



Paris, le 14 janvier 2011

**Contribution de Familles de France relative à la consultation  
publique de l'ARCEP : 30 propositions afin d'améliorer les offres  
faites aux consommateurs de service de communications  
électroniques et postales**

I- Volet communications électroniques

Proposition n°1

*Pour la mise en œuvre des objectifs poursuivis par la régulation des communications électroniques prévus au II de l'article L. 32-1, et notamment le 12°, les opérateurs de communications électroniques sont tenus de fournir, pour l'ensemble de leurs offres, une information transparente, qu'elle soit tarifaire ou technique, c'est-à-dire accessible, exacte, intelligible, objective dans sa présentation, et complète.*

Familles de France approuve cette proposition, laquelle contribuera à ce que le consommateur sache exactement ce à quoi il est engagé.

D'autre part, il serait pertinent qu'une information permettant la comparaison des offres soit mise en place et imposée aux opérateurs (à l'image de l'engagement pris par les banques de présenter une liste de 10 tarifs bancaires).

Attention toutefois à ce que le coût de cette mesure ne soit pas in fine répercuté sur le consommateur.

Proposition n°2

*Il s'agit d'une reprise de la proposition n° 5 du document « Neutralité de l'internet et des réseaux : propositions et orientations » relative à « la transparence accrue vis-à-vis des utilisateurs finals ».*

*Tant dans la présentation commerciale et les conditions contractuelles de leurs services de communications électroniques que dans les informations accessibles aux clients de ces offres en cours de contrat, les fournisseurs d'accès à l'internet (FAI) doivent fournir à l'utilisateur final des informations claires, précises et pertinentes relatives :*

- aux services et applications accessibles via ces services ;
- à leur qualité de service ;
- à leurs limitations éventuelles ;
- ainsi qu'aux pratiques de gestion de trafic dont ils font l'objet.

*A ce titre, l'Autorité recommande en particulier que :*

- toute restriction d'un service de transmission de données par rapport aux exigences de liberté et de non discrimination découlant des propositions n° 1 et 2 du document « Neutralité de l'internet et des réseaux : propositions et orientations » relatives à « la liberté et la qualité dans l'accès à l'internet » et « la non discrimination des flux dans l'accès à l'internet » soit explicitement indiquée dans la communication et dans les clauses contractuelles, de manière claire et compréhensible ;
- le terme « internet » ne puisse être utilisé pour qualifier ces services dès lors que certaines de ces restrictions ne seraient pas conformes aux exigences de la proposition n°3 du



document « Neutralité de l'internet et des réseaux : propositions et orientations » relative à « l'encadrement des mécanismes de gestion de trafic de l'accès à l'internet » ;

- le terme « illimité » ne puisse être utilisé pour des offres de services incluant des limitations du type « usage raisonnable » ayant pour conséquence soit une coupure temporaire ou une facturation supplémentaire des services, soit une dégradation excessive de débits ou de la qualité de service.

Dans un premier temps, l'ARCEP va demander aux FAI, aux associations qui les représentent et aux associations de consommateurs d'engager des travaux communs visant à définir des modalités partagées d'information de l'utilisateur final concernant les services accessibles, les débits, les limitations des offres et les pratiques de gestion de trafic, et de lui faire part, d'ici la fin du premier trimestre 2011, de leurs propositions à cet égard.

Dans un second temps et si cela s'avérait nécessaire, l'ARCEP pourra compléter, en lien avec la DGCCRF, les propositions qui lui auront été faites.

Familles de France approuve cette proposition dans la mesure où celle-ci va dans le sens des travaux menés au sein du Conseil National de la Consommation (CNC) auxquels Familles de France participe et contribue.

#### Proposition n°3

En ce qui concerne les débits et les services accessibles, les FAI doivent mettre à disposition des consommateurs des outils faciles à utiliser, fournissant une information transparente au sens de la proposition n° 1 :

- avant toute souscription d'un abonnement, sur le débit estimé de sa ligne et son éligibilité aux différents services proposés par le FAI ;

- après souscription à une offre haut débit ou très haut débit, sur le débit réel de sa ligne.

Ces outils doivent être établis au moyen d'une méthodologie harmonisée et commune au secteur.

Cette proposition s'inscrit dans la continuité de la Proposition n°1, pour une information claire, loyale et transparente envers le consommateur.

En effet, Familles de France constate souvent que le consommateur paie un abonnement pour un débit auquel il n'a finalement accès, du fait de sa localisation géographique.

Par ailleurs, cette proposition s'inscrit dans le sens de l'article L121-83 du code de la consommation qui prévoit que le contrat doit comporter entre autre « les services offerts, leur niveau de qualité,... »

#### Proposition n°4

Un opérateur de communications électroniques doit demander l'accord exprès de son client, au moyen d'un courrier électronique cliquable ou d'un courrier papier selon le mode expressément choisi par ce client, avant de procéder à un réengagement.

Familles de France considère indispensable que le consommateur, au vu des dispositions du code de la consommation existantes sur la vente à distance (VAD), démontrant ainsi l'intérêt d'une protection accrue du consommateur dans ce type de vente, soit obligé de confirmer son accord de manière écrite, pour un réengagement.

Attention toutefois à ce que le coût de la mise en place de cette mesure ne soit pas répercuté sur le consommateur.



#### Proposition n°5

*Tout client d'un opérateur de communications électroniques doit pouvoir accéder de façon simple :*

- à son profil de consommation ; ce profil décrit les consommations du client portant sur les minutes de voix, de nombre de SMS et de MMS, de mégaoctets de données, différenciées par créneaux horaires ; les indicateurs de ces consommations sont identiques pour tous les opérateurs ;
- à l'ensemble consolidé de son contrat, c'est-à-dire à l'ensemble des caractéristiques principales de l'offre à laquelle il a souscrit.

*Ces informations sont envoyées par l'opérateur de communications électroniques à son client au moins une fois par an et doivent pouvoir être obtenues dans tous les cas à la demande expresse du client.*

Toujours dans l'objectif d'une information claire pour le consommateur, Familles de France approuve le contenu de cette proposition. En effet, le consommateur doit bénéficier d'une totale information à la fois avant sa souscription qu'en cours de contrat.

Dans le cadre du CNC, et plus précisément dans le groupe de travail « Internet mobile », est poursuivi l'objectif d'éviter les « chocs de facturation », et cette proposition y contribue dans la mesure où le consommateur peut suivre et ainsi maîtriser sa consommation.

Attention toutefois à ce que le coût de mise en place de cette mesure ne soit pas in fine répercuté sur le consommateur.

#### Proposition n°6

*Un opérateur de communications électroniques doit, au moment de la souscription d'un abonnement, obtenir l'accord exprès du consommateur :*

- pour les services mobiles, sur son inscription dans l'annuaire universel ;
- pour les services fixes, sur son opposition à son inscription dans l'annuaire universel.

*Lorsque le consommateur donne son accord pour figurer dans l'annuaire universel, l'opérateur de communications électroniques doit lui indiquer les différentes options qu'il peut choisir pour la publication de ses données personnelles (totale ou partielle) et certaines restrictions potentielles d'usage de celles-ci (recherche inversée ou prospection).*

Familles de France approuve cette proposition dans la mesure où, selon les chiffres de l'ARCEP, 85% des consommateurs sont pas ou mal informés. Ce n'est pas acceptable dans la mesure où la protection de données sur la vie privée des consommateurs est concernée.

Tout professionnel a une obligation précontractuelle d'information envers les consommateurs et le fait que la protection des données personnelles est une problématique essentielle pour les associations de consommateurs et les pouvoirs publics, la délivrance de l'information sur les conditions d'inscription ou non dans l'annuaire universel du numéro du consommateur doit être donnée.

#### Proposition n°7

*Les opérateurs de communications électroniques doivent mettre à disposition de leurs clients, par exemple en le faisant figurer sur la facture une fois par an et en cas de réengagement, le rappel des dispositions de la loi du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs dite loi Châtel, relatives à la possibilité :*



- de ne payer qu'au plus le quart des mensualités restant dues en cas de résiliation après le douzième mois d'un contrat avec engagement de vingt-quatre mois ;
- de ne payer que les frais correspondants aux coûts effectivement supportés par l'opérateur au titre de la résiliation.

Familles de France approuve cette proposition dans la mesure où ces dispositions et l'avantage qu'elles procurent aux consommateurs sont méconnues. Familles de France considère même que sur ce sujet, les consommateurs sont « désinformés ».

Familles de France joue son rôle d'information également auprès des consommateurs interprétés largement, mais pour toucher chacun des clients de téléphonie mobile, il est indispensable que les professionnels jouent un rôle accru, notamment en cours de contrat.

Attention toutefois à ce que le coût de mise en place de cette mesure ne soit pas in fine répercuté sur le consommateur.

#### Proposition n°8

*Cette proposition porte sur un thème abordé dans le cadre des engagements de la FFT du 23 septembre 2010, sous l'égide du secrétaire d'Etat chargé de la consommation.*

*Le montant des frais dus en cas de résiliation ainsi que la date de début du dernier engagement en cours doivent figurer sur les factures, dématérialisées ou non, des clients des opérateurs de communications électroniques.*

Familles de France soutient cette proposition et soumet l'idée que ces informations puissent être également disponibles pour chacun des consommateurs, sur l'espace client du site internet de l'opérateur.

Attention toutefois à ce que le coût de cette mesure ne soit pas in fine répercuté sur le consommateur.

#### Proposition n°9

*Cette proposition porte sur un thème abordé dans le cadre des engagements de la FFT du 23 septembre 2010, sous l'égide du secrétaire d'Etat chargé de la consommation.*

*Les opérateurs de communications électroniques doivent proposer, pour chacune de leurs offres, une variante équivalente sans engagement à un prix raisonnable au regard de l'offre avec engagement.*

*Les opérateurs de communications électroniques ne peuvent subordonner l'utilisation de points de fidélité à un réengagement.*

Cette initiative est soutenue par Familles de France qui considère que le système actuel constitue un système « pervers » au détriment du consommateur.

En effet, la situation existante ne permet pas à un client qui se réengage (et par conséquent « fidèle » à son opérateur) d'obtenir une subvention équivalente (qui pourrait même, au vu de la fidélité, être supérieure) à un nouveau client. Ainsi, le réengagement n'est généralement pas favorable, in fine, au consommateur.

#### Proposition n°10

*Cette proposition porte sur un thème abordé dans le cadre des engagements de la FFT du 23 septembre 2010, sous l'égide du secrétaire d'Etat chargé de la consommation.*

*Lorsque les opérateurs mobiles vendent des terminaux verrouillés, ils doivent :*



- transmettre à leurs abonnés, de façon automatique dès la fin du troisième mois d'abonnement, le code de déverrouillage de leur terminal selon les modalités choisies par l'abonné (site internet ou facture) ;
  - rendre facilement accessible et de manière intelligible, la procédure de déverrouillage et les opérations associées selon le mode choisi par cet abonné (site internet ou facture), ainsi que par téléphone et dans le réseau de magasins de l'opérateur lorsque ce dernier en dispose.
- A défaut de mettre en oeuvre ces mécanismes, les opérateurs mobiles doivent vendre des terminaux non verrouillés.

Familles de France approuve cette proposition et soumet l'hypothèse de rendre ces informations disponibles via le service de suivi des consommations (appel généralement gratuit ou décompté du forfait). Bien entendu, cette idée n'est valable que si le consommateur en amont est informé de cette mise à disposition d'informations sur le service de suivi des consommations.

#### Proposition n°11

*En toute hypothèse, les conditions générales de vente d'une offre multiservices, couplant un abonnement à une offre de services fixes « double play » ou « triple play » et un abonnement à des services mobiles doivent :*

- préciser les modalités de la résiliation globale de l'offre et de la résiliation partielle de chaque service (service « double play », « triple play » ou service mobile) qu'elle comporte ;
- prévoir les conditions de mise en oeuvre de la prime tarifaire éventuellement allouée, ainsi que celles des options liées au couplage et, en particulier, les effets de la résiliation de l'un des services sur l'allocation de la prime, la souscription des services associés et, le cas échéant, la facturation du montant des frais de résiliation ;
- garantir, le cas échéant, que la durée d'engagement initialement souscrite dans le cadre du service non résilié ne puisse être prolongée à l'occasion de la résiliation de l'autre service ;
- garantir, le cas échéant, que les avantages acquis par l'abonné, au titre de son ancienneté ou de sa consommation seront conservés à l'occasion de la résiliation de l'un des services et de la rupture de l'offre multiservices ;
- préciser les modalités de conservation de l'ensemble des identifiants de l'abonné par type de service ou pour l'ensemble des services, selon le principe dit du « simple guichet ».

*En outre, si cette offre de couplage est commercialisée par le biais d'un contrat unique, ses conditions générales de vente doivent limiter la durée d'engagement à l'ensemble des services à douze mois, en cohérence avec les pratiques commerciales observées à ce stade sur le marché du haut débit et du très haut débit.*

*Les opérateurs, lorsqu'ils proposent à leurs clients la commercialisation d'offres multiservices comportant un seul contrat, devraient aussi proposer la même offre avec deux contrats indépendants, portant respectivement sur les services mobiles et sur les autres services, dans des conditions équivalentes, notamment sur le plan tarifaire.*

Familles de France approuve cette proposition dans la mesure où la situation actuelle n'est pas facilement lisible pour le consommateur. Ainsi, via ces contrats, il ne sait pas dans quelles conditions il est engagé pour chacun des services. Les offres doivent être claires, notamment l'interdépendance ou non de chacun des services. Le risque majeur est que le consommateur ne sache pas, in fine, si l'offre « triple play » est liée en terme d'engagement à l'offre « mobile ».



Il serait nécessaire qu'un engagement des opérateurs soit pris à ce niveau afin d'en uniformiser le cadre car il ne faut pas oublier que ce type d'offres est en voie de développement.

#### Proposition n°12

*Cette proposition porte sur un thème abordé dans le cadre des engagements de la FFT du 23 septembre 2010, sous l'égide du secrétaire d'Etat chargé de la consommation.*

*L'ARCEP va engager des travaux avec les acteurs du secteur portant sur :*

- l'impact et les modalités de mise en oeuvre de la séparation sur les factures du prix du terminal et du prix des services en matière de services mobiles ;*
- l'impact du plafonnement à douze, voire six mois de la durée maximum d'engagement des offres de services mobiles ;*
- les cas où un réengagement ne pourrait être considéré comme légitime, en matière de communications électroniques.*

Familles de France approuve cette proposition car ce principe de subvention du terminal n'est pas (ou très peu) connu des consommateurs.

En effet, aucune information claire n'est apportée au consommateur lui permettant de comprendre que le prix auquel il paie son mobile à la souscription du contrat n'est pas le prix final auquel le terminal lui revient.

De plus, les engagements de 24 mois pourraient ainsi être considérés comme discriminants : en effet, aucune information claire et précise n'existant sur le sujet, et les consommateurs ne voyant pas le prix qu'ils acquittent mensuellement à l'opérateur diminuer en cours de contrat (au moment où la subvention serait entièrement remboursée), ils se retrouvent à payer toute la durée de vie du contrat le même prix. Alors qu'au terme de X mois, la part de la subvention devrait être retirée de la somme que le consommateur paie à son opérateur, qui ne devrait par la suite n'acquitter que la part représentant le montant de son forfait.

#### Propositions n°13 et 14

- *L'ARCEP coordonnera progressivement dans le temps et harmonisera dans le contenu la publication des différentes enquêtes et indicateurs de qualité des services fixe et mobile. Elle poursuivra parallèlement avec les acteurs du secteur, les travaux sur les indicateurs de qualité de service fixe afin d'en améliorer la comparabilité. Elle continuera enfin à veiller à ce que les prestataires de service universel assurent des mesures fiables de qualité de service et respectent les objectifs fixés par le ministre chargé des communications électroniques.*

- *Il s'agit d'une reprise de la proposition n° 7 du document « Neutralité de l'internet et des réseaux : propositions et orientations » relative au « suivi de la qualité de service de l'internet ».*

*Afin de veiller à ce que l'accès à l'internet présente une qualité de service suffisante et transparente, l'ARCEP va lancer des travaux visant à :*

- qualifier les paramètres principaux de la qualité de service de l'accès à l'internet et élaborer des indicateurs adaptés ;*
- faire publier périodiquement par les fournisseurs d'accès à l'internet de tels indicateurs de qualité de service de détail spécifiques aux services de transmission de données, notamment pour l'accès à l'internet, tant sur les réseaux fixes que mobiles.*





*Ces travaux seront menés en y associant la DGCCRF, les opérateurs et les associations qui les représentent, les prestataires de services de la société de l'information et les associations qui les représentent ainsi que les associations de consommateurs.*

Familles de France considère que l'information sur la qualité de service constitue une information importante pour le consommateur afin de permettre la comparaison des offres. La qualité de service constitue, au sens juridique du terme, une caractéristique essentielle du contrat.

Familles de France, si elle est sollicitée, apportera sa contribution à ces travaux.

#### Proposition n°15

*Il s'agit d'une reprise de la proposition n° 6 du document «Neutralité de l'internet et des réseaux : propositions et orientations » relative au « suivi des pratiques de gestion de trafic ». L'Autorité demande aux fournisseurs d'accès à l'internet et associations qui les représentent, aux prestataires de services de la société de l'information et associations qui les représentent, ainsi qu'aux associations de consommateurs d'engager des travaux communs visant à identifier et qualifier les différents types de pratiques de gestion de trafic, y compris les limitations du type « usage raisonnable » associées aux offres dites « illimitées », et de lui faire part d'ici la fin du premier trimestre 2011 de leurs propositions à cet égard.*

*Dans le même temps, l'Autorité va suivre l'évolution des pratiques de gestion de trafic mises en place par les opérateurs, afin d'apprécier en particulier le respect des critères de pertinence, d'efficacité, de proportionnalité, de non discrimination des acteurs et de transparence.*

*Dans un second temps, si cela s'avérait nécessaire, l'Autorité pourra compléter, en lien avec la DGCCRF, les propositions qui lui auront été faites.*

Familles de France, si elle est sollicitée, participera à de tels travaux car considère que la neutralité d'internet est un sujet qu'il est indispensable de traiter dès maintenant, au regard des enjeux potentiels pour l'avenir.

#### Proposition n°16

*S'agissant de la tarification des SVA, les opérateurs de communications électroniques et les éditeurs de services sont invités à :*

- veiller à ce que le prix facturé au consommateur soit proportionné à la qualité et à la nature du service délivré ; ils peuvent pour cela notamment mettre en place des mécanismes de modulation tarifaire, en fournissant une information transparente sur les tarifs au consommateur ;*
- poursuivre les travaux engagés en 2009 visant à élaborer, rendre publique et mettre en œuvre, de manière commune à tous les opérateurs, une signalétique tarifaire transparente, pour les appels depuis les réseaux fixes et mobiles ; cette signalétique pourrait par exemple distinguer les numéros SVA selon plusieurs fourchettes de prix, dont une correspondant aux numéros gratuits ;*
- engager une réflexion, en y associant des représentants des utilisateurs finals, tant consommateurs qu'entreprises, sur la modernisation à moyen terme de la structure tarifaire des SVA ; ces travaux ont vocation à s'inscrire dans les évolutions du plan national de numérotation que l'ARCEP va étudier en 2011.*



Familles de France ne s'oppose pas catégoriquement à une tarification des SVA dans la mesure où celle-ci est justifiée et raisonnable. Par « justifiée », Familles de France entend à la fois une justification objective en fonction du prix de revient de ce service aux professionnels, et aussi une justification subjective, c'est-à-dire en terme de qualité du service rendu.

#### Proposition n°17

*L'ARCEP invite le Gouvernement à poursuivre et accentuer les efforts engagés pour faire respecter, par les fournisseurs de services de communications électroniques et par les professionnels, les dispositions de l'article 16 de la loi du 3 janvier 2008 dite loi Chatel et de l'article 87 de la loi de modernisation de l'économie en date du 4 août 2008 dite loi LME. Ces dispositions encadrent les conditions d'accès, par les consommateurs, aux services après vente des professionnels ainsi qu'aux services d'assistance technique et après-vente des fournisseurs de services de communications électroniques, au moyen de numéros d'appel non surtaxés.*

Familles de France ne peut qu'approuver cette proposition.

#### Proposition n°18

*Les communications téléphoniques à destination des numéros fixes géographiques de type 01 à 05 et non géographiques de type 09 ne peuvent être exclues d'une offre d'abondance de téléphonie, fixe ou mobile.*

Familles de France approuve cette proposition car il est très difficile voire impossible pour le consommateur de connaître exactement les numéros inclus dans ce type d'offres, et les autres. Par conséquent, le consommateur ne bénéficie pas d'une information complète et transparente. Par ailleurs, cette avancée serait un moyen de permettre au consommateur de pouvoir maîtriser sa facture.

#### Proposition n°19

*L'usage de numéros surtaxés par les services d'accueil des services publics administratifs doit relever de l'exception et faire l'objet d'un encadrement réglementaire reposant, d'une part, sur un décret précisant les éléments relatifs à l'objet de la redevance pour services rendus ainsi instituée et aux prestations donnant lieu à rémunération et, d'autre part, sur un arrêté ministériel fixant le tarif de la redevance.*

*L'ARCEP, quant à elle, a adopté les décisions n° 2004-846 et n° 2007-213 applicables aux services sociaux susceptibles d'être joints par un numéro gratuit depuis les réseaux fixes et mobiles ; elle invite le Gouvernement à en publier la liste comme le prévoit l'article 55 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.*

Familles de France regrette que les services publics utilisent des numéros surtaxés, notamment car cela crée une discrimination entre les consommateurs au regard des tarifs de ces numéros et du principe-même de service public, qui se veut accessible à tous. Cette utilisation devrait être rendue possible que dans des cas exceptionnels et justifiés.

#### Proposition n°20

*Tous les opérateurs de services mobiles, métropolitains ou ultramarins, doivent intégrer dans leurs forfaits la quote-part du prix de communication correspondant au transport sur leur*





réseau (aussi appelée « airtime ») des appels à destination des numéros longs commençant par 080 et 081 ainsi que des numéros courts appliquant les tarifs correspondants.

Familles de France approuve cette proposition qui s'inscrit dans un objectif de faire payer au consommateur un prix justifié et raisonnable.

#### Proposition n°21

*Afin de prévenir les pratiques frauduleuses dites d'appels à rebonds (aussi appelés « ping call »), l'ARCEP va, d'une part, permettre aux opérateurs de communications électroniques qui acheminent les appels de filtrer ceux comportant un numéro surtaxé comme identifiant d'appelant, en les incitant à le faire et, d'autre part, leur demander de présenter des scénarios techniques pour leur blocage ou masquage.*

*L'ARCEP invite les opérateurs à mettre en place, selon des modalités à définir de façon concertée, un mécanisme d'indemnisation systématique des consommateurs victimes de ces pratiques d'appels à rebonds.*

Familles de France approuve cette proposition car ce n'est pas au consommateur d'être pénalisé financièrement. Les opérateurs doivent tout mettre en œuvre pour éviter ces appels indésirables et assurer ainsi une meilleure sécurité au consommateur.

#### Proposition n°22

*L'ARCEP propose que soit créée une nouvelle instance déontologique comprenant l'ensemble des parties prenantes du secteur qui définira les règles sur l'usage légitime des SVA et qui veillera à les faire respecter.*

Familles de France approuve cette initiative et espère qu'elle permettra une amélioration du système existant.

#### Proposition n°23

*L'ARCEP rappelle que la directive « service universel » modifiée renforce les garanties en faveur des personnes handicapées en leur permettant de bénéficier d'un accès aux services de communications électroniques et d'un choix équivalents à ceux dont bénéficient les autres utilisateurs.*

*Dans cette perspective, l'ARCEP va étudier avec les opérateurs, les acteurs publics et les associations concernées, les mesures que les opérateurs devraient adopter pour assurer cette équivalence. Les modalités de financement et de mise en place des centres relais pour les appels généralistes feront à cet égard l'objet d'un examen particulier.*

*Sans attendre, les opérateurs doivent d'ores et déjà préciser les initiatives qu'ils vont prendre en ce sens, ainsi que les modalités de communication associées.*

*Au-delà des obligations et principes d'équivalence, issus de la directive « service universel » modifiée, l'ARCEP invite les opérateurs à participer à un groupe de travail sur l'accessibilité des services de communications électroniques qui se réunira sous son égide, en vue de formaliser des engagements communs pour la fin du premier trimestre 2011. La question de l'accessibilité des « boxes », du point de vue de leur ergonomie ou des fonctionnalités qu'elles permettent, y sera notamment abordée.*



Familles de France, préoccupé par une meilleure qualité de vie pour les consommateurs handicapés, considère cette initiative indispensable et la soutient. Familles de France ne manquera pas de participer aux travaux si le Mouvement est sollicité.

## II- Volet postal

### Proposition n°24

*Des procédures de traitement des réclamations accessibles, simples et gratuites doivent être disponibles et mises en place par les opérateurs postaux autorisés.*

*Dans le cadre de ses nouvelles compétences, l'ARCEP va mettre en place, au 1er janvier 2011, les outils, moyens et procédures nécessaires au traitement des réclamations des usagers des services postaux qui n'ont pu être satisfaites dans le cadre des procédures mises en place par les prestataires de services postaux autorisés.*

Familles de France considère que l'existence d'un tel système de traitement de litiges doit être inhérent à la mise en place de tout service à destination des consommateurs.

Familles de France souhaite que les nouvelles compétences octroyées à l'ARCEP permettront in fine aux consommateurs d'être satisfaits des services postaux.

### Proposition n°25

*L'ARCEP veillera à ce que les dispositions prévues par les conditions générales ou spécifiques de vente de La Poste soient conformes aux dispositions concernant le service universel postal, aux obligations contenues dans son autorisation et aux autres obligations précisées par le CPCE.*

Familles de France ne peut qu'approuver cette proposition

### Proposition n°26

*L'ARCEP veillera à ce que La Poste rende public le résultat des mesures de la qualité du service universel. Elle poursuivra les travaux menés avec La Poste pour assurer la fiabilité des mesures.*

*Parallèlement, l'ARCEP veillera, dans le cadre de ses nouvelles compétences, à ce que les tarifs du service universel, qui doivent être orientés vers les coûts, respectent les principes d'abordabilité du service universel.*

Familles de France considère que la mise en place de mesures de qualité de service contribue à la considération qu'ont les consommateurs du service. Malgré les résultats qui tendent, comme le présent rapport l'indique, à croître en terme de qualité, les consommateurs ne ressentent pas toujours une qualité de service satisfaisante concernant les services postaux.

Pour les consommateurs, la satisfaction repose sur un rapport qualité/prix du service satisfaisant.

### Proposition n°27

*L'ARCEP poursuivra son action pour améliorer la transparence sur les caractéristiques et la qualité des prestations du service universel postal afin que les utilisateurs bénéficient d'une*



*information accessible, exacte, intelligible, objective dans sa présentation, et complète, et fassent leur choix en connaissance de cause.*

Familles de France considère que l'information est l'élément le plus important en amont de la conclusion d'un contrat, élément qu'elle invite tous les professionnels à améliorer, quelque soit le secteur.

#### Proposition n°28

*L'offre « Mini Max », qui relève du service universel, doit être accessible aux utilisateurs de services postaux. Ses conditions de poids et de format pourraient être élargies pour permettre l'envoi d'objets de plus de deux centimètres d'épaisseur et d'un poids de plus d'un kilogramme dans des conditions d'envoi proches de celles de la lettre.*

Familles de France souhaite que l'offre Mini Max permettant l'envoi d'objets de moins de 2 centimètres soit maintenue, en plus de celle contenue dans la proposition.

Si tel ne devait pas être le cas, Familles de France souhaite que l'unique offre de Mini Max qui serait proposée reste au même tarif qu'actuellement.

Par ailleurs, Familles de France considère que la multiplicité de l'offre faite au consommateur ne doit pas le pénaliser financièrement, et ne peut se faire sans une prise en considération de la qualité du service, et ne doit pas primer sur cette dernière.

#### Proposition n°29

*Divers textes législatifs et réglementaires semblent accorder la même valeur probante au timbre à date (« le cachet de la poste faisant foi ») quel que soit l'opérateur postal ayant acheminé l'envoi.*

*L'ARCEP va déterminer comment s'appliquent les dispositions liées au cachet de la poste compte tenu de la libéralisation postale et rendra ses conclusions d'ici au 30 mars 2011.*

Familles de France soutient cette initiative qui permettra de clarifier une situation qui pourrait s'avérer à terme pénalisante pour le consommateur.

#### Proposition n°30

*L'ARCEP mènera, début 2011, une action d'information de tous les acteurs publics et privés concernés, pour leur rappeler qu'il n'existe pas de monopole de la lettre recommandée. En effet, tous les prestataires de service postaux, y compris ceux n'ayant pas besoin d'autorisation postale, tels notamment les « expressistes », peuvent proposer à leurs clients un service de lettre recommandée avec la même valeur probante, dès lors que cette offre permet d'attester du dépôt et de la distribution dans des conditions équivalentes à celles de l'arrêté du 7 février 2007 pris en application de l'article R. 2-1 du CPCE.*

Il s'agit d'une information méconnue des consommateurs et qu'il est indispensable de porter à leur connaissance. Familles de France considère que la multiplicité d'offreurs ne peut être que favorable pour le consommateur, si et seulement si celle-ci est encadrée.