

Trente propositions afin d'améliorer les offres faites aux consommateurs de services de communications électroniques et postales

Consultation publique du 26 novembre 2010 au 14 janvier 2011

Préambule :

Dans le cadre de ses compétences, l'action de l'ARCEP consiste à s'assurer, d'une part, que les opérateurs sont en mesure de **développer des offres innovantes** et de **qualité** à un **coût abordable** grâce à une concurrence **effective** et **loyale** entre eux et, d'autre part, conjointement avec les administrations spécifiquement en charge de la protection des consommateurs, à veiller à ce que les utilisateurs finals – consommateurs, entreprises ou collectivités publiques – puissent accéder à ces offres dans des conditions satisfaisantes, c'est-à-dire en ayant accès à une **information transparente, actualisée** et **homogène** sur le **contenu** des services offerts, ainsi que sur les **conditions contractuelles** de fourniture de ces mêmes services.

Après un rappel du cadre juridique et des compétences de l'ARCEP en matière de consommation, le document mis en consultation publique établit, sur chacun des thèmes retenus, un **diagnostic de la situation** avant de formuler des propositions.

.../...

- ⇒ Cette démarche suppose un **diagnostic** précis et ordonné : qui dresse un « état des lieux » conforme à la situation réelle rencontrée par les usagers. Malheureusement on ne peut pas aborder cet aspect « améliorations » sans penser à des problèmes plus généraux qui nous semblent tout autant **prioritaires** et se situer en amont de la démarche en termes d'urgence :
- Couverture des zones **blanches** ou des personnes mal desservies (connexion ADLS à 512 kb/s ou peu fiable)
 - Extension du service universel à la téléphonie sur IP.

D'autres constituent **de nouvelles mesures** qui correspondent, soit à des actions que l'ARCEP va engager, soit à des **recommandations** adressées aux opérateurs ou aux pouvoirs publics. Elles peuvent faire l'objet d'un engagement de la part des opérateurs.

- ⇒ Il ne sert à rien d'adopter certaines mesures ou recommandations si celles-ci ne sont pas **suivies d'effets**. Nous attendons de l'ARCEP qu'elle mette tous les moyens en œuvre pour que celles-ci soient effectivement suivies d'effets et surtout pas contournées par des opérateurs peu scrupuleux qui sont plus soucieux du profit que de la satisfaction du client.

Volet communications électroniques

1- La transparence des offres de communications électroniques

Afin d'exercer un **choix libre** et **éclairé**, le consommateur doit pouvoir disposer d'une information la plus transparente possible conformément aux dispositions de l'article L. 32-1 du CPCE. Des améliorations significatives paraissent nécessaires, tant avant qu'après la souscription à une offre de communications électroniques par le consommateur.

Les propositions de l'ARCEP portent sur la définition générale d'une information transparente (proposition n° 1) ; sur la mise à disposition d'informations sur le service fourni dans le cadre plus spécifique d'une offre d'accès à l'internet (n° 2) et **d'outils permettant de connaître le débit** associé à une telle offre (n° 3) ; sur la **confirmation** par le consommateur de chaque nouvel engagement (n° 4) ; sur la mise à disposition d'une **synthèse des usages** du consommateur et des caractéristiques de l'offre souscrite (n° 5) ; et sur la précision des modalités formelles d'inscription à l'annuaire universel (n° 6).

⇒ *Il convient de traiter ces différents points en les **hierarchisant***

2- La fluidité des marchés de communications électroniques

Les marchés des communications électroniques sont caractérisés par la présence persistante, voire croissante, de **freins au changement** de fournisseur, ce qui limite la capacité des consommateurs à faire jouer effectivement la concurrence.

⇒ *Ce point est essentiel pour que s'établisse une vraie confiance client-fournisseur et que la concurrence entre les opérateurs conduise à une **différentiation** entre eux qui se traduit par une élévation de la qualité de leurs prestations (fournitures ou services) et non sur un alignement des prix comme nous l'observons aujourd'hui.
Le consommateur ne manque pas de constater des **pratiques douteuses** adoptées par tous, au détriment du consommateur et d'un développement harmonieux du marché qui ne répond pas aux bonnes intentions affichées.
Nous ne manquerons pas de les mentionner ci-après.*

Dans la suite du rapport qu'elle a remis au Parlement, à la demande de celui-ci, en juillet 2010, les propositions de l'ARCEP visent à renforcer l'information sur les dispositions de la loi Chatel en matière de résiliation (n° 7) et sur les frais de résiliation et sur la date de début d'engagement (n° 8) ; à généraliser les offres sans engagement et à **interdire de subordonner l'utilisation de points de fidélité à un réengagement** (n° 9) ; à faciliter le **déverrouillage** des terminaux mobiles (n° 10) et à **limiter les risques** liés au développement des offres multiservices (n° 11).

Par ailleurs, l'ARCEP va lancer des travaux portant sur l'**engagement contractuel** et la **séparation** du prix du terminal et du prix des services (n° 12).

⇒ *Nous constatons là comment un problème mal posé peut engendrer des effets pervers ! Il convient d'adopter une démarche qui s'attaque aux **causes** et non aux **conséquences** et s'inscrit dans le **long terme**, de façon agir en **préventif** et non en **curatif**.*

3- La qualité et la disponibilité des services

Depuis plusieurs années, l'ARCEP mène une action globale, en matière de **disponibilité** et de **qualité** des services offerts par les opérateurs, et veille à améliorer l'**information** du consommateur sur la **qualité des services**.

Les propositions de l'ARCEP visent à renforcer cette démarche en **coordonnant** la publication des différentes enquêtes, en harmonisant les **indicateurs de qualité** des services fixe et mobile, en améliorant la **comparabilité** des indicateurs de qualité de service fixe et en **assurant le respect** par les prestataires de service universel des objectifs de qualité du service ainsi que la **fiabilité** de sa mesure (n° 13).

Il s'agit également de veiller à la **qualité de service** de l'internet (n° 14) et de suivre les **pratiques de gestion de trafic** mises en place par les opérateurs (n° 15).

⇒ *On aurait aimé que le diagnostic constate un problème mal posé, par manque de pragmatisme, dont l'absence de résultats apporte la preuve qu'il faut traiter plus simplement les problèmes de qualité de service !
Nous nous appliquerons donc à évoquer les principes essentiels.*

4- Les services à valeur ajoutée (SVA)

Le marché des SVA a vu apparaître des **nouvelles pratiques** qui suscitent un mécontentement croissant des consommateurs.

Cette **insatisfaction** concerne la **transparence**, la **lisibilité** des tarifs, la question de l'**usage légitime** de ces numéros, mais aussi le développement de certaines **pratiques frauduleuses** dont les consommateurs peuvent être victimes.

⇒ *Un point fondamental n'est pas respecté aujourd'hui au niveau de la lisibilité !
Les opérateurs abusent de documents avec police de caractères très petite dès lors où l'objectif vise à échapper à l'obligation d'information et à engager par tromperie le client, dont voici un exemple flagrant portant sur l'augmentation de la TVA :*

Pour vous garantir des services toujours plus innovants, complémentaires et variés, nous sommes amenés à réévaluer certains de nos tarifs.

Ainsi, conformément aux dispositions de votre contrat, nous vous informons que le tarif mensuel de votre abonnement sera augmenté de trois euros à compter du 1er février 2011.

Vous trouverez les nouvelles conditions générales de vente qui vous seront applicables au 1er février 2011, en cliquant ici.

Nos conseillers clientèle sont à votre disposition au 01 70 00 70 70 (coût d'un appel local) pour répondre à toutes vos questions sur ce sujet ainsi que notre réseau de boutiques (liste disponible sur notre site client.numericable.fr).

Nous vous remercions de votre confiance et vous souhaitons de très bons moments avec Numericable.

Fabrice Toledano
Responsable de la Relation Clients

Si ces modifications ne vous convenaient pas, vous disposez d'un délai de 4 mois à compter de l'entrée en vigueur de cette modification pour nous en faire part et résilier votre offre sans pénalité de résiliation et sans droit à dédommagement, par courrier recommandé avec AR à NUMERICABLE RESILIATION TSA 61000 92894 Nanterre Cedex 9.

Il est évident que l'information figurant en bas de texte est inexploitable pour toute personne qui ne connaît pas ma législation en vigueur !

Les propositions de l'ARCEP ont donc pour objectif de **restaurer la confiance du consommateur** dans les SVA et visent ainsi à renforcer la transparence tarifaire (n° 16, 18 et 20) ; à lutter contre certaines **pratiques frauduleuses** (n° 21) et à renforcer le **contrôle déontologique** (n° 16 et 19), notamment à travers la **restauration d'un organe de corégulation spécifique** (n° 22).

Par ailleurs, l'ARCEP invite le Gouvernement à poursuivre et accentuer les efforts engagés pour **faire respecter les mesures législatives** existantes encadrant les **conditions d'accès aux services après-vente** et d'**assistance technique** (n° 17).

5- L'accès des personnes handicapées aux services de communications électroniques.

.../ ... L'ARCEP invite également 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.

Volet postal

1- Les procédures de traitement des réclamations

2- Le respect des obligations de service universel et des obligations afférentes aux activités postales.

3- Le rôle du cachet de la poste

4- Le principe d'égale valeur du recommandé

Rappel des propositions et questions

Certaines propositions constituent seulement **un rappel, une interprétation ou une application des dispositions en vigueur** : elles sont donc immédiatement applicables.

D'autres constituent **de nouvelles mesures** qui correspondent, soit à des **actions** que l'ARCEP va engager, soit à des **recommandations** adressées aux opérateurs ou aux pouvoirs publics. **Elles peuvent faire l'objet d'un engagement de la part des opérateurs.**

Dans le cas contraire, pour devenir **obligatoires**, elles nécessiteraient une modification du cadre juridique

Volet communications électroniques

1- La transparence des offres de communications électroniques

Proposition n° 1 :

Pour la mise en oeuvre 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.

⇒ *L'aspect lisibilité doit être ajouté : il apparaît nécessaire d'offrir des documents de taille de police égale ou supérieure à 12 pour les personnes présentant des déficiences visuelles, y compris après correction de leur vision.*

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**.

⇒ *Le problème est bien posé.*

*Le terme « illimité » doit être **proscrit** compte tenu des artifices utilisés par les opérateurs : renvois complétant le terme en caractères illisibles, changeant fondamentalement la définition du terme au point de conduire à une **tromperie** du client en le privant de l'information à laquelle il a droit ; sans oublier l'obligation de conseil qui bien évidemment n'est pas assumée dans ce cas.*

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.

⇒ *Les modalités devront faire l'objet d'une étude soignée utilisant les dernières connaissances techniques, être le plus simples possibles tout en étant significatives et accessibles aux utilisateurs.*

Exemple : un simple « ping » peut donner des informations extrêmement précieuses.

*Il apparaît en outre indispensable de mettre un module de contrôle dans le logiciel de chaque box, comme cela se pratique depuis plus de 30 ans, dont les **compteurs** (états de bon fonctionnement, performances et dysfonctionnements) sont accessibles à l'abonné et non pas masqués comme c'est le cas pour l'opérateur Numericable.*

*Nous pourrions le moment venu faire des **propositions** très concrètes sur ce point.*

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.

- ⇒ *Compte tenu du principe même de fonctionnement du réseau Internet (« Best effort ») deux axes de réflexion doivent être conduits :*
- *Côté opérateurs et interconnexions : mise à disposition d'indicateurs de congestion, temps de réponse, répétition de blocs et « drop » de blocs, ... dont l'effet cumulé peut être significatif sur une période assez longue*
 - *Côté abonné, caractéristiques du dernier kilomètre (« last mile ») qui ne doit pas constituer le réel goulot d'étranglement dans la chaîne de bout en bout (vitesse d'horloge maximale, en fait) du réseau.*
- Une qualification de ligne du dernier kilomètre (de type expertise multiservices) pourrait constituer une base de départ en cas de doute.*
- N'est-il pas anormal que l'on prétende faire transiter sur une paire de cuivre prévue pour une bande passante voix des signaux à plusieurs Mbps sans procéder à un contrôle systématique de cette ligne conduisant à une qualification de cette dernière.*
- Nota : Ceci devrait s'envisager dans le cas de toute construction de ligne comme on le fait pour un câblage d'immeuble.*

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.

- ⇒ *Oui, en effet il ne doit être accepté aucun accord tacite, conformément aux règles de traçabilité d'Assurance Qualité qui s'imposent.*
- En cas de courrier cliquable un accusé de réception doit être envoyé à l'abonné pour confirmer l'engagement qu'il vient de prendre (équivalent d'un accusé de réception de la commande).*

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.

⇒ Cette proposition doit rester simple : l'abonné connaît parfaitement son usage, donc les créneaux horaires semblent superflus et inutiles. Ce qui ne veut pas dire que l'opérateur n'a pas de son côté à suivre son trafic en continu pour identifier et résoudre ses problèmes de congestion. L'abonné, dès lors où il est admis qu'il est correctement informé sur les barèmes, doit être responsable et doit adapter son comportement aux seuls coûts qu'il sait supporter, en n'espérant pas les faire supporter aux autres au titre d'une « pseudo mutualisation ».

En effet, comme on le constate dans le cadre de la loi Hadopi, un certain état d'esprit semble s'instaurer dans la Société qui confond facilement solidarité et mutualisation et gratuité.

La mutualisation ne doit s'appliquer qu'aux équipements et services utilisés par tous. Pour le reste il appartient à chacun de payer le produit ou le service qu'il consomme.

La solidarité doit s'appliquer à tous et ne concerner que des finalités parfaitement identifiées (rôle social, compensation de l'handicap, ...)

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).

⇒ Là encore l'accord explicite et non implicite de l'abonné doit être traité comme une commande client, et donner lieu à une trace écrite (conférer question précédente).

Il semble que l'opérateur libère les options pendant quelques heures probablement pour vendre l'annuaire à des prospecteurs. Pour en avoir été victime, la preuve est difficile à apporter.

Aussi nous demandons au régulateur de rappeler l'obligation stricte de respecter la confidentialité des informations rattachées au client (N° en liste rouge, par exemple) et disposer de la preuve que cette exigence est respectée dans le temps.

Question n° 1 :

2- La fluidité des marchés de communications électroniques

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 Chatel, 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.

⇒ *Oui, bonne disposition facile à mettre en œuvre ! Tenir compte de notre position concernant le terminal que nous allons traiter plus loin.*

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.

⇒ *Oui, bonne disposition facile à mettre en œuvre ! Tenir compte de notre position concernant le terminal que nous allons traiter plus loin.*

Proposition n° 9 :

Cette proposition porte sur un thème abordé dans le cadre des engagements de la FFT du 3 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.

⇒ *Oui, bonne disposition au plan du principe mais rien n'empêche l'opérateur de rendre son offre non attractive, voire dissuasive !*

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.

⇒ Contrairement à ce qui est laissé entendre il ne s'agit en l'occurrence pas de subvention. En effet une subvention vient en déduction du montant de la dépense (investissement ou fonctionnement).

Il s'agit en fait d'une vente à paiement différé : celui-ci étant opéré par prélèvement sur les abonnements futures ou par une marge sur les consommations ultérieures.

Sur un plan strict de gestion financière « en bon père de famille », cette façon de procéder relève tout simplement d'une tromperie (pour ne pas dire escroquerie). En effet une fois le terminal payé, l'opérateur devrait réduire d'autant : soit le coût de l'abonnement, soit sa marge sur les consommations.

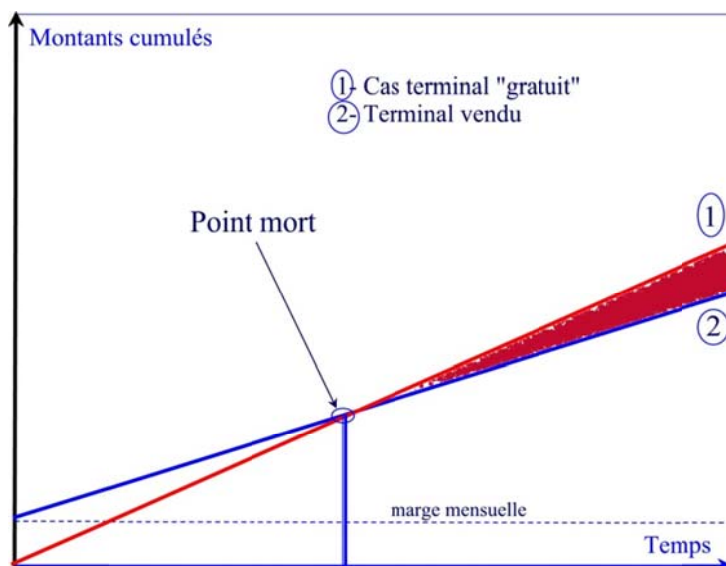
Ainsi le graphique joint montre le gain réel caché par l'opérateur (surface en rouge) :

Il est donc préférable, pour des questions de clarté et de transparence que le terminal soit acheté au départ.

Ceci introduira une vraie concurrence entre les opérateurs, y compris sur le coût du terminal. En effet le terminal peut toujours être vendu par d'autres enseignes n'ayant pas le statut d'opérateur.

Par ailleurs l'opérateur devra se différencier sur une qualité de fourniture et prestations.

Nota : Un développement plus complet peut être communiqué sur demande. Il s'agit en l'occurrence d'un problème très simple de gestion et d'amortissement bien connu ...



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.

⇒ *Point caduque dès lors où le terminal est vendu dès la souscription. Cette solution met un terme à tous les effets pervers : coûts réels supportés par le client inconnus, marge de l'opérateur totalement masquée, si ce n'est « maquillée ».*

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.

⇒ *Point caduque dès lors où le terminal est vendu, dès la souscription.*

Question n° 2 :

L'ARCEP invite les acteurs à commenter son analyse de la situation actuelle en ce qui concerne la fluidité des marchés de communications électroniques, ainsi que ses propositions.

⇒ Les offres multiples « couplées » posent deux problèmes, sur un plan strictement économique (et comptable) :

- L'absence d'identification des coûts associés à chaque fourniture ou prestation
- La facturation de prestations non délivrées dans le cas de non éligibilité de la ligne (IPTV, TVHD)

Ceci conduit indirectement à mutualiser les coûts et à les faire endosser par des personnes qui n'en bénéficient pas : ce qui constitue une « arnaque » portant sur plusieurs millions d'euros.

L'ARCEP, dans son impartialité, doit intervenir pour faire cesser cette situation.

Non demandons une approche économique et financière qui met en évidence que rien n'est gratuit (chaque fourniture ou prestation a un coût que le client bénéficiaire doit supporter), mais dans une totale clarté et transparence qui permet à la concurrence de se développer et au fournisseur d'être convenablement rétribué afin de pouvoir améliorer la qualité de ses fournitures et prestations ou procéder à des investissements pour accroître les capacités de son réseau (par auto-financement).

3- La qualité et la disponibilité des services

Proposition n° 13 :

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.

⇒ L'intention est bonne : il convient de la mettre en pratique en aboutissant à des **indicateurs simples, significatifs, fiables et compréhensibles** par tous.

Is ne doivent pas s'attacher à l'instantané, axé sur les pointes de trafic, ce qui conduirait à des investissements disproportionnés, mais à une appréciation du comportement général du réseau, sur une période lissée d'un mois par exemple (hors circonstances exceptionnelles - fêtes Noël ou nouvel an, par exemple).

Nous partageons tout à fait le point de vue de laisser de côté l'aspect normatif plus adapté aux concepteurs d'équipements proprement dits, qu'à la « chaîne de transport » de bout en bout des données.

Le pragmatisme s'impose avec une mise en œuvre rapide : le milieu industriel a résolu ces problèmes depuis plus de 20 ans, dès l'arrivée du microprocesseur (1973) qui a introduit la notion d'intelligence répartie et a permis de mettre dans les « firmwares » des équipements quelques octets bien placés capables de répondre intégralement au problème posé.

Proposition n° 14 :

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.

.../...

Proposition n° 15 :

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.

⇒ *Excellente démarche à laquelle nous souhaitons être associé.*

Question n° 3 :

L'ARCEP invite les acteurs à commenter son analyse de la situation actuelle en ce qui concerne la qualité et la disponibilité des services de communications électroniques, ainsi que ses propositions.

4- Les services à valeur ajoutée (SVA)

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 oeuvre, 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.

⇒ *Les règles édictées doivent aboutir à une simplification et une transparence conduisant à la maîtrise des dépenses par l'utilisateur lui-même.*

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.

- ⇒ *Les services de support après-vente continuent à adopter un comportement irresponsable et irrespectueux envers l'utilisateur :*
- *Mauvaise compréhension du problème (problème de langue ?)*
 - *Changement d'interlocuteurs multiples*
 - *Abus du seuil d'une demi-heure, sans que le problème ait même fini d'être exposé et encore moins résolu.*
- Par ailleurs le personnel se cache systématiquement derrière l'anonymat quand la demande se fait plus précise, par refus de décliner son identité.*
- Ce qui fait que l'appel suivant le processus est ré-itéré car nous avons toujours affaire à un nouvel interlocuteur.*
- Ce comportement est d'autant moins admissible que dans le cas d'une installation sous garantie il ne revient pas au client de supporter le coût du rétablissement du service...*
- Nous demandons que des règles simples soient édictées :*
- *Obligation de décliner son identité, dès la prise d'appel*
 - *Que le basculement d'un poste à l'autre soit interdit, sous peine que l'opérateur soit tenu de rappeler dans ce cas pour supporter le coût de l'appel*
 - *Que l'abonné ait accès à sa demande au compte rendu d'intervention explicitant la nature du dysfonctionnement et la solution apportée*
 - *Nota / ce rapport d'intervention est toujours produit dans toute activité technique : nous ne voyons pas pourquoi celui-ci ne serait pas accessible au client ?*

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.

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.

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.

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.

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.

Propositions n° 18 à 22 : => <i>Sans commentaires.</i>

Question n° 4 :

L'ARCEP invite les acteurs à commenter son analyse de la situation actuelle en ce qui concerne le fonctionnement du marché des SVA, ainsi que ses propositions.

5- L'accès des personnes handicapées aux services de communications électroniques

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.

Question n° 5 :

L'ARCEP invite les acteurs à commenter son analyse de la situation actuelle en ce qui concerne l'accès des personnes handicapées aux services de communications électroniques, ainsi que sa proposition.

⇒ *Nous ne pouvons que saluer ces initiatives au bénéfice des handicapés.
Ne pas oublier que la population vieillissante pose un certain nombre de problèmes relevant du handicap : mal voyance ou surdité.
Associations à cette démarche tout dispositif permettant le maintien à domicile des personnes âgées qui se révèle dans de nombreux cas comme la solution souhaitée par ces personnes concernées.*

Volet postal

1- Les procédures de traitement des réclamations

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.

Question n° 6 :

L'ARCEP invite les acteurs à commenter son analyse de la situation actuelle en ce qui concerne les procédures de traitement des réclamations, ainsi que sa proposition.

2- Le respect des obligations de service universel et des obligations afférentes aux activités postales

Proposition n° 25 à 30 => <i>Sans commentaires</i>

Claude BARBOT