Exploitant	Largeur de bande simple GSM			UMTS couplé ⁴⁹
	900 MHz	1 800 MHz	Total	

⁴⁷ T-Mobile considère dans sa notification (parag. 9.2.C) la capacité de réseau en tant que fonction de l'équipement de fréquence en relation avec les utilisateurs, c'est-à-dire les clients par MHz. L'étude CRA introduite au cours de la procédure présente la capacité de réseau en tant que fonction de l'équipement de fréquence en relation avec les minutes de conversation, c'est-à-dire les minutes de conversation par MHz. Aucune de ces procédures d'évaluation cependant ne représente l'exploitation de la capacité de réseau de manière appropriée. Selon les déclarations de la RTR et des différents concurrents, la portée totale d'une fréquence est utilisable sur chaque station. Il n'y a que dans le cas de la 2G que l'on ne peut recourir à une fréquence identique en raison des interférences avec les cellules directement voisines. Une telle déclaration est appuyée par la réponse de T-Mobile à la demande de renseignements du 29 septembre 2005, selon laquelle le dimensionnement d'un réseau de téléphonie mobile est opéré en fonction des cellules. Il apparaît ainsi que la combinaison entre la bande de fréquences et le nombre de participants ou les minutes de conversation n'est aucunement pertinente dans la prise en considération de la capacité. Ni le nombre de participants ni les minutes de conversation ne sont établis en se rapportant à une cellule, mais représentent des valeurs absolues pour un réseau.

⁴⁸ La conversation est transmise de l'antenne vers un réseau fibre optique directement relié ou vers une interface de réseau fibre optique, par l'intermédiaire de faisceaux hertziens. Dans les deux cas, l'exploitant poursuit la transmission de la conversation sur un réseau câblé. Si le destinataire est situé sur un réseau fixe, le signal de conversation reste sur ce même réseau. S'il est situé sur un réseau mobile, la conversation est orientée vers la cellule radio correspondant à l'appareil terminal mobile, et la conversation est transmise à l'appareil à partir de cette cellule sans aucun fil.

⁴⁹ Certains opérateurs, tels que Mobilkom et T-Mobile, disposent de fréquences UMTS dans le spectre non couplé. Selon l'analyse de marchés, cette gamme de fréquences n'est pas utilisable actuellement d'un point de vue technologique, et compte tenu du fait qu'on ne puisse prévoir quand elles pourront être

Mobilkom	17	15	32	2 x 14,8
T-Mobile	12,8	8	20,8	2 x 14,8
tele.ring	-	16,8	16,8	2 x 9,8
T-Mobile/ tele.ring réunis	12,8	24,8	37,6	2 x 24,6
ONE	3,2	29	32,2	2 x 10
H3G	-	-	-	2 x 9,8

Source: site Internet de la RTR (www.rtr.at), télécommunication/fréquences

- (91) La capacité d'un réseau radio mobile ne peut être déterminée qu'approximativement grâce à une série de valeurs caractéristiques, mais il est impossible de donner une seule valeur caractéristique absolue en raison de la multitude des paramètres techniques. Il apparaît donc comme judicieux dans le cas présent d'évaluer les capacités de réseaux existantes en établissant une comparaison de tous les réseaux sur la base des valeurs caractéristiques à l'aune du réseau de Mobilkom, en tant que réseau le mieux consolidé et assurant la plupart des minutes de conversation sortantes.
- (92) Le nombre de stations installées constitue un indicateur essentiel puisqu'il conditionne le nombre maximum de conversations pouvant être menées simultanément⁵⁰. Une comparaison avec Mobilkom démontre que tele.ring dispose d'un nombre de stations sensiblement inférieur à celui de Mobilkom, T-Mobile d'environ [...] des stations de Mobilkom et ONE se situe entre tele.ring et T-Mobile. Le tableau obtenu par comparaison en se basant sur chaque zone du territoire autrichien s'en rapproche sensiblement.
- (93) La relation entre les stations installées et les minutes de conversation effectivement utilisées sur chaque réseau par comparaison avec un réseau de référence constitue un autre facteur permettant d'établir jusqu'à quel degré un réseau est utilisé pleinement ou le volume de trafic téléphonique qu'il peut encore couvrir. Le réseau Mobilkom fait office de réseau de référence car la plupart des minutes de conversation y sont utilisées⁵¹.
- (94) La comparaison avec le réseau de référence montre que le réseau de tele.ring, avec son trafic actuel, peut encore – dans une certaine mesure – couvrir un trafic supplémentaire par rapport au réseau de Mobilkom, tandis que T-Mobile pourrait

utilisées (soit par l'innovation technologique ; soit par la modification de la gamme de fréquences), ladite gamme ne joue aucun rôle dans l'analyse.

⁵⁰ La configuration du réseau T-Mobile implique d'utiliser [...] créneaux par station en tant que canaux de distribution. Une station dispose de [...] créneaux, dont [...] sont utilisés pour le trafic vocal et [...] réservé(s) au trafic de signalisation. [...] conversations peuvent être menées simultanément pour une même station.

⁵¹ On peut ici omettre de tenir compte du fait que le réseau de référence offre encore (ou non) de la capacité. Cela dépend uniquement de la capacité d'accueil d'un réseau par rapport au réseau de référence.

assurer un volume encore plus important de trafic sur son réseau en raison d'une utilisation largement inférieure. La disponibilité du réseau de ONE se situe entre celles de tele.ring et de T-Mobile et pourrait de ce fait – par comparaison avec le réseau de référence de Mobilkom – accueillir encore plus de participants.

- (95) Sur le plan structurel, le réseau de tele.ring est apte à accueillir des clients supplémentaires et ce également au-delà de sa capacité actuelle. tele.ring possède le plus petit nombre de sites de téléphonie mobile, bien qu'il ait satisfait aux contraintes relatives à la consolidation du réseau 2G afin de couvrir 98 % de la population. En intensifiant légèrement et de manière ciblée sa présence dans les agglomérations, tele.ring serait par ailleurs en mesure de consolider son réseau par des investissements acceptables, dans le but de conquérir encore davantage de clients.
- (96) À l'inverse, H3G ne peut être inclus dans ces considérations puisque l'opérateur ne dispose pas encore d'un réseau intégral, mais d'une couverture de réseau inférieure à [2-8 %]* du territoire ou d'environ 50 % de la population.

Conséquences de l'opération proposée sur la capacité du réseau

- (97) Les documents internes et les observations de T-Mobile montrent que la société prévoit, dès l'exécution de la concentration, [...]*. T-Mobile prévoit, afin de réaliser ce transfert, de reprendre [...] sites de téléphonie mobile et d'augmenter le nombre de stations pour [...] sites existants de T-Mobile. Ces mesures doivent permettre sur le réseau de T-Mobile l'augmentation de trafic téléphonique liée aux clients de tele.ring. En raison du nombre limité de sites au niveau desquels la quantité de stations peut être accrue, la Commission peut présupposer que le réseau de T-Mobile ne s'étendra pas sensiblement plus que ne le requiert la couverture du trafic téléphonique intensifié suite à l'augmentation de la clientèle cumulée.
- (98) L'opération envisagée aura non seulement pour effet de faire disparaître le réseau tele.ring, mais on peut également supposer que le réseau T-Mobile sera beaucoup plus utilisé qu'aujourd'hui. Ainsi cette opération impliquerait – en se fondant sur le réseau de T-Mobile comme réseau de référence – que seul ONE disposerait encore d'une capacité à accueillir de nouveaux clients, au lieu de trois exploitants à la capacité libre, même si selon l'analyse de marchés une amélioration de la couverture du réseau paraît envisageable dans certaines régions. On peut conclure de manière tout à fait générale qu'une réduction considérable de la capacité libre implique également un recul des motifs incitants un exploitant de réseau à conquérir de nouveaux clients grâce à des offres plus avantageuses et ce dans le but d'utiliser pleinement cette importante capacité libre.
- (99) Il convient également de rejeter les considérations présentées par la partie notificante sur la base d'une étude CRA, selon lesquelles il suffit, pour qu'à l'issue de l'opération envisagée, toute augmentation de prix soit non rentable pour T-Mobile, que les concurrents restants soient en mesure d'absorber, au total, 10 % des clients de T-Mobile et de tele.ring dans leur réseau⁵². Comme exposé au considérant (55), la fixation des prix et la conquête de nouveaux clients ne dépendent pas nécessairement

⁵² Voir page 18. f. de la réplique de T-Mobile à la prise de position des concurrents dans le cadre de la procédure portée devant le régulateur autrichien des télécommunications, déposée dans la procédure devant la Commission par lettre de T-Mobile datée du 25 octobre 2005.

de la capacité à disposition, mais sont plus particulièrement déterminées par les incitations fondées sur la base clientèle. On ne peut donc conclure d'une capacité libre des concurrents correspondant à 10 % des clients de T-Mobile et tele.ring que ces mêmes concurrents prévoient nécessairement de conquérir ces clients au détriment de la rentabilité de leur propre clientèle.

- (100) Les considérations évoquées aux considérants (97) et suivants montrent du reste que la transaction impliquera une réduction générale considérable de la capacité. Même si l'on supposait en conséquence, comme l'admet l'étude, que les capacités libres sur le marché jouaient un rôle déterminant sur la fixation des prix, cette diminution des capacités existantes indiquerait que les répercussions de la transaction seraient considérables en matière de concurrence.
- (101) Il convient certes de se fonder, ainsi que l'expose la partie notifiante, sur le fait que l'établissement de réseaux 3G permet d'étendre lesdites capacités. Toutefois, les réseaux 3G de l'ensemble des exploitants sont encore loin de couvrir la quasi-totalité de l'Autriche – au moins eu égard à la population – de sorte qu'ils ne s'accompagnent d'aucune extension générale de la capacité, tout du moins pour le moment et dans un avenir prévisible. Du reste, le trafic de téléphonie vocale est aujourd'hui encore réalisé par tous les exploitants presque exclusivement via des réseaux 2G – à l'exception de H3G. Ceci résulte inévitablement du fait que seuls quelques clients possèdent jusqu'à présent des appareils terminaux 3G. Ainsi l'extension de capacité envisageable sur les réseaux 3G ne joue actuellement encore aucun rôle. Il convient sur ce point également de considérer l'augmentation de capacité comme insuffisante pour discipliner les prix.

h. Rôle des autres concurrents à l'issue de la transaction proposée

- (102) Ainsi que l'analyse de prix l'a auparavant démontré au considérant (55), H3G et YESSS!, la marque bon marché de l'exploitant de réseaux ONE, ont commercialisé des produits peu onéreux. Il convient de s'interroger sur le point de savoir si ces deux opérateurs (ou même ONE avec sa marque principale) parviendront à l'avenir à jouer un rôle identique à celui de tele.ring sur le marché.

H3G

- (103) H3G n'a jusqu'à présent joué qu'un rôle restreint sur le marché. Ce n'est qu'à la fin de l'année 2004 que la part de marché de H3G s'est considérablement accrue et s'élève désormais à [<5]* % en nombre de clients et [<5]* % en termes de chiffre d'affaires.
- (104) En outre, H3G ne peut jusqu'à présent pas être considéré comme un exploitant à part entière, dès lors que son réseau ne couvre que 50 % de la population autrichienne – conformément à la contrainte imposée par la réglementation dans le but de parvenir pour la fin 2005 à une couverture de 50 % de la population – et environ [2-8 %]* du territoire autrichien. Concernant la couverture du reste du pays, H3G dépend d'un contrat d'itinérance nationale avec Mobilkom, permettant aux clients de H3G d'utiliser dans le reste de l'Autriche les services de téléphonie mobile de Mobilkom sur le réseau 2G (mais pas de services UMTS).
- (105) La marge de manœuvre de H3G est considérablement réduite par sa dépendance à l'accord d'itinérance nationale avec Mobilkom. Comme exposé précédemment aux

considérants (55) et suivants, cette dépendance inclut pour H3G des coûts à la minute extrêmement variables⁵³, influençant directement les frais et les prix des minutes proposées au consommateur final. De plus, l'accord signifie que H3G a des incitations très différentes comparativement aux autres opérateurs lorsqu'il s'agit d'adopter un comportement agressif sur les prix et rallier de nouveaux clients même dans les zones où il ne possède pas son propre réseau. De plus, l'obligation réglementaire du droit autrichien concernant la conclusion d'un accord d'itinérance nationale en faveur de H3G n'est valable que jusqu'en 2007. Au-delà de cette période, il sera donc quasiment impossible pour H3G de prévoir dans quelle mesure et à quel coût un contrat d'itinérance approprié assurant la couverture de tout le territoire autrichien pourra être conclu avec ses concurrents.

- (106) On peut certes considérer que H3G étendra à l'avenir la couverture de son propre réseau. Mais il n'existe tout d'abord aucune contrainte réglementaire en la matière puisque H3G a satisfait à la fin 2005, avec une couverture de 50 % de la population, à l'ensemble des contraintes imposées par le régulateur autrichien eu égard à l'établissement du réseau UMTS. Par ailleurs, une telle extension nécessite un laps de temps considérable et se voit soumise à de profondes incertitudes. Selon les données communiquées par T-Mobile, H3G disposait en 2005 de près de [...] sites assurant une couverture de près de 50 % de la population, tandis que T-Mobile et tele.ring exploitaient respectivement [...] et [...] sites pour couvrir [98 % ou davantage] de la population (dans le cadre du réseau 2G)⁵⁴. Dès lors que les ondes des fréquences UMTS sont plus courtes que les fréquences de 900 MHz et 1 800 MHz utilisées sur un réseau GSM, un plus grand nombre de sites est requis en vue de l'extension comparable d'un réseau UMTS. Ceci montre que H3G, également par rapport à la consolidation réalisée jusqu'à présent de son réseau et initiée en 2002, a dû entreprendre des efforts considérables à cette fin et qui lui ont également coûté beaucoup de temps. L'analyse de marché en a d'ailleurs apporté la confirmation.
- (107) Une telle consolidation du réseau est par ailleurs soumise à de nombreuses incertitudes. Il s'agit d'une part de trouver les sites appropriés puisque quatre réseaux radio mobiles existent déjà; nombre de sites ne permettent plus de procéder à un partage de site dès lors qu'ils sont déjà pleinement occupés par les utilisateurs existants. D'autre part, la construction de nouveaux sites de téléphonie mobile est devenue nettement plus complexe eu égard à l'attribution des autorisations nécessaires, ce qui résulte d'une sensibilité écologique accrue et notamment en ce qui concerne l'électrosmog. L'analyse de marché a montré que cette tendance a entraîné dans certaines communes la prise de décisions visant à empêcher ou fortement limiter la poursuite de la consolidation du réseau. Sur le plan légal également, la construction de sites de téléphonie mobile a été soumise à un nombre important de conditions: outre l'obtention d'un permis de construire, une autorisation de protection de la nature ainsi que du patrimoine est également nécessaire. De telles conditions empêchent

⁵³ Dans l'expertise économique de la RTR pour les procédures Z2, 7, 8, 9, 11/2005, le régulateur autrichien des télécommunications a admis une redevance moyenne pour H3G, conformément à l'accord d'itinérance avec Mobilkom, de 4,99 centimes d'euros par minute pour 2004 et de 5,42 centimes d'euros pour 2005-2007, voir p. 16. Une redevance précise par minute ne peut toutefois pas être établie *prévisionnellement* en raison des réglementations contractuelles régissant la fixation des prix.

⁵⁴ Voir formulaire CO page 40.

toute supposition selon laquelle H3G pourrait dans un futur proche accroître considérablement son importance concurrentielle en consolidant son réseau.

(108) La marge de manœuvre de H3G est également réduite en raison de la gamme de fréquences limitée dont la société dispose dans le domaine UMTS. Celle-ci est actuellement de 10 MHz, tandis que celle de T-Mobile s'élèvera à 25 MHz dans ce même domaine à l'issue de la transaction et dépassera même 37,6 MHz dans le domaine GSM. La gamme de fréquences limitée de H3G apparaît comme trop faible dans le cadre de l'évolution actuelle des services dans le domaine 3G pour discipliner par le prix des concurrents disposant d'une gamme bien plus vaste de fréquences. Ce qui limite fortement la capacité de H3G. Par suite du nombre grandissant des clients, H3G se doit d'utiliser une part importante de sa gamme de fréquences dans la téléphonie vocale et de ce fait ne dispose plus d'une capacité suffisante pour pouvoir tenir tête aux autres concurrents des services multimédias eu égard aux exigences qualitatives dans le domaine 3G. Ce qui restreint largement les incitations de H3G à conquérir de nouveaux clients en adoptant une politique de concurrence agressive sur les prix. Les concurrents peuvent en revanche, comme mentionné auparavant (cf. considérant (88)), également continuer à utiliser les fréquences GSM pour la téléphonie vocale et d'autres services pouvant être fournis via la technologie 2G. D'autre part, la consolidation du réseau dans des gammes de fréquences limitées requiert des investissements nettement plus importants que dans le cas d'une large bande de fréquence, puisque la création d'une telle capacité nécessite un nombre bien plus élevé de sites de téléphonie mobile. En conséquence, ceci augmente d'un côté pour H3G les délais (cf. considérant (107)) et les incertitudes relatifs à la consolidation du réseau et engage d'un autre côté des frais supplémentaires considérables.

(109) Bien que l'opérateur se soit jusqu'à présent déjà lancé sur le marché en adoptant une politique agressive de prix peu élevés, H3G ne peut établir aucune limite concurrentielle identique à tele.ring en raison de sa dépendance dans le cadre de l'accord d'itinérance nationale. Le rôle d'H3G sur le marché dépend en outre de la poursuite de la consolidation du réseau. Une telle consolidation est associée à d'importants délais et incertitudes pouvant encore s'accroître en raison du faible équipement en fréquences de H3G; des dépenses supplémentaires considérables sont également nécessaires comparativement à ses concurrents. Compte tenu des limites de ses capacités, on peut se demander si H3G sera incité à l'avenir à opérer sur le marché en tant qu'opérateur bon marché ainsi qu'à conquérir un grand nombre de nouveaux clients.

ONE/YESSS!

(110) Comme mentionné aux considérants (35) et suivants, ONE s'est lancé sur le marché en tant qu'exploitant de réseau sous sa propre marque – depuis avril 2005 – mais également sous la marque bon marché YESSS!. Les résultats de l'analyse de prix ont permis de constater que ONE, ainsi lancé sous sa propre marque, n'était pas apparu sur le marché ces dernières années en tant que concurrent agressif sur les prix, mais se situe au niveau des tarifs à la minute de Mobilkom et T-Mobile, même si la perte de parts de marché a été moins importante pour lui que pour T-Mobile.

(111) Ce comportement concurrentiel semble être attribué au fait que ONE était également incité à ne pas compromettre la rentabilité de sa clientèle, bien qu'il dispose encore d'une capacité libre. L'orientation suivie par ONE en tant qu'exploitant de réseau ne

visant pas particulièrement des clients sensibles aux prix, est mise en relief par les résultats de l'analyse de marché. Cette dernière a démontré que l'opérateur s'est établi en tant qu'exploitant de réseau attachant une importance particulière à la qualité du réseau mobile (ainsi eu égard à la couverture du réseau, à la fiabilité en cas de panne et à la qualité de transmission)⁵⁵ – même si dans certaines régions où tele.ring affiche une présence particulièrement forte, une amélioration de la couverture paraît encore envisageable selon l'analyse de marchés – ainsi qu'au service, et affiche de ce fait des tarifs plus élevés que ceux de tele.ring. À l'inverse, tele.ring est considéré comme un exploitant de réseau établi dans un segment inférieur en matière de prix et de qualité.⁵⁶ Compte tenu de ce positionnement de la marque ONE, il est très peu probable qu'une stratégie agressive sur les prix similaire à celle de tele.ring soit rentable pour elle. L'analyse de marché n'indique d'ailleurs aucunement que la stratégie de ONE évolue consécutivement à la transaction, notamment en raison du fait que ladite transaction éliminera tele.ring du marché en tant que société affichant des tarifs attrayants et également en tant que concurrent agressif de ONE.

(112) YESSS! ne propose, en tant que marque bon marché de ONE, que des cartes prépayées ainsi qu'une offre de services restreinte, et se voit limité dans son canal de distribution; l'offre proposée par YESSS! est de ce fait nettement différente de celle proposée sous la marque ONE et ne peut donc que partiellement être comparée à l'offre de services de tele.ring ainsi que d'autres exploitants de réseaux radio mobiles. La part des clients postpayés de tele.ring est précisément très importante puisqu'elle s'élève à près de [...]*; ces clients génèrent un très gros volume de minutes de conversation, tandis que ce volume est généralement largement inférieur dans le cas de client prépayés, et l'offre de services limitée de YESSS! indique qu'elle est particulièrement destinée à des personnes n'utilisant que peu leur téléphone. On ne peut dans ce cas considérer que l'offre de YESSS! représente pour les clients de tele.ring une alternative directe sur le marché, ni même que YESSS! puisse être considéré à l'instar de tele.ring comme une force s'imposant aux autres exploitants.

(113) YESSS! dépend en outre de la société mère ONE pour la fixation des prix. Dans cette mesure, on peut se demander si ONE poursuivra cette stratégie avec la disparition de tele.ring, la force la plus active sur le marché au niveau de la compétitivité des prix, et alors qu'il ne sera plus nécessaire à l'opérateur de compenser la perte des clients de sa marque de qualité ONE. L'analyse de marché n'a en tout cas nullement indiqué que YESSS!, comme l'admet l'étude présentée par la partie notifiante, proposerait également des offres postpayées.⁵⁷

Autres prestataires de services

(114) Comme démontré aux considérants (35) et suivants, les prestataires de services ainsi que les revendeurs ne jouent qu'un rôle très limité sur le marché. Alors que les revendeurs de cartes SIM Schwarzfunk et eTel ne comptent que quelques milliers de clients tout au plus, la clientèle de Tele2 est certes plus élevée, mais la société n'a depuis son entrée sur le marché en 2003 rien entrepris en faveur d'une dynamique

⁵⁵ Cf. étude CRA page 25.

⁵⁶ Cf. étude CRA page 26.

⁵⁷ Cf. étude CRA , page 13.

concurrentielle forte et a présenté pour 2005 une part de marché inférieure à [<5]* %. On peut donc en conclure que les prestataires de services/revendeurs ne jouent qu'un rôle très limité sur le marché et n'exercent aucune pression concurrentielle forte, notamment par rapport aux exploitants de réseaux.

- (115) La partie notifiante a exposé dans le cadre de sa réponse à la communication de griefs qu'il fallait à l'avenir également s'attendre à une concurrence supplémentaire de la part des prestataires de services. Elle renvoie à ce sujet notamment à l'évolution sur d'autres marchés de téléphonie mobile, en particulier l'Allemagne et la Grande-Bretagne.
- (116) La Commission était toutefois tenue dans le cas présent d'évaluer le marché autrichien. L'analyse de marché ne lui a donné aucun signe concret indiquant que le rôle des prestataires de services sur le marché autrichien allait évoluer dans un avenir prévisible. Dans ce contexte, la partie notifiante ne peut non plus se prévaloir d'une évaluation réalisée par l'expert officiel de la TKK⁵⁸. Celui-ci a supposé au vu de l'évaluation de la présente opération que les mesures d'incitation adoptées par ONE n'apportent aucune indication quant au fait que ONE pourrait s'écarter de sa stratégie visant à établir des coopérations avec des revendeurs ou des MVNO tels que Tele2 et eTel⁵⁹. L'expert officiel de la TKK espère donc uniquement que le rôle des MVNO et des revendeurs ne se dégradera pas consécutivement à la fusion; on ne peut cependant pas en conclure qu'il faille s'attendre à une pression additionnelle considérable en matière de concurrence pour les exploitants de réseaux. Contrairement à d'autres pays, le rôle limité des prestataires de services ne résulte pas du fait que leur activité est contrainte par le manque de capacité disponible, comme l'a exposé la partie notifiante. Il n'existe donc aucune raison permettant de justifier déjà à l'heure actuelle un renforcement de la concurrence lié à ces prestataires de services.

Arrivée de nouveaux exploitants de réseaux ou de prestataires de services

- (117) L'analyse de marchés réalisée par la Commission n'a aucunement indiqué qu'un nouvel exploitant pourrait envisager d'entrer sur le marché autrichien. Compte tenu qu'aucune fréquence n'est disponible actuellement, que l'enquête de marché ne permet pas de penser qu'un opérateur de réseau souhaiterait vendre des fréquences, ainsi que des coûts élevés afférant à l'établissement d'un nouveau réseau de téléphonie mobile, une telle entrée sur le marché paraît de toute évidence improbable. L'analyse de marchés n'a pas indiqué non plus que d'autres prestataires, en plus de ceux déjà mentionnés, feraient leur entrée sur le marché. Dans le cas où un nouvel exploitant ou prestataire pénètre ainsi le marché et sans qu'il s'agisse d'une seconde marque, comme par exemple dans le cas de ONE/YESSS!, un certain temps de préparation est nécessaire à cette fin, notamment concernant la conclusion des accords requis avec l'exploitant de réseau.

Conclusion

- (118) On ne peut de ce fait pas supposer que H3G ou ONE/YESSS! joueront dès l'exécution de la transaction proposée un rôle comparable à celui de tele.ring sur le marché et

⁵⁸ Page 68 de la réponse CRA aux griefs.

⁵⁹ Expertise officielle de la TKK de juin 2005, Z 2, 7,8,9, 11/05.

qu'ils seront en mesure de discipliner le comportement concurrentiel de T-Mobile et Mobilkom notamment. De même, on ne peut non plus supposer que les prestataires de services pourraient assumer un rôle correspondant.

i. Évolution à venir de tele.ring

- (119) T-Mobile tout comme tele.ring ont fait valoir dans leur réponse à la communication de griefs que tele.ring n'était plus en mesure, à moyen et long terme, de poursuivre la stratégie agressive sur les prix qu'il avait adoptée par le passé. Cette incapacité s'explique tout d'abord par la clientèle désormais importante de tele.ring qui aurait induit une réduction des incitations de tele.ring à adopter à l'avenir une politique agressive sur les prix. Les parties ont en outre expliqué que tele.ring ne pouvait financer ce comportement agressif sur les prix que par l'intermédiaire des redevances de terminaison d'appel perçues au cours des dernières années et qui étaient plus élevées que celles accordées par le régulateur des télécommunications aux autres exploitants, et que tele.ring aurait du initier dans un futur proche des investissements importants dans l'infrastructure 3G.
- (120) Il convient de rejeter ces objections en se fondant sur la planification interne de tele.ring. Certes cette dernière prévoit pour l'opérateur une baisse considérable de sa croissance au cours des prochaines années ainsi qu'une augmentation de sa clientèle située [...] pour la période 2006 – 2009. Mais cela signifie que tele.ring – se fondant sur l'importance relative de sa clientèle actuelle – aspire toujours à voir sa clientèle augmenter considérablement en chiffres absolus. Il convient de tenir compte des conditions générales sur le marché. Les planifications de tele.ring supposent que la croissance du marché ralentira considérablement par rapport aux années 2004 (avec une augmentation du nombre de clients sur le marché de [...]) et 2005 (avec une [...]), puisque le marché arriverait à saturation (100,4 %) à la fin de l'année 2005 et la croissance serait inférieure à 1 % pour la période 2007 – 2009 eu égard au nombre des clients. En revanche, T-Mobile n'a plus connu d'augmentation de sa clientèle en 2004 et 2005, et ce en dépit d'une plus forte croissance du marché; sa clientèle a alors respectivement reculé de [...] et [...]. Dès lors que les taux de croissance prévus par tele.ring sont nettement plus élevés que la croissance du marché, on peut supposer malgré une baisse de sa croissance que l'opérateur doit poursuivre sa stratégie agressive sur les prix afin de générer une nouvelle augmentation de sa clientèle sur un marché en stagnation, en évinçant les autres opérateurs.
- (121) Il est vrai que les redevances de terminaison d'appels seront diminuées de 6,79 centimes/minute pour tous les opérateurs au 1^{er} janvier 2009 selon le modèle prévu par le régulateur des télécommunications et que, pour cette raison, tele.ring ne profitera alors plus de redevances élevées par rapport aux autres exploitants. On ne peut toutefois pas en conclure que tele.ring ne poursuivra pas sa stratégie agressive sur les prix eu égard aux minutes originantes. Ce modèle prévoit, pour la période allant de 2006 à la fin 2008, une différence de traitement des divers opérateurs. Ainsi les redevances de terminaison d'appels s'élèvent à 13,26 centimes pour tele.ring au cours de la période du 1.1.2006 au 30.6.2006, contre 12,64 centimes pour T-Mobile à la même période.
- (122) Par le passé, les baisses des redevances de terminaison d'appels intervenues n'ont pas amené tele.ring à dévier de sa politique tarifaire. La dernière plus forte baisse concernant ces redevances a été enregistrée au 1er avril 2005, suite à laquelle les redevances de tele.ring ont reculé de 15,99 centimes à 13,80 centimes la minute, soit

plus de deux centimes par minute. Comme en attestent les documents internes de tele.ring, l'opérateur a conclu à cette période à partir d'une analyse des conditions sur le marché qu'on ne pouvait, en présence des instruments existants, pas escompter de nouvelle croissance pour tele.ring dans le secteur prépayé. L'opérateur a considéré comme stratégie future alternative soit à la fois d'accepter la situation et de maintenir la stabilité de sa part de marché, ou d'opter pour de nouveaux instruments et de poursuivre la croissance⁶⁰. tele.ring a décidé, afin de poursuivre sa croissance, de lancer sur le marché un nouveau tarif «tele.ring Starter Flat» – appelé ultérieurement la Formule 10 – et ce dans le but de «reprenre la tête en termes de prix»⁶¹. Ceci montre qu'une baisse des redevances de terminaison d'appels peut précisément inciter à initier de nouveaux tarifs agressifs sur le marché dans le but d'amortir une diminution des recettes par une croissance dans d'autres domaines. Ces considérations ont également été confirmées par T-Mobile dans la réponse à la communication de griefs alors que l'opérateur constate que H3G est contraint, en raison de la décision du régulateur autrichien des télécommunications visant à réduire les redevances de terminaison d'appels, de s'« attribuer un plus gros volume de minutes sur son propre réseau»⁶².

(123) Concernant la consolidation du réseau UMTS, tele.ring suit une stratégie [...]*. Ceci doit d'une part être garanti par une consolidation aussi tardive que possible, de sorte que l'infrastructure soit déjà en place au moment où se formera la demande en services UMTS, et lorsque les prix relatifs à la téléphonie mobile 3G auront baissé. Un réseau «hybride» a été choisi d'autre part, associant des stations de transmission 2G et 3G, de manière à ce que l'infrastructure 3G puisse être mise en place parallèlement à l'infrastructure 2G. De plus, la consolidation du réseau, qui devrait couvrir [...]* de la population en 2009, a d'abord été limitée aux zones urbaines⁶³. Ainsi les investissements prévus par tele.ring en vue de la consolidation du réseau UMTS sont de [...]* pour 2006 et encore de [...]* pour la période 2007 – 2009 [...]* pour les mêmes années⁶⁴. On ne peut donc considérer que ces investissements empêcheront tele.ring d'adopter une politique agressive sur les prix dans le cadre de la concurrence avec les autres exploitants de réseaux mobiles en Autriche.

(124) On peut conclure sur la base de ces considérations que tele.ring pourrait jouer dans un avenir prévisible le rôle d'un opérateur menant une politique tarifaire agressive sur le marché autrichien de la téléphonie mobile.

j. Produit des effets non coordonnés

(125) Se fondant sur les éléments mentionnés précédemment, notamment compte tenu de la suppression du franc-tireur sur le marché ainsi que de la formation parallèle d'une

⁶⁰ Cf. « tele.ring, tariff measure – April 05 « Starter tariff » du 8 mars 2005.

⁶¹ Cf. « Request for board approval 'Launch of tele.ring Starter tariff' » du 3 mars 2005.

⁶² Cf. Réponse de T-Mobile à la communication de griefs, point 83.

⁶³ Présentation de gestion tele.ring Management Presentation du 27 mai 2005. p. 85, 89.

⁶⁴ Présentation de gestion tele.ring du 27 mai 2005. p. 90 par comparaison avec l'annexe 1 de la réponse de T-Mobile à la demande d'informations du 9 janvier 2006.

structure de marché composée de deux exploitants de réseaux leaders symétriques, il est probable que la transaction prévue conduise à des effets non coordonnés et entrave de manière significative la concurrence effective dans une grande partie du marché commun. Il est donc probable que le projet de concentration proposé influence sensiblement les prix sur le marché autrichien des clients finaux dans le cadre des services de téléphonie mobile. Même si cette tendance n'aboutissait pas à une hausse des prix à court terme, le relâchement de la pression concurrentielle lié au retrait de tele.ring du marché empêcherait probablement une baisse des prix aussi nette que par le passé⁶⁵.

(126) Une telle conclusion est conforme aux lignes directrices horizontales concernant l'appréciation des concentrations horizontales. Ces principes exposent que certaines entreprises ont un rôle plus important dans le jeu de la concurrence que ne le laisseraient supposer leurs parts de marché. Toute opération à laquelle serait partie une entreprise de ce type pourrait modifier la dynamique de la concurrence de manière significative et préjudiciable à celle-ci, en particulier si le marché est déjà concentré⁶⁶. Il s'agit précisément de cela. Le marché autrichien de la télécommunication mobile pour les clients finaux est fortement concentré, ainsi que cela a été évoqué aux considérants (44) et suivants eu égard à l'IHH comme conséquence à la concentration proposée. Comme exposé ci-après, l'influence de tele.ring en tant que franc-tireur dans le jeu de la concurrence sur ce même marché est bien plus importante que ne le laisseraient supposer ses parts de marché.

3. Effets coordonnés

(127) Par ailleurs, la Commission n'exclut pas que l'opération de concentration proposée, accompagnée des effets non coordonnés décrits, puisse mener à un relâchement de la pression concurrentielle lié à des effets coordonnés. Les effets coordonnés entraîneraient des prix plus élevés que ceux qui seraient déterminés au travers d'une attitude individuelle, non coordonnée et maximisant les profits, adoptée par chacun des concurrents.

(128) On peut notamment défendre cet argument en avançant que l'opération proposée entraînerait à l'avenir un partage de [60-80]* % des parts de marché (par rapport aux clients tout comme au chiffre d'affaires) sur le marché autrichien de la téléphonie mobile et ce entre deux exploitants de réseaux d'importance quasi similaire. Parallèlement, le «franc-tireur» à la politique agressive sur les prix disparaîtrait à la suite de l'opération de concentration avec tele.ring, sans que d'autres opérateurs puissent être en mesure d'assumer ce rôle à court ou moyen terme.

(129) Cependant, il n'est pas nécessaire de conclure en décidant si la concentration entraînera également, outre les effets non coordonnés, des effets coordonnés. Car les engagements proposés par la partie notifiante excluent également que la transaction puisse aboutir à des effets coordonnés sur le marché autrichien des clients finaux dans le cadre des services de téléphonie mobile.

⁶⁵ Les lignes directrices horizontales prévoient que l'expression « augmentation des prix » au sens des lignes directrices s'étende également à des situations dans lesquelles les baisses de prix seraient sensiblement plus fortes en l'absence de concentration ; voir point 8, note de bas de page 7.

⁶⁶ Lignes directrices horizontales, point 37.

4. Engagements

a. Description des engagements

(130) T-Mobile a remis les engagements (ci-après dénommés les «engagements») joints à l'annexe 2 de la décision le 3 mars 2006 (et légèrement modifiés par lettre du 12 avril 2006), soit ultérieurement à la communication des griefs. Ces engagements se fondent sur le paquet d'engagements déposé le 1^{er} décembre 2005 par T-Mobile lors de la première phase, mais les ont largement revus, tant sur le plan du contenu que de la période d'application. Les engagements s'étendent au transfert des fréquences UMTS tout comme des sites de téléphonie mobile de tele.ring. Dans l'esprit d'une application étendue et franche de ces engagements, T-Mobile et H3G ont déjà conclu le 28 février 2006 un accord-cadre obligatoire (Term Sheet) relatif à la cession de sites et fréquences UMTS. Cet accord-cadre s'inscrit comme élément desdits engagements et devra être inclus, au plus tard [...] * suivant la prise de contrôle de tele.ring, dans le cadre d'un contrat global.

Fréquences UMTS

(131) Conformément à la concentration notifiée, T-Mobile aurait – sous réserve d'acceptation par le régulateur autrichien des télécommunications – des droits de jouissance sur une bande de fréquence UMTS de 25 MHz (couple de bandes). Ces 25 MHz sont composés de cinq paquets de fréquences de chacun 5 MHz⁶⁷, dont trois blocs revenaient à T-Mobile et deux blocs à tele.ring avant la fusion. La loi autrichienne sur les télécommunications (TKG) autorise le transfert de droits de jouissance relatifs aux fréquences, mais sous réserve d'acceptation par le régulateur autrichien des télécommunications. Mobilkom dispose actuellement de la licence d'utilisation de fréquences UMTS de 15 MHz (réparties selon trois paquets de 5 MHz), tandis que ONE et H3G disposent chacun de fréquences UMTS de 10 MHz (réparties selon deux paquets de 5 MHz).

(132) Les engagements prévoient que T-Mobile cède les deux blocs de fréquence UMTS de 5 MHz accordés à tele.ring. T-Mobile, sur la base de l'accord-cadre obligatoire, s'engage à céder un bloc à H3G et l'autre à un concurrent présentant une faible part de marché, c'est-à-dire ONE, H3G ou une autre société nouvellement lancée sur le marché. Ces cessions sont soumises à l'acceptation de la Commission ainsi que du régulateur autrichien. Si aucun contrat de vente n'est conclu au cours du délai de cession pour un ou pour les deux paquets de fréquences, T-Mobile s'engage alors à restituer lesdits paquets à la République d'Autriche.

Sites de téléphonie mobile

(133) tele.ring exploite actuellement près de [...] * sites de téléphonie mobile en Autriche. Ces sites sont constitués de pylônes et de stations installés par tele.ring sur le terrain d'autrui. tele.ring a conclu avec les propriétaires terriens des contrats de location permettant l'utilisation du terrain à des fins de construction et d'exploitation en tant

⁶⁷ Ceci correspond à 2 x 5 MHz dans la gamme de fréquence UMTS couplée.

que sites de téléphonie mobile. Ces derniers sont reliés au réseau fédérateur de tele.ring grâce à une infrastructure de faisceaux hertziens ou par ligne téléphonique. Selon les indications de T-Mobile, la sous-location des sites par tele.ring est en principe autorisée.

- (134) T-Mobile s'engage, sous la surveillance d'un mandataire à compter de 6 semaines suivant la prise de contrôle de tele.ring, à identifier au final sur une liste les [...] (* en zone urbaine et [...] en zone rurale) sites de téléphonie mobile de tele.ring, utilisés durablement de manière effective et éprouvée en vue de l'intégration et de l'exploitation du réseau regroupé de T-Mobile/tele.ring.
- (135) T-Mobile s'engage sur la base du contrat-cadre à céder à H3G [...] (* sites de téléphonie mobile au moins appartenant à tele.ring mais choisis par H3G, incluant l'infrastructure de faisceaux hertziens ou par ligne téléphonique, par le biais d'une succession à titre universel au prix négocié par T-Mobile et H3G; consécutivement à ladite succession à titre universel, il sera possible de transmettre les contrats de location sans l'accord du loueur. Dans le cas où T-Mobile laisse sur les sites tout équipement système, c'est-à-dire notamment des antennes GSM, [...] (*.
- (136) En outre, H3G peut acquérir à sa guise et au prix déjà convenu d'autres sites appartenant aux sites de téléphonie mobile de tele.ring sur la base de plusieurs options échelonnées dans le temps, dans la mesure où les [...] (* sites nécessaires au transfert de T-Mobile ne sont pas concernés. T-Mobile s'engage concernant ces [...] (* sites à proposer à H3G un droit de collocation prioritaire allant au-delà des exigences légales. Si une collocation n'est pas envisageable sur ces sites, T-Mobile s'engage en outre, pour les sites hors agglomération visés, à proposer pour les sites T-Mobile un droit de collocation prioritaire. T-Mobile s'engage par ailleurs à concéder à H3G, selon les conditions ordinaires sur le marché et sur la base du contrat-cadre, les droits de jouissance du réseau fédérateur fibre optique de tele.ring couvrant une longueur de [...] (* dans toute l'Autriche, ainsi que l'infrastructure par ligne téléphonique.
- (137) T-Mobile s'engage également à proposer à ONE l'achat des sites de téléphonie mobile de tele.ring non requis en vue de l'intégration du réseau ou choisis par H3G; la valeur du site doit être comparable au prix convenu avec H3G. ONE se voit accorder sur chacun des [...] (* sites de tele.ring nécessaires à l'intégration un droit de collocation prioritaire, mais inférieur à celui de H3G, et dépassant les exigences légales en la matière. T-Mobile prend par ailleurs l'engagement de concéder à H3G en priorité, puis à ONE, un droit de préemption sur ces [...] (* sites en vue de leur cession ou de leur cessation ultérieures.
- (138) Les sites devant être cédés à H3G et ONE comprennent d'une part les pylônes de diffusion ainsi que l'équipement technique nécessaire à leur exploitation (dispositif d'antenne incluant les câblages, la climatisation, un transformateur de courant continu 48V, les moyens techniques d'expédition/de réception 2G et/ou 3G (*Base Transceiver Station* (BTS) et/ou nœud B), container) y compris l'infrastructure de faisceaux hertziens ou par ligne téléphonique, et d'autre part le transfert des droits de location respectifs à l'encontre des propriétaires terriens. Dans le cas de H3G, l'infrastructure comprend de surcroît le transfert de la fréquence par faisceaux hertziens utilisée par tele.ring.

Application des engagements

- (139) Dans le cadre de l'application des engagements proposés, T-Mobile s'engage à conclure la cession des deux paquets de fréquences tele.ring-UMTS dans un délai de [...]* suivant la prise de contrôle de tele.ring ou encore à restituer à la République d'Autriche les paquets UMTS non cédés. Le transfert des ([...]*) ou plus) sites de téléphonie mobile de tele.ring à H3G doit suivre un calendrier obligatoire prévoyant le transfert définitif de [...]* sites jusqu'à [...]*, [...]* jusqu'à [...]*, [...]* autres jusqu'à [...]* et le reste jusqu'à [...]*. H3G peut déjà accéder avant ces dates aux différents sites afin de procéder à la planification et l'installation des dispositifs de diffusion. Concernant le transfert des sites de tele.ring à ONE, T-Mobile s'engage à proposer à ONE l'achat des sites non choisis par H3G [...]* à compter de la prise de contrôle (H3G dispose au cours de cette période d'un «droit de choix prioritaire») ainsi qu'à conclure le transfert au plus tard [...]* suivant la prise de contrôle.
- (140) T-Mobile s'engage par ailleurs à désigner un mandataire chargé de surveiller la sélection des sites de téléphonie mobile, le processus de cession ainsi que le transfert desdits sites. Les engagements prévoient en outre, en cas de divergence d'opinion entre T-Mobile d'une part, et H3G et ONE d'autre part, que l'autorité de régulation autrichienne RTR fasse fonction d'arbitre.

b. Répercussions techniques des engagements

- (141) Les deux éléments inclus dans les engagements (fréquences UMTS et sites de téléphonie mobile) visent à améliorer sur le plan structurel les ressources des réseaux des exploitants moins importants, et notamment de l'exploitant lancé depuis peu H3G, sur le marché autrichien de la téléphonie mobile, et ce afin de leur permettre de prendre totalement part à la concurrence.

a) Répercussions sur le réseau H3G

- (142) H3G ne peut jusqu'à présent pas encore être considéré comme un exploitant à part entière, dès lors que son propre réseau ne couvre que près de [2-8 %]* du territoire autrichien et seulement 50 % de la population. Concernant les parties non couvertes du territoire, H3G dépend de l'accord d'itinérance nationale avec le leader sur le marché, Mobilkom, lui permettant d'utiliser son réseau GSM. Sur ce point, H3G présente dans une large mesure les caractéristiques d'un exploitant de réseau «virtuel» (*Mobile Virtual Network Operator – MVNO*). Dès lors que l'itinérance nationale ne continue à s'étendre que sur le réseau GSM, H3G n'est en mesure de proposer dans les régions concernées que des services de téléphonie vocale et autres services simples de données, mais pas de services multimédias 3G.
- (143) Les engagements visent à permettre à H3G de consolider très rapidement son réseau sur toute l'Autriche et gagner par là même son indépendance vis-à-vis de l'accord d'itinérance nationale avec Mobilkom. C'est pourquoi il faut s'attendre à voir opérer en Autriche quatre exploitants de réseaux de téléphonie mobile à part entière, et ce également dès la réalisation du projet de concentration notifié ainsi que des engagements, au lieu des «quatre exploitants et demi » de réseaux actuels.

Sites de téléphonie mobile

- (144) H3G a manifesté directement envers la Commission de même qu'envers T-Mobile son intérêt dans le cadre d'une extension du réseau incluant les sites de téléphonie mobile de tele.ring, et a conclu en date du 28 février 2006 un accord-cadre obligatoire avec T-Mobile.
- (145) L'acquisition d'au moins [...] * sites de tele.ring sélectionnés par H3G et proposée dans le cadre des engagements, ainsi que les options concédées et les droits de collocation accordés en priorité, permettent à H3G de consolider l'intégralité d'un réseau dans un faible laps de temps et de proposer en tant qu'exploitant de réseau tous les services de téléphonie mobile (téléphonie vocale, services de données et multimédias) sur l'ensemble du territoire autrichien via son propre réseau. Outre les sites de téléphonie mobile, les engagements comprennent également l'ensemble de l'infrastructure technique, notamment les lignes et fréquences pour faisceaux hertziens destinés au raccordement des sites au réseau fédérateur ainsi que, si H3G le demande, le réseau fédérateur même. Ces éléments revêtent également une importance capitale en vue d'une consolidation rapide du réseau.
- (146) Conformément au plan d'exploitation de H3G, incluant l'acquisition éventuelle des sites de tele.ring, le réseau H3G parviendra dans un avenir prévisible à une couverture intégrale de la population – et comparable à celle des autres exploitants. Une comparaison établie avec un ancien plan d'exploitation de H3G démontre que les engagements pris permettront d'accroître la totalité de la couverture du réseau H3G sur l'ensemble du territoire par rapport à la planification antérieure, de même que d'accélérer de deux à trois ans la consolidation du réseau⁶⁸. H3G a expliqué à la Commission qu'il pourra intégrer les sites en quelques mois à son propre réseau, une fois leur transfert établi. La possibilité d'acquisition des sites de tele.ring par le biais d'une succession à titre universel accroît la prévisibilité du réseau H3G puisque au contraire la fabrication de nouveaux pylônes requiert souvent la conclusion de contrats de location avec les propriétaires terriens qui exigent beaucoup de temps, ainsi que des demandes d'autorisations administratives. Comme exposé au considérant (107), la sensibilisation accrue de la population ainsi que des autorités dans l'intérêt de la protection sanitaire et environnementale rend plus difficile cette consolidation du réseau et ralentit entre-temps la remise des autorisations correspondantes en vue de nouveaux pylônes.

Paquet de fréquences UMTS

- (147) L'acquisition proposée d'un (ou de deux) paquet(s) de fréquences UMTS de 5 MHz chacun améliore notamment la capacité de H3G à fournir des services de téléphonie vocale *via* son propre réseau. L'opérateur n'est pas en mesure, à l'inverse de tous les autres exploitants en Autriche, d'utiliser le réseau GSM pour assurer son trafic téléphonique vocal. Pour cette raison H3G se doit de réserver sous peu et intégralement un bloc de fréquences UMTS de 5 MHz, dans le but de disposer de capacités suffisantes afin d'assurer ses services de téléphonie vocale. L'acquisition d'au moins d'un bloc de fréquences additionnel permettra de se réserver une telle

⁶⁸ Selon ses propres indications, H3G disposera déjà fin 2007, en tenant compte des engagements proposés, d'un réseau propre couvrant [presque complètement] la population autrichienne.

capacité sans aboutir à des conflits relatifs à l'attribution de services de téléphonie vocale ou multimédias. On peut dès lors s'attendre à ce que le paquet de fréquences supplémentaire étende la capacité totale de H3G, à ce qu'il permette à l'opérateur de servir davantage de clients et augmente par là même les incitations de ce dernier à rallier un grand nombre de nouveaux clients.

- (148) Le paquet de fréquences supplémentaire exerce en outre une influence positive directe sur la consolidation du réseau H3G. Comme exposé au considérant (108), une telle consolidation dans des gammes de fréquences limitées requiert des investissements bien plus importants que dans le cas d'une bande de fréquence plus large. L'exploitation de la capacité sur un réseau UMTS entraîne, en raison de l'importante quantité caractéristique des données relatives aux services multimédias, de plus fortes répercussions sur la portée et par là même sur la taille géographique d'une cellule que sur un réseau GSM. La taille d'une cellule radio diminue considérablement en cas d'utilisation à pleine capacité compte tenu de la saturation des canaux disponibles dans le BTS/transpondeur ou dans l'antenne. Deux possibilités s'offrent à l'exploitant du réseau afin de garantir, même en cas de trafic téléphonique dense, une couverture totale du territoire en dépit de la diminution du rayon des cellules radio⁶⁹. Soit il investit un temps et des dépenses considérables dans des pylônes de diffusion supplémentaires équipés des antennes correspondantes dans le but d'intensifier le réseau. Soit il étend sa gamme de fréquences de sorte à bénéficier d'un plus grand nombre de canaux de fréquences afin de maintenir la portée ou la taille géographique des cellules radio, même en cas de trafic téléphonique dense. Le paquet de fréquences additionnel proposé permet de ce fait à H3G d'assurer une couverture intégrale ainsi qu'une offre de capacité adaptée à son réseau, sans devoir pour ce faire établir un trop grand nombre de sites supplémentaires.

b) Répercussions sur le réseau ONE

- (149) Les engagements proposés pourraient contribuer à permettre à ONE, grâce à l'éventuelle acquisition des sites de tele.ring, d'améliorer la qualité de son réseau dans des régions où tele.ring a mieux servi ses clients que ONE. ONE a fait savoir qu'il était intéressé par environ [...] sites de tele.ring afin de compléter son propre réseau. Mais il ne pourra recourir à ces [...] sites que si H3G ne les utilise pas dans la consolidation de son réseau national ou s'il s'avère que T-Mobile n'en a pas besoin dans le cadre de l'intégration du réseau. Si ONE obtient alors les sites désirés, cela renforcera son potentiel de compétitivité, notamment dans les régions où tele.ring assurait jusqu'à présent une meilleure couverture de réseau.
- (150) Si ONE acquiert le second paquet de fréquences UMTS de tele.ring, cette acquisition aura des répercussions positives sur l'intensification du réseau UMTS ainsi que sur le nombre de sites de diffusion supplémentaires requis.

c. Appréciation des engagements

a) Test de marché

⁶⁹ Le terme « rayon » est imprécis sur ce point puisque les cellules radio présentent habituellement une forme en nid d'abeille.

- (151) La Commission a soumis à un test de marché les engagements proposés. Le régulateur autrichien des télécommunications s'est exprimé sur les questions relatives aux fréquences et aux sites. À cet égard, il considère que les engagements sont appropriés pour renforcer le rôle des concurrents plus petits et qu'ils sont une condition obligatoire pour conserver le «niveau correspondant» de concurrence.
- (152) Les réactions des concurrents interrogés étaient partagées, également au vu des intérêts individuels. Tandis qu'un concurrent considérait les engagements comme une solution adaptée aux problèmes de concurrence soulevés par l'opération de concentration, un autre les désapprouvait en les jugeant inappropriés et exigeait à leur place une répartition de l'actif de tele.ring entre les différents concurrents, proportionnellement à leur position sur le marché. Ce concurrent a par ailleurs suggéré plusieurs mesures qui soit concernaient des questions décisives en matière de régulation et qui devaient être tranchées par l'autorité de régulation autrichienne, soit ne parvenaient pas à résoudre les problèmes de concurrence soulevés, ou encore qui concernaient des marchés sur lesquels la Commission n'avait décelé aucun problème en matière de concurrence.
- (153) La Chambre fédérale du travail compétente en matière de protection des consommateurs en Autriche a également pris position quant à l'opération de concentration et évalué les engagements proposés, notamment du point de vue des consommatrices et des consommateurs. Dans son évaluation finale des propositions d'engagement, la Chambre fédérale du travail se réjouit expressément du concept d'acheteur anticipé (upfront buyer), désormais concrétisé avec la conclusion du contrat-cadre entre T-Mobile et H3G. D'après elle, les engagements revus et corrigés ont été accompagnés par «la détermination de conditions importantes en vue du maintien d'une concurrence dynamique sur le marché de la téléphonie mobile également à l'issue de l'opération de concentration, et dont les consommateurs autrichiens puissent profiter au travers d'offres avantageuses et attractives».

b) Appréciation par la Commission

- (154) D'après la Commission, les engagements pris aboutiront à une suppression des risques induits par l'opération de concentration telle qu'initialement notifiée et qui auraient considérablement entravé la concurrence effective sur le marché autrichien de la téléphonie mobile. Ils sont notamment suffisamment fiables en vue de leur application effective et posent les conditions requises selon lesquelles H3G, pourvu d'un réseau national de téléphonie mobile, exercera une pression concurrentielle comparable sur le marché des clients finaux de la téléphonie mobile, à l'instar de tele.ring auparavant.
- (155) Les engagements garantissent en premier lieu que H3G disposera d'un réseau de téléphonie mobile intégral en Autriche à l'issue de la reprise de l'infrastructure. H3G reprendra au moins [...] sites de tele.ring et dispose d'options et de droits de collocation prioritaires sur d'autres sites. Selon ses propres indications et grâce aux sites et fréquences de tele.ring acquis par l'intermédiaire de T-Mobile, H3G couvrira à la fin 2007 déjà plus de [...] %⁷⁰ de la population autrichienne via son propre réseau (contre un peu plus de 50 % fin 2005). Comme décrit au considérant (47) dans la partie

⁷⁰ Ce chiffre est un secret d'affaires pour H3G.

relative à la capacité du réseau, H3G disposera ainsi d'une capacité suffisante comme condition sine qua non afin d'assurer ses prestations à ses clients actuels et futurs.

- (156) En établissant son propre réseau, l'opérateur gagne son indépendance vis-à-vis de l'accord d'itinérance avec Mobilkom et est en mesure de réduire considérablement ses coûts variables. Cet accord avec Mobilkom entraîne momentanément, comme mentionné au considérant (105), des coûts variables en raison du décompte réalisé par rapport au volume. Il a d'une part des répercussions directes sur la fixation des prix par H3G. Concernant ces minutes et contrairement aux exploitants disposant de leur propre réseau, H3G ne peut d'autre part réaliser aucune économie d'échelle significative. Cette structure contractuelle se répercute en outre sur les incitations de H3G à conquérir de nouveaux clients. Ces incitations devraient être considérablement plus importantes dans les régions où il dispose de son propre réseau que dans celles où les clients téléphonent par l'intermédiaire du contrat d'itinérance nationale, si bien qu'il convient d'évaluer la pression concurrentielle de H3G dans de telles régions comme nettement moindre. Grâce à ces engagements, H3G réduira constamment et massivement jusqu'en [...] le nombre de minutes consommées dans le cadre de l'itinérance nationale et ne devra plus recourir à ce service que pour les zones non encore couvertes par son propre réseau⁷¹.
- (157) Après avoir analysé toutes les informations à sa disposition, la Commission considère comme vraisemblable que H3G répercutera les coûts ainsi diminués sous la forme de tarifs encore plus avantageux pour les clients, et contribue par là même à une pression considérable des prix sur le marché autrichien de la téléphonie mobile. Le comportement tarifaire adopté jusqu'à présent par H3G plaide dans ce sens car, comme exposé au considérant (55), l'opérateur proposait déjà l'an passé ou deux ans auparavant les tarifs les plus avantageux après tele.ring⁷². Ce rôle joué par H3G en tant qu'opérateur bon marché, en particulier de services de téléphonie mobile, est également étayé par des documents internes de tele.ring déjà établis antérieurement à l'opération de concentration notifiée. tele.ring y constate expressément que la marque H3G se positionne sur le marché de telle sorte que des offres de prix agressives en matière de téléphonie vocale de même que des services innovants y sont associés. Le plan d'exploitation amendé de H3G, incluant une consolidation étendue et accélérée du réseau, reflète d'autres baisses des prix en faveur des clients finaux dans le domaine de la téléphonie vocale.
- (158) Les incitations de H3G à adopter un comportement agressif sur les prix continueront à s'intensifier à l'issue de l'application des engagements. En effet, l'opérateur devrait disposer en peu de temps d'un réseau couvrant la quasi-totalité du pays. Une couverture plus étendue du territoire accroît l'attractivité du réseau H3G et permet une prospection nationale plus intense. H3G devra de ce fait tenter d'amortir les frais d'investissement aussi rapidement que possible en ralliant un nombre maximum d'utilisateurs ainsi que de combler les capacités nouvellement établies. Il est inévitable à cette fin d'étendre considérablement et rapidement sa clientèle qui est d'aujourd'hui

⁷¹ Selon les indications de H3G, la part de trafic réalisée *via* l'itinérance nationale sur l'ensemble de son trafic téléphonique reculera de [secret d'affaires de H3G]* jusqu'en 2007.

⁷² Le prix à la minute affiché par H3G au premier trimestre 2005 n'était pas sensiblement plus élevé que le prix moyen de [...] affiché par tele.ring.

[3-5]* % d'utilisateurs. La conquête de nouveaux clients est en général principalement liée à une politique de prix avantageuse, notamment dans le cas des services de téléphonie mobile, ainsi que l'a également montré l'exemple de tele.ring. Les incitations à adopter une politique tarifaire agressive ne sont dans le cas de H3G pas non plus restreintes par une «cannibalisation» des bénéficiaires en affichant des tarifs faibles, comme exposé au considérant (78) notamment dans le cas de Mobilkom et T-Mobile. En effet, pour une part de marché actuelle de seulement [3-5]* %, les perspectives de bénéfices supplémentaires réalisés grâce à un plus grand nombre de clients l'emportent de loin, en cas de baisse des prix, sur les risques d'une diminution des recettes pour les clients existants, auxquels on ne peut cacher à long terme cette baisse des tarifs.

- (159) Les incitations de H3G à proposer des offres agressives sur les prix dans le domaine de la téléphonie mobile ne sont pas altérées par le fait que l'opérateur exploite un réseau 3G tandis que tele.ring exploitait jusqu'à présent un réseau 2G. Certes d'autres services que la téléphonie vocale sont proposés sur un réseau 3G, notamment le transfert de services multimédias. Cependant la téléphonie vocale et les autres services pouvant également être transmis via un réseau 2G (tels que la transmission de SMS) constituent systématiquement les services de base, même pour les utilisateurs de services multimédias. En conséquence, l'analyse de marché a montré que les tarifs relatifs aux services de téléphonie mobile dans le cadre du choix d'un opérateur de téléphonie mobile par les clients finaux jouaient un rôle capital pour les clients, même eu égard à un exploitant de réseau 3G tel que H3G. Concernant les exploitants de réseaux, l'analyse de marché a également démontré que la téléphonie vocale constitue, et ce également dans un avenir prévisible (en tout cas jusqu'en 2009), le service de communication mobile le plus important, tant par son volume que par le chiffre d'affaires et le bénéfice qu'il représente. Ceci vaut pour les exploitants traditionnels de réseaux 2G, mais également pour un exploitant opérant uniquement sur réseau 3G tel que H3G et même pour les réseaux 3G d'exploitants opérant simultanément sur des réseaux 2G et 3G. C'est précisément en raison de l'accélération de l'établissement de son réseau que H3G doit renforcer sa prospection en matière de clientèle de téléphonie vocale.
- (160) Ce qui incite fortement H3G à conquérir de nouveaux clients en leur proposant en premier lieu des tarifs de téléphonie vocale avantageux. Les chiffres soumis par H3G à la Commission et concernant l'utilisation des services multimédias l'attestent. Ces derniers, même inclus dans les offres de H3G, sont utilisés par moins de la moitié des clients, et un nombre encore inférieur de clients paient des frais supplémentaires pour y recourir. Ceci montre que bien plus de la moitié des clients actuels utilisent le réseau mobile de H3G uniquement dans le cadre de la téléphonie vocale (et d'autres services également transmissibles via 2G). De plus, ceci montre aussi la structure de tarification de H3G. Les tarifs réels Talk&More comprennent un package voix (qui va de 100 à 600 minutes par mois) combiné avec la possibilité d'utiliser des services multimédia (par exemple 10 MMS par mois) qui vise principalement les clients de téléphonie vocale pouvant être intéressés par les services multimédia. Les prix de H3G, tels qu'analysés au considérant (55), sont au même niveau que ceux de tele.ring qui ne comprennent pas les services multimédia. La structure de prix d'H3G démontre la tentative d'attirer de nouveaux consommateurs par de la téléphonie bon marché tout en offrant des services multimédias en bonus.
- (161) H3G peut également être incité à suivre une stratégie de prix semblable à celle de tele.ring en raison de la similarité du profil de communication des clients des deux

opérateurs. H3G est donc fortement incité à s'adresser aux clients de tele.ring en proposant des tarifs aussi peu élevés et à se rapprocher ainsi de son propre objectif visant à étendre sa clientèle. L'analyse de marché a montré que la clientèle des deux exploitants est très sensible aux prix, ce qui les a en majeure partie incités à quitter d'autres opérateurs. Les documents internes de tele.ring déjà établis avant l'opération de concentration notifiée attestent également de ce que les clients de tele.ring et H3G considèrent des tarifs intéressants comme l'avantage le plus important de leurs opérateurs respectifs. On retrouve notamment d'autres similitudes entre les deux groupes de clients dans la part largement supérieure à la moyenne de clients postpayés (par rapport à tous les autres opérateurs) ainsi que dans la part significative des usagers intensifs du téléphone. Enfin, la similarité des bases clientèle de tele.ring et H3G résulte des dernières statistiques relatives aux mouvements des clients entre les différents opérateurs et désireux de conserver leur numéro. Elles révèlent que près de la moitié des clients ayant quitté tele.ring en 2005 ont alors rejoint H3G⁷³.

- (162) Par ailleurs, tele.ring ne poursuivra pas uniquement l'exploitation d'un réseau 2G à l'avenir, mais transfèrera ses clients sur le réseau 3G. Selon le plan d'exploitation déjà établi antérieurement au projet de concentration, tele.ring espère qu'en 2006 [...] * auront opté pour le 3G. Ces chiffres s'élèveront en 2009 à [...] * , si bien qu'à ce moment-là une petite moitié déjà de tous les clients de tele.ring seront des clients UMTS. Ils permettent également d'expliquer que tele.ring évoluera rapidement pour opérer sur un réseau 3G et continuerait de ce fait à se rapprocher des mesures d'incitations et des structures de coûts de H3G et tele.ring. Concernant les structures de coûts, il convient particulièrement de mentionner les frais jusqu'à présent plus élevés relatifs aux téléphones mobiles 3G, pour lesquels les résultats de l'analyse de marché prévoient de toute manière une baisse rapide de prix.
- (163) Compte tenu des incitations similaires et du profil de communication des clients très semblable existant en H3G et tele.ring, tout paraît fortement indiquer que H3G suivra à l'avenir une stratégie agressive sur les prix similaire à celle adoptée par tele.ring dans le passé.
- (164) L'accord-cadre conclu le 28 février 2006 entre T-Mobile et H3G est un gage suffisant assurant l'acquisition effective de fréquences et de sites par H3G. Ledit accord-cadre a force obligatoire et manifeste la volonté expresse de T-Mobile et H3G à conclure un accord global dans un délai de [...] * et assurer le transfert des fréquences et des sites. Il garantit également que H3G dispose d'un réseau national plus rapidement qu'en usant de ses propres moyens, et de ce fait renforce son potentiel de compétitivité et soit en mesure d'occuper la fonction décrite au considérant (103) d'opérateur disciplinant les prix. En outre, l'application effective des engagements est également garantie par l'intégration du régulateur autrichien des télécommunications en tant qu'instance de résolution des conflits eu égard à toutes les divergences d'opinion liées à l'exécution desdits engagements.

⁷³ Par comparaison avec les chiffres mentionnés au considérant 50 dans le cadre de l'évaluation de la concurrence, il convient toutefois de considérer que le nombre de clients ayant rejoint tele.ring est nettement supérieur à celui des clients ayant quitté l'opérateur. Il en va de même pour H3G.

(165) D'après la Commission, les engagements (version du 3 mars 2006) permettent de ce fait d'écarter les risques qui auraient considérablement entravé la concurrence effective sur le marché autrichien de la téléphonie mobile, tant sur le plan des effets non coordonnés que des effets coordonnés.

5. Résultat de l'analyse relative au marché des clients finaux pour les services de téléphonie mobile

(166) Pour les raisons évoquées ci-dessus, la Commission conclut que les engagements pourront probablement lever tant les effets non coordonnés identifiés que les effets coordonnés non exclus par la Commission, et l'on peut considérer que l'opération de concentration notifiée, telle que modifiée par les engagements présentés par T-Mobile, n'entravera pas de manière significative la concurrence effective dans une grande partie du marché commun.

B. Les services d'itinérance internationale

(167) Tous les exploitants de réseaux opèrent en Autriche sur le marché de l'itinérance entrante (*inbound roaming*). Leurs parts de marché sont représentées dans le tableau suivant:

Exploitant	1 ^{er} semestre 2005	2004	2003	2002
Mobilkom	[40-50]*%	[40-50]*%	[40-50]*%	[40-50]*%
T-Mobile	[25-35]*%	[25-35]*%	[25-35]*%	[25-35]*%
tele.ring	[5-15]*%	[5-15]*%	[5-15]*%	[5-15]*%
T-Mobile et tele.ring réunis	<i>[35-45]*%</i>	<i>[35-45]*%</i>	<i>[35-45]*%</i>	<i>[35-45]*%</i>
ONE	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%	[10-20]*%
H3G	[<5]*%	[<5]*%	0%	0%

Source: estimations de T-Mobile

(168) À l'instar du marché des clients finaux de la téléphonie mobile, les parts de marché de l'itinérance internationale entrante montrent que, consécutivement à la transaction prévue, T-Mobile se rapprocherait davantage de Mobilkom. tele.ring semble toutefois ne pas avoir joué un rôle sur ce marché semblable à celui joué sur le marché des services de téléphonie mobile par rapport aux clients finaux, puisque sa part de marché a reculé.

(169) Mais les parts de marché sur le marché de l'itinérance internationale ne présentent de toute manière qu'une importance restreinte. Les clients présents sur ce marché du commerce de gros sont les opérateurs de téléphonie mobile des pays étrangers. Il est essentiel pour ces derniers que le partenaire d'itinérance internationale en Autriche possède un réseau s'étendant sur l'ensemble du territoire, de sorte que ses clients aient la possibilité de téléphoner partout en Autriche. À l'issue de l'opération de concentration proposée, il existera outre T-Mobile/tele.ring également deux autres exploitants de réseaux avec Mobilkom et ONE, si bien qu'il restera aux exploitants des autres pays suffisamment de possibilités pour choisir un partenaire d'itinérance

internationale. H3G propose également des services d'itinérance internationale. Certes ce dernier n'occupe pas une place plus importante actuellement sur ce marché parce qu'il n'est en mesure de proposer ce type de service que sur un réseau 3G et dans la mesure où son réseau partiellement consolidé le lui permet. On peut cependant s'attendre à ce que H3G gagne de l'importance sur ce marché et représente une alternative aux autres exploitants, si tôt que les téléphones mobiles 3G auront été diffusés plus largement et – comme le permettront les engagements – si tôt que H3G aura établi un réseau sur l'ensemble du territoire.

(170) Il convient en outre de considérer dans le cadre de l'analyse que tous les exploitants de réseaux mobiles – pour autant qu'ils donnent à leurs clients l'opportunité d'accéder à l'itinérance internationale⁷⁴, concluent systématiquement des contrats d'itinérance avec tous les exploitants de réseaux d'un pays respectif. Ces contrats sont réalisés sur la base de l'accord d'itinérance internationale standard («STIRA») de l'association GSM ainsi que de l'*inter-operator tariff* («IOT»). Mais les différents prestataires d'itinérance internationale sont en concurrence puisque les exploitants accordent des remises sur l'IOT. Les exploitants de téléphonie mobile étrangers peuvent diriger en grande partie le trafic téléphonique généré par leurs clients dans un autre pays, compte tenu du réseau utilisé pour ce type de trafic. C'est pourquoi ils sont notamment en mesure de le diriger vers l'opérateur qui leur propose les meilleures conditions d'itinérance. Comme démontré au considérant (139), il leur reste à cet égard des possibilités suffisamment variées, y compris à l'issue de l'opération de concentration proposée.

(171) Le reliquat du trafic d'itinérance, c'est-à-dire la part non redirigée, est de moindre importance, ainsi que la partie notifiante l'a démontré pour son trafic d'itinérance en Autriche. La façon dont ce trafic est redirigé dépend davantage de considérations techniques; les paramètres, selon la partie notifiante, relèvent notamment de la qualité du réseau et de sa couverture, ainsi que des algorithmes des téléphones et du choix opéré manuellement par le client. L'enquête de marché a montré également qu'un autre facteur intervenait pour la répartition du trafic d'itinérance, le *Mobile Network Code* («MNC»). Dans le cas où le trafic n'est pas redirigé, le réseau devant être utilisé est généralement choisi fortuitement par le téléphone mobile du client. Le choix d'un réseau est plus probable lorsque celui-ci dispose de deux MNC, ce qui s'appliquera à T-Mobile à l'issue de l'opération proposée. Mais une telle répartition au hasard ne se produit que lorsque le trafic n'est pas redirigé et ne concerne de ce fait qu'une petite portion du trafic d'itinérance. Le MNC ne joue qu'une partie du rôle de la sélection aléatoire du réseau. Dès lors, l'augmentation possible du trafic d'itinérance pour T-Mobile par l'acquisition d'un second MNC concerne seulement une petite part de l'ensemble du trafic d'itinérance. Le fait qu'il dispose de deux MNC n'accentuera pas non plus la puissance de T-Mobile sur le marché, dont la part de marché ne dépasse pas les chiffres mentionnés au considérant (167). Le fait que T-Mobile possède éventuellement deux MNC à l'issue de la concentration proposée, et ce tant que le régulateur ne lui retirera pas une de ces MNC, ne revêt aucune importance particulière pour l'analyse.

(172) L'opération proposée ne portera du reste aucunement préjudice aux alliances en place. tele.ring n'appartenait jusqu'à présent à aucune alliance, alors que T-Mobile fait

⁷⁴ Comme expliqué au considérant (35), YESS! fait par exemple figure d'exception.

partie de «Freemove», ONE de «Starmap», et Mobilkom est partenaire du réseau Vodafone Eurocall. H3G n'appartient à aucune alliance, mais il est associé aux autres exploitants de réseaux appartenant à Hutchison.

- (173) La Commission a constaté dans l'affaire Telefónica/O2⁷⁵ que les alliances Freemove et Starmap diffèrent dans la mesure où Freemove prévoit un pourcentage substantiel de trafic redirigé sur le réseau du membre de l'alliance. Certes dans le cas présent la transaction proposée entraînerait le retrait du marché d'un exploitant indépendant de cette alliance. Mais, contrairement à ce qui a été constaté pour le Royaume-Uni dans l'affaire Telefónica/O2, un partenaire d'itinérance est encore présent avec ONE en tant que membre de Starmap, partenaire appartenant à une alliance qui n'est pas aussi fermement ancrée que Freemove ou Vodafone Eurotel. La transaction ne conduirait pas du reste, contrairement à l'affaire Telefónica/O2, à la suppression dans plusieurs pays d'un partenaire d'itinérance indépendant, qui compte tenu de leur importance vis-à-vis des clients finaux – comme la Grande-Bretagne ou l'Allemagne – occupent une place particulièrement importante dans l'itinérance internationale.
- (174) Le maintien avec ONE d'un exploitant de réseau n'appartenant pas à l'alliance Freemove ni au réseau Vodafone Eurocall est particulièrement important pour les exploitants de téléphonie mobile issus d'autres pays et qui, de même, n'appartiennent à aucune alliance ou à Starmap. Les exploitants étrangers appartenant à Freemove ou Vodafone Eurocall peuvent assurer leur trafic par l'intermédiaire de leur partenaire d'alliance autrichien. Les exploitants étrangers n'appartenant à aucune alliance ou à Starmap peuvent notamment assurer leur trafic par l'intermédiaire de ONE.
- (175) Il est important dans ce contexte de conclure normalement des contrats réciproques d'itinérance internationale, c'est-à-dire que l'exploitant de téléphonie mobile du pays A négocie parallèlement la mise à disposition de prestations internationales en matière d'itinérance (inbound roaming) sur son réseau au profit de l'exploitant du pays B, ainsi que l'achat de prestations internationales en matière d'itinérance (outbound roaming) sur le réseau de l'exploitant du pays B. Les prix et volumes sont généralement négociés mutuellement, c'est-à-dire que les tarifs et volumes concernant l'outbound et l'inbound roaming sont pris en considération. Dans tous les cas, les prix convenus représentent davantage des «prix de transfert» dans la mesure où le bilan entre itinérance entrante et itinérance sortante (inbound et outbound roaming) entre deux exploitants de réseaux est équilibré et les paiements respectifs soldés. Le trafic escompté sur le réseau propre via l'itinérance entrante constitue de ce fait un paramètre essentiel pour les négociations et le coût de ce type d'itinérance.
- (176) Le cas présent diffère également à cet égard de l'affaire Telefónica/O2. Les exploitants de téléphonie mobile n'appartenant à aucune alliance ou à Starmap peuvent s'attendre à poursuivre leurs négociations avec ONE comme partenaire d'itinérance, dont le trafic d'itinérance sortante n'a pas encore été attribué, dans le cadre de l'alliance Freemove ou Vodafone Eurocall, à des réseaux partenaires dans d'autres pays. Les volumes sortants de tele.ring ne jouent par ailleurs qu'un rôle limité et n'ont pas véritablement contribué à l'attractivité de tele.ring en tant que partenaire d'itinérance internationale. Bien que, comme démontré au considérant (32), tele.ring possédait en 2004 sur le marché autrichien des clients finaux plus de [...]*

⁷⁵ Affaire COMP/M.4035 – Telefónica/O2 du 10 janvier 2006.

marché de T-Mobile selon le chiffre d'affaires, les minutes d'itinérance sortantes de tele.ring ne s'élevaient pour la même année qu'à [...] des minutes de T-Mobile. C'est également pour cette raison que tele.ring n'occupait pas une place importante pour les exploitants de téléphonie mobile d'autres pays sur le marché autrichien de l'itinérance internationale.

- (177) Se fondant sur ces considérations, la transaction proposée n'entrave pas significativement la concurrence effective sur le marché autrichien de l'itinérance internationale.

C. Le marché du commerce de gros pour les prestations de terminaison d'appels

- (178) L'opération de concentration notifiée n'entraîne aucun cumul de parts de marché sur le marché de la terminaison d'appels, puisque chaque réseau représente par rapport à la terminaison un marché indépendant (voir considérant (20) et suivants de la définition du marché).

- (179) De même, d'éventuels effets verticaux sont exclus: tele.ring dispose d'une part de marché de 100 % sur les deux marchés de gros pour la terminaison d'appels sur son réseau fixe et son réseau mobile en Autriche. Ces marchés constituent des marchés amont aux marchés de la téléphonie mobile ainsi qu'aux marchés des réseaux fixes concernant les connexions avec l'étranger, sur lesquels opère T-Mobile (ou la société mère Deutsche Telekom) en Autriche et dans d'autres pays, puisque la terminaison d'appels sur les réseaux de tele.ring annonce l'offre de services de T-Mobile destinés aux clients finaux (ou ceux de Deutsche Telekom) sur ces marchés.

- (180) De même, T-Mobile (ou Deutsche Telekom) présente une part de marché de 100 % sur le marché de gros pour la terminaison d'appels, sur son réseau fixe ou mobile en Autriche, Allemagne, Grande-Bretagne, aux Pays-Bas, en Hongrie, Pologne, République tchèque et République slovaque. Ces marchés sont pour leur part des marchés amont au marché autrichien de la téléphonie mobile (clients finaux), sur lequel opère tele.ring avec une part de marché de [10-20]*%, ainsi qu'au marché autrichien fixe (clients finaux) pour les appels avec l'étranger, sur lequel opère tele.ring avec une part de marché [<5]*.

- (181) Au vu de la part de marché de tele.ring sur le marché des services de télécommunication mobile au consommateur final, tout effet de forclusion du marché consécutif à l'opération de concentration notifiée peut être exclu. Il est par ailleurs très complexe sur le plan technique de procéder à une discrimination à l'encontre des prestataires de télécommunications étrangers dès lors que la plupart des conversations internationales sont assurées via des «carriers» internationaux agissant en tant qu'intermédiaire par rapport à l'opérateur. Dans la plupart des cas, il est impossible pour les parties de déterminer l'identité du demandeur des prestations de terminaisons d'appels. L'origine exacte du trafic international devant être terminée ne peut être déterminée qu'en cas d'interconnexion directe avec l'opérateur étranger diffusant l'appel. Il est cependant peu probable dans un tel cas d'assister à une discrimination dès lors que le prestataire étranger peut, le cas échéant, sans grand problème se rabattre sur un «carrier» international afin d'échapper à toute forme de discrimination.

- (182) Les redevances de terminaison d'appels sont en outre déterminées par le régulateur autrichien des télécommunications pour chaque exploitant de réseau selon un modèle orienté sur les coûts. À ce sujet, il a déjà pris les précautions nécessaires en vue de la

concentration proposée. La décision du régulateur prévoit d'une part que, directement après la reprise, les redevances destinées à tele.ring soient revues à la baisse conformément au niveau de T-Mobile. Le régulateur estime également que des baisses de coût supplémentaires ne seraient pas directement liées à l'exécution légale de la concentration. Ainsi les modifications engendrées par l'opération de concentration peuvent être examinées dans le cadre de la prochaine procédure, le régulateur considérant que la décision qu'il a prise pour le moment expire avant la fin de l'année 2006. On peut donc supposer qu'il a pris en considération dans le cadre de sa procédure les conséquences de l'opération sur le montant des redevances de terminaison d'appels⁷⁶.

VI. CONDITIONS ET CHARGES

- (183) Conformément à l'article 8, paragraphe 2, alinéa 2, première phrase, du règlement sur les concentrations, la Commission peut assortir sa décision de conditions et charges destinées à assurer que les entreprises concernées respectent les engagements qu'elles ont pris à l'égard de la Commission en vue de rendre la concentration compatible avec le marché commun.
- (184) Les mesures entraînant un changement structurel du marché constituent des conditions, alors que les mesures d'application nécessaires à cet effet constituent, en revanche, des charges pour les parties. Si une condition n'est pas remplie, la décision par laquelle la Commission a déclaré l'opération de concentration compatible avec le marché commun devient caduque. Lorsque les parties contreviennent à une charge, la Commission peut annuler une décision d'autorisation conformément à l'article 8, paragraphe 6, point b), du règlement sur les concentrations. En outre, des amendes et des astreintes peuvent être infligées aux parties conformément à l'article 14, paragraphe 2, point d) et à l'article 15, paragraphe 1, point c), du règlement sur les concentrations.
- (185) Sur la base de cette distinction fondamentale, la Commission pose comme condition à sa décision le respect intégral des engagements visant à transmettre à H3G les sites de téléphonie mobile choisis par lui au plus tard à [...]*, et à ONE les sites de téléphonie mobile choisis par lui au plus tard dans les [...]* suivants la prise de contrôle de tele.ring. La Commission conditionne également sa décision à la vente d'un paquet de fréquences UMTS à H3G pendant la période de vente ([...]* après la prise de contrôle de T-Mobile sur tele.ring) et de le transférer pendant la période autorisée de réalisation des engagements ([...]* après la prise de contrôle de T-Mobile sur tele.ring) et soit de vendre le deuxième paquet de fréquences UMTS à un plus petit concurrent agréé par la Commission dans le délai de cession prolongé ([...]* suivant la prise de contrôle de tele.ring) et de le transférer pendant la période autorisée de réalisation des engagements, soit de le restituer à l'autorité de régulation autrichienne pendant la période de réalisation des engagements, et dans les [...]* après l'acquisition de tele.ring de ne pas acquérir un contrôle direct ou indirect sur ces actifs cédés sans l'autorisation préalable de la Commission.
- (186) Tous les autres éléments des engagements contenus dans l'annexe II, notamment l'engagement relatif à la conservation momentanée et à la gestion séparée de

⁷⁶ Voir les notifications de la TKK dans les procédures Z 2, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14/05 du 19.12.2005.

l'entreprise à céder, ainsi que les détails relatifs au mandataire feront l'objet de charges, dans la mesure où ils doivent seulement accompagner la mise en œuvre des obligations mentionnées précédemment.

VII. CONCLUSION

(187) Pour tous ces motifs et sous réserve du respect intégral des engagements pris par T-Mobile, la Commission estime que l'opération de concentration n'aboutira pas à ce qu'une concurrence effective serait entravée de manière significative dans le marché commun ou une partie substantielle de celui-ci. Sous réserve du respect intégral des engagements figurant en annexe, l'opération de concentration peut donc être déclarée compatible avec le marché commun et avec l'accord EEE, conformément à l'article 2, paragraphe 2, et à l'article 8, paragraphe 2, du règlement sur les concentrations ainsi qu'à l'article 57 de l'accord EEE.

A ARRÊTÉ LA PRÉSENTE DÉCISION:

Article premier

La concentration notifiée, par laquelle l'entreprise T-Mobile Austria GmbH prendra le contrôle exclusif de la société tele.ring Unternehmensgruppe au sens de l'article 3, paragraphe 1, point b), du règlement sur les concentrations, est déclarée compatible avec le marché commun et avec l'accord EEE.

Article 2

L'article 1^{er} est applicable sous la condition du respect intégral par T-Mobile des engagements mentionnés aux paragraphes III. 2, 3, 6 et VII. 1 a) b) de l'Annexe II pour ce qui concerne les fréquences UMTS et aux paragraphes IV. 3, 4 et VII. 1 a) b) de l'annexe II pour ce qui concerne les sites.

Article 3

La présente décision est assortie de la charge du respect intégral des autres engagements donnés par T-Mobile conformément à l'annexe II.

Article 4

[...]*
est destinataire de la présente décision.

Par la Commission
signé
Neelie Kroes
Membre de la Commission

ANNEXE I

Le texte complet en allemand des engagements dont il est fait référence aux articles 2 et 3 peuvent être consulté sur le site Internet de la Commission à l'adresse suivante:
http://ec.europa.eu/comm/competition/index_en.html



COMMISSION EUROPÉENNE

Le conseiller-auditeur

RAPPORT FINAL DU CONSEILLER-AUDITEUR
DANS L'AFFAIRE COMP/M.3916 – T-Mobile AUSTRIA / TELE.RING

(élaboré conformément aux articles 15 et 16 de la décision 2001/462/CE, CECA, de la Commission du 23 mai 2001 relative au mandat des conseillers-auditeurs

dans certaines procédures de concurrence – JO L 162 du 19 juin 2001, p. 21)

Le 21 septembre 2005, la Commission s'est vu notifier, conformément à l'article 4 du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil, un projet de concentration par lequel la société T-Mobile Austria GmbH («T-Mobile», Autriche), qui appartient au groupe allemand Deutsche Telekom AG («DTAG»), acquerra, au sens de l'article 3, paragraphe 1, point b), du règlement sur les concentrations, le contrôle de l'intégralité de la société Tele.ring Unternehmensgruppe («TeleRing», Autriche) par le biais d'un achat d'actions.

À la fin de la première phase de son enquête, la Commission est parvenue à la conclusion que la concentration soulevait des doutes sérieux quant à sa compatibilité avec le marché commun et avec l'accord EEE. La principale préoccupation de la Commission était due au fait que TeleRing était considérée comme le concurrent le plus actif sur le marché, qui faisait baisser les prix notamment parce qu'il était indispensable pour lui de se constituer une clientèle suffisamment vaste pour générer des économies d'échelle considérables pour son réseau mobile 2G, qui a atteint son extension maximum.

C'est pourquoi, malgré les engagements proposés par T-Mobile le 19 octobre 2005, la Commission a ouvert la procédure prévue à l'article 6, paragraphe 1, point c), du règlement sur les concentrations, le 14 novembre 2005.

T-Mobile n'a pas demandé à avoir accès aux «documents essentiels» du dossier de la Commission, conformément au chapitre 7.2 du «Code de bonnes pratiques sur le déroulement de la procédure communautaire de contrôle des concentrations».

Le 1^{er} décembre 2005, T-Mobile a soumis une nouvelle proposition d'engagements.

Le 8 février 2006, une communication des griefs a été adressée à T-Mobile, qui y a répondu le 27 février 2006. Ce même jour, l'accès au dossier lui a été accordé. Le 1^{er} mars 2006, TeleRing a communiqué ses observations sur la communications des griefs.

Les parties n'ont pas demandé à développer leurs arguments au cours d'une audition.

En accord avec T-Mobile, la Commission a adopté, le 21 février 2006, une décision de prolongation de la procédure de 20 jours ouvrables, conformément à l'article 10, paragraphe 3, deuxième alinéa, du règlement sur les concentrations.

Le 3 mars 2006, T-Mobile a soumis un nouvel ensemble d'engagements comportant des améliorations, à propos desquels les acteurs du marché ont ensuite été interrogés. Leurs réactions ont été pour l'essentiel positives.

Il ne m'a pas été demandé de contrôler l'objectivité de l'enquête.

Compte tenu des derniers engagements proposés et après avoir analysé les résultats de l'enquête auprès des acteurs du marché, la Commission est parvenue à la conclusion, dans le projet de décision, que le projet de concentration était compatible avec le marché commun et avec l'accord EEE, sous réserve du respect des engagements.

Compte tenu de ce qui précède, je considère que le droit d'être entendues des parties a été respecté.

Bruxelles, le 18 avril 2006

(signé)

Serge DURANDE



AVIS

**du COMITÉ CONSULTATIF en matière de CONCENTRATIONS
donné lors de sa 139^{ème} réunion du 7 avril 2006
concernant un avant-projet de décision dans
l'affaire COMP/M.3916 – T-Mobile Austria/Tele.Ring**

Rapporteur: LUXEMBOURG

1. Le comité consultatif partage l'opinion de la Commission selon laquelle l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article 3, paragraphe 1, point b), du règlement communautaire n° 139/2004 sur les concentrations et qu'elle revêt une dimension communautaire.

2. La majorité du comité consultatif convient avec la Commission que les marchés de produits en cause sont, aux fins de l'appréciation de la présente opération:
 - a) le marché de la fourniture de services de télécommunications mobiles à des consommateurs finals;
 - b) le marché de gros des services de terminaison d'appel;
 - c) le marché de gros des services d'itinérance internationale.

Une minorité a marqué son désaccord sur le point a) et une minorité s'est abstenue sur le point c).

3. Le comité consultatif rejoint la Commission pour estimer qu'aux fins de l'appréciation de la présente opération, les marchés géographiques en cause ont une dimension nationale.

4. La majorité du comité consultatif convient avec la Commission que l'opération notifiée entraînerait des effets non coordonnés sur le marché autrichien de fourniture de services de télécommunications mobiles à des consommateurs finals et entraverait dès lors de manière significative une concurrence effective sur ce marché. Une minorité s'abstient.

5. Le comité consultatif partage l'opinion de la Commission selon laquelle il est peu probable que les gains d'efficacité allégués par T-Mobile se réalisent après l'opération de concentration.

6. La majorité du comité consultatif rejoint la Commission pour estimer que les engagements proposés par les parties permettraient de résoudre les problèmes de concurrence mis au jour et qu'en conséquence, l'opération de concentration devait être déclarée compatible avec le marché commun. Une minorité de ses membres ne partage pas ce point de vue.

7. Le comité consultatif demande à la Commission de prendre en considération l'intégralité des autres questions soulevées au cours de la discussion.

<u>BELGIË/BELGIQUE</u>	<u>ČESKÁ REPUBLIKA</u>	<u>DANMARK</u>	<u>DEUTSCHLAND</u>	<u>EESTI</u>
J. MUTAMBA	---	---	F. SCHUSTER	---
<u>ELLADA</u>	<u>ESPAÑA</u>	<u>FRANCE</u>	<u>IRELAND</u>	<u>ITALIA</u>
---	---	B. ALOMAR	---	G. PAZZI
<u>KYPROS/KIBRIS</u>	<u>LATVIJA</u>	<u>LIETUVA</u>	<u>LUXEMBOURG</u>	<u>MAGYARORSZÁG</u>
---	---	I. KUDZINSKIENE	G. BLESER	G. SZILÁGYI
<u>MALTA</u>	<u>NEDERLAND</u>	<u>ÖSTERREICH</u>	<u>POLSKA</u>	<u>PORTUGAL</u>
---	R. van HUTTEN	S. FISCHER	E. SYKUT	R. MAXIMIANO
<u>SLOVENIJA</u>	<u>SLOVENSKO</u>	<u>SUOMI-FINLAND</u>	<u>SVERIGE</u>	<u>UNITED KINGDOM</u>
---	---	H. VÄISÄNEN	C. SZATEK	F. PÉNA