



Formulaire pour les demandes en matière d'accès

Partie 1: Renseignements sur le requérant

Partie 2: Renseignements sur les services d'accès contestés du point de vue de la position dominante

Partie 3: Renseignements sur la question de la position dominante

Partie 4: Etude du marché

Responsabilité:

**Office fédéral de la communication
Services de télécommunication
Rue de l'Avenir 44
CH-2501 Bienne**

Informations:

**Tél. +41 32 327 55 11
Fax. +41 32 327 55 28**

Edition:

1.0

Validité dès le:

1^{er} avril 2007

Introduction

Le présent formulaire¹ se rapporte principalement à la question de la position dominante et vise à accélérer la procédure en rassemblant le plus tôt possible, de manière structurée, toutes les informations importantes disponibles.

Lorsque la Commission fédérale de la communication (ComCom) conclut dans sa décision que la question de la position dominante du fournisseur doit être examinée par rapport aux services contestés, l'OFCOM demande à la Commission de la concurrence (Comco) d'établir une expertise. La Comco évalue la position d'une entreprise sur le marché selon la pratique développée dans le cadre de l'application de la loi sur les cartels². Par entreprises dominant le marché, on entend une ou plusieurs entreprises qui sont à même, en matière d'offre ou de demande, de se comporter de manière essentiellement indépendante par rapport aux autres participants au marché (concurrents, fournisseurs ou acheteurs) (art. 4, al. 2, LCart).

Afin de pouvoir identifier un comportement indépendant, il est nécessaire de disposer d'informations sur les entreprises, les marchés et les services concernés. Des données comme les chiffres d'affaires et les parts de marché, mais aussi des renseignements sur les conditions relatives à la demande ou à l'entrée sur le marché, permettent d'évaluer au mieux la situation en matière de concurrence.

¹ Le formulaire a été élaboré par le secrétariat de la Commission de la concurrence (Comco) et par l'OFCOM.

² Loi fédérale du 6 octobre 1995 sur les cartels et autres restrictions à la concurrence (Loi sur les cartels, LCart; RS 251).

Partie 1: renseignements sur le requérant

1.1 Renseignements généraux

Adresse de l'entreprise

Nom de l'entreprise: _____
Forme juridique: _____ (p. ex. SA, Sàrl, entreprise individuelle)
Adresse 1: _____
Adresse 2: _____
NPA: _____ Lieu: _____
Pays: _____
Téléphone: _____ Fax: _____
Internet (URL): _____
Numéro d'enregistrement (si déjà attribué par l'OFCOM): _____

Adresse de correspondance en Suisse

Nom / Nom de l'entreprise: _____
Adresse 1: _____
Adresse 2: _____
NPA: _____ Lieu: _____
Pays: Suisse
Téléphone: _____ Fax: _____
Courriel: _____

Personne(s) de contact pour les questions d'ordre général

Nom / Prénom: _____
Téléphone: _____ Fax: _____
Courriel: _____

Personne(s) de contact pour les questions d'ordre technique

Nom / Prénom: _____
Téléphone: _____ Fax: _____
Courriel: _____

1.2 Brève description des activités de l'entreprise, notamment des services de télécommunication proposés par le requérant en tant que fournisseur.

1.3 Autres informations importantes pour l'évaluation de la demande d'accès.

Partie 2: Renseignements sur les services d'accès contestés du point de vue de la position dominante³

Le formulaire doit être rempli pour chaque service d'accès sur lequel la procédure porte et pour lequel la partie adverse conteste, ou pourrait contester, occuper une position dominante. Lorsqu'il est possible de regrouper des services étroitement liés, le formulaire peut, pour plus de clarté, être rempli de manière sommaire, selon les regroupements effectués. Afin d'éviter les répétitions superflues, le formulaire peut renvoyer à des explications figurant dans la demande d'accès.

2.1 Les services d'accès contestés sont décrits avec précision (caractéristiques, conditions et usage prévu). Si la compréhension en est facilitée, il est aussi possible de les présenter de manière schématique ou graphique. Si la partie adverse fournit un service contesté, du moins en principe, la description doit être complétée par un renvoi à l'offre de base (offre de référence); le renvoi doit porter sur toutes les conditions et tous les prix importants pour la prise de décision.

³Dans la suite du formulaire, les services d'accès contestés du point de vue de la position dominante sont appelés "services contestés".

2.2 Décrivez les offres de votre entreprise qui nécessitent les services contestés, ainsi que le type de clientèle à laquelle ces offres s'adressent.

2.3 Décrivez l'infrastructure technique nécessaire pour fournir ces offres. Indiquez pourquoi votre entreprise doit recourir aux infrastructures d'autres sociétés.

2.4 Décrivez les prestations préalables à fournir pour rendre ces offres disponibles, et citez les entreprises qui proposent ces prestations. Indiquez pourquoi votre entreprise doit recourir aux prestations d'autres sociétés.

Partie 3: Renseignements sur la question de la position dominante

3.1 Renseignements sur la situation du marché

3.1.1 Décrivez l'évolution mois après mois des prix des services contestés au cours des cinq dernières années. Si un service n'est pas proposé depuis si longtemps, la description est limitée à la période durant laquelle ce service a été offert.

3.1.2 Commentez les forces du marché et les autres facteurs qui ont influencé la fixation des prix des services contestés.

3.1.3 Indiquez comment, selon vous, les marchés concernés doivent être délimités – tant sur le plan des prestations que sur le plan géographique – pour les services contestés⁴. Si vous vous référez à des procédures antérieures menées en Suisse ou en Europe, qui ont donné lieu à une délimitation du marché pour les services contestés, veuillez mentionner les sources correspondantes.

3.1.4 Indiquez le chiffre d'affaires, le nombre d'unités (minutes, appels, mégabits, etc.) ainsi que le nombre de clients de votre entreprise par mois dans tous les marchés concernés ces cinq dernières années. Ces données doivent être si possible aussi fournies sous forme électronique.

⁴ Le marché des prestations comprend l'ensemble des marchandises ou des services que le partenaire potentiel de l'échange considère comme substituables en raison de leurs caractéristiques et de l'usage auxquels ils sont destinés. Le marché géographique comprend le territoire sur lequel les partenaires potentiels de l'échange sont engagés du côté de l'offre ou de la demande pour les marchandises ou les services qui composent le marché des prestations. Afin de pouvoir procéder aux délimitations mentionnées, nous avons besoin de descriptions précises des services et des éléments du réseau concernés. Pour juger de la position sur le marché, le point de départ est en général constitué par la structure du marché considéré.

3.1.5 Évaluez la part de marché de votre entreprise dans tous les marchés concernés.

3.2 Renseignements sur d'autres services, produits de substitution et concurrents

3.2.1 Nommez et décrivez les trois principaux concurrents de votre entreprise pour les services contestés.

3.2.2 Évaluez les parts de marché de ces trois principaux concurrents dans tous les marchés concernés.

3.2.3 Indiquez les services sur lesquels votre entreprise pourrait se rabattre si elle devait renoncer aux services contestés, et qui pourraient se substituer à ces derniers en raison de leurs caractéristiques et de l'usage auxquels ils sont destinés.

3.2.4 Indiquez les trois principales entreprises qui proposent ces produits de substitution et évaluez leurs parts de marché dans le domaine des services contestés.

3.2.5 Décrivez les développements techniques et les futures technologies qui pourraient, dans un proche avenir (une année), modifier durablement la substitution des services contestés décrite ci-dessus.

3.2.6 Indiquez les éventuelles restrictions d'accès (barrières) qui compliquent l'entrée de nouveaux fournisseurs sur les marchés des services contestés (p. ex. régulations, économies d'échelle, emplacements bénéficiaires, exigences en matière de capital, pratique en matière de prix, coûts échoués, frais de commutation, brevets, accès privilégié aux technologies, canaux de distribution ou savoir-faire, effets de réseau).

3.2.7 Expliquez les éventuelles particularités importantes concernant les marchés concernés (p. ex. dispositions légales spéciales, autorisations, concessions ou conditions fixées par les autorités, structures de la demande et canaux de distribution particuliers, importance de la recherche et du développement).

3.2.8 Donnez d'autres indications importantes sur les services contestés, sur les prestations situées en amont ou en aval, ainsi que sur la situation en matière de concurrence.

Partie 4: Etude du marché

Une étude de marché doit être effectuée uniquement si les renseignements nécessaires à l'appréciation de la position dominante ne peuvent être obtenus par un autre biais. A cette fin, l'OFCOM établit, en collaboration avec la Comco, un questionnaire qu'il remet aux acteurs du marché.

Indiquez les questions qui doivent impérativement être posées aux acteurs du marché dans le cadre d'une telle étude. Indiquez quels acteurs devraient être interrogés.