



Communiqué de presse
Le 3 mars 2010

L'étude ECTA sur la "Fracture digitale en Europe" conclut :
Consommateurs et entreprises européens perdent
25 milliards d'euros par an
Explication : les marchés télécoms ne sont pas compétitifs

Bruxelles – Le 3 mars 2010 - Analysys Mason a rendu publics aujourd'hui les résultats de l'étude réalisée pour l'European Competitive Telecommunications Association (ECTA) (www.ectaportal.be), sur la fracture digitale européenne. Ce matin, Analysys Mason a présenté ses conclusions au Parlement Européen en présence des autorités officielles du Parlement et de divers membres de la Direction Générale de la Concurrence et de la Direction Générale Société de l'information et Médias

Le rapport, suite à l'examen du paysage des télécommunications dans 6 pays : la Belgique, l'Allemagne, l'Italie, la Pologne, le Portugal et l'Espagne, arrive aux conclusions suivantes :

:

- Les parts de marché des opérateurs historiques sur le marché du détail sont trop élevées ;
- L'étude énumère une liste de conduites anticoncurrentielles et discriminatoires potentielles de la part des entreprises dominantes ;
- Les comportements des leaders du marché empêchent les nouveaux entrants (challengers) de réaliser des retours sur investissements élevés ;
- Les leaders du marché récoltent des profits constants (cf. les résultats de Belgacom en 2009) ;
- Les abus de position dominante des leaders du marché en matière de large bande ont un impact négatif sur les perspectives d'emploi en Europe ;
- Les consommateurs et les entreprises en Europe n'ont pas la liberté de choix ; la Belgique est le plus mauvais élève de la classe ;
- La concurrence est le seul garant du choix, de la qualité et de l'innovation ;
- La mauvaise régulation protège les champions nationaux.

La Belgique est constamment citée en tant que mauvais exemple par Analysis et il est ouvertement fait référence aux abus de position dominante (reconnus) de Belgacom (voir, pour plus de détails, le pdf attaché « Europe's Digital Deficit » - p 33-46 sur la Belgique et la position dominante de Belgacom en matière de large bande, de téléphonie fixe et de téléphonie mobile).

En annexe :

"Final Report for ECTA: Europe's Digital deficit: revitalising the market in electronic communications" – 3 March 2010

ECTA: Press release: "Europe's 25bln euro digital deficit"

KPN Group Belgium sa/nv est une filiale à 100% de KPN Mobile N.V., la division mobile de Koninklijke KPN N.V. KPN fournit des services voix et données en Allemagne (E-Plus et les marques sœurs), en Belgique (BASE et les marques sœurs) et aux Pays-Bas (KPN, Hi et Telfort). Fin 2009, KPN Group Belgium employait 721 personnes et détenait une part de marché du nombre de clients mobiles d'environ 25%. En 2009, KPN a réalisé un chiffre d'affaires de € 802 millions en Belgique. L'entreprise, dont le siège central est établi à Bruxelles, se positionne comme un opérateur innovant en matière de produits et de services suivant une approche du marché multi-marques et segmentée. KPN Group Belgium commercialise les marques BASE, Ay Yildiz, Simyo, Zoniq et BASE business.

Pour plus d'informations :

KPN Group Belgium, Bart Vandesompele
E-mail: bart.vandesompele@kpngroup.be