

Etude sur le processus de libéralisation des services de renseignements téléphoniques

Réalisée à la demande des Présidents de la commission des Finances et de la commission des Affaires économiques de l'Assemblée Nationale

20 Septembre 2007

1. RESUME	4
2. LA SITUATION DU MARCHÉ AVANT LA RÉFORME DU PLAN DE NUMÉROTATION	7
2.1. LES ACTEURS	7
2.1.1. LE 12, NUMÉRO HISTORIQUE DE L'ACCÈS AU SERVICE UNIVERSEL DE RENSEIGNEMENTS TELEPHONIQUES, A FAIT PROGRESSIVEMENT L'OBJET D'UNE UTILISATION PARTAGÉE DES PRINCIPAUX OPERATEURS DE BOUCLE LOCALE	7
2.1.2. EN PARALLÈLE, DES FOURNISSEURS SPÉCIALISÉS DANS LE MARCHÉ ONT LANCÉ LEUR SERVICE À L'AIDE DE NUMÉROS 3BPQ	7
2.2. LA PERCÉE DES SERVICES DE RENSEIGNEMENTS AU DÉPART DES BOUCLES LOCALES MOBILES NE COMPENSE PAS LE DECLIN DU SERVICE DEPUIS LE FIXE	8
2.3. UN QUASI MONOPOLE SUR CHAQUE BOUCLE LOCALE	8
2.4. DES TARIFS EN AUGMENTATION DEPUIS 1999	9
2.5. UNE QUALITÉ DE SERVICE TRÈS HÉTÉROGÈNE SELON LES OPERATEURS	10
3. LA MISE EN ŒUVRE DES NOUVEAUX FORMATS DE NUMÉROS D'ACCÈS AUX SERVICES DE RENSEIGNEMENTS (118 XYZ).....	11
3.1. LA DÉCISION FONDATRICE SCOOT FONECTA DU CONSEIL D'ÉTAT.....	11
3.1.1. HISTORIQUE RÉGLEMENTAIRE DE LA NUMÉROTATION AFFECTÉE AUX RENSEIGNEMENTS TELEPHONIQUES	12
3.1.2. LE CONTENTIEUX SCOOT FONECTA DEVANT LE CONSEIL D'ÉTAT	14
3.2. LA MISE EN ŒUVRE DES 118 XYZ	16
3.2.1. LES DÉCISIONS DE L'ARCEP POUR DÉFINIR LE NOUVEAU DISPOSITIF	16
3.2.2. L'ATTRIBUTION DES NOUVEAUX NUMÉROS.....	17
3.2.3. L'OUVERTURE DES NOUVEAUX NUMÉROS 118 XYZ	17
3.2.4. LA DISPARITION DU « 12 ».....	18
3.2.5. L'INFORMATION DES CONSOMMATEURS.....	19
3.2.6. LES PROCÉDURES DE SANCTIONS MENEES PAR L'ARCEP	20
3.3. LES MESURES D'ACCOMPAGNEMENT : LA MISE EN PLACE DE L'ANNUAIRE UNIVERSEL.....	20
3.3.1. LA MISE EN ŒUVRE DE L'ANNUAIRE UNIVERSEL A PATI DE NOMBREUX RETARDS.....	20
3.3.2. L'AUTORITÉ A MENÉ DE NOMBREUSES ACTIONS POUR AMÉLIORER L'EXHAUSTIVITÉ DE L'ANNUAIRE UNIVERSEL.....	21
3.3.3. LA DÉCISION 06-0639 DE L'ARCEP DU 30 NOVEMBRE 2006 SUR L'ANNUAIRE UNIVERSEL....	22
4. UN MARCHÉ DES SERVICES DE RENSEIGNEMENTS 118 XYZ QUI SE CONTRACTE	23
4.1. UN MARCHÉ INFÈRE PAR RAPPORT AU MARCHÉ GLOBAL DES COMMUNICATIONS ELECTRONIQUES, MAIS IMPORTANT POUR CERTAINS CONSOMMATEURS	23
4.2. DES REVENUS ET VOLUMES EN BAISSÉ	24
4.2.1. UNE BAISSÉ SIGNIFICATIVE DU NOMBRE D'APPELS, AMORCÉE DEPUIS LONGTEMPS	24
4.2.2. DES REVENUS À LA BAISSÉ, APRÈS UN PIC EN 2003	26
4.2.3. LE SERVICE DE RENSEIGNEMENTS BASIQUE EST ARRIVÉ À MATURITÉ, CONCURRENCE PAR LES SERVICES EN LIGNE.....	27
4.3. UN MARCHÉ QUI SE STRUCTURE ET SE RATIONALISE	29
4.4. UNE ÉVOLUTION SEMBLABLE À CELLE DES AUTRES PAYS EUROPÉENS.....	31
4.4.1. LA DIMINUTION DU TRAFIC EST GÉNÉRALISÉE.....	31
4.4.2. LA CONCENTRATION DU MARCHÉ S'OBSERVE DANS TOUS LES PAYS	34

5. UN AN APRES : BILAN DE LA LIBERALISATION DU 12	36
5.1. UN ENRICHISSEMENT DE L’OFFRE DE SERVICES	36
5.2. UNE STRUCTURE TARIFAIRE PLUS DIVERSIFIEE	37
5.3. L’IMPACT SUR LES PRIX.....	39
5.3.1. DES OFFRES « LOW COST » SE SONT DEVELOPPEES	39
5.3.2. LE TARIF REGULE DU SERVICE DE RENSEIGNEMENTS DU SERVICE UNIVERSEL	41
5.3.3. UNE AUGMENTATION DES TARIFS SUR LES NUMEROS LES PLUS POPULAIRES.....	43
5.3.4. DES NIVEAUX COMPARABLES AUX AUTRES PAYS EUROPEENS	48
5.4. LA QUALITE DE SERVICE SE MAINTIENT, VOIRE S’AMELIORE SUR CERTAINS INDICATEURS	50
6. CONCLUSION	52
7. ANNEXES	54
7.1. LES CONTENTIEUX DEVANT LE CONSEIL D’ETAT	54
7.1.1. LES CONTENTIEUX RELATIFS AUX DECISIONS ENCADRANT LA PROCEDURE DU TIRAGE AU SORT DES NUMEROS.....	54
7.1.2. LE CONTENTIEUX RELATIF A LA DECISION PRECISANT LE CONTENU DU MESSAGE DEVANT ETRE DIFFUSE SUR LES ANCIENS NUMEROS DE SERVICES DE RENSEIGNEMENTS APRES LE 3 AVRIL 2006	55
7.2. TABLE DES FIGURES	57
7.3. TARIFS DES 118 EN FRANCE (AOUT 2007)	58
7.4. DECISIONS REGLEMENTAIRES SUR LE « 12 » ET LE « 118711 ».....	59
7.5. BROCHURE D’INFORMATION DU MINEFI REDIGEE AVEC LE CONCOURS DE L’ARCEP	63
7.6. PAGE D’ACCUEIL DU SITE WWW.APPEL118.FR	64

1. RESUME

Le revenu du marché des services de renseignements est aujourd'hui de 160 millions d'euros. En l'espace de deux ans, il s'est notablement contracté. Cette contraction a été concomitante de la réforme du plan de numérotation des accès à ces services.

Historiquement, les abonnés accédaient principalement aux services de renseignement à travers un numéro privilégié, le « 12 »¹. Le renseignement était alors fourni par l'opérateur d'accès de l'abonné, c'est-à-dire France Télécom lorsqu'il s'agissait d'une ligne fixe, Bouygues Telecom, SFR ou Orange s'il s'agissait d'une communication de téléphonie mobile. Au début des années 2000, des services de renseignement sont apparus, offerts par des prestataires de service à travers des numéros courts de type « 3BPQ »². Cette nouvelle modalité est restée peu développée. Ainsi en 2004, les « 3BPQ » totalisaient moins de 1% des appels tandis que France Télécom fixe en représentait 60% et les opérateurs mobiles 40%.

Le consommateur était de fait dépendant de son opérateur de boucle locale dont il connaissait peu les tarifs et la qualité de service sans pour autant que cette situation ait donné lieu à critiques. Saisi par deux fournisseurs de renseignements en « 3BPQ », le Conseil d'Etat a considéré que le plan de numérotation était discriminatoire vis-à-vis de ces fournisseurs. Par l'arrêt Scoot Fonecta du 25 juin 2004, il a donc enjoint l'Autorité de supprimer le « 12 » et d'attribuer des numéros de même format à tous les opérateurs offrant des services de renseignements téléphoniques.

Comment interpréter la contraction du marché depuis la mise en œuvre de cet arrêt avec le lancement des numéros en 118 XYZ ?

Entre 2004 et 2006, le nombre d'appels vers les services de renseignements a chuté d'environ 35%. Ce recul est à rapprocher de ce que l'on a observé dans les autres pays européens. Ainsi les services de renseignement au Royaume-Uni ont subi une diminution de 50% des appels, l'Italie de 55% et l'Allemagne de 66% depuis la mise en œuvre des recommandations européennes.

Au cours des dernières années le marché des renseignements téléphoniques a cumulé à la fois une baisse structurelle engagée depuis longtemps et une baisse spécifique liée à l'introduction des 118 XYZ. La diminution structurelle est due aux changements d'habitudes des utilisateurs au profit des services de renseignements alternatifs tels que les services d'annuaire en ligne. Cette évolution est confirmée par les comparaisons internationales avec les pays n'ayant pas mis en œuvre de réforme du plan de numérotation. Par ailleurs une baisse spécifique de la consommation de 20% du nombre d'appels au moment de la suppression du 12 a été observée. Plusieurs facteurs peuvent expliquer une substitution accélérée vers d'autres services d'annuaire : méconnaissance des nouveaux numéros, indécision face à la multitude d'offres, perception accrue des tarifs.

¹ Ainsi qu'un deuxième numéro à trois chiffres (612,712, 222) dans le cas particulier des opérateurs mobiles.

² 3200, 3211, 3912.

L'introduction des 118 XYZ s'est accompagnée d'une explosion du nombre d'acteurs. La liberté tarifaire dont ils bénéficient (hormis le fournisseur du service universel de renseignement, France Telecom, au travers du 118 711) a engendré un foisonnement d'offres et de tarifs. La diversification des services a été réelle : annuaire universel, numéro unique pour services de nature diverses (ex : national-international), nouvelles fonctionnalités telles que l'envoi de plans par SMS, innovations tarifaires (ex : forfait renseignement + mise en relation + communication)...

Comme partout ailleurs, le caractère ponctuel de l'usage et le rôle clef de la mémorisation des numéros expliquent les importantes campagnes publicitaires menées au départ. Ensuite, le marché s'est rapidement concentré. De récentes hausses tarifaires chez 3 des 4 principaux prestataires ont suscité de nombreuses critiques sur le bilan de la libéralisation du marché des services de renseignement. Le rapport met ces hausses tarifaires des numéros les plus appelés en perspective. En particulier, il en ressort que les tarifs pratiqués en France restent comparables aux tarifs dans les autres grands pays européens.

L'augmentation de la part d'appel en provenance des mobiles (depuis lesquels les tarifs ont toujours été plus élevés) explique en partie la hausse constatée du prix moyen payé par les consommateurs. De même les consommateurs accèdent également de façon plus simple à des recherches élaborées dont les prix ont toujours été élevés (ex : annuaire inversé).

La diversification tarifaire a eu des effets contradictoires. D'un côté les services les plus populaires (ceux ayant bénéficié de beaucoup de publicité) ont tendance à être plus chers. D'un autre côté, il est possible pour un consommateur averti de disposer de services analogues au « 12 » historique de France Télécom pour un coût nettement moindre : 0,56€ contre 0,90€ en 2005 soit 35 % moins cher.

Enfin, le développement de l'offre et l'apparition de nouveaux fournisseurs de service se sont accompagnés d'un maintien de la qualité des prestations offertes aux consommateurs.

Depuis le lancement des numéros 118 XYZ, l'Autorité a développé des outils pour aider le consommateur dans son choix. Elle a mis en place une veille sur les tarifs qu'elle communique aux consommateurs via le site www.appel118.fr et des enquêtes de qualité sont régulièrement publiées.

L'Autorité œuvre également pour améliorer l'exhaustivité, la complétude et la qualité des bases d'annuaires indispensables à la bonne qualité des renseignements fournis.

L'Autorité poursuivra son action pour améliorer la transparence du marché des services de renseignement. Ce problème de transparence et de suivi de l'évolution des tarifs pour des consommations ponctuelles est commun à l'ensemble des services à valeur ajoutée (accessibles via un numéro spécifique 08AB, 3BPQ, 10YT et 118 XYZ). Il a sans doute été exacerbé dans le cas des services de renseignement par la médiatisation et par le caractère familier du service.

Outre un suivi de l'évolution des tarifs pratiqués, l'Autorité va initier, dans le cadre de ses travaux sur les services à valeur ajoutée, un travail de concertation des différents acteurs afin d'améliorer l'information des consommateurs et étudier des mesures générales de protection des droits du consommateur sur la visibilité des tarifs de détail, cependant ces problématiques de droit du consommateur ne peuvent être traitées par la seule régulation sectorielle.

Le marché des renseignements apparaît finalement comme très spécifique. Il est en baisse structurelle et ne représente que 0,4% du marché global des communications électroniques. C'est pourquoi il n'est pas possible d'extrapoler les enseignements de cette libéralisation à d'autres contextes.

2. LA SITUATION DU MARCHÉ AVANT LA REFORME DU PLAN DE NUMEROTATION

2.1. Les acteurs

2.1.1. Le 12, numéro historique de l'accès au service universel de renseignements téléphoniques, a fait progressivement l'objet d'une utilisation partagée des principaux opérateurs de boucle locale

Le service de renseignements de France Télécom était jusqu'en 2005 accessible par le numéro 12, sans cependant que ce numéro ait été explicitement attribué à l'opérateur.

En effet, l'affectation du numéro 12 aux services de renseignements téléphoniques datait de 1938. Ce numéro était resté à l'usage exclusif de la Direction Générale des Téléphones, puis de France Télécom jusqu'en avril 1995.

En avril 1995, la Société Française de Radiotéléphonie (SFR) a sollicité la Direction Générale des Postes et Télécommunications (DGPT) pour obtenir le droit d'utiliser ce numéro afin de permettre à ses clients d'accéder à son propre service de renseignements.

Aux termes d'une lettre du 18 juillet 1995, le Directeur de la DGPT a accédé à cette demande : « *Je considère que le "12" est le numéro générique du service de renseignements téléphoniques et non la propriété d'un opérateur particulier. Je me propose donc de vous autoriser à offrir votre service de renseignements avec le "12" comme numéro d'accès* »³.

L'opérateur mobile Itinériss (filiale de France Télécom, devenue Orange France) a également mis en place, la même année, un service de renseignements lui aussi accessible par le 12, sans toutefois en faire la demande. Bouygues Télécom faisait de même, peu après. Un numéro court « 612 » pour Bouygues Telecom, « 712 » pour Orange France, « 222 » pour SFR, du plan de numérotation interne de chaque opérateur, permettait également d'accéder à ces services de renseignement.

Les opérateurs ont ainsi pu bénéficier d'une utilisation partagée du numéro 12, comme numéro d'accès à leur propre service de renseignements.

2.1.2. En parallèle, des fournisseurs spécialisés dans le marché ont lancé leur service à l'aide de numéros 3BPQ

Scout France, filiale de Scout.com et du Groupe Vivendi Universal, ouvre son service de renseignements téléphonique en 2001. Il est accessible à partir d'un numéro court le 3200. Les appels sont facturés en 2001 2,21 francs TTC à partir d'un téléphone fixe, 5,50 francs TTC à partir d'un mobile SFR (la durée de l'appel étant décomptée du forfait), à un tarif plus onéreux à partir d'un mobile Itinériss.

La société Fonecta a ouvert ses services de renseignement sur le numéro 3211 en mai 2002.

L'Annuaire universel ouvre en mars 2005 le numéro 3912 qui propose un service peu onéreux de 0,56 € incluant un renseignement téléphonique et la mise en relation, que l'appel provienne d'un téléphone fixe ou d'un mobile, sur la France.

En 2005, 7 acteurs se partageaient donc le marché des services de renseignement :

- 4 opérateurs de boucle locale, 1 fixe et 3 mobiles,
- 3 fournisseurs spécialisés.

³ La DGPT a également précisé que l'accès au service de renseignements devait être précédé d'un message d'accueil indiquant que le prestataire est SFR.

2.2. La percée des services de renseignements au départ des boucles locales mobiles ne compense pas le déclin du service depuis le fixe

Le service de renseignements du 12 de France Télécom était en déclin en termes de nombre d'appels depuis 1999, date à laquelle le 12 avait traité 260 millions d'appels.

A partir de 2000, le service du 12 connaît une baisse assez sensible du trafic : - 7 % en cumulé à fin mai 2000 par rapport à 1999, -18% en 18 mois. Ainsi pendant l'été 2000, France Télécom décide-t-elle de lancer une grande campagne de communication pour enrayer la baisse. En parallèle, elle s'efforce de promouvoir la mise en relation afin d'augmenter le revenu unitaire des appels. Ces efforts ne suffisent pas. En 2003, France Telecom reçoit 176 millions d'appels, soit 30% de moins qu'en 1999.

En parallèle, les services de renseignement des trois opérateurs de téléphonie mobile se sont développés jusqu'à atteindre environ 40% du total des appels en 2004.

Les opérateurs alternatifs utilisant des numéros 3BPQ restaient minoritaires. En 2003, alors que 480 000 appels étaient adressés quotidiennement au service de renseignements de France Télécom (176 millions d'appels sur l'année), la société FONECTA atteignait difficilement les 2 000 appels par jour tandis que SCOOT FRANCE comptait entre 2 000 et 3 000 appels, malgré une campagne promotionnelle agressive.

Temporairement, le développement des services de renseignements depuis les mobiles a permis au marché global des services de renseignement de continuer à croître en revenu.

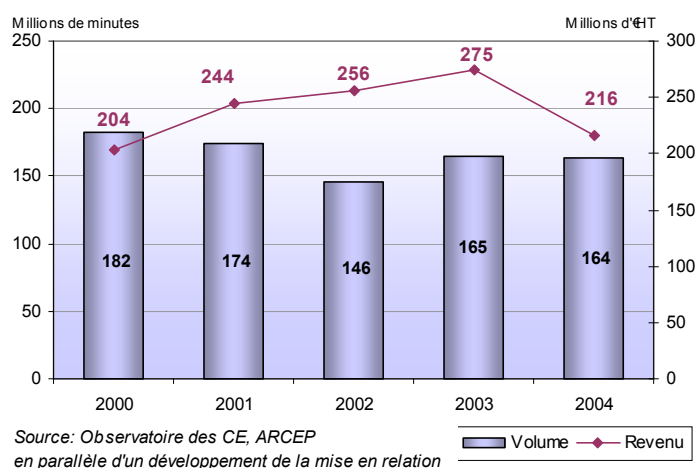


Figure 1 : Evolution du trafic (min) et des revenus (€ HT) du marché des services de renseignement en France entre 2000 et 2004

Cependant la tendance s'est inversée à partir de 2003. En outre, le trafic, en dépit du développement du service de mise en relation, tend à décroître depuis 2000.

2.3. Un quasi monopole sur chaque boucle locale

Le numéro d'accès « 12 », jouissant d'une simplicité de numérotation et d'une grande notoriété historique, restait donc avant l'introduction des 118 XYZ le numéro d'accès privilégié des Français aux renseignements, par rapport aux numéros à quatre chiffres 3BPQ (« 3200 », « 3211 » ou « 3912 ») dont l'utilisation était marginale.

Pratiquement, avant l'introduction des numéros 118, les utilisateurs étaient donc généralement dépendants des choix faits par leur opérateur en matière de tarif et de services offerts par le « 12 », le « 712 », le « 222 » ou le « 612 ». Les nouveaux acteurs (à l'exception du « 3912 »)

de type 3BPQ ne proposaient généralement pas un service se démarquant des « services opérateurs »

Les renseignements qui pouvaient être obtenus étaient les numéros de téléphone fixe de France Télécom, et les numéros de téléphone mobile de SFR pour le 222. Les renseignements internationaux et l'annuaire inverse étaient obtenus au travers d'autres numéros plus onéreux.

2.4. Des tarifs en augmentation depuis 1999

Il convient de mentionner que le service « 12 » a toujours été considéré par France Télécom comme sous-tarifé et cet opérateur a procédé à plusieurs revalorisations tarifaires depuis 1999⁴.

Figure 2 : tarifs des renseignements téléphoniques (novembre 1999)

Depuis :	Numéro à composer	Tarifs de la consultation du service de renseignements	Numéros répertoriés
France Télécom fixe	12	4,50 F par appel + 1 F de mise en relation + le prix de la communication en cas de mise en relation	Numéros fixes
Cabine téléphonique	12	2,94 F par appel + 1 F de mise en relation + le prix de la communication en cas de mise en relation	Numéros fixes
Itinérés	712	5,45 F par appel + le prix (décompté du forfait) de la communication en cas de mise en relation	Numéros fixes
OLA	512	5,50 F par appel + le prix (décompté du forfait) de la communication en cas de mise en relation	Numéros fixes
SFR	222	6 F par appel + le prix (décompté du forfait) de la communication en cas de mise en relation	Numéros fixes et mobiles SFR
Bouygues	612	5,50 F par appel + le prix (décompté du forfait) de la communication en cas de mise en relation	Numéros fixes. Pour obtenir le numéro d'un mobile Bouygues, il faut appeler le service clients (614, appel compris dans le forfait)

En 2005, la situation avait évolué vers un prix de marché de 0,90€ TTC par appel simple depuis les fixes, et compris entre 1,2€ TTC et 1,5€ TTC par appel simple d'une minute depuis les mobiles

Figure 3 : Les tarifs des services de renseignement en mars 2005

N°	Opérateur	Accessible depuis...	Tarif d'un appel simple sans mise en relation	Mise en relation	Envoi du SMS	Renseignements internationaux	Annuaire inverse
12	France Télécom fixe	Tous les opérateurs fixes	0,90€/appel	✓			
12/712	Orange	Orange	0,95€/appel + <i>airtime</i>	✓	✓		
12/222	SFR	SFR	1,20€/appel + <i>airtime</i>	✓	✓		
12/612	Bouygues Télécom	Bouygues Télécom	0,90€/appel + <i>airtime</i>	✓	✓		
3200	Scoot	Partout	0,78 €/appel + <i>airtime</i>				
3211	Intra Call Center	Partout	0,78 €/appel + <i>airtime</i>	✓			
3912	L'Annuaire Universel	Partout	0,56 €/appel + <i>airtime</i>	✓	✓		

⁴ Ainsi, dans la décision du Conseil d'Etat de 2005, peut-on lire « en 1999, le chiffre d'affaires pour l'activité de renseignements [de France Télécom] était de 1,072 milliards de F. Les charges se sont élevées à 1,984 milliard de F, dont 75 % de charges de personnels. L'activité est donc largement déficitaire : 886 MF de perte soit 85 % du chiffre d'affaires. Si on se réfère aux comptes d'exploitation prévisionnels de 1999 à 2003, on constate une amélioration importante de la situation financière due, notamment, à une baisse des charges de personnels. L'activité reste toutefois déficitaire. Le déficit prévisionnel pour l'année 2000 s'établit à 595 MF. »

Les structures tarifaires étaient simples : tous les tarifs étaient « à l'appel » et s'échelonnaient entre 0,56 €/appel et 1,20 €/appel, le « 12 » de France Télécom étant à 0,90 €/appel. La mise en relation était chez certains opérateurs facturée. Le tarif après la mise en relation était celui d'une communication normale sur cette boucle locale.

Le consommateur était peu conscient de ces prix, et de leur évolution depuis quelques années.

Ainsi une étude menée par IPSOS et commandée par la société Le Numéro en mars 2005 auprès d'utilisateurs de services de renseignement montre que 41% d'entre eux pensaient que le service était gratuit, et que près de 60% d'entre eux sous-évaluaient largement le prix des services de renseignements téléphoniques en considérant qu'ils étaient gratuits ou environ 50% moins cher qu'en réalité.

Selon vous, combien coûte un appel aux renseignements téléphoniques ? (utilisateurs)

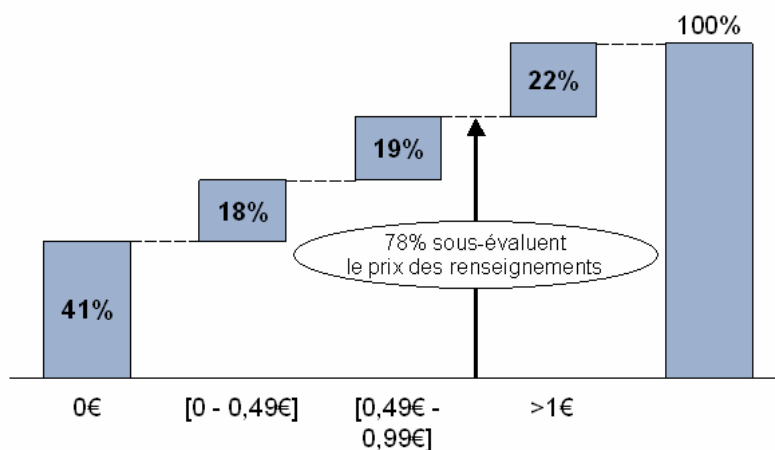


Figure 4 : Perception des tarifs des services de renseignement en France en mars 2005 (enquête IPSOS – Le Numéro)

2.5. Une qualité de service très hétérogène selon les opérateurs

Dépendant de son opérateur de boucle locale, le consommateur avait peu de visibilité sur la qualité de service du service qu'il employait, hormis sur le 12 au départ de la boucle locale fixe de France Télécom qui relevait du service universel (voir 3.1.1.b).

Les données comparatives sur la qualité des services de renseignements proviennent de l'enquête de qualité de service menée par l'Autorité à l'automne 2005 (voir 5.4). Les résultats sont disparates selon les acteurs. Sur le plan de l'exactitude des réponses, le 12 offrait un taux de «bons renseignements» de 82%, au même niveau que le 612 de Bouygues Telecom, contre 94% pour le 712 d'Orange ou 91% pour le 222 de SFR. Les services d'Intracall Center (3211) atteignaient 89%, celui de Scoot France (3200) 85%, et celui de l'Annuaire Universel (3912) 84%. Sur le thème de la disponibilité du service - pas de coupure et attente de moins de trois minutes -, 98% des appels passés vers le 12 étaient servis. Ce résultat était meilleur que Bouygues Telecom (95%) ou l'Annuaire Universel (97%), mais moins bon que ceux de Scoot France, SFR, Intracall Center ou Orange qui atteignaient les 100%.

3. LA MISE EN ŒUVRE DES NOUVEAUX FORMATS DE NUMEROS D'ACCES AUX SERVICES DE RENSEIGNEMENTS (118 XYZ)

Suite à l'arrêt Scoot Fonecta du Conseil d'Etat de juin 2004, l'ARCEP a engagé le 2 novembre 2005 le processus de remplacement du 12 par de nouveaux numéros d'accès aux services de renseignements, sur un format unique à 6 chiffres commençant par 118. La suppression des anciens numéros⁵ a eu lieu le 3 avril 2006, à l'issue d'une période de transition de 5 mois⁶ où anciens et nouveaux numéros ont cohabité.

Ce changement dans le plan de numérotation a été une évolution importante pour les consommateurs, compte-tenu de la notoriété « historique » du « 12 »⁷. L'accompagnement des consommateurs dans ce processus de changement complexe a été la préoccupation majeure de l'ARCEP et du gouvernement. Des campagnes de communication importantes ont été menées auprès des consommateurs par les fournisseurs de services de renseignements. Une communication institutionnelle a également été réalisée par le ministère de l'Economie, en liaison avec l'ARCEP, sous la forme d'une brochure distribuée à plusieurs millions d'exemplaires. L'Autorité a créé un site Internet (www.appell118.fr), sur lequel les utilisateurs peuvent consulter les tarifs et les services de chaque numéro ainsi que des informations relatives à leurs évolutions.

En 2006, l'Autorité s'est attachée à suivre l'ouverture du marché et le développement des nouveaux services de renseignements. Dès novembre 2005, et pendant toute la période transitoire, elle a effectué un suivi mensuel de l'activité de l'ensemble des services de renseignements. Elle a publié à deux reprises le volume d'appels passés vers les anciens et les nouveaux numéros. Elle a également précisé le contenu du message diffusé sur les anciens numéros après leur fermeture, afin de s'assurer de sa nature non discriminatoire entre les différents fournisseurs de service⁸. Par ailleurs, l'Autorité a maintenu un dialogue constant avec les acteurs du secteur : tout au long de ce processus, les décisions de l'Autorité ont ainsi été accompagnées de consultations publiques, des réunions multilatérales et des rencontres avec les acteurs. Enfin, l'Autorité a mis en place un suivi de la qualité des services de renseignements.

3.1. La décision fondatrice Scoot Fonecta du Conseil d'Etat

Le Conseil d'Etat, dans son arrêt du 25 juin 2004⁹, a enjoint à l'Autorité “ *de définir, dans un délai de six mois à compter de la notification de la présente décision, les conditions de l'attribution de numéros d'un même format à tous les opérateurs offrant des services de renseignements téléphoniques et de la révision du plan de numérotation, afin que, sous réserve le cas échéant d'une période transitoire, le numéro “12” ne puisse plus être utilisé pour le service de renseignements par opérateur* ”.

⁵ Le 12 de France Télécom, mais aussi les 3912 de l'Annuaire Universel, 3200 de Scoot et 3211 d'IntraCallCenter sur le réseau fixe, et les 612 de ByT, 222 de SFR et 712 d'Orange sur les réseaux mobiles.

⁶ Décision de l'ART n°05-0061 du 27 janvier 2005.

⁷ En 2005, 16 des 23 millions de foyers disposant d'une ligne fixe avaient appelé au moins une fois un service de renseignements.

⁸ Décision de l'ARCEP n°06-259 du 28 février 2006.

⁹ Conseil d'Etat, Section du Contentieux, 2004-06-25, 249300, publié au Recueil Lebon.

Par cet arrêt, le Conseil d'Etat a mis fin à l'utilisation du numéro '12', accessible depuis les réseaux fixes mais également depuis les réseaux mobiles¹⁰, et a imposé l'usage d'une ressource en numérotation unique et spécifique pour l'accès à ces services.

Cette évolution, qui sera ci-après détaillée, doit être replacée dans son contexte réglementaire (détaillé au 3.1.1 ci-dessous), avant l'examen de la décision du Conseil d'Etat et des raisons qui l'ont motivée (voir le 3.2.1).

3.1.1. Historique réglementaire de la numérotation affectée aux renseignements téléphoniques

La situation réglementaire antérieure à la décision du Conseil d'Etat était la suivante :

- a) Une coexistence du 12 et de numéros courts en 3BPQ pour les services de renseignement.

La question de l'affectation du numéro 12 au service de renseignements téléphoniques s'est posée en 1997, lors de l'établissement du plan de numérotation national que définissait l'ensemble des règles d'octroi et d'utilisation des numéros nécessaires aux services téléphoniques¹¹.

Conformément aux textes français et communautaires relatifs aux différents types de ressources en numérotation¹², ainsi qu'en considération de l'utilisation partagée du 12, l'Autorité avait précisé les conditions d'utilisation suivantes :

- le numéro 12 appartient à la catégorie des numéros spéciaux¹³ ;
- le numéro 12 est affecté à des services de renseignements ;
- une évolution restant envisageable. L'ART précisait ainsi, entre parenthèses : « *Situation actuelle, évolution à prévoir : ex 118* ». ¹⁴

¹⁰ Ainsi que l'utilisation des numéros à 4 chiffres attribués aux opérateurs mobiles pour leurs services de renseignements et des numéros à dix chiffres utilisés par divers fournisseurs de service.

¹¹ La directive « ONP » a institué un **plan national de numérotation dont l'établissement et la gestion échoit à l'autorité réglementaire nationale**. De même, l'article L.34-10 alinéa 1^{er} du Code des postes et télécommunications précise : « *Un plan national de numérotation est établi par l'Autorité de régulation des télécommunications et est géré sous son contrôle. Il garantit un accès égal et simple des utilisateurs aux différents réseaux et services de télécommunications et l'équivalence des formats de numérotation* ».

¹² Pour les dispositions concernant l'attribution des numéros individuels ou des séries de numéros et l'utilisation des numéros affectés à des services d'intérêt public et général, cf. l'article 12-3 de la directive « ONP ».

¹³ Le plan national de numérotation, approuvé par le décret n°98-75 du 3 février 1998, **détaille l'utilisation des numéros courts et des numéros spéciaux :**

« *Les numéros spéciaux sont attribués par l'Autorité pour des services d'intérêt collectif gratuits ou certains services opérateurs directement liés à l'exploitation du réseau (dérangement, SAV) à faible coût pour l'utilisateur appelant (article 4.4).*

Certains numéros spéciaux sont attribués à des services d'intérêt général sur demande du département ministériel compétent.

Un même numéro court ou numéro spécial ne peut pas être utilisé pour l'accès à deux services distincts opérés par deux prestataires différents même si ces services sont offerts sur des réseaux ouverts au public différents ou sur des zones géographiques distinctes.

Les numéros courts et les numéros spéciaux ne font pas l'objet de demandes de réservation ».

Parmi les numéros courts, on relève la mise en place des numéros courts de type 3BPQ, employés par divers acteurs comme numéro de portail pour la fourniture de services ‘kiosques’, qui ont notamment été employés pour la fourniture de renseignements téléphoniques.

b) Le 12 depuis la boucle locale de France Télécom hébergeait un service particulier au titre du Service Universel.

Le service universel des télécommunications était défini par la directive communautaire « ONP » du 30 juin 1997¹⁵, comme : « *un ensemble de services minimal défini d’une qualité donnée qui est accessible à tous les utilisateurs indépendamment de leur localisation géographique et, à la lumière des conditions spécifiques nationales, à un prix abordable* » (article 2g). De cet ensemble devait faire partie un service de renseignements téléphoniques.

L’article L. 35-1 du Code des postes et télécommunications énonçait quant à lui que « *le service universel des télécommunications fournit à tous un service téléphonique à un prix abordable* ». Le service universel comprend les prestations suivantes :

- l’acheminement des communications téléphoniques en provenance ou à destination des points d’abonnement ;
- l’acheminement gratuit des appels d’urgence ;
- la fourniture d’un service de renseignements et d’un annuaire d’abonnés, sous forme imprimée et électronique ;
- la desserte du territoire national en cabines téléphoniques aménagées sur le domaine public.

France Télécom, qui est toujours actuellement l’opérateur chargé du service universel, a fourni à ce titre un service de renseignements téléphoniques. L’article 5-3 de son « cahier des charges », approuvé par décret n° 96-1225 du 27 décembre 1997, énonçait en effet : « *France Télécom met à disposition du public à un tarif abordable un service universel de renseignements téléphoniques des abonnés aux services téléphoniques fournis au public* ».

c) La possibilité d’une évolution du plan de numérotation consacrant les numéros commençant par 118 comme numéros d’accès aux renseignements jugée non nécessaire par les consommateurs, les opérateurs et l’Autorité

En évoquant cette possibilité de substituer au numéro 12 des numéros commençant au 118XY, l’Autorité prenait en considération la recommandation émise en 1997 par l’*European Committee for Telecommunications Regulatory Affairs* (« ECTRA »). Ce comité préconisait la mise en place de numéros de la forme 118XY ou 118 XYZ pour accéder aux services de renseignements téléphoniques.

Dès 1999, l’Autorité avait initié une réflexion et des travaux à ce propos. Mais elle n’avait recueilli aucune réponse favorable : les appels à contributions réitérés, lancés par l’Autorité lors des réunions du Comité consultatif de la numérotation du 21 septembre 1999, du 9 janvier 2002 et du 30 avril 2002, étaient restés sans réponse.

¹⁴ Cf. Art. 4 et Annexe I du plan national de numérotation tel que défini par la décision 98-75 du 3 février 1998.

¹⁵ Directive CE 97/33 du 30 juin 1997 relative à l’interconnexion en vue d’assurer un service universel et l’interopérabilité par l’application des principes d’un réseau ouvert (Directive dite « ONP » pour *Open Network Provision*).

Par ailleurs, les associations de consommateurs, notamment « Que Choisir », s'étaient dites fort réticentes à l'idée d'un abandon du numéro 12. Elles avaient fait valoir avec netteté, notamment au cours d'une réunion multilatérale le 9 janvier 2002, l'attachement des consommateurs à ce numéro, affecté depuis longtemps au service public de renseignements téléphoniques. Les associations avaient également évoqué le risque d'erreur qui pouvait survenir lors de la composition de numéros en 118, ergonomiquement trop proche, selon elles, du numéro 18 affecté à des services d'urgence.

Compte tenu de l'absence de demande des acteurs industriels et de la nette opposition des consommateurs, l'Autorité avait préféré ne pas s'engager dans ce projet.

d) Une action réglementaire centrée sur les marchés de gros de services de renseignements téléphoniques

D'un point de vue économique, en 1999, le maintien du 12 devait permettre à l'ensemble du marché des services de renseignements de « partager » sa notoriété. Souhaité par les associations de consommateurs, il se voulait cohérent avec le choix des opérateurs mobiles de proposer leur propre service de renseignements *via* le 12.

Cette solution permettait aux fournisseurs de service de renseignements de se positionner sur le marché intermédiaire de fourniture de service en gros aux opérateurs de boucle locale ou de présélection (via une extension de la présélection au 12). Cette démarche pragmatique, élargissant le champ des acteurs « partageant » le 12, n'avait pas reçu d'accueil défavorable des acteurs.

Fin 2000, la société SCOOT FRANCE se positionnait sur le marché de détail, en proposant à ses clients « *un annuaire intelligent permettant de mettre en relation des consommateurs et des professionnels* », accessible par le numéro court '3200'.

e) Une situation bloquée sur le marché de détail

Par une lettre du 16 avril 2002, SCOOT FRANCE demanda au Président de l'Autorité de bien vouloir faire évoluer le plan de numérotation national et plus particulièrement de :

- modifier le plan national de numérotation afin que le numéro « 12 » ne soit plus affecté au service de renseignements téléphoniques ;
- mettre fin à l'usage du numéro « 12 » par France Télécom, dans un délai raisonnable.

Par une lettre en date du 23 avril 2002, FONECTA FRANCE formula une demande similaire, demandant toutefois en outre que tous les opérateurs de services de renseignements se voient affecter, pour la fourniture de services de renseignements, un numéro de format identique : de type 3BPQ.

Par un recours enregistré le 20 août 2002, la société FONECTA FRANCE a introduit devant le Conseil d'Etat un recours tendant à annuler la décision implicite de rejet de l'Autorité. La société SCOOT FRANCE a introduit un recours similaire le 2 septembre 2002.

3.1.2. Le contentieux Scoot Fonecta devant le Conseil d'Etat

Devant la juridiction suprême, SCOOT FRANCE et FONECTA ont demandé l'annulation de la décision implicite de rejet de l'Autorité, en faisant état :

- d'un non-respect par l'Autorité du plan national de numérotation, prévoyant la possibilité de substituer au 12 les numéros en 118 :

- d'une violation des articles L.32-1-II, L.34-10 et L.36-7-6° du Code des postes et télécommunications et des dispositions de la directive 97/33/CE ONP, prescrivant une procédure transparente et non discriminatoire d'attribution des numéros ;
- d'une atteinte au droit de la concurrence ;
- d'une infraction aux règles relatives aux aides d'Etat ;
- d'une infraction aux règles relatives au droit d'établissement dans l'Union...

Plusieurs sociétés européennes fournissant des renseignements téléphoniques sont intervenues au soutien des requérantes : TELEGATE AG, NEW MEDIA 21ST, THE NUMBER UK.

L'Autorité a défendu sa décision, en rappelant l'historique ci-dessus exposé, et en faisant valoir, notamment, que les positions tant des opérateurs que des consommateurs l'avaient conduite à conserver le 12 et privilégier l'entrée des acteurs fournisseurs de renseignements sur les marchés de gros.

Dans ses conclusions en séance du 11 juin 2004, le Commissaire du gouvernement a toutefois estimé, en se basant sur des éléments de concurrence entre fournisseurs de services et opérateurs, et en considération d'exemples d'ouverture de marchés survenues dans certains pays européens, que : *« les requérantes sont fondées à soutenir qu'en refusant de modifier le plan national de numérotation pour supprimer le 12 comme numéro d'accès au service de renseignement par opérateur, et en ne retirant pas l'usage du 12 à France Télécom, l'Autorité a manqué à son devoir de veiller au développement d'une concurrence saine et loyale entre opérateurs de réseau et les fournisseurs de services ».*

Le Commissaire a estimé en outre que *« rien ne justifie le maintien d'une différence de format pour un service de téléphonie équivalent selon qu'il est fourni par des opérateurs de téléphone ou par des prestataires de services »*, et notamment pas la charge faite à France Télécom d'assurer la composante 'renseignements' du service universel des télécommunications.

Le Conseil d'Etat a suivi les conclusions du Commissaire du gouvernement, et annulé la décision de l'Autorité. Sa décision en date du 25 juin 2004 rapporte notamment :

« Considérant qu'il ressort des pièces du dossier qu'en application de ces règles de gestion, le numéro 12 est réservé aux services de renseignements téléphoniques fournis à leurs abonnés par les exploitants de réseaux de télécommunications, fixes ou mobiles, entre lesquels il est partagé à titre gratuit ; qu'en revanche, les fournisseurs de services de renseignements téléphoniques, telles que les sociétés requérantes et intervenantes, ne peuvent offrir leurs services que par un numéro court, attribué par l'Autorité de régulation des télécommunications en contrepartie du paiement de la redevance prévue au deuxième alinéa de l'article L. 34-10 du code des postes et télécommunications.

En outre, le Conseil a assorti sa décision d'annulation d'une injonction :

« Considérant que l'annulation des décisions de l'Autorité [...] implique nécessairement, d'une part, que celle-ci attribue des numéros de même format à tous les opérateurs offrant des services de renseignements téléphoniques et, d'autre part, qu'elle modifie le plan national de numérotation afin que, sous réserve, le cas échéant, d'une période transitoire, le numéro 12 ne puisse plus être utilisé pour le service de renseignement par opérateur ; que, dès lors, il y a lieu [...] d'enjoindre à l'Autorité de régulation des télécommunications de définir ces mesures dans un délai maximum de six mois à compter de la notification de la présente décision ».

Sur cette base et forte des enseignements des marchés européens, l'Autorité s'est attachée à opérer un basculement progressif et encadré, pour préserver les intérêts des consommateurs et la pérennité de ce marché.

3.2. La mise en œuvre des 118 XYZ

3.2.1. Les décisions de l'ARCEP pour définir le nouveau dispositif

L'Autorité a immédiatement engagé les travaux visant à mettre en œuvre l'injonction figurant dans la décision du Conseil d'Etat en date du 25 juin 2004.

L'Autorité a lancé dès le 27 juillet 2004 une consultation publique sur le remplacement du « 12 ». Cette consultation, qui s'est terminée le 20 septembre 2004, a donné lieu à la publication d'une synthèse des contributions, parue le 3 décembre 2004.

L'Autorité a également immédiatement constitué un groupe de travail réunissant l'ensemble des acteurs impliqués dans lequel elle a fait une large place aux associations de consommateurs.

C'est en s'appuyant sur cette concertation approfondie que l'Autorité a défini le nouveau dispositif applicable aux numéros pour les services de renseignements.

L'Autorité a ainsi adopté, le 27 janvier 2005, trois décisions :

- une décision n° 2005-0061 fixant le nouveau format de numéros, de la forme 118 XYZ ;
- une décision n° 2005-0063 concernant les modalités de transition entre anciens et nouveaux numéros ; elle définit notamment le calendrier de transition ;
- une décision n° 2005-0062 concernant les modalités d'attribution des numéros 118 XYZ.

La première décision a porté sur le choix du nouveau format de numérotation pour les services de renseignements. Le choix de l'Autorité s'est porté sur un numéro à six chiffres en 118 XYZ conformément à la recommandation de l'ECTRA¹⁶ (European Committee for Telecommunications Regulatory affairs) du 4 décembre 1997. Cette recommandation a été mise en œuvre dans un grand nombre de pays européens qui ont adopté le format 18 XY ou 118 XYZ.

Un espace de près de 1000 numéros pour les services de renseignements a ainsi été créé, l'Autorité ayant mis en réserve, à titre de précaution, la tranche 1181YZ, soit 100 numéros.

La deuxième décision a défini les modalités d'attribution des numéros 118 XYZ. L'Autorité a prévu une procédure d'attribution au fil de l'eau des numéros 118 XYZ, à l'instar des procédures généralement mises en œuvre pour la plupart des numéros. Toutefois, il a été nécessaire de prévoir une procédure d'attribution initiale spécifique lors de l'ouverture de la série 118 XYZ, sous la forme d'un tirage au sort. En effet, compte tenu de l'importance anticipée de la demande et de l'intérêt porté par les acteurs à des numéros particuliers, une telle procédure initiale était nécessaire pour garantir une attribution objective, transparente et non discriminatoire. Au-delà de cette procédure initiale de tirage au sort, l'attribution se poursuit au fil de l'eau.

Cette procédure initiale a comporté des dispositions visant à assurer le bon déroulement du tirage au sort. Afin d'éviter tout abus susceptible de nuire à l'égalité de traitement des candidats, l'Autorité a estimé nécessaire de limiter à dix le nombre de numéros attribuable à un même groupe dans le cadre de la procédure initiale. Cette limitation à dix numéros

¹⁶ Devenu depuis ECC (*European Communication Committee*).

attribués dans le cadre de la procédure initiale par groupe a été valable pendant une durée de douze mois à compter de la date de la procédure d'attribution initiale. De même, dans le but de dissuader des comportements de spéculation sur les numéros, l'Autorité a décidé d'encadrer les conditions de transfert de ceux-ci, en interdisant les transferts de numéros pendant une durée de 2 ans. Au-delà de ce délai, le transfert de numéros est soumis à l'accord préalable de l'Autorité. Dans le même but, il était prévu que les numéros non utilisés dans les 12 mois seraient retirés.

La troisième décision a défini le calendrier d'introduction des 118 XYZ et d'arrêt du 12.

L'Autorité avait fixé la date du 2 novembre 2005 à partir de laquelle était autorisée l'ouverture commerciale des services sur les nouveaux numéros de la forme 118 XYZ. Ensuite, une période de transition de 5 mois était mise en place ; le 3 avril 2006 l'exploitation commerciale du 12 ou de tous services existants équivalent au 12 sur un autre format que le 118 XYZ était interdite. L'Autorité prévoyait qu'un message automatique et neutre d'information du consommateur devait être mis en œuvre en cas d'appel de ce numéro (disque), précisé par la décision 06-0259 (voir le paragraphe 7.1.2.

Cet ensemble de trois décisions du 27 janvier 2005 définissait donc le nouveau dispositif pour les services de renseignement que le Conseil d'Etat, dans sa décision du 25 juin 2004, avait enjoint à l'Autorité d'établir.

3.2.2. L'attribution des nouveaux numéros

La première étape de mise en œuvre de ce dispositif a été l'attribution des nouveaux numéros.

La procédure de candidature pour l'attribution initiale des numéros 118 XYZ s'est déroulée sur 2 mois et demi entre le 15 avril 2005, date limite de dépôt des dossiers de candidature, et le 14 juin 2005, date du tirage au sort des numéros. La liste des groupes candidats éligibles fut publiée par l'ART avant le tirage.

La décision n° 2005-0505 du 7 juin 2005 fixa la date de la première attribution au 14 juin 2005. Cette première attribution fut faite par un tirage au sort, le 14 juin 2005, au cours duquel 56 numéros furent attribués. Si 41 sociétés avaient initialement déposé une candidature, ce furent finalement 27 sociétés qui se virent attribuer ces numéros par des décisions en date du 23 juin 2005. L'attention toute particulière que l'Autorité a apporté aux dossiers de candidatures afin de vérifier qu'elles satisfaisaient bien aux critères d'éligibilité a permis de limiter les candidatures opportunistes. Cette partie est développée plus bas (paragraphe 7.1.1. D'autres numéros peuvent désormais être attribués au fil de l'eau. Ainsi, un cinquante-septième numéro a, par la suite, été attribué à la société Tele2.

Le décret n° 2005-605 du 27 mai 2005 a permis de fixer les redevances de numérotation pour les numéros à six chiffres.

Les décisions de l'Autorité ont été complétées par un avis du Conseil de la Concurrence, rendu le 28 juillet 2005, suite à une saisine de l'Autorité, visant à faciliter le fonctionnement concurrentiel de ce marché et éviter les risques de préemption par les opérateurs en place.

3.2.3. L'ouverture des nouveaux numéros 118 XYZ

La deuxième étape a été l'ouverture des nouveaux numéros 118 XYZ, qui pouvait intervenir à partir du 2 novembre 2005, conformément à la décision n°05-0063.

Le 2 novembre 2005, 20 premiers numéros 118 XYZ ont été mis en service et ont commencé à être appelés par les consommateurs. Ce lancement, qui correspond au début d'une phase de

transition de 5 mois pendant laquelle anciens et nouveaux numéros cohabitent, a donné lieu à d'importantes campagnes de publicité qui ont permis aux utilisateurs de faire connaissance avec le nouveau format de numéros et les nouveaux acteurs arrivant sur ce marché. Au premier janvier 2006, 19 numéros 118 XYZ étaient donc ouverts sur 54 numéros attribués :

Numéro	Société	Ouvert au 01/01/2006	Numéro	Société	Ouvert au 01/01/2006
118000	Le 118000	✓	118666	Ingénierie de Communication pédagogique	
118001	IntraCall Center	✓	118700	SRR	
118004	Tele2		118710	France Télécom	✓
118006	Pixtel		118711	France Télécom	✓
118007	Allo Bottin	✓	118712	France Télécom	✓
118008	PagesJaunes	✓	118713	Le Numéro France	✓
118012	L'Annuaire Universel		118718	Free	
118018	Telenet Hosting		118777	SFR	✓
118050	Conduit		118787	Telegate France	
118075	Le Numéro France	✓	118800	EDA France	
118088	PagesJaunes		118808	PagesJaunes	
118200	123 Multimédia		118810	France Télécom	✓
118212	Free		118811	Pictures on Line	
118218	Le Numéro France	✓	118812	Bouygues Télécom	
118220	Le Numéro France	✓	118818	Free	
118222	118 Teledis SARL	✓	118822	Services de renseignements téléphoniques SAS	
118247	Telegate France		118833	11883 Telecom GmbH	
118300	Telemedia		118844	Free	
118318	Le Numéro France	✓	118855	123 Multimédia	
118321	Telegate France		118866	Renseignement Téléphonique Français	
118333	NRJ Mobile		118870	Free	
118400	Le Service Universel de Renseignements Téléphoniques		118880	Le Numéro France	✓
118444	PCCI UK		118888	Pixtel	
118500	Conduit		118900	118866 Ltd	
118555	Telegate France		118910	Le Numéro France	✓
118600	118866 Ltd		118999	Belgacom SA	✓
118612	Allo Bottin	✓			

Figure 5 : Liste des numéros 118 XYZ attribués en juin 2005 et ouverts le 1^{er} janvier 2006

3.2.4. La disparition du « 12 »

Pendant 5 mois¹⁷ ces nouveaux numéros au format 118 XYZ et les anciens numéros ont cohabité.

Le 3 avril 2006, tous les anciens numéros de services de renseignements (c'est-à-dire le 12 de France Télécom, le 612 de Bouygues Télécom, le 222 de SFR, le 712 d'Orange, le 3912 de l'Annuaire Universel, le 3200 de Scoot et le 3211 d'IntraCallCenter) ont cessé de fournir des renseignements et un message d'information a été diffusé à la place. C'est à ce moment que la majorité des utilisateurs ont réellement commencé à utiliser les nouveaux numéros 118 XYZ.

¹⁷ Décision de l'ART n°05-0061 du 27 janvier 2005.

Ce changement dans le plan de numérotation a été une évolution importante pour les consommateurs, nombre d'entre eux utilisant toujours les services de renseignements malgré l'essor des annuaires en ligne¹⁸.

3.2.5. L'information des consommateurs

L'accompagnement des consommateurs dans ce processus de changement complexe a été la préoccupation majeure de l'Autorité et du gouvernement.

Des campagnes de communication importantes ont été menées auprès des consommateurs par les fournisseurs de services de renseignements. Une communication institutionnelle a également été réalisée par le ministère de l'Economie, en liaison avec l'Autorité, sous la forme d'une brochure distribuée à plusieurs millions d'exemplaires (cette brochure est reproduite en annexe 7.5 page 63). Le 2 novembre 2005, l'Autorité a mis en ligne un site Internet (www.appel118.fr) à l'intention des consommateurs. Sur ce site, ils peuvent trouver la liste des services 118 ouverts, ainsi que leurs principaux tarifs (à compter du 2 novembre). Des informations sur le dispositif mis en place, des réponses à des questions fréquentes sur les 118 et l'annuaire universel et enfin des liens vers les sites des fournisseurs de services de renseignements ainsi que les contacts mis à disposition des consommateurs complètent l'information disponible sur ce site.

Ce site (voir 7.6) est mis à jour en permanence et décrit dans des tableaux comparatifs l'ensemble des offres disponibles sur le marché des services de renseignement et leur tarif associé. Il permet également de replacer l'évolution des offres dans une perspective plus historique car il recense l'ensemble des offres et des tarifs depuis le lancement des 118.

Ce site est une référence dans le secteur et est fréquemment cité dans les articles ayant trait au sujet.

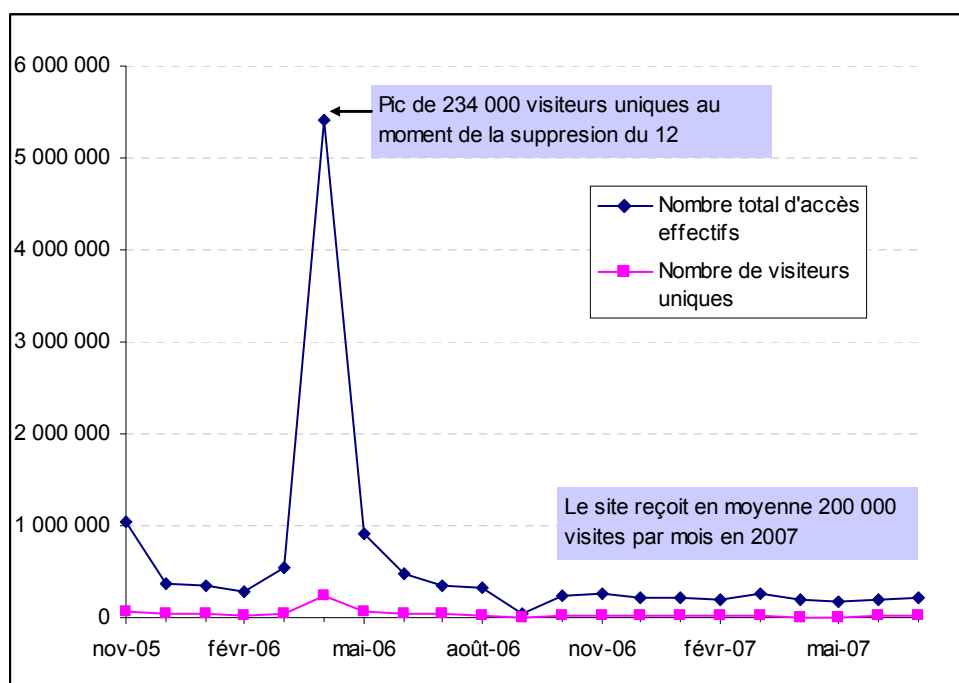


Figure 67 : Fréquentation du site www.appel118.fr mis en place par l'ARCEP

¹⁸ En 2005, 16 des 23 millions de foyers disposant d'une ligne fixe avaient appelé au moins une fois un service de renseignements.

Après un pic lors de la suppression du « 12 » à plus de 5 000 000 de visites sur le mois, le site est souvent consulté puisqu'il reçoit en moyenne 200 000 visites par mois.

Par ailleurs, l'Autorité a vérifié que le contenu du message diffusé sur les anciens numéros était non discriminatoire entre les différents fournisseurs de service.

Enfin des enquêtes de qualité de service des numéros 118 XYZ ont été conduites par l'ARCEP, dont les résultats ont été rendus publics (les résultats de ces enquêtes sont détaillés au chapitre 5.4).

3.2.6. Les procédures de sanctions menées par l'ARCEP

Les décisions de l'Autorité attribuant des numéros de la forme 118 XYZ prévoyaient que les sociétés d'éditeurs de services de renseignements téléphoniques attributaires de ces ressources en numérotation étaient tenues d'ouvrir commercialement un service de renseignements téléphoniques accessible par ces numéros dans un délai d'un an à compter de la date desdites décisions. Plusieurs éditeurs n'ayant pas ouvert leur service dans le délai imparti, l'ARCEP, qui est tenue en vertu des dispositions de l'article L. 36-7, 7 du CPCE, de veiller à la bonne utilisation des ressources en numérotation, a ouvert des procédures de sanction à leur encontre qui se sont terminées par des non lieu à poursuivre quand les acteurs ont accepté de restituer les ressources en numérotation en cause, ou par le retrait des dits numéros.

L'Autorité a ainsi veillé constamment dans son dispositif d'application de la décision du Conseil d'Etat, à préserver au mieux les intérêts des abonnés, en agissant tant sur le contenu des services, qu'en filtrant les candidatures purement spéculatives et en informant les consommateurs des évolutions des services de renseignement, tout en préservant l'équité entre les différents acteurs.

3.3. Les mesures d'accompagnement : la mise en place de l'annuaire universel

La mise en œuvre des 118 XYZ par l'Autorité a également nécessité un travail sur les données sources des services de renseignement, à savoir les bases de données annuaires qui constituent l'annuaire universel.

3.3.1. La mise en œuvre de l'annuaire universel a pâti de nombreux retards

Conformément à l'article L. 34 du code des postes et des communications électroniques (CPCE), tout abonné ou utilisateur d'un réseau ou d'un service de communications électroniques a le droit de figurer gratuitement dans les listes constituées par les opérateurs de communications électroniques et destinées à être « publiées dans les annuaires ou consultables par l'intermédiaire d'un service de renseignements (...) ».

Les modalités de mise en œuvre de cet article ont été précisées par le décret n° 2005-606 du 27 mai 2005 relatif aux annuaires et aux services de renseignements, pour lequel l'Autorité avait rendu un avis le 7 décembre 2004. L'Autorité a poursuivi depuis 2004 un très important travail avec les acteurs concernés (opérateurs fixes ou mobiles affectant des numéros aux abonnés, éditeurs d'annuaire universel, fournisseurs de services de renseignements universels, associations de consommateurs, CNIL...) visant à permettre la mise à disposition auprès du public d'un annuaire universel et de services de renseignements de qualité. Il s'agissait de garantir aux abonnés, utilisateurs et consommateurs, une protection de leurs droits (y compris le droit de figurer gratuitement dans les listes d'annuaires) et de leurs données personnelles, tout en assurant un contenu pertinent et cohérent des annuaires, ainsi qu'un mode de fonctionnement efficace et sûr du processus de mise à disposition des listes d'abonnés et utilisateurs entre opérateurs et éditeurs.

Ces consultations ont dans un premier temps conduit l’Autorité à publier en décembre 2004, préalablement au décret n° 2005-606 du 27 mai 2005, des lignes directrices relatives aux conditions de cession des listes d’abonnés entre opérateurs et éditeurs. Ces lignes directrices définissaient des orientations à destination des acteurs pour faciliter le processus de constitution et de mise à disposition des listes d’abonnés et d’utilisateurs.

A la suite de la publication du décret du 27 mai 2005, l’Autorité a demandé aux opérateurs de constituer rapidement leurs listes d’abonnés et d’organiser la cession de ces listes d’abonnés et d’utilisateurs aux éditeurs d’annuaire universel et aux fournisseurs de service universel de renseignements.

Néanmoins, de nombreux opérateurs n’avaient toujours pas, au début de l’année 2006, cédé leurs listes d’abonnés (certains mettant en avant des difficultés liées aux incertitudes entourant la tarification des listes ou leur contenu) et par ailleurs certaines listes d’abonnés et d’utilisateurs, en particulier celles constituées par les opérateurs de téléphonie mobile, ne contenaient qu’un faible nombre d’abonnés par rapport à la base réelle de clients de ces opérateurs.

3.3.2. L’Autorité a mené de nombreuses actions pour améliorer l’exhaustivité de l’annuaire universel

Dans ces conditions et au regard de ces retards et du caractère incomplet de certaines listes, l’Autorité a engagé de nombreuses actions, à savoir :

- Le lancement, à compter de décembre 2005, de procédures conduisant, le cas échéant, à sanctionner les opérateurs qui ne respecteraient pas leurs obligations de mise à disposition de leurs listes d’abonnés et d’utilisateurs aux éditeurs d’annuaire universel et aux fournisseurs de service universel de renseignements. 11 procédures ont été engagées en décembre 2005 et janvier 2006 contre des opérateurs significatifs, dont un certain nombre se sont conclues par des mises en demeure. Début 2007, seules deux de ces procédures étaient encore ouvertes, les autres opérateurs s’étant conformés à leurs obligations. En 2007, l’Autorité a élargi sa politique de vigilance et a dû ouvrir de nouvelles procédures de sanction à l’encontre d’opérateurs de taille moins importante.
- La mise en place d’un tableau de bord publié mensuellement et mesurant, à compter de décembre 2005, l’avancement de l’annuaire universel.
- L’ouverture en janvier 2006 de procédures d’enquêtes auprès des principaux opérateurs mobiles, qui avaient constitué des listes d’abonnés contenant un nombre d’inscrits manifestement très faible, afin de mettre en lumière d’éventuelles lacunes dans leur dispositif d’information des abonnés ou de recueil des choix de ceux-ci. Ces procédures ont amené les opérateurs mobiles à modifier l’information faite aux abonnés et les méthodes de collecte des choix de ceux-ci en matière d’inscription à l’annuaire.
- La mise en consultation publique, entre le 7 juillet et le 29 août 2006, d’un projet de décision à portée réglementaire sur les conditions de mise à disposition des listes d’abonnés et d’utilisateurs à des fins d’édition d’annuaires universels ou de fourniture de services universels de renseignements. A cette occasion, l’Autorité a reçu diverses contributions de la part des différents acteurs concernés par le contenu de la décision en préparation (opérateurs fixes et mobiles, éditeurs d’annuaires, fournisseurs de services de renseignements, opérateurs intermédiaires intégrateurs de listes, CNIL et services départementaux des pompiers). L’Autorité a ensuite consulté, dans un souci de transparence, la CCR, la CCRSCE, la CNIL et les associations de consommateurs avant d’adopter sa décision.

3.3.3. La décision 06-0639 de l'ARCEP du 30 novembre 2006 sur l'annuaire universel

La décision adoptée le 30 novembre 2006, après la consultation publique suscitée, a pour objet d'apporter des éléments de clarification et de sécurité juridique au secteur et de garantir l'intérêt des consommateurs. Cette décision, homologuée par arrêté du ministre chargé des communications électroniques, a été publiée au JO le 24 mars 2007. Elle se substitue aux lignes directrices de 2004 en détaillant les conditions techniques et financières dans lesquelles les opérateurs doivent mettre à disposition leurs listes d'abonnés et d'utilisateurs à des fins d'édition d'annuaires universels ou de fourniture de services universels de renseignements.

Tous les opérateurs qui affectent un ou plusieurs numéros du plan national de numérotation téléphonique sont soumis au respect des dispositions de l'article L. 34 du CPCE relatives à la constitution et à la mise à disposition des listes d'abonnés et d'utilisateurs. L'Autorité s'assure donc en particulier que les « nouveaux opérateurs » (notamment les opérateurs alternatifs fixes, les MVNO, les opérateurs de voix sur Internet, etc.) informent bien leurs abonnés de la possibilité de s'inscrire aux annuaires et mettent en place les moyens de recueil et de mise à disposition des données à caractère personnel de leurs abonnés. La décision précise les obligations des opérateurs et de leurs distributeurs en termes d'information des abonnés sur leurs droits et options en matière d'inscription aux annuaires et de collecte de leurs données à caractère personnel. La décision distingue en particulier le régime d'« opt-in¹⁹ » en vigueur dans le cadre de la téléphonie mobile, tout en proposant un dispositif de collecte assurant le respect des droits des abonnés. L'objectif est d'augmenter la complétude des annuaires et ainsi d'accroître la satisfaction des utilisateurs de service de renseignements.

Par ailleurs, l'obligation imposée aux opérateurs de céder leurs listes d'abonnés aux éditeurs dans des conditions non discriminatoires et à un tarif reflétant le coût du service rendu permet de préserver l'équité entre les services de renseignements. Elle favorise également la mise à disposition des listes d'abonnés à un coût raisonnable. L'Autorité a indiqué dans sa décision une évaluation de référence du coût total recouvrable par un opérateur. Ce montant dépend du nombre d'abonnés inscrits dans les listes. L'Autorité a par ailleurs explicité comment les coûts des opérateurs doivent être répartis entre les différents éditeurs d'annuaire et services de renseignements. Ainsi, un service de renseignements recevant beaucoup d'appels est facturé plus cher qu'un service traitant un plus petit nombre d'appels. Cette tarification dépendant de l'usage est favorable à l'émergence de petits acteurs des services de renseignement.

L'Autorité a par cette décision mis en place les moyens pour améliorer la qualité des annuaires universels, et par là-même des services de renseignement, à un coût raisonnable pour ces derniers, en limitant les barrières à l'entrée pour les nouveaux acteurs du « 12 ».

¹⁹ « Opt-out » : l'abonné est passif, son inscription dans l'annuaire est automatique (sauf s'il exprime une volonté contraire). Opt-in : l'abonné est actif, il doit donner explicitement son accord pour figurer dans l'annuaire.

4. UN MARCHÉ DES SERVICES DE RENSEIGNEMENTS 118 XYZ QUI SE CONTRACTE

L'ouverture des numéros 118 XYZ en novembre 2005 a complètement bouleversé l'organisation du marché des services de renseignements. Dans un marché où les opérateurs de boucle locale (France Telecom et les opérateurs mobiles) fournissaient la majorité des services de renseignements, sont apparus des « pure players » du service de renseignements, souvent paneuropéens. Désormais France Télécom est l'un des seuls fournisseurs de services de renseignement qui soit opérateur de boucle locale, les principaux autres acteurs sont des éditeurs d'annuaires et de services de renseignement.

Cette ouverture s'est faite dans un contexte de marché en décroissance, tant en volume qu'en valeur. A la baisse structurelle issue de l'évolution des usages s'ajoute la baisse conjoncturelle qui a suivi la suppression d'un numéro « historique ».

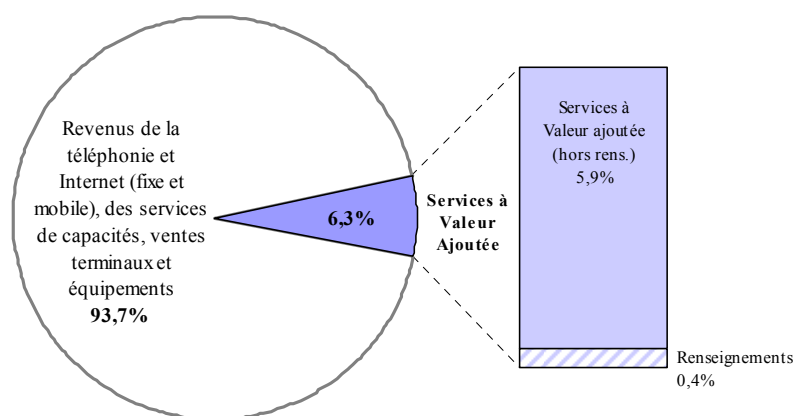
La baisse structurelle s'explique aisément par le développement des usages sur les annuaires électroniques, favorisé par le développement de l'internet, et notamment des accès internet haut débit. Elle s'observe également dans les autres pays européens. La suppression du 12 semble avoir accentué, au moins temporairement, cette tendance baissière. Néanmoins, le dispositif mis en œuvre par l'Autorité a permis de limiter cette chute conjoncturelle par rapport à la plupart des autres pays européens engagés dans le même processus.

Dans un tel contexte, et dans un marché où la mémorisation des numéros est fondamentale, la tendance à la concentration du marché est générale et observée dans tous les pays d'Europe.

4.1. Un marché infime par rapport au marché global des communications électroniques, mais important pour certains consommateurs

Le marché final des communications électroniques (c'est-à-dire les revenus des opérateurs sur le marché de détail) représente une consommation annuelle de plus de 40 milliards d'€. La téléphonie (fixe et mobile) et l'accès à l'internet occupent une place prépondérante avec près de 80% des revenus du marché. Les services de capacités, vendus aux entreprises, représentent environ 8% des revenus des opérateurs sur le marché de détail. Les services à valeur ajoutée, y compris les services de renseignements, représentent un peu plus de 6% des revenus facturés par les opérateurs. La libéralisation du « 12 » et l'attribution des 118 XYZ a médiatisé les services de renseignements téléphoniques, mais ils représentent en valeur, avec 160 millions d'euros annuels une faible partie des services à valeur ajoutée (7,2%), et à peine **0,4% du marché final des communications électroniques.**

T1 2007- 10,3 milliards d'€ HT



Source: Observatoire des CE, ARCEP

Figure 8 : Les services de renseignements dans les revenus des CE

L'enquête TNS Sofres sur les consommations de services de renseignements publiée en décembre 2005 montre le caractère épisodique de l'usage pour une majorité de Français : seuls 17% d'entre eux emploient les services de renseignement une fois par mois ou plus fréquemment et 35% ne l'utilisent jamais. Ces données ont été récemment confirmées par une enquête menée par TNS Sofres en août 2007 qui indique que seuls 20% des Français utilisent régulièrement les services de renseignements, dont un quart au moins une fois par mois. Ils sont en majorité des actifs (73%) et pour 46% d'entre eux dans la tranche d'âge 25 à 44 ans.

Toutefois les services de renseignement revêtent une importance particulière, puisque c'est à travers eux que la possibilité de joindre n'importe quel interlocuteur par la voie du téléphone est garantie.

C'est également un marché à forte main d'œuvre, comparativement à d'autres services de communications électronique à plus fort investissement réseau et matériel. Les coûts variables principaux sont les coûts humains, les coûts d'interconnexion et les peines et soins des opérateurs et les coûts d'achat des bases, ainsi qu'un peu d'infrastructure informatique et de télécommunication, le principal coût fixe étant les coûts de communication (investissements publicitaires).

4.2. Des revenus et volumes en baisse

4.2.1. Une baisse significative du nombre d'appels, amorcée depuis longtemps

Pendant la période transitoire durant laquelle coexistaient les deux types de numéros pour l'accès aux services de renseignements, le volume d'appels s'est maintenu. La disparition définitive le 3 avril 2006 des anciens numéros de services de renseignements s'est traduite par une forte baisse du nombre des appels émis vers les nouveaux numéros de type 118 et, par conséquent, une baisse des revenus des opérateurs de ces numéros. De 53 millions d'appels au premier trimestre 2006, le volume d'appels vers les services de renseignements est passé à 41 millions d'appels au deuxième trimestre 2006 après la fermeture du « 12 » (soit une baisse de 22%). Depuis le volume d'appels est en baisse sur un rythme de 5% par trimestre.

Au premier trimestre 2007, 36 millions d'appels ont été émis vers les 118 XYZ, soit une diminution de 17 millions d'appels par rapport au premier trimestre 2006 (-33,3%).

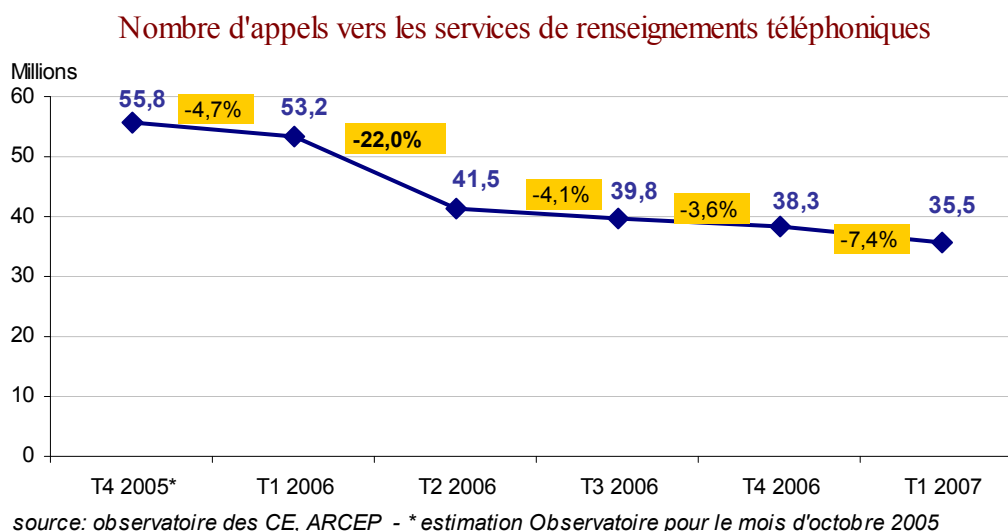


Figure 9 : Evolution du nombre d'appels trimestriels vers les services de renseignements téléphoniques²⁰

On peut expliquer cette baisse par plusieurs facteurs « comportementaux ». D'une part par la difficulté de mémorisation des nouveaux numéros et la désorientation due au choix présenté aux utilisateurs. D'autre part par la publicité nouvelle accordée aux tarifs, qui à l'époque du « 12 » était largement méconnus et fréquemment sous-estimés. Ainsi, selon une étude Sofres de juin 1999, le prix du service de mise en relation du « 12 » était jugé trop cher en assisté par 78 % des utilisateurs, et sous-estimé en spontané.

Toutefois, la tendance à la baisse du trafic vers les services de renseignements téléphoniques a débuté bien avant la mise en place des nouveaux numéros. Entre 2004 et 2005, le volume d'appels vers les numéros de renseignements, alors que les anciens numéros étaient encore en service, a baissé de 20,9%. Le taux de décroissance du nombre d'appels est similaire à celui constaté entre 2005 et 2006, année de l'arrêt du « 12 » et des anciens numéros mobiles (222, 612, 712).

Services de renseignements téléphoniques	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Nombre d'appels aboutis (millions)							270*	214	173
Baisse des appels par rapport à l'année n-1 (%)								-20,9%	-19,0%

Source ARCEP, Observatoire des CE - Enquête annuelle 2005, enquête trimestrielle pour 2006, estimation provisoire

Nous ne disposons pas de chiffres sur le marché global en nombre d'appels pour les années antérieures

*Source : Pages Jaunes

Figure 10 : Evolution du nombre d'appels annuels vers les services de renseignement²¹

Par le passé, l'observatoire a publié des données sur les volumes de minutes. Cependant les minutes de trafic ne sont pas l'indicateur le plus significatif dans le marché des services de renseignement. En effet, il dépend de la productivité des téléacteurs du service de renseignements. De plus il a pu être perturbé par le lancement et la promotion du service de mise en relation, en plein croissance au début des années 2000. Ainsi, en avril 2000, le taux de

²⁰ Sont considérés comme services de renseignements : les anciens numéros de renseignements fixe (12, 3200, 3211, 3212) et mobiles (612, 712, 222) en service jusqu'au 3 avril 2006, les nouveaux numéros de type 118 XYZ en service depuis novembre 2005 et les numéros court donnant accès à des services de renseignements de type annuaire inversé (3288, 3217, 3200) ou annuaire international (3212)

²¹ Jusqu'en 2005, les opérateurs interrogés pour ce service étaient à la fois opérateurs attributaires de numéros et opérateurs de boucle locale. En 2006, le revenu correspond au revenu des opérateurs attributaires

mise en relation chez le « 12 » de France Télécom était de 37.9%, pour un objectif à fin 2000 de 50 %, qui est le taux en vigueur aujourd’hui chez les 118 XYZ (Le Numéro...).

La progression de la part relative des appels au départ des téléphones mobiles bénéficie de l’effondrement du volume d’appels au départ des boucles locales fixes, dont la baisse atteint 42%, mais cette augmentation ne signifie pas pour autant que le volume au départ des mobiles s’accroît. En 2005, un peu plus de 33 millions d’appels par trimestre provenaient des mobiles ; au 1^{er} trimestre 2007, le volume a perdu près de 10 millions d’appels pour s’établir à 23 millions (soit un recul de 28%). C’est donc bien l’ensemble des services de renseignements téléphoniques qui ont enregistré une baisse de fréquentation au cours de ces deux dernières années.

Nombre d’appels (millions)	Année 2005	Rapporté au trimestre – année 2005	T1 2007	Evolution
Boucle locale fixe	81,75	20,44	11,84	-42%
Boucle locale mobile	132,3	33,06	23,67	-28%
TOTAL	214	53,5	35,51	-34%

4.2.2. Des revenus à la baisse, après un pic en 2003

Le marché des services de renseignement, s’il s’était stabilisé en 2005, devrait en 2006, poursuivre la décroissance amorcée depuis 2003.

Services de renseignements téléphoniques	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Revenu des opérateurs de boucle locale (millions d’€HT)	116	160	204	244	256	275	216	223	
Revenu des opérateurs attributaires (millions d’€HT)									162
Evolution des revenus par rapport à l’année n-1 (%)		38,8%	27,2%	19,6%	4,9%	7,4%	-21,6%	3,3%	-27,0%

Source ARCEP, Observatoire des CE - Enquêtes annuelles de 1998 à 2005, enquête trimestrielle pour 2006, estimation provisoire

Figure 11 : Evolution des revenus des services de renseignement depuis 1998

L’évolution des revenus n’est pas toujours en ligne avec celle du trafic.

Entre 2004 et 2005, alors que le volume d’appels perd 20%, le revenu des services de renseignements a légèrement progressé.

Cette progression en valeur peut s’expliquer par l’augmentation de la part du trafic au départ des mobiles, dont les tarifs sont plus élevés que ceux au départ du fixe. Au cours de la période 2000-2005, le trafic, mesuré en minutes, vers les services de renseignements téléphoniques a diminué de 1% en moyenne annuelle, celui au départ des mobiles a progressé de 12% en moyenne annuelle.

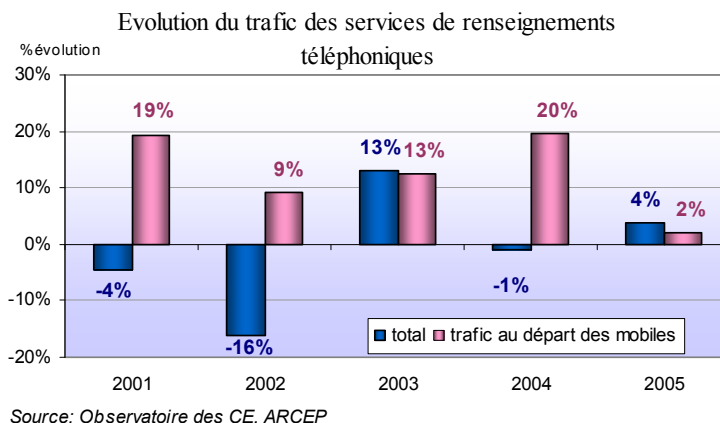


Figure 12 : Evolution comparée du trafic total vers les services de renseignement et du trafic issu des mobiles

4.2.3. Le service de renseignements basique est arrivé à maturité, concurrencé par les services en ligne

L'évolution des revenus des services de renseignements présentée dans la Figure 13 ci-dessous est typique du cycle de vie d'un produit parvenu à maturité. Il semble que le produit « services de renseignement simple » subisse la concurrence d'autres produits.

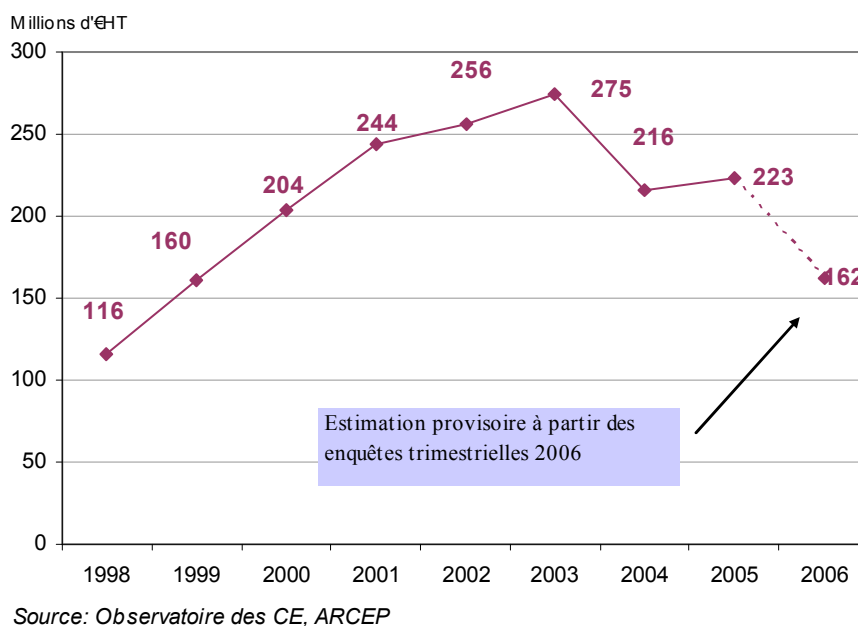


Figure 13 : Evolution des revenus des services de renseignement depuis 1998 (graphique)

Diverses possibilités s'offrent en effet aux personnes qui souhaitent obtenir un numéro de téléphone : l'annuaire papier distribué à domicile et mis à jour tous les ans, mais dont les informations couvrent uniquement le département dans lequel réside l'individu ; les renseignements téléphoniques ; les services de consultations en ligne soit par le minitel, soit depuis quelques années, par l'Internet. Les usages de ces différents moyens de recherche varient selon l'équipement des individus (accès à Internet, équipés d'un terminal minitel, ou d'un mobile), le type de recherche qu'ils souhaitent effectuer (numéro hors du département, professionnels) ou encore s'ils se trouvent en mobilité. Les uns sont gratuits pour les usagers comme l'annuaire papier, la consultation par Internet (en dehors de l'accès proprement dit) ou les 3 premières minutes pour le minitel, les services de renseignements téléphoniques sont en

revanche payants. Selon un sondage TNS Sofrès réalisé en juin 2006, **seul 15 % de la population a eu recours à un service de renseignements téléphoniques au cours des deux derniers mois précédents l'enquête. En revanche, les autres modes de recherche sont fréquemment utilisés : ainsi 77% des personnes interrogées ont eu recours à un annuaire papier et 50% à Internet.** Le minitel se marginalise avec seulement 8% des individus qui ont eu recours à ce service. Comme le trafic vers les autres services accessibles depuis un minitel, le trafic vers l'annuaire télématique décline depuis 1998 et a été divisé par 4,5 en 7 ans.

La baisse des consultations sur le minitel s'explique par la croissance rapide du taux de pénétration de l'Internet haut débit. En juin 2007, près d'un foyer sur deux dispose d'une connexion à Internet à son domicile. L'équipement des foyers en Internet progressant à un rythme annuel supérieur à 30%, les consultations par Internet suivent le même rythme que le taux de pénétration à Internet. Elles sont passées de 24 millions au 4^{ème} trimestre 2003 à 64 millions au 2^{ème} trimestre 2006.

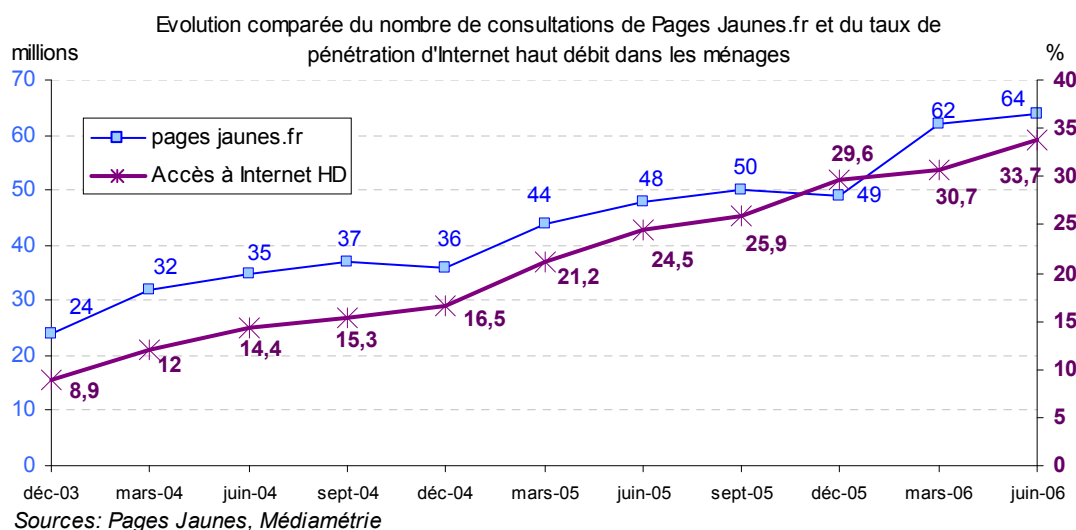


Figure 14 : évolution comparée du nombre de consultation de Pages Jaunes.fr et du taux de pénétration d'Internet haut débit dans les ménages

Cet engouement s'est fait au détriment du minitel : qu'il s'agisse des chiffres publiés par Pages Jaunes ou que l'on se réfère à l'étude sur les usages réalisée par TNS Sofrès, le constat est identique. Le service de renseignements par Internet est 6 fois plus utilisé que celui du minitel.

Au total, le nombre de consultations des services en ligne a progressé en moyenne de 5,1% par trimestre sur la période allant de décembre 2003 à juin 2006 alors que les consultations par le biais du minitel suivaient un rythme trimestriel de baisse de 7,2%, traduisant une forte modification des usages au bénéfice de l'Internet.

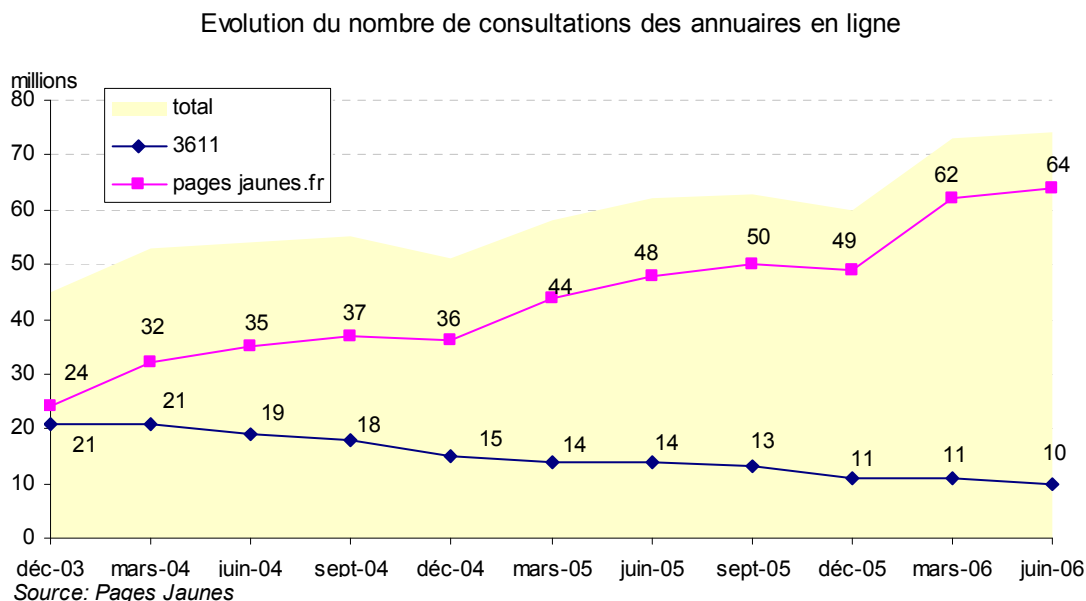


Figure 15 : l'évolution comparée de la consultation des services de renseignement en ligne par internet et par minitel

Mais l'annuaire électronique ne s'est pas seulement substitué au minitel : il a également gagné des parts de marché au dépend des services de renseignements téléphoniques. Au lendemain de la mise en place des nouveaux numéros de renseignements téléphoniques, le site de pages jaunes.fr a enregistré une progression de 13 millions du nombre de consultations en ligne (+26,5% sur un trimestre). Le volume d'appels vers les services vocaux a diminué d'autant au cours du trimestre qui a suivi.

La baisse du volume global d'appels affecte principalement les appels depuis le fixe, concurrencés par l'accès gratuit aux annuaires en ligne. En revanche, le marché des appels depuis les mobiles est moins touché et ce sous-marché pourrait être le cœur de cible des 118 à l'avenir. Les fournisseurs de services de renseignement devraient pouvoir proposer des **services innovants et générateurs de revenus**, du fait des capacités supérieures des terminaux mobiles (plans, SMS, etc.). A plus long terme, l'impact du développement de l'Internet mobile n'est pas encore estimable.

La consommation de services de renseignements par téléphone se fait de plus en plus par des personnes équipées d'un téléphone mobile. Au 1^{er} trimestre 2007, deux tiers des appels émanent des boucles locales mobiles. Cette proportion augmente au fur et à mesure que l'équipement en mobile progresse que ce soit pour des usages domestiques ou professionnels. La croissance de l'Internet, qui concurrence principalement les appels au départ du fixe, explique également la part croissante des appels à partir des mobiles. En 2005, 38,2% des appels vers les services de renseignements provenaient d'une boucle locale fixe et 61,8% émanaient d'une boucle locale mobile.

Il y a un enjeu majeur pour les services de renseignement téléphoniques d'innovation sur leurs services pour compenser le déclin d'un service basique de renseignement par téléphone.

4.3. Un marché qui se structure et se rationalise

En juin 2005, lors du tirage au sort organisé par l'Autorité pour l'attribution des numéros 118 XYZ, 56 numéros ont été choisis par les 27 candidats en lice.

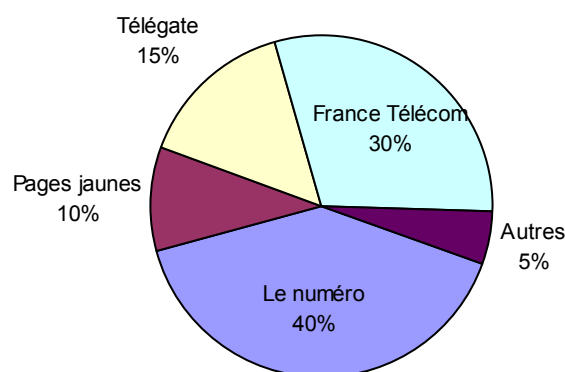
Au 31 juillet 2007, 22 numéros sont en service et sont exploités par 15 opérateurs. Quatre principaux opérateurs se partagent 95% du marché des renseignements téléphoniques au milieu de l'année 2007. Leur conquête du marché s'est faite en déployant un impressionnant dispositif publicitaire dans les journaux, le métro et surtout à la télévision.

En 2005, le marché était dominé par le « 12 » de France Télécom et les 3 numéros des opérateurs mobiles. Dans cette configuration, le groupe France Télécom/Orange détenait environ 70% du marché. En 2006, **quatre numéros se partagent 95 % du marché** :

- 118218 de Le Numéro, filiale de The Number et d'InfoNXX, un des leaders mondiaux des renseignements ;
- 118712 de France Télécom, qui regroupe avec trois autres 118 les anciens « 12 » et « 712 » ;
- 118000 de Telegate, numéro deux en Allemagne des renseignements ;
- 118008 de PagesJaunes, détaché depuis 2006 de France Télécom.

Comme on peut le constater, trois des quatre numéros sont gérés par des **nouveaux entrants**, spécialisés dans ce domaine, les deux opérateurs mobiles SFR et BYT ayant cédé leurs activités à Telegate. Seul France Télécom adosse son service de renseignements à une activité d'opérateur beaucoup plus importante. L'ouverture du marché a donc permis l'apparition de nouveaux acteurs, spécialisés dans ce domaine et susceptibles d'enrichir l'éventail des services accessibles par ces numéros.

Part de marché des opérateurs de services de renseignements téléphoniques



Octobre 2006, Source France Télécom

Figure 16 : Part de marché des principaux opérateurs de renseignement fin 2006

La répartition équilibrée des parts de marché montre que la libéralisation de ce marché est un succès du point de vue de la concurrence : les initiatives prises par l'Autorité ont permis l'arrivée de nouveaux entrants et l'exercice d'une concurrence effective entre les opérateurs.

La concentration du marché des services de renseignements à quatre acteurs n'est pas synonyme d'une faible concurrence. L'indice d'Herfindahl Hirschman, mesurant le degré de concentration d'un marché, est équivalent à celui du marché de la téléphonie mobile en France, soit environ 3 300 (calculé sur le nombre d'appels pour les services de renseignements, et par rapport au parc pour les mobiles) pour lequel 3 opérateurs détiennent 95% de la clientèle. Le marché de l'ADSL, jugé fortement concurrentiel, affiche un HHI de 2830 et 5 opérateurs concentrent 95% du marché.

En outre cette relative concentration d'acteurs est inhérente au modèle économique des acteurs. Ainsi, au regard des autres marchés européens, cette structure à quatre opérateurs n'est peut-être pas pérenne : le marché pourrait comme ailleurs se consolider à moyen terme autour de deux ou trois acteurs principaux. A l'appui de cette analyse, deux éléments pourraient inciter à la réduction du nombre des acteurs :

- Les investissements publicitaires conséquents consentis afin d'imposer un numéro dans l'année du lancement, qui se poursuivent dans une moindre mesure ;
- La baisse significative du marché par rapport à 2005.

Les dépenses publicitaires auraient atteint un budget de 240 millions d'€²² pour les l'année 2006, selon TNS média Intelligence. Sur le seul 1^{er} trimestre 2006, c'est à dire juste avant la fermeture des anciens numéros, l'investissement en publicité aurait été de 85 millions d'€. L'effort consenti par les opérateurs sur le marché publicitaire aurait porté ces fruits : Le Numéro aurait dépensé entre janvier et août 2006 un peu plus de 65 millions d'€, soit près de deux fois plus que ses principaux concurrents, à savoir France Télécom (35 millions d'€) et Telegate (35 millions d'€) et Pages Jaunes (40 millions d'€) ; il occupe ainsi la place de leader sur le marché des renseignements téléphoniques avec une part de marché estimée entre 40% et 45%²³. Cette démarche publicitaire est indispensable pour asseoir la notoriété des services de renseignement. Au dernier bimestre 2005, les numéros en 118 XYZ ont représenté 9,02% des appels de renseignements, contre 90,98% pour les anciens numéros (12, 222, 3200, 3211, 3912, 612 et 712). Les budgets publicitaires sont en 2006 presque équivalents au chiffres d'affaires du marché des opérateurs (162 millions d'€ HT), même en prenant en compte un montant net d'investissement de l'ordre de 120 millions d'€ HT. Après une phase de lancement, ils ont diminué en 2007, les investissements publicitaires bruts²² ont représenté 43 millions d'euros HT entre janvier et juillet 2007.

4.4. Une évolution semblable à celle des autres pays européens

4.4.1. La diminution du trafic est généralisée

A l'instar de la France, on constate dans les pays d'Europe une **diminution du trafic téléphonique vers les services de renseignements**.

Cette diminution est **pour partie structurelle** d'une évolution des comportements des consommateurs, entraînant le déclin du service de renseignements classique au profit des annuaires électronique. L'évolution du trafic dans les pays dérégulés depuis longtemps, ou qui n'ont jamais eu de monopole de fait, nous permet de confirmer cette analyse.

Ainsi, en Finlande, où le marché des services de renseignements téléphoniques n'a jamais connu de monopole, le volume d'appels vers les services de renseignements diminue d'environ 2% par an depuis 5 ans. Le régulateur considère que cette baisse est due à la progression des consultations d'annuaires par voie électronique. Le Danemark, qui a libéralisé ce marché en 1996, voit le nombre d'appels vers les services de renseignements téléphoniques chuter de 2 millions par an depuis 3 ans (de 29 millions en 2004 à 25 millions en 2006). L'Allemagne, qui a libéralisé ce marché en 1996 voit le volume de ses appels baisser de 10% par an depuis ces dernières années, soit 80% depuis 1996. Cette baisse de volume est

²² Montants bruts, compte non tenu des réductions commerciales accordées aux annonceurs. Des réductions de l'ordre de 50% peuvent être accordées sur ces montants.

²³ Part de marché estimée citée par France Télécom et Le Numéro dans diverses communications

également due au fait des consultations d'annuaires en lignes qui deviennent de plus en plus importantes, ainsi qu'à un large usage des annuaires papiers.

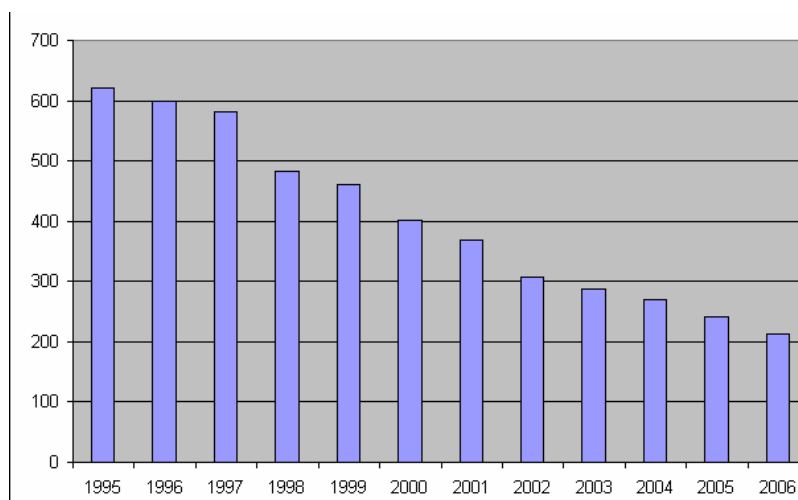


Figure 17 : Nombre d'appels à destination des services de renseignements en Allemagne (source Pelorus Group)

En Suisse, l'ouverture réelle à la concurrence n'ayant eu lieu qu'en 2007, on constate aussi une diminution régulière du nombre d'appels aux services de renseignements, annuelle de 11% en moyenne entre 1999 et 2005.

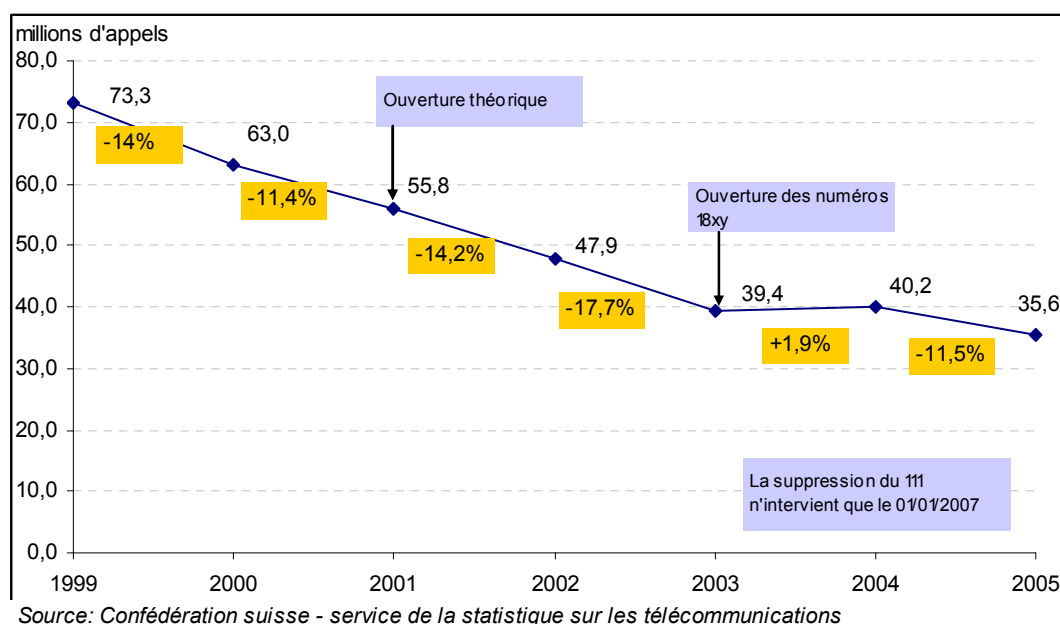


Figure 18 : évolution du nombre d'appels vers les services de renseignements en Suisse

En outre, l'activité des services de renseignements a, dans l'ensemble des pays comme en France, subi un **décrochage plus conjoncturel au moment de la libéralisation du marché**, et surtout de **la suppression des anciens numéros vers les services de renseignements**. Le recul a été considérable dans de nombreux pays.

Ainsi, au Royaume-Uni, suite à l'ouverture du marché en 2002, le nombre d'appels a chuté de plus de 57% en 3 ans pour passer d'un volume de 702 millions d'appels avant la libéralisation à 300 millions d'appels en 2005. La diminution était une tendance de long-terme déjà amorcée mais accentuée avec la libéralisation. Une enquête menée par le régulateur en mars 2006 sur plus de 2000 personnes a montré que 36% des consommateurs déclarent moins

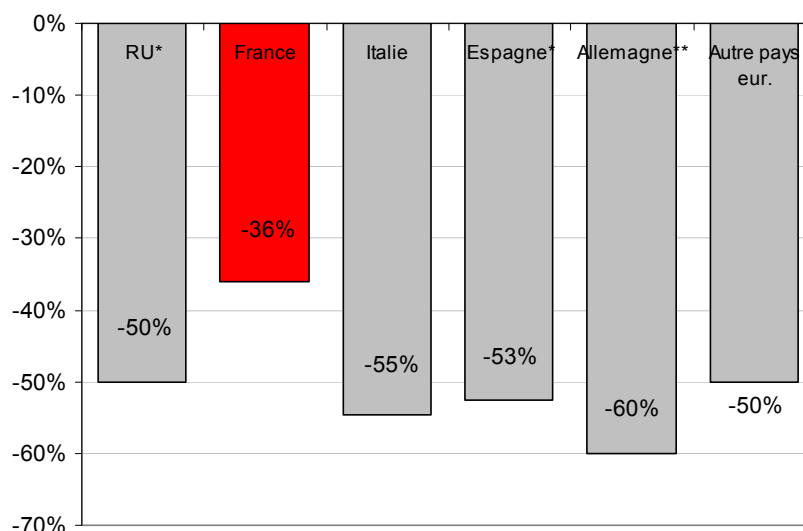
utiliser les services de renseignements téléphoniques qu'avant la libéralisation. Les services de remplacement pour ces consommateurs sont les suivants :

- Les annuaires imprimés pour 68% d'entre eux,
- Les annuaires électroniques sur internet pour 19% d'entre eux.

Ces autres services sont considérés comme satisfaisants pour 88% d'entre eux.

De même, l'Espagne qui a ouvert le marché en mars 2003, est le pays qui a connu la chute de son volume d'appels la plus impressionnante. En effet, à fin 2003, le volume d'appels avait chuté de près de 45% pour chuter encore de 59% fin 2005, le nombre d'appels passant ainsi de 230 millions d'appels en 2003 à seulement 94 millions en 2005. En 2006 le marché s'est stabilisé puisque la baisse du nombre d'appels atteint moins de 5%.

L'Italie, qui a libéralisé ce marché fin 2005 a vu son volume d'appels chuter de 30% à peine 6 mois après l'ouverture du marché. Cette chute ne s'est pas arrêtée puisque 3 mois plus tard, le volume avait diminué d'environ 35% pour passer de 203 millions en 2005 à 132 millions en 2006. Un autre pays européen²⁴ mentionne qu'entre 2004 et 2006, le volume d'appels a chuté de plus de 50%.



Sources : Observatoire de l'ARCEP, ARN, étude Pelorus Group
*: estimations **: 1996, soit bien avant les autres pays

Figure 19 : Baisse du nombre d'appels depuis la libéralisation (dernières mesures disponibles)

En conclusion, il s'avère que les volumes d'appels vers les services de renseignements téléphoniques, aussi bien pour les pays libéralisés depuis longtemps ou qui n'ont jamais eu de monopole de fait, que pour les pays ayant libéralisé le marché ces 5 dernières années, ont fortement chuté. Certes, la baisse est plus accentuée juste après la libéralisation du marché que pour ceux qui ont un marché stabilisé depuis plusieurs années (en termes d'acteurs et de prix), mais qui voient néanmoins leur volume baisser régulièrement.

Ces deux facteurs, conjoncturel et structurel, de déclin du volume ne sont pas une exception française, mais touchent la plupart des pays européens. **Par rapport aux pays ayant mis en œuvre une réforme comparable, la baisse des volumes a été relativement moindre en France.**

²⁴ Ce pays européen dont la population est inférieure à 2 millions d'habitants, n'a pas souhaité être cité nommément.

4.4.2. La concentration du marché s'observe dans tous les pays

Là encore, la comparaison avec des pays longuement libéralisés ou n'ayant jamais eu de monopole de fait tend à montrer que le nombre d'acteurs significatifs sur un tel marché est limité. La comparaison avec des pays récemment libéralisés montre aussi que, malgré une explosion du nombre d'acteurs lors de la libéralisation, dans la grande majorité des pays européens, les marchés des services de renseignements téléphoniques se concentrent au mieux entre 3, voire 4, acteurs principaux.

En Allemagne, pays libéralisé depuis 1996, bien que plus de 40 acteurs fournissent des services de renseignements téléphoniques, seuls 2 acteurs se partagent 90 à 95% du marché. En effet, la société DeTeMediem, filiale de l'opérateur historique Deutsche Telekom représentait à elle seule fin 2006, 60% du marché contre 30 à 35% pour son principal concurrent Telegate. En Finlande, la réglementation impose à tous les fournisseurs de service téléphonique, soit 43 acteurs, de fournir un service de renseignements téléphoniques. Pour répondre à cette obligation, ils ont recours à 6 sociétés spécialisées dans ce service. Sur ces 6 acteurs, 2 se partagent le marché, il s'agit de Fonecta qui représente à lui seul 65% du marché et d'Eniro qui représente 35% du marché.

Dans le cas des pays libéralisés depuis peu, la France fait partie des pays où la concurrence est la plus forte. En effet, à ce jour 4 acteurs principaux (sur 15) se partagent le marché français (le Numéro, France Telecom, Telegate et Pages Jaunes).

En Irlande, à l'ouverture du marché, les acteurs postulant pour la fourniture de service de renseignements téléphoniques était au nombre de 12 acteurs. Aujourd'hui 19 numéros de services de renseignement sont en service, et bien que le régulateur irlandais n'étudie pas spécifiquement ce marché, il estime que les principaux acteurs de ce marché sont au nombre de 3 voire 4 maximum.

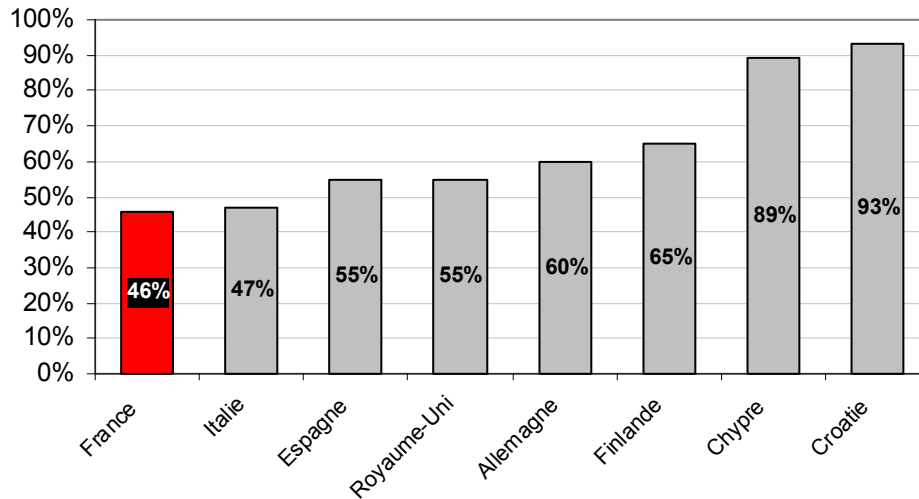
En Italie, tous les opérateurs ont l'obligation de fournir un service de renseignements téléphoniques à leurs abonnés. Les 4 principaux fournisseurs de services de renseignements téléphoniques sont Seat, qui pèse entre 45 et 50% du marché, Telecom Italia en deuxième position, la société 1288 SCT, Le Numéro Italie ensuite.

Au Royaume-Uni, un an après l'ouverture du marché à la concurrence, bien que de nombreux acteurs proposent des services de renseignements téléphoniques, seulement 2 acteurs concentrent 80% du marché, les alternatifs étant essentiellement sur des marchés de niche. A ce jour, parmi les 14 acteurs fournissant des services de renseignements téléphoniques, seuls 3 acteurs principaux restent en lice. Il s'agit des sociétés Le Numéro avec 55% de parts de marché, British Telecom et Yell représentent respectivement 25% et 10% du marché.

En ce qui concerne l'Espagne, le marché des services de renseignements est dominé par 3 acteurs principaux. En effet, Yell/TPI (55%), Telefonica (26%) et Telegate (11%) se partagent plus de 90 % du marché.

Outre les exemples ci-dessus, en République Tchèque un seul acteur monopolise le marché avec 93% de parts de marché ; à Chypre un opérateur représente 89% du marché.

De plus, si l'on regarde la part de marché que représente dans chaque pays le leader, la France est avec l'Italie, le pays où la part de marché du premier acteur est la plus faible avec seulement 46% du marché, alors que dans les autres grands pays européens occidentaux, le leader représente entre 55 et 65% du marché (cf. Figure 20).



Sources : Observatoire de l'ARCEP, régulateurs, France Télécom

Figure 20 : Part de marché du principal fournisseur de services de renseignements (2006)

En conclusion, que se soit dans les pays qui n'ont jamais connu de monopole ou dans les pays qui ont libéralisé le marché des services de renseignements téléphoniques, une concentration du marché vers 2 à 4 acteurs principaux semble être la norme.

5. UN AN APRES : BILAN DE LA LIBERALISATION DU 12

L'arrivée des numéros en 118 XYZ a entraîné une augmentation de la diversité des offres et des tarifs. Outre le service régulé de l'annuaire universel 118711, plusieurs services "low-cost", moins coûteux que l'ancien « 12 » sont désormais disponibles. Ces numéros n'ont pas été les numéros les plus promus par les fournisseurs de services de renseignement. Le consommateur, face à ce choix très large d'offres, a essentiellement employé les numéros les plus mis en avant lors des campagnes marketing, qui proposent des services plus étendus que l'ancien « 12 » mais à un tarif plus élevé que les tarifs en vigueur avant la libéralisation. De plus, la hausse que perçoivent les consommateurs a été accentuée par l'accélération de la part d'appel en provenance des mobiles. On constatera néanmoins que les tarifs pratiqués en France sont tout à fait comparables aux tarifs pratiqués dans les autres grands pays européens.

Pour mettre le consommateur en position de faire les choix les plus avisés, l'Autorité a mis en place, dès l'ouverture du marché, deux outils. L'Autorité veille à maintenir le consommateur informé de l'ensemble des tarifs existants, par une veille constante des tarifs, mis en ligne sur le site www.appel118.fr. L'Autorité a également mis en place un suivi de la qualité des services de renseignements. Elle a ainsi pu constater que le développement de l'offre et l'apparition de nouveaux fournisseurs de service n'a pas affecté la qualité des prestations offertes aux consommateurs.

Deux axes devraient être suivis pour améliorer le bilan. L'Autorité œuvre pour augmenter l'exhaustivité, la complétude et la qualité des bases d'annuaires. Un autre point important concerne l'information du consommateur.

5.1. Un enrichissement de l'offre de services

Avant d'évaluer l'impact tarifaire (5.3) de la mise en place des 118 sur le marché du service de renseignements, nous analysons le contenu de l'offre, ainsi que l'évolution de la qualité de service (voir le paragraphe 5.4 page 50). En termes de contenu, l'introduction d'acteurs spécialistes du marché des annuaires et du service de renseignements a été très positive. Chez ces acteurs le renseignement « enrichi » n'est généralement pas facturé.

Presque tous les services de renseignement 118 XYZ proposent les mêmes fonctions de base que les anciens services « 12 ». Les numéros qui peuvent être recherchés sont théoriquement ceux des inscrits à l'annuaire de **tous les opérateurs mobiles et fixes**. Les principaux services offrent également, **pour le même tarif, renseignements internationaux et annuaire inverse**, alors qu'il fallait auparavant passer par des services spécialisés plus coûteux. La plupart des numéros ne fixent pas de limites sur le nombre de renseignements demandés.

La plupart des 118 vont au-delà du service de renseignements basique avec envoi du numéro par SMS, du plan d'accès de l'adresse recherchée ou des renseignements complémentaires. Des services innovants sont apparus sur le marché, comme par exemple l'envoi par MMS du plan d'accès à l'adresse recherchée (118712 de France Télécom pour 0,35€, 118000 de Telegate, compris dans l'appel), les renseignements par automate (118710) ou par SMS (en projet chez le numéro), ou la fourniture d'informations enrichies (recherche de pharmacies de garde, horaires de cinéma, et même les résultats du loto etc. chez le numéro). Des recherches complexes telles que des recherches de proximité avec indication de la distance exacte (Pages Jaunes ou Le Numéro) sont désormais disponibles.

Ces services ne sont pas des gadgets et sont valorisés par les consommateurs. Ainsi une enquête menée par l'Ofcom en 2006 a montré que 12% des personnes interrogées détentrices d'un téléphone mobile utilisent régulièrement le service de renseignements par automate.

Dans d'autres pays, une autre innovation a été le développement d'un canal d'accès aux services de renseignement par SMS. Ce service appelé annuaire SMS a connu un succès certain en 2006. Ainsi en Norvège, le volume de l'annuaire SMS est égal à celui des appels voix et représente environ 40 millions de contacts par an. Chez Eniro en Suède, l'annuaire SMS représente 15% des appels annuaire voix et croît de 10% par mois. Chez Swisscom et 1818/Orange en Suisse, les annuaires SMS représentent 10% des appels annuaire voix. Les fournisseurs de services d'annuaires cherchent à développer ce service en France (« Discreto »). Selon ces derniers, ce service serait parfaitement vertueux puisqu'il développerait les usages sans cannibalisation des usages voix.

Comme souligné plus haut (paragraphe 2.2), l'offre de services a également évolué au travers de l'enrichissement des listes qui ne comportent plus seulement les numéros de fixe France Télécom et/ou celui des abonnés de l'opérateur mobile depuis lequel ils émettent l'appel, mais également ceux de tous les abonnés fixes et mobiles inscrits sur les listes d'annuaires.

5.2. Une structure tarifaire plus diversifiée

L'arrivée des numéros 118 XYZ a entraîné l'apparition d'un choix pour l'utilisateur qui peut maintenant accéder à **tous les services de renseignements depuis toutes les boucles locales**²⁵. Or chaque service de renseignements propose des tarifs différents selon les boucles locales (avec une certaine homogénéité au départ des boucles locales fixes). Mécaniquement, avec l'augmentation du nombre de boucles locales fixes, la lisibilité des tarifs s'en trouve amoindrie : d'un tarif par réseau (peu ou prou voir en 2.3 et 2.4), le consommateur se trouve confronté à un tarif par service de renseignements et par opérateur (voir le tableau joint en annexe 7.3. page 58).

Indépendamment de la multiplication des tarifs, la structure tarifaire s'est diversifiée. Comme indiqué dans le paragraphe 2.4, la structure tarifaire avant la libéralisation était en général forfaitaire par appel, avec éventuellement un coût fixe supplémentaire en cas de mise en relation avec le correspondant recherché. La communication après la mise en relation était facturée au tarif standard auquel aurait été facturé un appel directement initié par l'appelant. Désormais, avant même la mise en relation, certains fournisseurs pratiquent une tarification mixte comportant un prix par appel puis un prix au temps passé. Pour la mise en relation, deux structures tarifaires coexistent :

- Des frais fixes de mise en relation, puis un tarif correspondant au coût normal de la communication directe avec l'appelé
- Sans frais de mise en relation, mais avec un tarif par minute fixé par le fournisseur de renseignement.

Un des points délicats pour la transparence du service est précisément la facturation du temps de communication après la mise en relation avec le correspondant recherché. Dans le deuxième type de structure décrit, ce temps de communication est le plus souvent facturé au même prix que celui du service (de 0,11€ à 0,34€ la minute), alors que le coût d'une minute de communication classique sur le fixe (hors coût de connexion) varie de 0,01 à 0,04 € la minute.

²⁵ à quelques exceptions près : le 118777, accessible uniquement depuis SFR ; le 118710 accessible uniquement depuis France Télécom

Il est encore plus difficile pour le consommateur d'anticiper le coût global de son appel lorsqu'il appelle un service de renseignements à partir de son mobile. En effet, aux tarifs présentés ci-dessus, s'ajoute l'« *airtime* », c'est-à-dire le prix de la consommation mobile « normale », qui est, selon les opérateurs mobiles, décompté du forfait ou facturé en sus du forfait. Avant la libéralisation, lorsque les services de renseignements téléphoniques depuis les mobiles étaient fournis par les opérateurs mobiles, le coût après mise en relation correspondait au seul coût de cette consommation mobile, et était systématiquement inclus dans le forfait. Désormais à l'*airtime* s'ajoute généralement un tarif à la minute, équivalent au tarif à la minute avant la mise en relation.

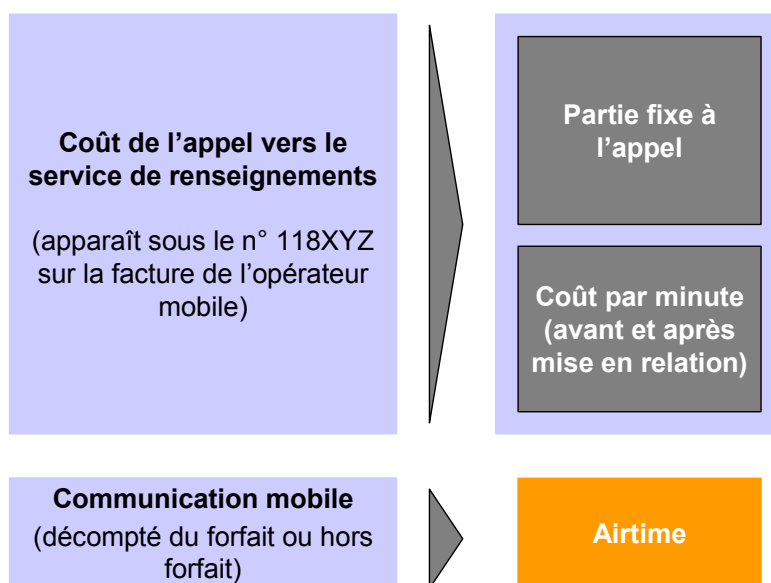


Figure 21 : La facturation d'un renseignement depuis un mobile

Le choix proposé au consommateur est ainsi très large, en termes d'offres et de type de facturation.

Figure 22 : les offres (structures tarifaires) et fournisseurs proposées au consommateur

	En 2005, avant l'introduction des 118 XYZ		En 2007	
	Depuis un fixe	Depuis un mobile	Depuis un fixe	Depuis un mobile
Nombre de prestataires	4 dont 1 principal	4 dont 1 principal	21 dont 4 principaux	21 dont 4 principaux
Avant mise en relation	Forfait par appel		Forfait par appel Forfait par appel + tarif par minute	Forfait par appel + tarif par minute
Mise en relation	Forfait	Gratuit	Forfait Gratuit	
Après la mise en relation	Tarif par minute (coût d'une communication normale)	<i>airtime</i> (coût d'une communication normale décomptée du forfait)	Gratuit les x premières minutes puis tarif par minute (coût d'une communication normale)	Tarif par minute + <i>airtime</i> (coût d'une communication normale décomptée du forfait)
			Tarif par minute (coût d'une communication normale)	Tarif par minute + <i>airtime</i> (coût d'une communication normale hors forfait)
			Tarif par minute (coût d'une communication normale)	

5.3. L'impact sur les prix

Bien que le nombre de fournisseurs de services de renseignement soit élevé et les grilles tarifaires complexes (5.2), si le consommateur étudie les tarifs, par le biais du site mis à sa disposition par l'Autorité, ou en suivant les préconisations de diverses associations de consommateurs, **il peut choisir des services de renseignement simples à des tarifs très largement compétitifs par rapport aux tarifs « historiques » du « 12 » de France Télécom**. Ces services sont d'une part **des services spécifiquement « low cost »** de fournisseurs de services de renseignements (5.3.1) et d'autre part le **service de renseignements du service universel** (5.3.2), sur lequel l'Autorité exerce un contrôle des tarifs et un audit des coûts. De surcroît les tarifs payés en moyenne par les consommateurs sont tout à fait dans la norme des tarifs européens (5.3.4).

5.3.1. Des offres « low cost » se sont développées

Il existe en effet cinq autres offres à un tarif par appel inférieur ou égal à celui de l'offre de service universel (« 118 711 »), dont une au même tarif que l'offre de service universel, celle du « 118 833 ». Trois offres sont au tarif de 0,56 € par appel : celles du « 118 012 » de l'Annuaire Universel, du « 118321 » de Telegate et du « 118 713 » du Numéro. Le « 118 710 » de France Télécom représente une innovation technologique permettant de diminuer les coûts. Il s'agit d'un service de renseignements « tout automatique » utilisant une technologie de reconnaissance et de synthèse vocale accessible au départ d'une ligne fixe France Telecom et un portail de services. Il propose même à un tarif inférieur à celui de l'offre de service universel (0,34 € TTC par appel) une recherche allant jusqu'à trois numéros depuis un téléphone fixe France Télécom en métropole ou dans les DOM, là où l'offre de service universel est limitée à deux demandes de renseignements.

Le tableau ci-dessous résume les principales caractéristiques tarifaires :

Figure 23 : Extrait du site de l'AUTORITÉ www.appel118.fr / les principaux tarifs

Type de services offerts					Tarif de base ⁽¹⁾ pratiqué depuis le réseau				Tarifs de certains services complémentaires depuis le réseau fixe ⁽²⁾			
Annuaire résidentiel	Annuaire professionnel	Annuaire international	Annuaire inversé	Mise en relation	Fixe ⁽²⁾	Orange	SFR	Bouygues Telecom	mise en relation		renseignement international	renseignement inversé
									coût du service	tarif après mise en relation		
118 012	Universel	X	X		X	X	0,56€/appel	0,56€/appel (3)	0,56€/appel (3)	0,56€/appel (3)	gratuit	gratuit
118 321	Telegate France	X	X		X	X	0,56 €/ appel	0,56€/appel (3)	0,56€/appel (3)	0,56€/appel (3)	-	-
118 710	France Télécom	X	X		X	X	0,34 €/appel	0,34 €/min	0,34 €/min	0,34 €/min	gratuit	tarif normal
118 713	LE NUMERO	X	X		X		0,56 €/appel	0,56 €/appel (3)	0,56 €/appel (3)	0,56 €/appel (3)	-	-
118 833	GmbH	X	X		X	X	0,90 €/appel	0,90 €/appel	0,90 €/appel	0,90 €/appel	gratuit	gratuit jusqu'à la limite de 3 min

(1) tarif appliqué pour la fourniture d'un renseignement résidentiel en France.

(2) depuis le réseau fixe de France Télécom et pour les clients en présélection chez les autres opérateurs. Tarifs des appels depuis une ligne : Free, Club-Internet, UPC, Noos, Alice, Neuf. Pour les autres réseaux fixes (Cegetel, etc.), consulter les opérateurs.

(3) hors coût d'une communication mobile.

Tarifs TTC en €	Prix d'un appel vers les services de renseignement									
	2007					2005				
	118012 <i>L'Annuaire universel</i>	118321 <i>Telegate</i>	118710 <i>France Télécom</i>	118713 <i>Le Numéro</i>	118833	12 <i>France Télécom</i>	222 <i>SFR</i>	612 <i>Bouygues Telecom</i>	712 <i>Orange</i>	
Appel sans mise en relation										
Depuis un fixe	0,56	0,56	0,34	0,56	0,90	0,90				
Depuis un mobile	0,72	0,72	0,50	0,72	1,06		1,38	1,08	1,13	
Appel avec mise en relation										
3 minutes										
Depuis un fixe	0,56	NA	0,41	0,63	0,90	1,13				
Depuis un mobile	1,08	NA	1,50	1,08	1,42		1,74	1,44	1,49	
6 minutes										
Depuis un fixe	0,56	NA	0,51	0,73	0,97	1,24				
Depuis un mobile	1,44	NA	3,00	1,62	1,96		2,28	1,98	2,03	

L'appel sans mise en relation a été supposé durer une minute.
De même pour les appels avec mise en relation, le temps de fourniture d'un renseignement est supposé durer une minute.
L'airtime est inclus dans le cas des mobiles
Le prix moyen d'une minute de communication mobile nationale provient du rapport entre les revenus et volumes annuels correspondant publiés par l'Observatoire.
Ceci annule les impacts du passage forfait - hors forfait pour l'airtime, les hors forfait étant généralement plus coûteux

Figure 24 : Les 118 "low cost" comparativement aux tarifs historiques du "12" pour différents cas d'appel

Il existe donc plusieurs services, de qualité de service satisfaisante²⁶, à des tarifs inférieurs aux tarifs historiques du « 12 ». Le « 118713 », par exemple, est 20% moins cher que le « 12 » des années 1999-2004 dans le cas des appels sans mise en relation. L'écart est tout aussi considérable lorsque l'on examine le cas des appels avec mise en relation. Les numéros « low cost » sont au moins 35% moins cher (voir 50%) que le « 12 » de France Telecom en 2004. Sur ces numéros, on peut constater que des appels de longue durée (jusqu'à 6 minutes) restent cantonnés sous le tarif de 1€ TTC.

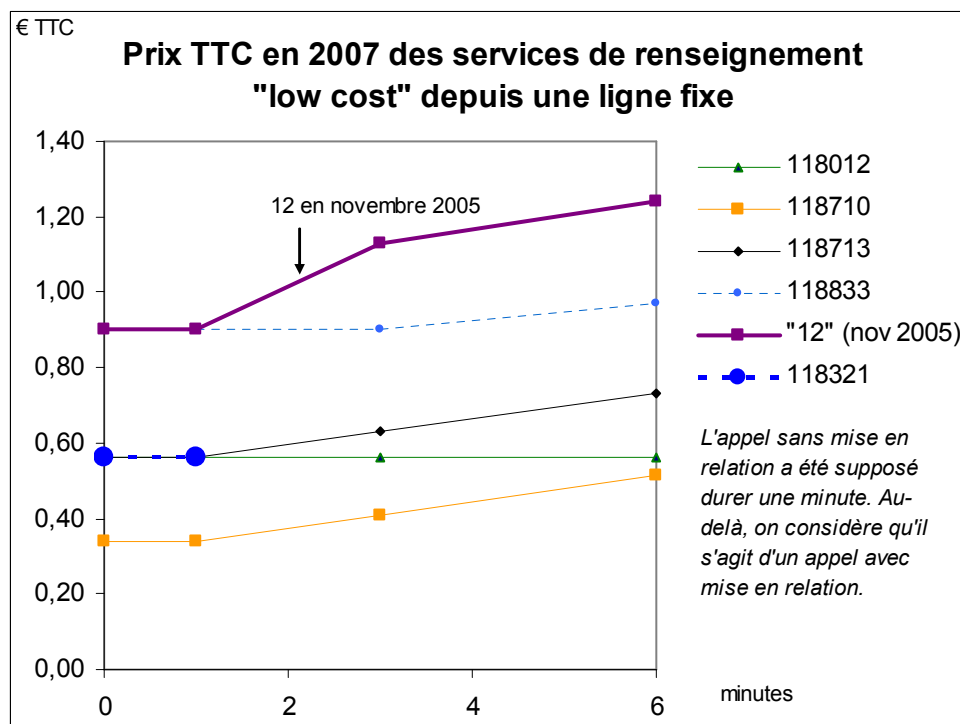


Figure 25 : tarifs TTC des services de renseignements «low cost » depuis une ligne fixe

Depuis un mobile ces services « low-cost » sont également moins coûteux que les services de renseignements historiques des mobiles, que ce soient le 612, le 712 ou le 222. Ainsi peut-on voir en Figure 26 ci-dessous qu'un consommateur d'Orange peut aujourd'hui obtenir un

²⁶ Voir les résultats des différentes études de qualité de service publiées sur le site www.arcep.fr.

renseignement simple pour 0.72€ TTC (y compris l' « airtime ») soit une réduction de 36% sur le service du 712 proposé en 2005.

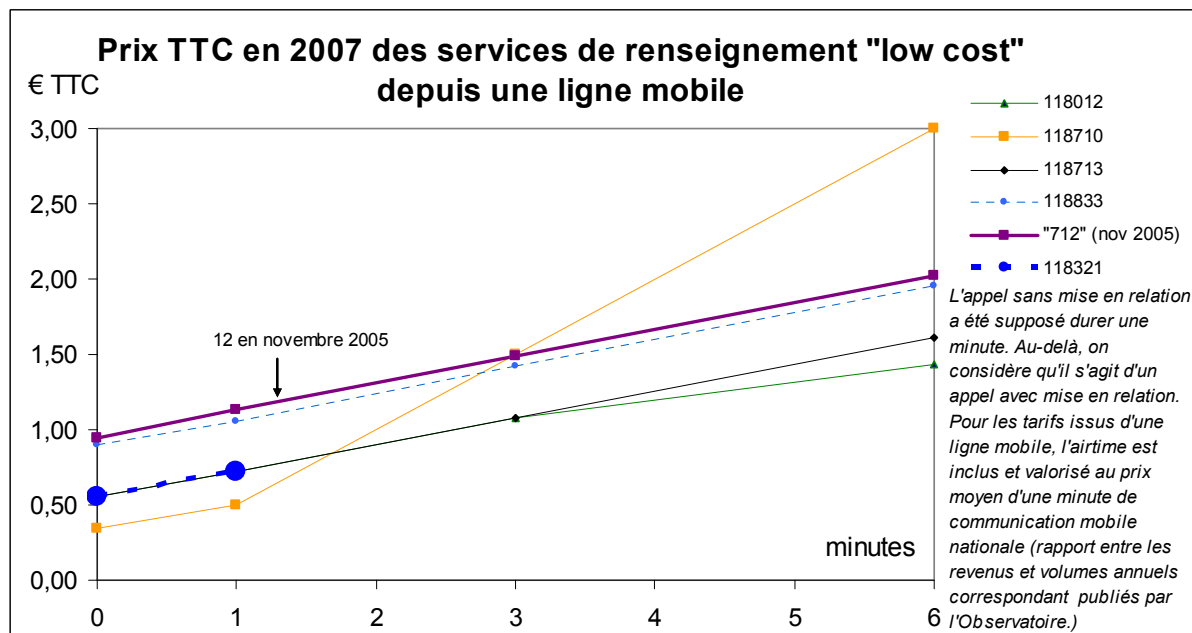


Figure 26 : Tarifs TTC des services de renseignements «low cost » depuis une ligne mobile (cas d'Orange)

Pour le consommateur avisé et cherchant un service de renseignements téléphonique simple, il existe donc aussi des **alternatives à prix modique et nettement inférieur aux tarifs existants avant la libéralisation.**

5.3.2. Le tarif régulé du service de renseignements du service universel

Le service de renseignements constitue l'un des éléments du **service universel des télécommunications** qui doit être fourni, aux termes de l'article L.35-1 du code des postes et télécommunications à un « **prix abordable** ». France Télécom est depuis 1996 l'opérateur chargé du service universel, d'abord au titre de la loi de réglementation des télécommunications de juillet 1996, puis par désignation du ministre pour la composante annuaire et services de renseignements²⁷. La désignation de l'opérateur ou des opérateurs en charge du service universel se fait désormais par le ministre à l'issue d'appel(s) à candidatures (un par composante), portant sur les conditions techniques et tarifaires ainsi que, le cas échéant, sur le coût net de fourniture de ces prestations. France Télécom a ainsi été désignée par arrêté du ministre en date du 3 mars 2005 pour la composante d'annuaire universel et de service universel de renseignements, pour une durée de deux ans et a été reconduite par arrêté du 29 mars 2007 dans sa mission pour 2 ans. Le numéro du service universel de renseignement est le 118711.

L'Autorité maintient la procédure de contrôle *a priori* sur l'ensemble des prestations de service universel ne faisant pas l'objet d'un encadrement tarifaire pluriannuel réservé aux communications.

²⁷ La transposition de la directive européenne « service universel » du 7 mars 2002 dans le cadre réglementaire national par la loi n° 2003-1365 du 31 décembre 2003 relative aux obligations de service public des télécommunications et à France Télécom a en effet modifié le mécanisme de désignation de façon à le rendre « efficace, objectif, transparent et non discriminatoire » conformément aux principes de la directive européenne.

Ainsi, toutes les décisions tarifaires relatives aux prestations de service universel sont soumises à contrôle tarifaire afin de vérifier que les tarifs proposés respectent les principes imposés par l'article R.20-30-11 du code, en particulier « *la transparence, la non discrimination et l'orientation vers les coûts* ». Ce contrôle implique que les tarifs de ces prestations sont soumis à **communication préalable** (« *au moins un mois avant la date prévue pour leur mise en œuvre* ») à l'ARCEP. L'Autorité dispose d'un délai de trois semaines pour rendre un avis public sur les tarifs ou s'opposer à leur mise en œuvre ; en l'absence de notification à l'opérateur d'une décision de refus dans les délais impartis, les tarifs transmis entrent en vigueur à la date prévue.

L'offre de référence en matière de renseignements téléphoniques dans le cadre du service universel propose à ce jour l'appel aux services de renseignements depuis un poste fixe en métropole au tarif unitaire de 0,90€ TTC par appel pour une demande de deux renseignements au maximum.

Le tableau ci-dessous rappelle les évolutions tarifaires de l'appel aux services de renseignements du service universel, c'est-à-dire le « 12 » accessible depuis la boucle locale de France Télécom avant novembre 2005, et le « 118 711 » après, depuis un téléphone fixe et un publiphone.

En euros (TTC)	1997	1998	1999	2003	2005	2006
Téléphone fixe : frais d'accès	0,57	0,69		Gratuit	Gratuit	Gratuit
Téléphone fixe : Mise en relation	Gratuite	0,15		0,152	0,152	0,152
Téléphone fixe : Prix par appel				0,60		
Métropole				0,80	0,901	0,901
Guadeloupe, Martinique Réunion				0,73	0,817	0,817
Guyane, St PM, Mayotte				0,67	0,753	0,753
Publiphone : frais d'accès	Gratuits	Gratuits	0,45		0,80	0,80
Publiphone : Mise en relation			Gratuits			
Métropole					0,44(3 unités) 0,74 (5 unités)	0,44(3 unités) 0,74 (5 unités)
Avis n°		98-1055	99-217	03-453	05-0032 05-0128	06-0005

Le tableau en annexe 7.4 récapitule les avis tarifaires que l'Autorité a rendus, depuis sa création, sur les tarifs des services de renseignements, en les classant par numéro d'avis, par date et en spécifiant pour chacun des avis, son libellé et les effets pour le consommateur. Ceux-ci correspondent à des avis favorables à l'exception d'un avis défavorable (cf. n° 98-1055) relatif à la décision tarifaire n°98178 E de France Télécom rendu en 1998.

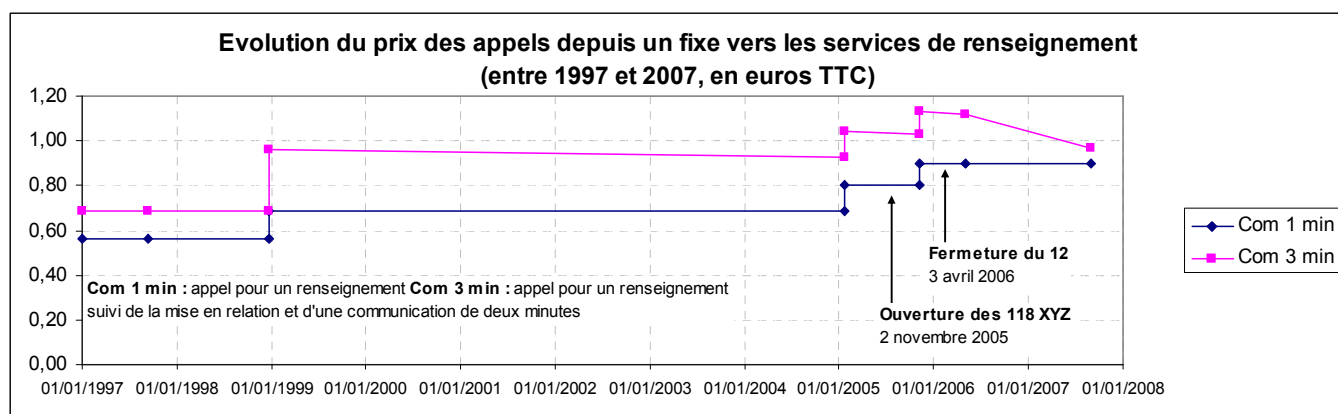


Figure 27 : Evolution du prix d'un appel au service de renseignements du service universel (« 12 » puis «118711» à partir d'avril 2006) entre 1997 et 2007

Pendant de longues années, un appel simple au « 12 » était facturé environ 0,70€ TTC. France Télécom a procédé à quelques augmentations du forfait de connexion, les 1^{er} janvier 2005 et 2006. Depuis 18 mois les tarifs n'ont pas évolué. La figure ci-dessus montre que les prix des appels sans mise en relation ont augmenté de 28% par rapport aux années 1999 à 2004. En revanche les prix des appels avec mise en relation ont peu augmenté (grâce notamment aux baisses de prix des communications simples), la hausse par rapport à 2004 est de 2%.

Le tarif du 118711, régulé par l'Autorité propose une offre simple à un tarif attractif.

5.3.3. Une augmentation des tarifs sur les numéros les plus populaires

Ceci étant, la tarification pratiquée sur les numéros les plus utilisés par les consommateurs depuis l'arrivée des numéros en 118 XYZ se traduit par un renchérissement du prix qu'ils paient. Ce renchérissement est illustré ci-après par le tableau Figure 28. Pour comparer les prix pour le consommateur, nous négligeons le nombre de renseignements demandés par appel, pour lequel la limite n'est pas la même selon les fournisseurs de service de renseignements. La requête la plus courante concerne en effet un renseignement pour un appel, chez France Télécom, le nombre de renseignements moyens par appel était de 1,08²⁸ alors même que le prix était le même pour une ou deux requêtes. L'inflation a également été négligée dans cette comparaison.

²⁸ Donnée 1999, source France Télécom devant le Conseil d'Etat

Tarifs TTC en €	Prix d'un appel vers les services de renseignements							
	2007				2005			
	118000	118008	118218	118712	12	222	612	712
	Telegate	Pages Jaunes	Le Numéro	France Télécom	France Télécom	SFR	Bouygues Telecom	Orange
Appel sans mise en relation								
Depuis un fixe	1,12	1,12	1,23	1,12	0,90			
Depuis un mobile	1,85	1,85	1,51	1,51		1,38	1,08	1,13
Appel avec mise en relation								
3 minutes								
Depuis un fixe	1,34	1,12	1,34	1,15	1,13			
Depuis un mobile	2,85	2,84	2,28	2,28		1,74	1,44	1,49
6 minutes								
Depuis un fixe	2,22	1,12	1,78	1,29	1,24			
Depuis un mobile	4,35	4,33	3,43	3,43		2,28	1,98	2,03

*L'appel sans mise en relation a été supposé durer une minute.
De même pour les appels avec mise en relation, le temps de fourniture d'un renseignement est supposé durer une minute.
L'airtime est inclus dans le cas des mobiles.
Le prix moyen d'une minute de communication mobile nationale provient du rapport entre les revenus et volumes annuels correspondant publiés par l'Observatoire.
Ceci annule les impacts du passage forfait - hors forfait pour l'airtime, les hors forfait étant généralement plus coûteux*

Figure 28 : Différents tarifs d'appels vers les numéros les plus pratiqués des services de renseignements en 2007 (en perspective des tarifs pratiqués en 2005)

France Télécom avait augmenté par deux fois ses tarifs peu avant l'arrivée des 118 XYZ. Les principaux fournisseurs, dont le tarif était inférieur et aligné sur le précédent tarif du 12, ont augmenté leurs tarifs en fin d'année 2006.

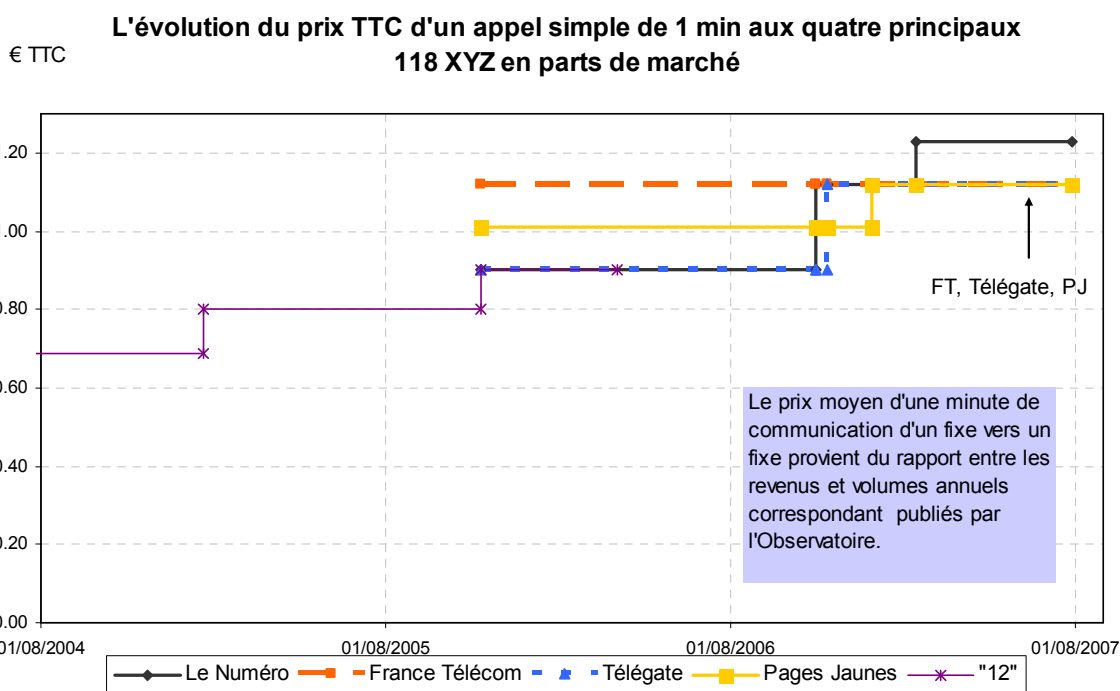


Figure 29 : Evolution du prix d'un appel simple de 1 min depuis un fixe entre 2004 et 2007 chez les principaux fournisseurs de services de renseignements

Désormais le prix d'un appel simple depuis un fixe d'une minute chez trois des principaux acteurs est de 1,12€, en hausse de 40% par rapport au tarif du « 12 » mi 2005, et de 28% par rapport au tarif du « 12 » lors de l'introduction des 118 XYZ. Le prix TTC d'un appel d'une minute, en incluant le prix moyen estimatif de l'airtime, s'étage le 31/08/2007 entre 1,50€ TTC pour le numéro et France Télécom et 1,85€ TTC pour Pages Jaunes et Télégate.

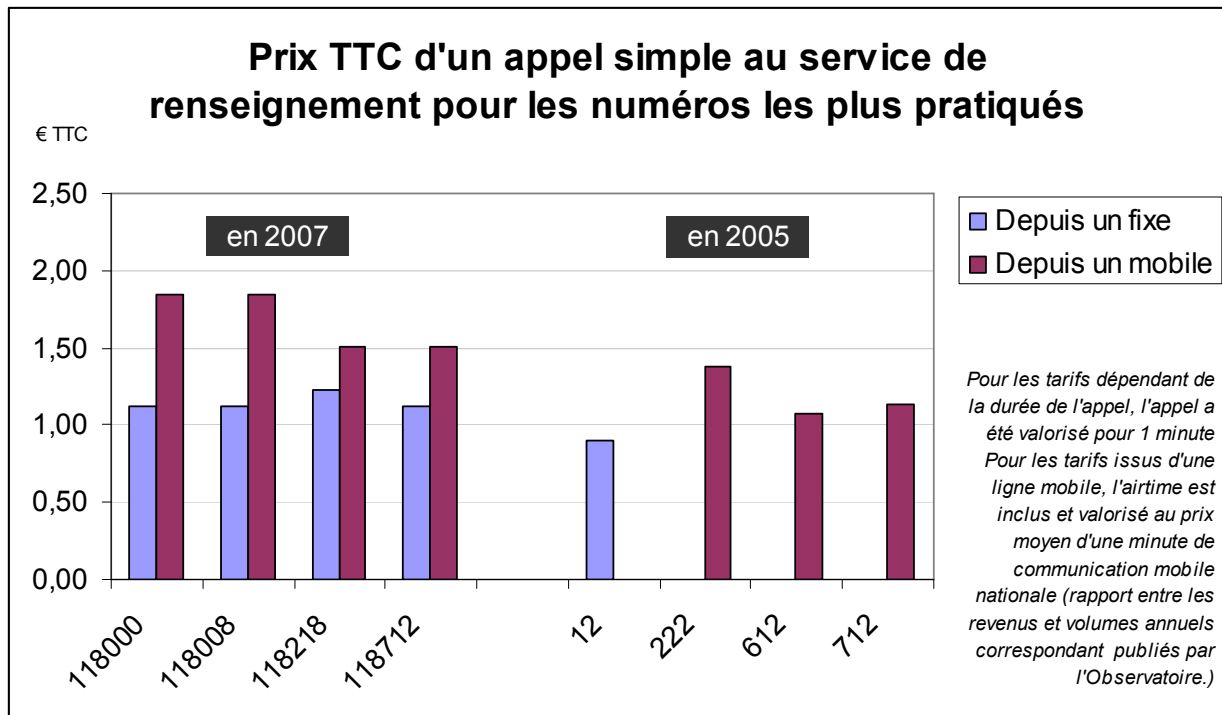


Figure 30 : Prix TTC d'un appel simple aux services de renseignements les plus pratiqués en 2007 et en 2005

La dispersion tarifaire est beaucoup plus importante dans le cas des appels avec mise en relation. Chez les fournisseurs qui ont adopté une structure tarifaire plus forfaitaire, l'écart avec les tarifs pratiqué à l'époque du 12 est plus faible, la hausse se limitant à 15% par rapport au 1^{er} janvier 2005. En revanche, chez les fournisseurs qui ont adopté une structure tarifaire sans forfait de mise en relation mais avec un prix par minute relativement élevé, l'écart avec les tarifs encourus à l'époque du 12 se creuse. Le prix TTC des appels avec mise en relation sur ces numéros a augmenté fortement depuis l'introduction des 118 XYZ en novembre 2005, de 35% pour certains, jusqu'à 50% pour d'autres dans le cas des appels au départ d'une ligne fixe.

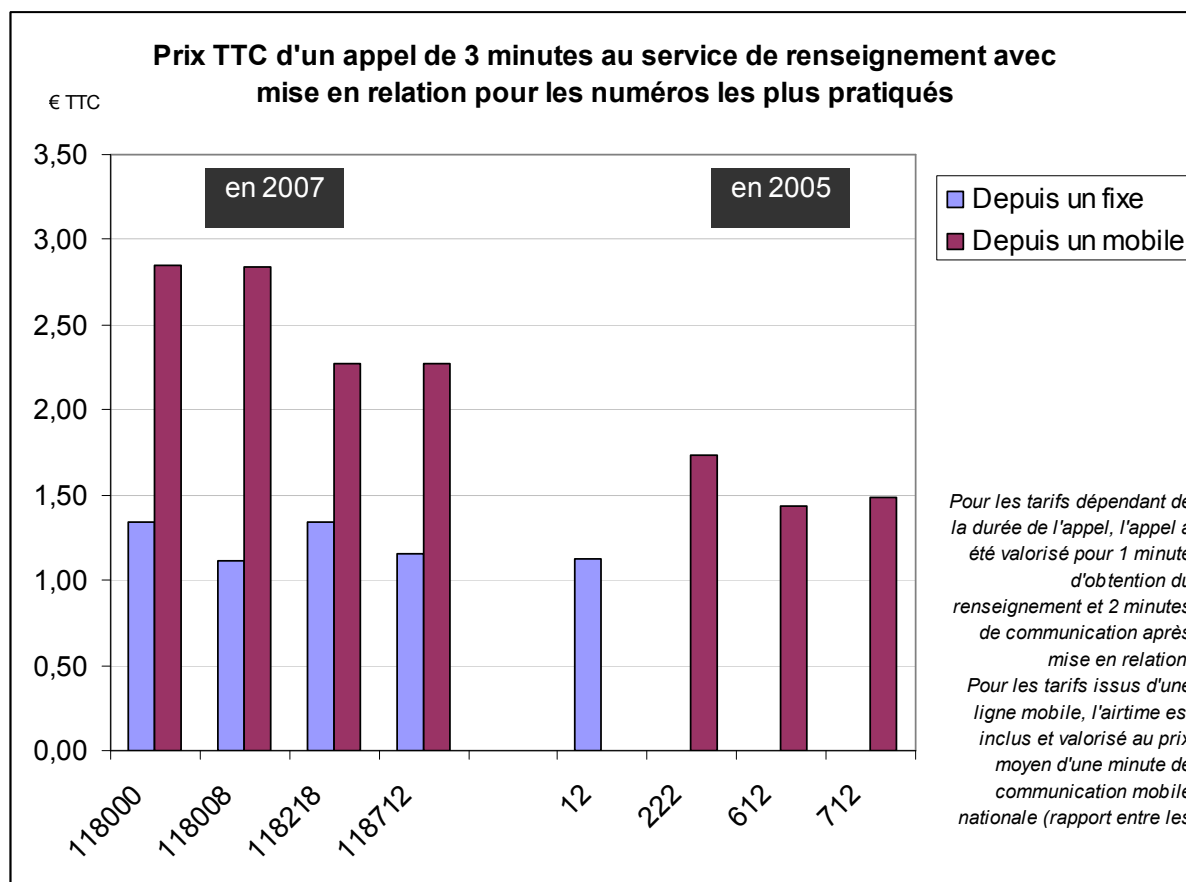


Figure 31 : Prix TTC d'un appel avec mise en relation de 3 minutes aux services de renseignement les plus appelés en 2007 et en 2005

En outre, plus la communication après la mise en relation dure, plus l'écart entre les tarifs des différents fournisseurs s'étend, comme le montre la figure suivante.

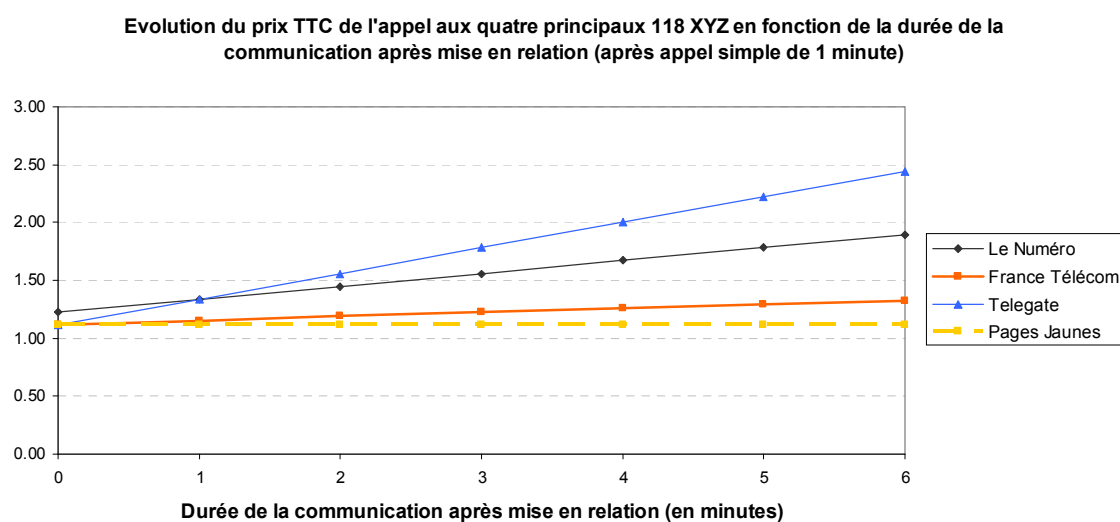
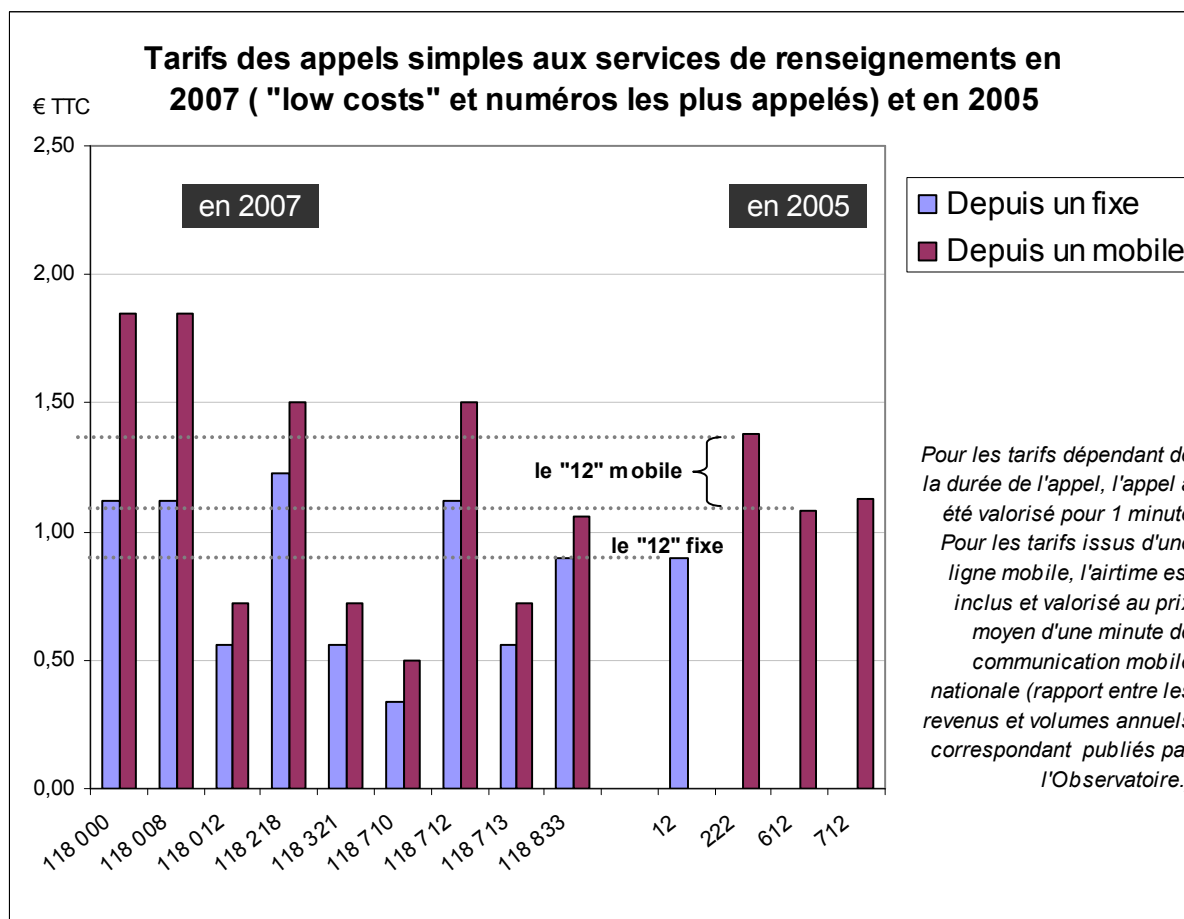


Figure 32 : Prix TTC de l'appel depuis un fixe aux principaux 118 XYZ en fonction de la durée de la communication

Après une revue détaillée des conséquences de l'introduction des numéros 118XYZ en termes de prix, nous pouvons en tirer deux conclusions principales. En raisonnant à partir d'un indice de prix à usage constant, on conclurait probablement que les services 118 sont moins coûteux en 2007 qu'avant 2005 dans la mesure où il existe désormais des numéros proposant les mêmes services que le « 12 » historique de France Télécom à coût (nettement) moindre ou tout à fait comparables. Cependant, les structures tarifaires variées rendant les comparaisons tarifaires plus ardues pour le consommateur, ce sont les numéros les plus promus par les fournisseurs, et non les moins chers, qui sont les plus usités, ce qui se traduit par un prix payé par le consommateur globalement plus élevé que par le passé.



Enfin les fournisseurs ayant privilégié le développement de la valeur ajoutée, l'offre de service s'est enrichie de fonctionnalités diverses et le service simple est plus étendu qu'auparavant (plus d'opérateurs sont présents dans l'annuaire employé par les fournisseurs de services²⁹, les renseignements internationaux sont fournis sur le même numéro au même tarif, les requêtes complexes sont mieux traitées).

²⁹ Conformément au Code des Postes et Communications Electroniques, l'annuaire universel regroupe l'ensemble des abonnés souhaitant figurer sur l'annuaire et être accessible via les services de renseignement, quel que soit leur opérateur de boucle locale.

5.3.4. Des niveaux comparables aux autres pays européens

Le niveau de tarif est tout à fait comparable aux tarifs pratiqués dans les pays européens de même taille. La Figure 33 ci-dessous présente les prix pratiqués par le leader du marché (ou le prix moyen sur le marché) en août 2007.

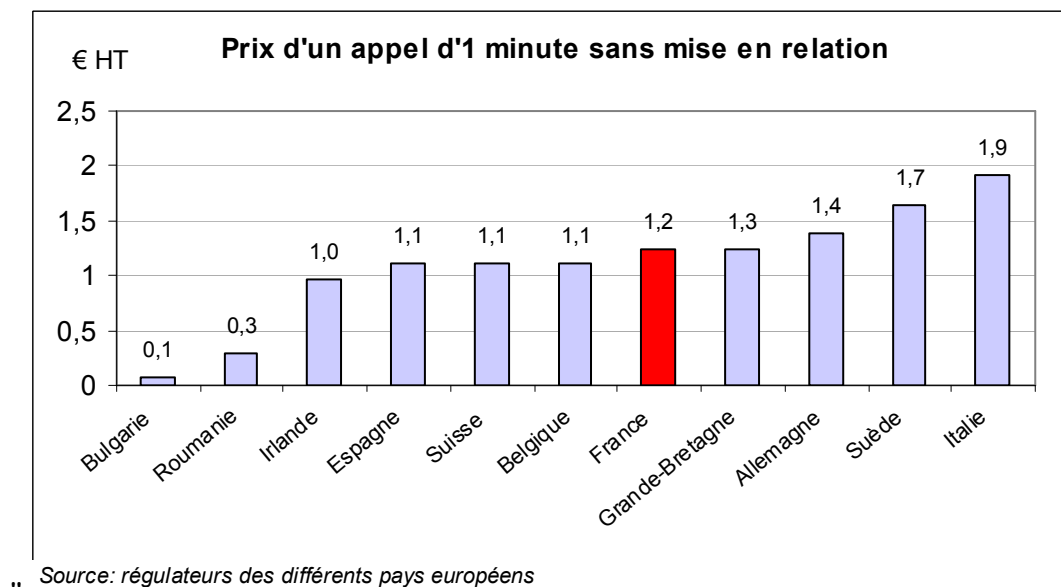


Figure 33 : Prix d'un appel depuis un fixe (opérateur historique) d'une minute sans mise en relation en août 2007 chez le principal fournisseur de services de renseignement

Le prix de cet appel moyen dans la plupart des autres grands pays européens varie entre 1,1€ et 1,4€. La France avec un tarif de 1,24€ pour le leader du marché est dans la moyenne. Ce positionnement s'améliore encore si on compare les appels aux services de renseignement suivis d'une mise en relation (cas présenté dans la Figure 34 ci-dessous).

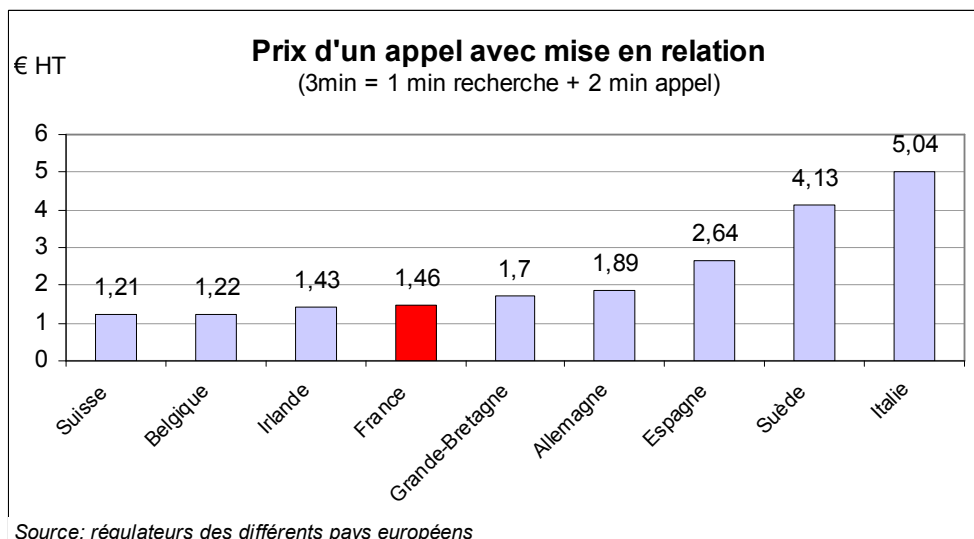


Figure 34 : Prix d'un appel de 3 minutes depuis un fixe (opérateur historique) avec mise en relation chez le leader du marché (août 2007)

Dans le cas d'un appel de 3 minutes depuis un téléphone fixe, le leader du marché français est, avec le leader irlandais, 15% moins cher qu'en Angleterre, 23% moins cher qu'en Allemagne et presque deux fois moins cher qu'en Espagne.

Pays	Nom du service	Numéro	Tarif TTC en €		Coût d'un appel TTC en €	
			Charges d'accès	Coût/mn	Prix d'un appel sans mise en relation (1 min)	Prix d'un appel avec mise en relation (3min = 1 min recherche + 2 min appel)
Allemagne	Deutsche Telekom	11833		1,39	1,39	MER vers le fixe : 1,89 (1,39 + 0,503 pour les 5 premières min et 0,051/min au-delà de 5 min.) MER vers le mobile : 2,39 (= 1,39 + 0,503x2min)
Belgique	Belgacom	1307	1,12		1,12	1,22 (=1,12 + 0,10 pour MER)
Espagne	Telefonica	11822	0,35	0,77	1,11	2,64
France	Le Numéro	118 218	1,12	0,11	1,24	1,46
Irlande	Eircom	118 11	0,85	30 1ères sec comprises dans charges d'accès, les suivantes : 0,23 €	0,97	1,43
Italie	SEAT-Pagine Gialle	892424	0,36	1,56	1,92	5,04
Suède	Respons/Eniro	118118	8h-18h : 0,45 weekend + la nuit:0,77	1,20	8h-18h : 1,65 weekend + la nuit: 1,97	8h-18h :4,13 weekend + la nuit: 4,46
Suisse	Swisscom	1811	0,96	1ère minute : 0,15 € les suivantes : 0,002 € le jour / 0,001 € la nuit et le weekend	1,11	1,21€ le jour 1,16€ la nuit et le weekend
Grande-Bretagne	The Number	118118	1,04	0,21	1,25	1,7
Bulgarie	Bulgarian Telecommunications Company*		0,07	0,01	0,08	-
Roumanie	S.C. Romtelecom S.A *				0,30	-

Figure 35 : Grille tarifaire du 118 XYZ leader de quelques pays européens depuis un téléphone fixe (réseau de l'opérateur historique) en août 2007

Ceci s'explique par la structure tarifaire dans les autres pays européens, qui est moins forfaitaire et où la prestation est rémunérée par un tarif à la minute plus élevé. Il en résulte d'une part des tarifs plus élevés et qui vont croissants avec la durée de l'appel (avant et après la mise en relation), et d'autre part a priori une transparence tarifaire plus faible. La comparaison avec les mobiles n'a pas été faite suite à la difficulté de définition d'un appel « typique ». Il est possible que la différence soit plus minime, car plusieurs pays d'Europe ne pratiquent pas l'*airtime*.

Les faits observés ne permettent pas d'établir si le niveau plus ou moins élevé des tarifs résulte de l'histoire du service ou est le fruit de la libéralisation.

Ainsi au Royaume-Uni, en 2006 les tarifs sont beaucoup plus élevés qu'en 2003. En effet, le prix moyen d'un appel avec mise en relation est passé de 44 pence en 2002 à 65 pence en 2006. En Espagne, bien que, lors de la libéralisation, la société Conduit ait mis une forte pression sur ses concurrents en proposant un tarif parmi les moins chers d'Europe, les prix ont augmenté³⁰. Bien que, depuis 5 ans, les fournisseurs ne cessent d'augmenter leurs tarifs, l'Espagne reste toujours un des pays d'Europe où l'appel simple au service de renseignements est le moins élevé.

³⁰ Source Telegate : plus de 80% d'augmentation pour un appel simple chez Telefonica entre 1999 et 2007

Dans les pays où les tarifs de détail vers les services de renseignement sont les plus élevés, les régulateurs ont décidé de réguler ces tarifs.

Certains pays régulent les prix de détail des services de renseignements téléphoniques. C'est notamment le cas du Danemark qui régule les prix de détail de l'opérateur du service universel de renseignement, via un « price cap » défini par l'ICTIS, fixe les prix maximum qui peuvent être facturés. De même, l'Italie, qui au lendemain de la libéralisation connaît un des tarifs les plus chers d'Europe, avec plus de 2 € l'appel, décide de faire face à ce constat en régulant les prix de détail. Dans un premier temps un tarif maximum de 1,50€ hors taxe par minute avec une charge fixe de 30 centimes d'euros maximum hors taxe par connexion est fixé. Ces tarifs étant jugés encore très élevés, les prix ont été revus à la baisse pour devenir de 1,20€ hors taxe par minute avec une charge fixe de 30 centimes d'euros maximum hors taxe par connexion, ou bien un prix maximum de 1,5 euros hors taxes si l'appel n'est pas facturé à la minute. L'Italie reste néanmoins un des pays les plus chers d'Europe.

En conclusion, en ce qui concerne la hausse des prix des services de renseignements téléphoniques, il apparaît que la situation en France est plutôt favorable par rapport aux autres pays.

5.4. La qualité de service se maintient, voire s'améliore sur certains indicateurs

Dans la continuité de son action pour garantir le meilleur niveau de qualité des services de renseignement fournis aux consommateurs, l'Autorité suit régulièrement la qualité de service des 118.

Trois enquêtes ont à ce jour été menées sur la qualité des services de renseignements³¹. La première, menée en novembre 2005, a porté sur la qualité des anciens numéros de renseignements et initié le processus de suivi de la qualité de ces services durant la transition.

Pour fixer une référence et connaître le niveau des anciens services de renseignements, l'Autorité a lancé une enquête de qualité sur les services de renseignements actifs avant le 2 novembre.

Cette enquête a ainsi porté sur les services accessibles à travers les sept numéros suivants :

- le " 12 " opéré par France Télécom
- le " 222 " opéré par SFR
- le " 612 " opéré par Bouygues Télécom
- le " 712 " opéré par Orange
- le " 3200 " opéré par Scoot France
- le " 3211 " opéré par Intra Call Center
- le " 3912 " opéré par L'Annuaire Universel

Pour l'ensemble du marché, sur les 1524 appels réalisés, le taux d'exactitude atteint 87% et la disponibilité des services est de 98%. L'Autorité a également mesuré le temps nécessaire pour délivrer un renseignement. Pour pouvoir comparer tous les opérateurs selon le même critère, les mesures de cette enquête ont été effectuées sur le temps nécessaire pour obtenir le renseignement recherché par oral, sans mise en relation.

La seconde enquête, menée en mars 2006, a mesuré la qualité des 118 peu avant la fermeture des anciens numéros de renseignements. Sur les trois indicateurs mesurés par l'Autorité

³¹ Ces enquêtes de qualité sont disponibles sur le site Internet de l'ARCEP.

(disponibilité du service, exactitude des renseignements fournis et rapidité de réponse), les 118 ouverts à cette période ont présenté des performances comparables à celles obtenues par les anciens numéros lors de l'enquête de fin 2005, voire meilleures en matière de rapidité³².

La troisième étude, menée en octobre-novembre 2006, a confirmé le maintien de la qualité globale des services de renseignements malgré la fermeture des anciens numéros en avril 2006, et notamment celle du 12, qui a entraîné une augmentation du nombre d'appels vers les 118. Toutefois, des disparités plus fortes selon les numéros ont été constatées selon les opérateurs et les numéros : certains services ont apporté des réponses plus exactes mais pâtissaient de problèmes de disponibilité et de rapidité, alors que d'autres garantissaient un accès rapide à leur service sans nécessairement se distinguer en termes d'exactitude. Le gain en rapidité constaté en mars 2006 s'est confirmé, les nouveaux services ayant été globalement plus rapides que les anciens. La disponibilité des services 118 est restée excellente (98 % de disponibilité moyenne), malgré l'augmentation du nombre d'appels. Ce comportement était général sur les principaux numéros, même si certains 118 souffraient d'une disponibilité inférieure et d'un temps de traitement sensiblement plus long que la moyenne. Enfin, la montée en charge des 118 après le 3 avril 2006 a entraîné une légère baisse des taux d'exactitude de plusieurs services. La moyenne du marché s'est établie à 87 % en octobre 2006, contre 88 % pour les 118 testés en mars 2006. Néanmoins, si le taux d'exactitude de certains 118 a baissé plus que la moyenne, d'autres en revanche se sont distingués par un taux en hausse.

Une nouvelle étude sera lancée début 2008, qui devrait notamment se concentrer sur les effets de la décision de l'Autorité précisant les conditions de mise en œuvre de l'annuaire universel, récemment homologuée par le ministre de l'Industrie.

Les résultats de ces enquêtes de qualité de service montrent donc que les nouveaux numéros 118 sont **aussi disponibles et exacts** que les anciens numéros, y compris après le 3 avril 2006, date après laquelle ces numéros ont traité tous les appels vers des services de renseignements. En outre, les 118 sont **globalement plus rapides** que les services accessibles par les anciens numéros. Le plus grand nombre d'acteurs entraîne toutefois des variations plus importantes dans les résultats individuels.

Une enquête menée par l'ACSEL (financé par les acteurs du marché) en janvier 2006 ainsi que les différentes enquêtes qualitatives des acteurs corroborent ces résultats.

Cette évaluation de la qualité de service est une initiative rare en Europe. La plupart des pays européens, qu'ils soient récemment libéralisés ou non, ne vérifient pas la qualité de service fournie. Les rares éléments de comparaison, en Angleterre ou au Danemark, montrent que la qualité des services de renseignement français est comparativement élevée.

³² 99% des appels étaient répondus, 88% des appels servis donnaient une réponse exacte, et l'indicateur de rapidité était de 89, contre 100 en 2005 (un indice plus petit signifie un temps de réponse moins long).

6. CONCLUSION

Le marché des services de renseignements est très spécifique dans le marché des communications électroniques. Il représente un marché de 160 millions d'euros, soit 1% du marché des mobiles, dans un marché global des communications électroniques de 40 milliards d'euros. C'est également un marché à forte main d'œuvre, comparativement à d'autres services à plus fort investissement réseau et matériel.

Il faut noter que le processus de libéralisation a été instauré dans un marché qui était déjà en décroissance dès la décision du Conseil d'Etat en 2004. Les difficultés perçues de ce processus, et notamment l'augmentation des tarifs des opérateurs les plus populaires, sont très particulières, et extrapoler les enseignements de cette libéralisation à d'autres contextes serait hasardeux.

Par ailleurs, ces difficultés ont été nettement limitées par rapport aux difficultés encourues dans d'autres pays européens, tant en termes de baisse du marché que de diminution du volume d'appels, grâce à une mise en œuvre transparente et concertée entre les différents acteurs.

En effet, suite aux injonctions du Conseil d'Etat demandant de définir des mesures permettant la libéralisation du 12, l'Autorité a su rapidement mettre en place tout le dispositif nécessaire à l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché des services de renseignements.

L'Autorité s'est toujours attachée à concevoir le dispositif en plaçant au premier rang de ses préoccupations l'intérêt des consommateurs. Ainsi, après un travail collaboratif avec les acteurs du secteur, l'Autorité a adopté dès le 27 janvier 2005 l'ensemble des décisions fixant le nouveau format de numéro, les modalités de transitions et les modalités d'attribution. Par la suite, elle a précisé le contenu du message devant être diffusé sur les anciens numéros de renseignements. Bien que le processus ait été émaillé de plusieurs actions devant le Conseil d'Etat, ce dernier a toujours validé les décisions de l'Autorité.

Dès les débuts de la mise en place des 118 XYZ, l'Autorité a surveillé le marché et a protégé les intérêts du consommateur :

- en veillant à éviter la spéculation sur les numéros et à leur bonne utilisation ;
- en surveillant la qualité de service ;
- en veillant à assurer une bonne information des consommateurs.

L'Autorité poursuit ses actions en matière de surveillance du marché des services de renseignements en veillant notamment à la mise en œuvre effective de l'annuaire universel par les opérateurs. Pour rappel, tous les numéros 118 XYZ doivent obligatoirement donner accès à l'annuaire universel. L'Autorité devra vérifier la mise en conformité des opérateurs affectataires de numéros et des services 118 avec les nouvelles règles établies dans la décision homologuée en mars 2007. Dans ce sens, la prochaine enquête de qualité des services de renseignements qui sera menée début 2008 aura pour objectif supplémentaire de vérifier la présence des listes de l'annuaire universel dans les listes des fournisseurs 118.

Le point crucial pour améliorer le marché 118 pour le consommateur dans les prochaines années sera le traitement de l'information des conditions tarifaires et l'amélioration de la connaissance des offres et des tarifs.

Ce problème de transparence et de suivi de l'évolution des tarifs pour des consommations ponctuelles est commun à l'ensemble des services à valeur ajoutée. Cependant il a été exacerbé dans le cas des services de renseignement par la médiatisation et par le caractère familier du

service, tout consommateur ayant pu, à un moment donné, recourir à un service de renseignements.

Outre un suivi de l'évolution des tarifs pratiqués, l'ARCEP pourra initier un travail de concertation des différents acteurs afin d'améliorer l'information des consommateurs, mais elle ne peut répondre seule à ces problématiques relevant du droit de la consommation.

Cependant il ne faut pas sous-estimer la difficulté de mise en œuvre des mesures d'informations pour le consommateur. Ainsi la demande réitérée des associations de consommateurs de la mention du coût de l'appel dans le message d'attente des 118 participe d'une démarche logique à la mise en place potentiellement délicate. Nonobstant les difficultés techniques pour mettre en place cette mesure chez la multitude d'opérateurs de boucle locale existant en 2007, comment indiquer dans le message d'attente des consommateurs le tarif complet des appels, alors même que depuis les mobiles, qui représentent 60% des appels, ces appels sont facturés en deux parties (service et *airtime*) et que la valeur de l'*airtime* est très diverse (selon les opérateurs, et selon qu'il soit ou non inclus dans le forfait) ?

Les actions les plus efficaces pour l'amélioration de cette situation seront des mesures générales de protection des droits du consommateur sur la visibilité des tarifs de détail. Elles ne peuvent être traitées par la seule régulation sectorielle.

7. ANNEXES

7.1. Les contentieux devant le Conseil d'Etat

L'action d'encadrement de la transition vers les numéros 118 XYZ a fait l'objet d'une activité contentieuse conséquente, de nombreux acteurs ont attaqué, souvent en référé, les décisions de l'Autorité, notamment celles encadrant la procédure du tirage au sort des numéros.

7.1.1. Les contentieux relatifs aux décisions encadrant la procédure du tirage au sort des numéros

- a) La limitation du nombre de numéros 118 XYZ attribuables (le recours de la société PagesJaunes sur la notion de « groupe » de sociétés)

La décision n° 2005-0062 a prévu, « afin d'éviter tout abus susceptible de nuire à l'égalité de traitement due à chaque candidat », un nombre limite de 10 numéros 118 XYZ attribuables par société, et a parallèlement imposé « aux sociétés dont l'intérêt financier justifierait la multiplication des candidatures dans le but d'obtenir plus facilement certains numéros, de regrouper celles-ci ».

La Société PagesJaunes, filiale à 54% de la société France Télécom par ailleurs candidate à l'attribution de numéros, aurait souhaité pouvoir disposer en propre du quota de 10 numéros. Elle déposait, le 9 juin 2005, une requête en référé aux fins de la suspension de la décision précitée, sachant que le tirage au sort devait avoir lieu le 14 juin.

PagesJaunes faisait notamment valoir que la limitation à 10 numéros n'était pas justifiée entre deux opérateurs déclarés distinctement à l'Autorité, et qu'elle introduisait une discrimination injustifiée entre opérateurs, selon qu'ils appartiennent ou non à un même groupe.

Le Conseil d'Etat a validé la décision de l'Autorité, en ce qu'aucun des nombreux moyens développés par la société PagesJaunes n'était propre à créer un doute sérieux quant à la légalité de sa décision de limiter à 10 au plus le nombre de numéros attribuables au groupe France Télécom, auquel appartenait PagesJaunes.

- b) Le rejet de candidatures (l'action en référé de la société NRT)

Dans le souci de préserver les intérêts des consommateurs mais également pour éviter tout risque de candidature opportuniste, déposée dans un seul but spéculatif, l'ARCEP a souhaité s'assurer avant le tirage au sort que les candidats étaient en mesure de satisfaire à une utilisation efficace des ressources de numérotations.

Ainsi, le chef du service juridique de l'Autorité a invité, le 26 avril 2005, chacun des candidats ayant satisfait aux critères d'éligibilité définis à justifier :

- une description du service et schéma de l'architecture, conditions de mise en œuvre (plan d'affaires) ;
- date prévue du début d'utilisation de la ressource ;
- prévisions d'utilisation de la ressource objet de la demande sur les trois premières années et éléments de trafic ;
- description du service précisant les conditions d'accès et, le cas échéant, la convention établie entre le demandeur et un ou plusieurs exploitants de réseau précisant les conditions techniques et commerciales d'ouverture du ou des numéros.

Sur la base des réponses fournies par les candidats, l'Autorité a décidé d'écarter sept sociétés du tirage au sort³³.

Il en fut notamment ainsi pour la société NRT. Dans sa décision n° 05-0515 du 7 juin 2005³⁴, l'Autorité a constaté que cette société n'a fourni aucun schéma d'architecture et aucun plan d'affaires ; qu'elle ne donne aucune précision sur l'opérateur de collecte ; que l'examen des pièces montre que son activité fera l'objet d'une sous-traitance auprès d'entités non précisées ; et qu'elle se borne à évoquer d'éventuels accords commerciaux avec les opérateurs de téléphonie fixe et mobile pour obtenir l'ouverture technique du numéro, sans apporter d'éléments suffisamment probants et circonstanciés de nature à l'étayer.

Dès lors, « *compte tenu des objectifs et des missions qui lui étaient assignés, tant au regard de l'intérêt général que de celui des opérateurs*, l'Autorité a conclu au rejet de la demande de participation à la procédure de tirage au sort.

La société NRT a introduit un recours en référé devant le Conseil d'Etat, pour obtenir l'annulation de cette décision et pouvoir participer au tirage au sort, au motif principal que l'Autorité aurait, en instaurant une telle procédure de présélection des candidatures, méconnu l'article L. 32-1 du CPCE lui imposant de « *prendre, dans des conditions objectives et transparentes, des mesures raisonnables et proportionnées aux objectifs poursuivis* », alors qu'elle disposait du pouvoir de contrôler *a posteriori*, une fois attribués, la bonne utilisation des numéros.

Le Conseil d'Etat a validé la décision de l'Autorité en confirmant que cette dernière était tenue de prévenir un double risque. Elle devait, d'une part, détourner le risque de candidatures d'entreprises qui n'agissaient qu'en sous-mains pour le compte d'autrui, ce qui aurait faussé la concurrence. D'autre part, elle devait éviter tout risque de candidature purement spéculative, déposée en vue de s'accaparer des numéros, pour les faire exploiter par d'autres ou les vendre, en contournant l'interdiction de cession des numéros pendant 2 ans.

7.1.2. Le contentieux relatif à la décision précisant le contenu du message devant être diffusé sur les anciens numéros de services de renseignements après le 3 avril 2006

Par une décision du 27 janvier 2005 l'Autorité avait fixé au 2 novembre 2005 la date à partir de laquelle était autorisée l'ouverture commerciale des services sur les 118 XYZ et au 3 avril 2006 la fermeture commerciale des numéros existants (d'un format autre que le 118 XYZ), et au 3 avril 2007 la fermeture technique des mêmes numéros. Elle introduit le principe d'un message automatique et neutre d'information du consommateur (disque) lors de la fermeture des anciens numéros.

L'Autorité a été amenée à préciser le contenu du message mis en œuvre lorsque les consommateurs appelleraient les anciens numéros fermés. L'Autorité s'est attachée à concevoir ce dispositif en plaçant au premier rang de ses préoccupations l'intérêt des consommateurs. Pour ce faire, l'Autorité a d'abord mené une consultation publique à ce sujet et s'est attachée à prendre en compte tout particulièrement les avis des associations de

³³ Décisions n° 05- 0514, 05-0515, 05-0516, 05-0517, 05-0518, 05- 0519, et 05-0520 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 7 juin 2005 rejetant les demandes des sociétés Services France Renseignements , NRT, Octava Marketing, Kabtel, COM MEDIAS, TZTEL et HM Renseignements de participer à la procédure d'attribution initiale des numéros 118 XYZ.

³⁴ Décision n° 05-515 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 7 juin 2005 rejetant la demande de la société NRT de participer à la procédure d'attribution initiale des numéros 118 XYZ.

consommateurs. A l'issue de cette démarche de concertation, l'ARCEP a adopté le 28 février 2006 la décision n° 06-0259 par laquelle elle demandait aux opérateurs fournissant des services de renseignements sur des numéros destinés à être remplacés par les numéros de la forme 118 XYZ, en premier lieu, de permettre aux utilisateurs appelant ces numéros après leur fermeture d'accéder gratuitement à un message d'information, en second lieu, d'indiquer par ce message que le numéro composé n'est plus en service et qu'il convient désormais, pour obtenir des services de renseignements téléphoniques, de composer un numéro à six chiffres commençant systématiquement par 118, en troisième lieu de permettre aux personnes qui cherchent à contacter les services d'urgence d'avoir accès à une liste des numéros d'urgence comprenant au moins les numéros 17, 18, 15, et 112, et enfin, de diffuser ce message au moins pendant un an à compter de la date de fermeture du service. Cette décision visait à informer le consommateur en complément de l'ouverture du site www.appel118.fr, dont l'objet était notamment d'informer sur les services 118 ouverts et leur coût.

Le Syndicat des Editeurs de Services de renseignements téléphoniques indépendants (SEIRTEL) et quatre sociétés d'éditeurs de services de renseignements téléphoniques ont demandé au Conseil d'Etat l'annulation et la suspension de cette décision au motif que le message ainsi prescrit n'est ni neutre pour les opérateurs, ni suffisamment informatif pour les consommateurs et qu'il aurait fallu privilégier un autre système, dit « carrousel », consistant à imposer aux opérateurs fournissant des services de renseignements sur les numéros destinés à être remplacés, de proposer systématiquement un message d'information comportant la présentation aléatoire d'un ou plusieurs nouveaux numéros correspondant aux opérateurs fournissant le service de renseignements dans le nouveau format.

Le Conseil d'Etat a rejeté ces demandes, validant ainsi la décision de l'Autorité.

7.2. Table des figures

Figure 1 : Evolution du trafic (min) et des revenus (€ HT) du marché des services de renseignement en France entre 2000 et 2004	8
Figure 2 : tarifs des renseignements téléphoniques (novembre 1999).....	9
Figure 3 : Les tarifs des services de renseignement en mars 2005	9
Figure 4 : Perception des tarifs des services de renseignement en France en mars 2005 (enquête IPSOS – Le Numéro).....	10
Figure 5 : Liste des numéros 118 XYZ attribués en juin 2005 et ouverts le 1 ^{er} janvier 2006..	18
Figure 67 : Fréquentation du site www.appel118.fr mis en place par l'ARCEP.....	19
Figure 8 : Les services de renseignements dans les revenus des CE	24
Figure 9 : Evolution du nombre d'appels trimestriels vers les services de renseignements téléphoniques.....	25
Figure 10 : Evolution du nombre d'appels annuels vers les services de renseignement	25
Figure 11 : Evolution des revenus des services de renseignement depuis 1998	26
Figure 12 : Evolution comparée du trafic total vers les services de renseignement et du trafic issu des mobiles.....	27
Figure 13 : Evolution des revenus des services de renseignement depuis 1998 (graphique) ..	27
Figure 14 : évolution comparée du nombre de consultation de Pages Jaunes.fr et du taux de pénétration d'Internet haut débit dans les ménages	28
Figure 15 : l'évolution comparée de la consultation des services de renseignement en ligne par internet et par minitel	29
Figure 16 : Part de marché des principaux opérateurs de renseignement fin 2006.....	30
Figure 17 : Nombre d'appels à destination des services de renseignement en Allemagne (source Pelorus Group).....	32
Figure 18 : évolution du nombre d'appels vers les services de renseignement en Suisse.....	32
Figure 19 : Baisse du nombre d'appels depuis la libéralisation (dernières mesures disponibles)	33
Figure 20 : Part de marché du principal fournisseur de services de renseignements (2006) ...	35
Figure 21 : La facturation d'un renseignement depuis un mobile	38
Figure 22 : les offres (structures tarifaires) et fournisseurs proposées au consommateur	38
Figure 23 : Extrait du site de l'AUTORITÉ www.appel118.fr / les principaux tarifs.....	39
Figure 24 : Les 118 "low cost" comparativement aux tarifs historiques du "12" pour différents cas d'appel.....	40
Figure 25 : tarifs TTC des services de renseignements «low cost » depuis une ligne fixe.....	40
Figure 26 : Tarifs TTC des services de renseignements «low cost » depuis une ligne mobile (cas d'Orange).....	41
Figure 27 : Evolution du prix d'un appel au service de renseignements du service universel (« 12 » puis «118711» à partir d'avril 2006) entre 1997 et 2007.....	43

Figure 28 : Différents tarifs d'appels vers les numéros les plus pratiqués des services de renseignements en 2007 (en perspective des tarifs pratiqués en 2007)..... 44

Figure 29 : Evolution du prix d'un appel simple de 1 min depuis un fixe entre 2004 et 2007 chez les principaux fournisseurs de services de renseignements 44

Figure 30 : Prix TTC d'un appel simple aux services de renseignement les plus pratiqués en 2007 et en 2005 45

Figure 31 : Prix TTC d'un appel avec mise en relation de 3 minutes aux services de renseignement les plus appelés en 2007 et en 2005 46

Figure 32 : Prix TTC de l'appel depuis un fixe aux principaux 118 XYZ en fonction de la durée de la communication 46

Figure 33 : Prix d'un appel depuis un fixe (opérateur historique) d'une minute sans mise en relation en août 2007 chez le principal fournisseur de services de renseignement..... 48

Figure 34 : Prix d'un appel de 3 minutes depuis un fixe (opérateur historique) avec mise en relation chez le leader du marché (août 2007) 48

Figure 35 : Grille tarifaire du 118 XYZ leader de quelques pays européens depuis un téléphone fixe (réseau de l'opérateur historique) en août 2007 49

7.3. Tarifs des 118 en France (août 2007)

Numéro	Société	Tarif de base ⁽¹⁾ pratiqué depuis le réseau				Tarifs de certains services complémentaires depuis le réseau fixe ⁽²⁾			
		Fixe ⁽²⁾	Orange	SFR	Bouygues Telecom	mise en relation		renseignement international	renseignement inversé
						coût du service	tarif après mise en relation		
118 000	LE 118 000 SAS	1,12€/min	1,35 €/appel + 0,34 €/min (3)	1,35 €/appel + 0,34 €/min (3)	1,35 €/appel + 0,34 €/min (3)	gratuit	0,22 €/min	identique au tarif de base	identique au tarif de base
118 007	Allo Bottin	1,01 €/appel + 0,23 €/min	1,01 €/appel + 0,23 €/min (3)	1,00 €/appel + 0,15 €/min (3)	0,99 €/appel + 0,23 €/min (3)	gratuit	tarif normal	-	identique au tarif de base
118 008	PagesJaunes	1,12 €/appel	1,35€/appel + 0,337€/min (3)	1,35 €/appel + 0,34 €/min	1,35€/appel + 0,34€/min (3)	gratuit	tarif normal	-	identique au tarif de base
118 012	L'Annuaire Universel	0,56€/appel	0,56€/appel (3)	0,56€/appel (3)	0,56€/appel (3)	gratuit	gratuit	-	identique au tarif de base
118 018	Telenet Hosting	1,35€/appel + 0,34€/min	1,35€/appel + 0,34€/min (3)	1,35€/appel + 0,34€/min (3)	1,35€/appel + 0,34€/min (3)	gratuit	0,34 €/min	-	identique au tarif de base
118 075	LE NUMERO	1,12 €/appel + 0,11 €/min	1,12 €/appel + 0,15 €/min (3)	1,10 €/appel + 0,10 €/min (3)	1,12 €/appel + 0,15 €/min (3)	gratuit	0,11 €/min	identique au tarif de base	identique au tarif de base
118 218	LE NUMERO	1,12 €/appel + 0,11 €/min	1,12 €/appel + 0,225 €/min (3)	1,12 €/appel + 0,225 €/min	1,12 €/appel + 0,225 €/min (3)	gratuit	0,11 €/min	identique au tarif de base	identique au tarif de base
118 222	118 TELEDIS	1,12 €/appel +	1,12 €/appel +	1,10 €/appel +	1,12 €/appel + 0,15 €/min (3)	gratuit	0,11 €/min	-	identique au tarif de base

Etude sur le processus de libéralisation des services de renseignements téléphoniques – 20/09/2007

Réalisée à la demande des Présidents de la commission des Finances et de la commission des Affaires économiques

		Tarif de base ⁽¹⁾ pratiqué depuis le réseau				Tarifs de certains services complémentaires depuis le réseau fixe ⁽²⁾			
								renseignement international	renseignement inversé
		0,11 €/min	0,15 €/min (3)	0,10 €/min (3)					
118 318	LE NUMERO	1,35 €/appel + 0,34 €/min	1,35 €/appel + 0,34 €/min (3)	1,35 €/appel + 0,34 €/min (3)	1,35 €/appel + 0,34 €/min (3)	gratuit	0,34 €/min	identique au tarif de base	identique au tarif de base
118 321	Telegate France	0,56 €/appel	0,56€/appel (3)	0,56€/appel (3)	0,56€/appel (3)	-	-	-	identique au tarif de base
118 444	PCCI	1,01 €/appel	1,01 €/appel (3)	1,01 €/appel (3)	1,01 €/appel (3)	gratuit	gratuit dans la limite de 20 min, uniquement vers les n° fixes de France Télécom	-	identique au tarif de base
118 612	Allo Bottin	1,01 €/appel + 0,23 €/min	1,01 €/appel + 0,23 €/min (3)	1,00 €/appel + 0,15 €/min (3)	0,99 €/appel + 0,23 €/min (3)	gratuit	tarif normal	-	-
118 700	France Télécom	3€/appel	3€/appel (3)	3€/appel (3)	Non accessible	gratuit	tarif normal	Identique au tarif de base	Identique au tarif de base
118 710	France Télécom	0,34 €/appel	0,34 €/min	0,34 €/min	0,34 €/min	gratuit	tarif normal	-	identique au tarif de base
118 711	France Télécom	0,90 €/appel	0,90 €/appel (3)	0,90 €/appel (3)	0,90 €/appel (3)	0,15 €	tarif normal	-	1,02 €/appel
118 712	France Télécom	1,12 €/appel	1,12 €/appel + 0,225€/min	1,12 €/appel + 0,225€/min	1,12 €/appel + 0,225€/min	gratuit	tarif normal	-	identique au tarif de base
118 713	LE NUMERO	0,56 €/appel	0,56 €/appel (3)	0,56 €/appel (3)	0,56 €/appel (3)	-	-	-	identique au tarif de base
118 739	JPBGROUP	1,35€/appel + 0,34€/min	1,35 €/appel + 0,34 €/min (3)	1,35 €/appel + 0,34 €/min (3)	1,35 €/appel + 0,34 €/min (3)	0,15 €	tarif normal	-	-
118 777	SFR	non accessible (5)	non accessible (5)	1,20 €/appel (3)	non accessible (5)	-	-	-	-
118 810	France Télécom	0,90 €/appel	non accessible (5)	non accessible (5)	non accessible (5)	-	-	-	identique au tarif de base
118 811	Lannuaire	1,35 €/appel + 0,34 €/min	1,35 €/appel + 0,34 €/min (3)	1,35 €/appel + 0,34 €/min (3)	1,35 €/appel + 0,34 €/min (3)	gratuit	0,34 €/min	-	identique au tarif de base
118 833	11883 Telecom GmbH	0,90 €/appel	0,90 €/appel	0,90 €/appel	0,90 €/appel	gratuit	gratuit dans la limite de 3 min	-	identique au tarif de base

7.4. Décisions réglementaires sur le « 12 » et le « 118711 »

N° avis	Date	Libellé	Conséquence
97-285	12 septembre 1997	DT n°97120 E de FT relative à l'annuaire électronique (3611) et au service des renseignements par opérateur (12)	S'inscrit dans le cadre de la tarification à la seconde et prend en compte les modifications induites par la nouvelle valeur de l'Unité Télécom ou par l'application des nouvelles plages horaires

Etude sur le processus de libéralisation des services de renseignements téléphoniques – 20/09/2007

Réalisée à la demande des Présidents de la commission des Finances et de la commission des Affaires économiques

N° avis	Date	Libellé	Conséquence
98-1055	23 décembre 1998	<p>DT n°98172 E relative à la modification de la tarification du service de renseignements téléphoniques nationaux par opérateur (12) depuis un poste fixe d'abonné ;</p> <p>DT n°98173 E relative à la généralisation du service de mise en relation après une demande de renseignement au centre de renseignements téléphoniques nationaux par opérateur (12) depuis un poste fixe d'abonné ;</p> <p>DT n°98178 F relative à la modification des frais d'accès au service (FAS) de renseignements téléphoniques nationaux par opérateur (12) depuis les publiphones et à la généralisation du service de mise en relation après une demande de renseignement au centre de renseignements téléphoniques nationaux par opérateur (12) depuis un publiphone</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Porter les frais d'accès de 3,71 F TTC à 4,50 F TTC par appel ; - Généraliser en France métropolitaine le service de mise en relation après demande de renseignements, expérimenté depuis janvier 1998 et jusqu'à lors dans certaines directions régionales ; - Fixer le prix de la mise en relation, qui était antérieurement gratuite, à 1 F TTC ; - Appliquer aux communications, après mise en relation, les tarifs normalement appliqués au départ des postes d'abonnés, y compris les options tarifaires souscrites par le client. - Rendre payants les frais d'accès au service (FAS) de renseignements depuis les publiphones et de les fixer à : 4,90 F TTC par appel pour les appels passés avec les Télécartes 5 ou 50 UT, avec une carte bancaire ou avec des pièces ; - Limiter le nombre de renseignements fournis par appel à 2 au lieu de 3 précédemment ; - Généraliser en France métropolitaine le service de mise en relation après demande de renseignements, expérimenté depuis janvier 1998 et jusqu'à lors dans certaines directions régionales ; - Ne pas facturer la mise en relation ; - Appliquer aux communications, après mise en relation, les tarifs normalement appliqués au départ des publiphones
99-217	10 mars 1999	DT n°99034 E relative à la modification des frais d'accès au service (FAS) de renseignements téléphoniques nationaux par opérateur (12) et à la généralisation du service de mise en relation après une demande de renseignements au centre de renseignements téléphoniques par opérateur (12) depuis un publiphone	<ul style="list-style-type: none"> - Rendre payants les frais d'accès au service (FAS) de renseignements depuis les publiphones et les fixer à : °2,94 F TTC par appel pour les appels passés avec les Télécartes 5 ou 50 UT, avec une carte bancaire ou avec des pièces ; °2,44 F TTC par appel pour les appels passés avec les Télécartes 120 UT, les cartes FT ou le ticket téléphone ; - Limiter le nombre de renseignements fournis par appel à 2 au lieu de 3 précédemment ; - Généraliser en France métropolitaine le service de mise en relation après demande de renseignement, expérimenté depuis janvier 1998 dans certaines directions régionales ; - Ne pas facturer de frais de mise en relation ; - Appliquer aux communications, après mise en relation, les tarifs normalement appliqués au départ des publiphones.
02-591	18 juillet 2002	DT n°2002094 relative à l'expérimentation d'un service de renseignements téléphoniques automatisé (appels à partir d'un poste fixe)	<ul style="list-style-type: none"> - Frais d'accès au service (FAS) gratuits ; - Prix du renseignement téléphonique de 0,6 € TTC pour un ou deux renseignements fournis.
03-453	27 mars 2002	DT n°2002178 de FT relative à : - l'évolution du service de renseignements téléphoniques par opérateur avec la commercialisation d'une offre en ligne et plafonnée de renseignements multiples ; - la fermeture de l'accès 3692 « Services de renseignements téléphoniques en nombre » ; - la fermeture de l'offre de « Recherche en différé ».	<ul style="list-style-type: none"> - Evolution du service de renseignements téléphoniques par opérateur accessible par le « 12 » avec la commercialisation d'une nouvelle offre donnant la possibilité d'obtenir jusqu'à quatorze renseignements téléphoniques, correspondant à sept séries de deux renseignements ; - Corrélativement, fermeture de l'accès « 3692 » (service de renseignements téléphoniques en nombre) ; - Fermeture de l'offre de recherche en différé au « 12 ».
03-635	15 mai 2003	DT n°2003017 de FT relative à la généralisation du nouveau service vocal des renseignements téléphoniques du « 12 »	<p>Cf avis n°02-91</p> <ul style="list-style-type: none"> - Frais d'accès au service (FAS) gratuits ; - Prix du renseignement téléphonique de 0,6 € TTC pour un ou deux renseignements fournis. En cas de recherche aboutissant à la fourniture d'un numéro, le service optionnel de mise en relation avec le correspondant est proposé au client, au client, au tarif en vigueur soit 0,152 € TTC. <p>Si le renseignement ne peut être fourni par le serveur vocal ou si le client est en difficulté dans sa recherche, un transfert vers le service par opérateur est proposé :</p>

Etude sur le processus de libéralisation des services de renseignements téléphoniques – 20/09/2007

Réalisée à la demande des Présidents de la commission des Finances et de la commission des Affaires économiques

N° avis	Date	Libellé	Conséquence
			0,80 € TTC par appel jusqu'à deux renseignements. En cas de refus de transfert vers un opérateur, l'appel est gratuit.
05-0032	21 janvier 2005	DT n°2004169 de FT relative à la l'évolution de la tarification des frais d'accès au service (FAS) des renseignements par opérateur	Depuis <u>un poste fixe</u> d'abonné : Métropole : 0,80 € TTC à 0,901 € TTC Guadeloupe, Martinique, Réunion : 0,73 € TTC à 0,817 € TTC Guyane, St-Pierre et Miquelon, Mayotte, Iles du Nord de la Guadeloupe : 0,67 € TTC à 0,753 € TTC Depuis <u>un publiphone</u> : National 3 unités : 0,444 € TTC 5 unités : 0,74 €
05-0128	3 février 2005	DT n°2004169 de FT relative à la l'évolution de la tarification des frais d'accès au service (FAS) des renseignements par opérateur	Depuis <u>un poste fixe</u> d'abonné : Métropole : 0,80 € TTC à 0,901 € TTC Guadeloupe, Martinique, Réunion : 0,73 € TTC à 0,817 € TTC Guyane, St-Pierre et Miquelon, Mayotte, Iles du Nord de la Guadeloupe : 0,67 € TTC à 0,753 € TTC Depuis <u>un publiphone</u> : National 3 unités : 0,444 € TTC 5 unités : 0,74 €
05-0990	10 novembre 2005	DT n°2004143 de FT relative à la l'insertion au catalogue des prix de la tarification de services de renseignements	Insertion au catalogue des prix de la tarification des 4 services de renseignements attribués à FT : - 118 710 renseignements automatiques avec reconnaissance vocale ; - 118 711 renseignements par téléopérateurs ; - 118 712 renseignements par téléopérateurs ; - 118 810 renseignements par téléopérateurs avec interdiction de mise en relation <i>Tarification</i> - 118 710 FAS gratuit 3 premiers renseignements : 0,56 € TTC Mise en relation gratuit - 118 712 FAS 1,12 € TTC ou 10 UTP 3 premiers renseignements : gratuit Mise en relation gratuit - 118 810 FAS 1,12 € TTC 3 premiers renseignements : gratuit Mise en relation interdite Le 118 711 remplace le service universel de renseignements téléphoniques rendu par FT sur le « 12 ». la tarification du 118 711 est identique à celle du « 12 » i.e. : Depuis un <u>poste fixe</u> d'abonné Métropole : 0,901 € TTC Guadeloupe, Martinique, Réunion : 0,817 € TTC Guyane, St-Pierre et Miquelon, Mayotte, Iles du Nord de la Guadeloupe : 0,753 € TTC Depuis un <u>publiphone</u> : National 5 unités

Etude sur le processus de libéralisation des services de renseignements téléphoniques – 20/09/2007

Réalisée à la demande des Présidents de la commission des Finances et de la commission des Affaires économiques

N° avis	Date	Libellé	Conséquence
06-0005	2 mai 2006	DT n°2005153 de FT relative à la modification de la tarification de l'offre de renseignements multiples depuis les postes fixes et de l'offre de mise en relation depuis les publiphones pour le service de renseignements téléphoniques accessibles depuis le « 118 711 ».	<p><i>Renseignements multiples</i>= renseignements fournis à l'appelant au-delà des deux premiers que couvre l'offre de base, tarifée à 0,901 € TTC.</p> <p>FT souhaite soumettre les renseignements multiples à la même augmentation que celle qui a été appliquée à l'offre de base.</p> <p><i>Mise en relation</i> :</p> <p>Depuis <u>un poste fixe</u> : passage de 0,152 € TTC à 0,123 € TTC pour un paiement par une télécarte de 120 unités, ou à 0,148 € TTC pour les autres moyens de paiement ;</p> <p>Depuis <u>un publiphone</u> : gratuit à 0,123 € TTC pour un paiement par une télécarte de 120 unités, ou à 0,148 € TTC pour les autres moyens de paiement.</p>
06-0006	5 janvier 2006	DT n°2005159 de FT relative à la tarification des appels depuis les publiphones vers les services de renseignements accessibles par les numéros 118 008 (Pages Jaunes) et 118 001 (Intra Call Center)	<p>Insertion au catalogue des prix de la tarification de services de renseignements depuis les publiphones accessibles par les numéros attribués respectivement à Pages Jaunes et à Intra Call Center</p> <p><i>Tarification</i></p> <p>- 118 008 (PJ) FAS 9 UTP par appel Mise en relation : gratuit</p> <p>- 118 001 (ICC) FAS 10 UTP par appel Mise en relation : gratuit</p>
06-0311	7 mars 2006	DT n°2006009 et n°2006010 de FT relatives à la tarification des services de renseignements depuis l'outre-mer et à la modification de la tarification du 118 810	<p>Insertion au catalogue des prix de la tarification des appels depuis les DOM (Guadeloupe, Martinique, Guyane, Réunion) des services de renseignements accessibles par les numéros 118 710 et 118 712</p> <p><i>Tarification</i></p> <p>-118 710 FAS gratuit Trois premiers renseignements : 0,56 € TTC Mise en relation : gratuit</p> <p>- 118 712 FAS 1,12 € TTC ou 10 UTP Mise en relation : gratuit</p> <p>+ Evolution tarifaire depuis la métropole des appels vers le service de renseignements accessible par le 118 710 -118 710 FAS de 1,12 € à 0,90 € TTC Trois premiers renseignements : gratuit Mise en relation : interdite</p>
06-0362	16 mars 2006	DT n°2006016 et n°2006010 de FT relative à la fermeture de l'accès au service de renseignements téléphoniques de FT accessibles par le « 12 »	<p>Fermeture du « 12 » le 3 avril 2006 et diffusion d'un message vocal pour les appels vers le « 12 »</p> <p>Conditions tarifaires identiques à celles du « 12 »</p>

7.5. Brochure d'information du MINEFI rédigée avec le concours de l'ARCEP

Les 57 premiers numéros « 118 » attribués

118 000 : 118 000 SAS*	118 559 : Telegate France
118 001 : Intra Call Center*	118 600 : 118666 Ltd
118 002 : 118 000 SAS*	118 612 : Allo Bottin*
118 004 : Tele 2	118 666 : Ingénierie de Communication Pédagogique
118 006 : Pictel	118 700 : SRR
118 007 : Allo Bottin*	118 710 : France Telecom*
118 008 : PagesJaunes*	118 711 : France Telecom*
118 009 : PagesJaunes	118 712 : France Telecom*
118 012 : L'annuaire univers	118 713 : Le Numéro*
118 018 : Tolonet Hosting	118 718 : Free
118 050 : Conduit	118 777 : SFR*
118 075 : Le Numéro*	118 787 : Telegate France
118 038 : PagesJaunes	118 800 : EDA France
118 200 : 123 Multimedia	118 808 : PagesJaunes
118 212 : Free	118 810 : France Telecom*
118 210 : Le Numéro*	118 811 : Pictures on Line
118 220 : Le Numéro*	118 812 : Bouygues Telecom
118 222 : 118 TéléSA, Surl*	118 816 : Free
118 244 : Telegate France	118 822 : Services de Renseignements Téléphoniques SAS
118 247 : Telegate France	118 832 : 11883 Telecom GmbH
118 298 : Allo Bottin*	118 844 : Free
118 300 : Telemedia	118 855 : 123 Multimedia
118 318 : Le Numéro*	118 836 : Renseignements Téléphoniques Français
118 321 : Telegate France	118 890 : Free
118 333 : NRJ Mobile	118 850 : Le Numéro*
118 400 : Le Service Universel de Renseignements Téléphoniques	118 898 : Pictel
118 444 : PCCI UK	118 908 : 118866 Ltd
118 500 : Conduit	118 910 : Le Numéro*
	118 999 : Allo Bottin*

*numéro en fonctionnement depuis le 3 novembre 2003

RENSEIGNEMENTS TÉLÉPHONIQUES

LES 118... REMPLENT LE 12







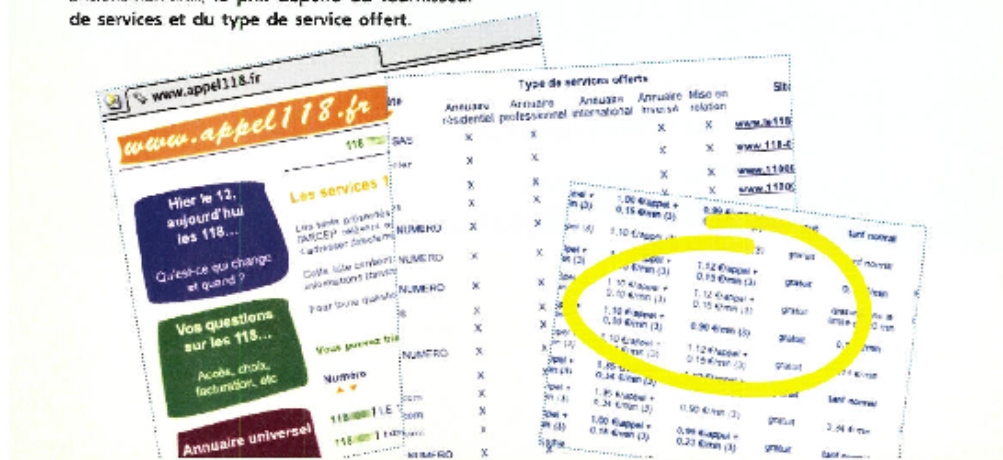
ARCEP
Autorité de Régulation
des Activités et des Services
de Communication Électroniques

Pour connaître la liste des « 118 »
et leurs principaux tarifs
vous pouvez consulter le site web :

www.appel118.fr

Les services de renseignements téléphoniques adoptent de nouveaux numéros
Le « 12 » et les anciens numéros de renseignements disparaissent
Ils sont remplacés par des numéros à six chiffres commençant tous par « 118 »

- ◆ Vous pouvez désormais accéder à **de nouveaux services de renseignements téléphoniques** en composant « 118 » suivi de **trois chiffres**.
- ◆ Ce format, déjà en vigueur dans plusieurs pays européens, favorise la **concurrence** en offrant plus de **choix au consommateur**.
- ◆ Chaque numéro à six chiffres renvoie vers un fournisseur de services qui doit, dans tous les cas, vous fournir les renseignements sur tous les numéros de téléphone fixes et mobiles de France (si l'abonné a donné son accord).
- ◆ Les numéros « 118 » **peuvent être composés depuis n'importe quel poste, fixe ou mobile**.
- ◆ Les « 118 » sont payants. Comme le « 12 » et les anciens numéros, **le prix dépend du fournisseur de services et du type de service offert**.
- ◆ C'est votre opérateur de téléphonie habituel, fixe ou mobile, qui vous facture les services « 118 ».
- ◆ La liste des numéros « 118 » en service et leurs principaux tarifs sont consultables sur le site www.appel118.fr.
- ◆ **Jusqu'au 3 avril 2006** vous pourrez continuer à utiliser les anciens numéros de renseignements téléphoniques tout en vous familiarisant avec les nouveaux.
- ◆ **A partir du 3 avril 2006**, si vous composez le « 12 » ou le numéro d'un ancien service de renseignements, un message enregistré vous informera sur la mise en place des numéros « 118 ». Seuls ces nouveaux numéros fourniront alors directement les renseignements téléphoniques.



7.6. Page d'accueil du site www.appel118.fr

The screenshot shows the homepage of www.appel118.fr in a Microsoft Internet Explorer browser window. The page features a navigation bar with 'Editeur' and 'Webmaster' buttons. Below the navigation bar, there are several sections: 'Les principaux tarifs', 'Vos questions sur les 118...', 'Annuaire universel', and 'Les "plus" des 118'. A central section titled 'Les services 118 ouverts au 14 septembre 2007' contains a table of services. The table has columns for 'Numéro', 'Société', 'Type de services offerts' (with sub-columns for 'Annuaire résidentiel', 'Annuaire professionnel', 'Annuaire international', 'Annuaire inversé', and 'Mise en relation'), 'Site web', and 'Contact consommateurs'.

Numéro	Société	Type de services offerts					Site web	Contact consommateurs
		Annuaire résidentiel	Annuaire professionnel	Annuaire international	Annuaire inversé	Mise en relation		
118 000	Telegate France	X	X	X	X	X	www.118000.fr	serviceclient@118000.fr 0 800 118 000 (appel gratuit depuis un fixe)
118 007	PagesJaunes	X	X	X	X	X	www.118007.fr	contact@118007.fr
118 008	PagesJaunes	X	X	X	X	X	www.118008.fr	contact118008@pagesjaunes.fr
118 012	L'Annuaire Universel	X	X	X	X	X	www.118012.fr	serviceclient@118012.fr
118 018	Telenet Hosting	X	X	X	X	X	-	serviceclient@telenet-hosting.com