

***Le message diffusé sur les anciens  
numéros de services de renseignements  
après le 3 avril 2006***

---

***Fichier de réponses***

31 Janvier – 13 Février 2006

**Nom du contributeur : Conduit (118500)**



## **Table des matières**

|                                            |   |
|--------------------------------------------|---|
| Informations pratiques                     | 1 |
| 1. L'annonce d'accueil                     | 2 |
| 2. L'énoncé d'une liste de numéros         | 3 |
| <i>Sur le principe</i>                     | 3 |
| <i>Sur les modalités de mise en oeuvre</i> | 7 |
| 3. Le message délivré avant le 3 avril     | 9 |

---

### **Informations pratiques**

L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) met en consultation le présent document sur le contenu du message diffusé sur les anciens numéros de services de renseignements après leur fermeture, au plus tard le 3 avril 2006. Il est téléchargeable sur le site de l'Autorité.

Les contributions à la présente consultation publique devront parvenir à l'Autorité le **13 février 2006**. Ces contributions pourront être transmises de préférence par courriel à [AC118XYZ@arcep.fr](mailto:AC118XYZ@arcep.fr) ou par courrier à l'adresse suivante :

A l'attention de Jérôme Rousseau  
Chef du service Opérateurs et Régulation des ressources rares  
Autorité de régulation des télécommunications  
7, square Max Hymans  
75015 Paris

L'Autorité souhaite publier intégralement les contributions qu'elle aura reçues sur le site Internet de l'Autorité.

Toutes informations complémentaires ou questions sur le document de consultation pourront être obtenues auprès de :

Bertrand Pailhès  
Unité opérateurs et planification  
Service Opérateurs et Régulation des ressources rares  
Mail : [bertrand.pailhes@arcep.fr](mailto:bertrand.pailhes@arcep.fr)  
Tel : 01.40.47.71.28  
Fax : 01.40.47.71.97

## 1. L'annonce d'accueil

### Gratuité du message diffusé sur les numéros de renseignements historiques :

- Il est indispensable que le tout message diffusé sur le 12, 612, 712, 222, 3200, 3211 et 3912 soit gratuit au consommateur.
- Le message doit être toujours et entièrement gratuit, y compris si l'appel est émis depuis un téléphone mobile
- Cette gratuité devra être indiquée aux consommateurs à la fin du message

|                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>(I) Estimez-vous nécessaire que l'annonce d'accueil cite les numéros de services d'urgence ?</b></p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Non, l'annonce d'accueil ne devrait surtout pas citer les numéros de services d'urgence :

#### **A) Clarté du message**

L'objectif du message sur le 12 (et tout autre ancien numéro) doit être tout simplement :

- Communiquer au consommateur (qui vient de composer un des anciens numéros) que le service de renseignements n'est plus disponible sur ce numéro
- Suggérer au consommateur d'autre(s) numéro(s) ou un tel service est disponible, de telle façon qu'il/elle puisse composer ce numéro et avoir l'information souhaitée sur place.

Cette mission claire et simple (d'informer les consommateurs sur les nouveaux numéros des services de renseignements téléphoniques) risque d'être compromise par l'introduction d'informations supplémentaires dans le message.

#### **B) Longueur du message**

Pourtant l'inclusion de numéros d'urgence aurait l'effet de rendre le message trop long : Il est essentiel que la durée du message qui sera diffusé sur le 12, 612, 712, 222, 3200, 3211 et 3912 soit environs 30 secondes, et en tout cas inférieure à une minute.

#### **C) Comment aider aux personnes en situation de détresse**

Une personne en situation de détresse compose actuellement soit un des numéros d'urgence qu'elle connaît, soit celui du service de renseignement de son opérateur afin d'obtenir le numéro du service d'urgence correspondant exactement à sa situation. L'essentiel est qu'une personne en situation de détresse puisse connaître, le plus rapidement possible, un numéro de service de renseignements (un numéro 118XYZ), pour qu'il/elle puisse obtenir le numéro d'urgence qui correspond à la situation donnée.

Nous notons que la liste complète des numéros d'urgence en France en comprend environ près d'un millier. La notoriété actuelle des six numéros d'urgence proposés par l'ARCEP - le « 112 » [numéro d'urgence européen], le « 18 » [pompiers], le « 15 » [samu], le « 17 » [police], le « 115 » [samu social] et « 119 » [enfance maltraitée] n'est pas toujours supérieure à celle des numéros du « SOS Femmes battues », « SOS suicide » ou « Gaz de France – dépannage d'urgence » - qui n'ont pas été inclus. Donc, si l'on prend la décision de citer des numéros d'urgence, comment décider dans ce cas quels numéros devraient être cités ?

À notre sens, la diffusion d'un ou plusieurs numéros d'urgence n'améliorera en aucune manière la situation actuelle mais présentera l'inconvénient d'alourdir le message et d'augmenter le risque de confusion entre le numéro d'urgence et les nouveaux numéros 118XYZ.

Une personne en situation de détresse pourra obtenir l'information dont il/elle a besoin d'autant plus facilement qu'un numéro au format 118XYZ lui sera rapidement communiqué dans le message diffusé sur les anciens numéros « 12 », « 712 », « 222 » et « 612 ».

#### **D) Risque sérieux d'engorger les services d'urgence avec appels parasites**

Il est très probable qu'à l'occasion du changement du plan de numérotation, un grand nombre de personnes qui ne seraient pas en situation d'urgence confonde les numéros d'urgence (qui leurs seraient communiqués sur le message d'accueil) avec les numéros 118XYZ. Cette situation engendrerait inévitablement une augmentation considérable des appels parasites aux services d'urgence qui pourraient ne plus être en mesure d'assurer leur mission avec efficacité. Ce risque ne peut être négligé.

#### **E) Aucun autre pays européen avant ouvert les numéros 118XYZ a cité les numéros de service d'urgence dans son message neutre**

Tous les pays ayant envisagé de diffuser un ou plusieurs numéros d'urgence dans le message d'information sur l'ouverture des numéros 118XYZ ont renoncé à les communiquer à cette occasion.

|                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>(2) La citation de numéros d'urgence dans l'annonce d'accueil doit-elle être systématique ou à la demande de l'appelant (par exemple en tapant « 1 ») ?</b></p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Les numéros d'urgence **ne doivent surtout pas être inclus** dans l'annonce d'accueil - ni systématiquement, ni à la demande de l'appelant.

|                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>(3) Quel(s) numéro(s) d'urgence conviendrait-il de citer dans le message qui sera diffusé sur les numéros fermés ?</b></p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Il ne conviendrait pas de citer **aucun des numéros d'urgence** dans le message qui sera diffusé sur les numéros fermés.

## **2. L'énoncé d'une liste de numéros**

### **Sur le principe**

#### **A) Principe intangible de respect du consommateur**

Rendre le consommateur premier bénéficiaire de l'ouverture des marchés est la première mission confiée par le législateur à l'ARCEP.

L'Autorité ne saurait entériner les agissements de certains opérateurs ou éditeurs de services de renseignements qui considèrent que l'information du consommateur doit être limitée à la publicité.

### **B) Principe intangible de non discrimination**

L'ARCEP devra fixer avec la plus grande précision, le contenu du message qui sera obligatoirement diffusé aux personnes composant les anciens numéros « 12 », « 712 », « 222 » et « 612 ».

Ce message devra être diffusé de manière strictement identique par chacun des acteurs.

Toute renonciation de l'ARCEP à imposer avec la plus grande fermeté son autorité inciterait certains opérateurs ou éditeurs de services de renseignements à « interpréter » les positions du régulateur et du Conseil de la Concurrence à leur unique profit et au détriment des consommateurs et du marché.

Ce risque est en fait une certitude au vu des agissements des deux opérateurs de mobile SFR et BOUYGUES TELECOM qui n'hésitent pas à recommander un service 118XYZ spécifique à ses clients - même que telle promotion ait été interdite par l'ARCEP.

**(4) Quels sont selon vous les avantages et les inconvénients de la mise en place d'un « carrousel » ? Quelles en sont les contraintes de faisabilité ?**

### **Le « carrousel » est le meilleur support d'information pour les consommateurs**

L'expérience dans d'autres marchés européens qui ont libéralisé les services de renseignements sur les numéros nouveaux 118XYZ montre que – malgré toute activité publicitaire avant la date de la fermeture du numéro historique – la majorité des consommateurs vont continuer composer les numéros historiques (en particulier le « 12 ») après le 3 avril.

Donc on peut dire que - à partir du 3 avril, et pendant au moins une année - de nombreux consommateurs souhaitant accéder à un service de renseignement seront dans l'une des situations suivantes :

- aucun numéro 118XYZ mémorisé avec certitude
- confusion après avoir été exposé à de nombreuses publicités plus ou moins bien assimilées
- souhait de connaître d'autres numéros que ceux auxquels il (elle) a été exposé(e) suite aux campagnes de publicité
- désire d'essayer les services d'autres numéros 118XYZ que ceux auxquels il (elle) a déjà fait appel

Le carrousel est l'outil parfait pour donner à ce groupe de consommateurs l'information dont il a besoin :

- Le message est diffusé auprès des consommateurs de services de renseignements téléphoniques (alors groupe cible idéal pour le « carrousel »)
- Le « carrousel » est le support qui permet au consommateur de découvrir l'existence d'une diversité d'éditeurs de services de renseignements téléphoniques.
- Le « carrousel » permet au consommateur de tester plusieurs numéros avant de faire son choix
- Un « carrousel » diffusant les informations sur le service de chaque éditeur permet au consommateur de faire son choix en étant parfaitement informé

### **Le « carrousel » aidera à maintenir la stabilité du marché des services de renseignements**

La stabilité du marché impose que le message qui sera diffusé lorsque les consommateurs composeront un des anciens numéros « 12 », « 712 », « 222 » et « 612 » propose un ou plusieurs numéros 118XYZ de telle sorte que le consommateur puisse obtenir un accès quasi-immédiat à un service de renseignement, raison première de son appel initial.

En revanche, un effondrement du nombre d'appels n'est pas à exclure si les consommateurs se trouvent désemparés lorsqu'ils composeront un des anciens numéros « 12 », « 712 », « 222 » et « 612 ».

L'ARCEP a pris plusieurs décisions imposant aux nouveaux éditeurs de nombreuses contraintes visant à assurer une qualité de service maximum ; celle-ci sera rapidement atteinte par la plupart des opérateurs. Le spectre d'une baisse de qualité des services de renseignements liée à l'ouverture du marché sera évité.

Si aucun numéro 118XYZ n'était proposé dans le message, de nombreux appels aux services de renseignements disparaîtraient rapidement et définitivement comme ce fut le cas dans d'autres pays européens n'ayant pas mis en place un système efficace de « carrousel ».

### **Il n'existe pas de vraies contraintes de faisabilité**

Tous les opérateurs dont les services de renseignements sont accessibles en composant « 12 », « 712 », « 222 » et « 612 » disposent de serveurs vocaux sophistiqués et n'auront aucune difficulté technique à mettre en œuvre un système de « carrousel » le 3 avril 2006.

Pourtant la mise en œuvre peut être réalisée dans les délais les plus rapides : en Espagne l'opérateur Telefónica n'a mis que deux semaines après la date de la décision de la CMT pour introduire un carrousel très efficace.

### **Inconvénients de la mise en place d'un carrousel**

Un système de « carrousel » sera préjudiciable seulement aux éditeurs de service de renseignements ayant basé l'intégralité de leur stratégie sur l'importance des budgets de publicité au détriment de la qualité de service et de tarifs raisonnables.

Pour le consommateur il n'y aura pas d'inconvénients.

**(5) Pensez-vous opportun que soit prévue une obligation de mise en œuvre d'un système de « carrousel » ? A quel type d'information le message entendu par un utilisateur composant un ancien numéro après la fin de la période de transition doit-il alors obligatoirement donner accès ? :**

**A une liste de numéros 118XYZ énoncée de manière systématique et sans que l'appelant ait besoin de raccrocher ?**

**A une liste de numéros 118XYZ, sans raccrocher mais à la demande, par exemple en tapant le « 2 » ?**

**Avez-vous d'autres propositions ?**

### **La mise en œuvre d'un système de « carrousel » doit être obligatoire**

Une décision de l'ARCEP, claire et précise, imposant aux opérateurs la mise en place du message automatique de type « carrousel » est, à notre sens, la seule possibilité s'offrant à l'Autorité.

Cette décision devrait être assortie de pénalités lourdes pour tout opérateur ou éditeur de services de renseignement ne se conformant pas dans les délais à la décision de l'ARCEP.

Toute renonciation de l'ARCEP à imposer avec la plus grande fermeté son autorité inciterait certains opérateurs ou éditeurs de services de renseignement à « interpréter » les positions du régulateur et du Conseil de la Concurrence à leur unique profit et au détriment des consommateurs et du marché.

Rendre le consommateur premier bénéficiaire de l'ouverture des marchés est la première mission confiée par le législateur à l'ARCEP.

L'Autorité ne saurait entériner les agissements de certains opérateurs ou éditeurs de services de renseignements qui considèrent que l'information du consommateur doit être limitée à la publicité.

### **Contenu du message devra être fixé par l'ARCEP**

L'ARCEP devra fixer avec la plus grande précision le contenu du message qui sera obligatoirement diffusé aux personnes composant les anciens numéros « 12 », « 712 », « 222 » et « 612 ». Ce message devra être diffusé de manière strictement identique par chacun des acteurs.

Toute renonciation de l'ARCEP à imposer avec la plus grande fermeté son autorité inciterait certains opérateurs ou éditeurs de services de renseignements à « interpréter » les positions du régulateur et du Conseil de la Concurrence à leur unique profit et au détriment des consommateurs et du marché.

Ce risque est en fait une certitude au vu des agissements des deux opérateurs de mobile SFR et BOUYGUES TELECOM qui n'hésitent pas à recommander un service 118XYZ spécifique à ses clients - même que telle promotion ait été interdite par l'ARCEP.

### **Type d'information contenue dans le message**

Le message qui sera diffusé devra informer l'appelant, de manière simple, claire et précise du remplacement définitif des anciens numéros par de nouveaux à trois chiffres précédés du préfixe « 118 ».

La phrase suivante devrait proposer un seul numéro 118XYZ qui devrait être choisi de manière aléatoire et équiprobable. Ce numéro doit être proposé sans que l'appelant ait besoin de raccrocher (sans obligation de « taper le 1 » ou « taper le 2 »).

Conditionner l'énoncé de cette liste à l'obligation de taper une touche, quelle qu'elle soit, reviendrait à imposer une contrainte à l'appelant sans aucun bénéfice pour lui.

Tous les opérateurs dont les services de renseignements sont accessibles en composant « 12 », « 712 », « 222 » et « 612 » disposent de serveurs vocaux sophistiqués et n'auront aucune difficulté technique à mettre en œuvre un système de « carrousel » le 3 avril 2006.

Bien évidemment, le renvoi du consommateur vers un autre numéro où seraient lus les numéros 118XYZ ou au site Internet de l'ARCEP ajouterait une contrainte supplémentaire et inutile à l'appelant ; ce système est à proscrire.

Sur les modalités de mise en œuvre

**(6) Quel est le périmètre des numéros 118XYZ qui devrait être pris en compte comme base des numéros susceptibles d'être cités ? Comment cette base de numéros pourrait-elle être constituée ?**

- Seuls les numéros en service le 3 avril 2006 et ayant été attribués au minimum 60 jours avant le 3 avril pourraient être cités. Cette mesure permettrait d'éviter le risque de voir apparaître sur le « carrousel » des éditeurs limitant leur stratégie commerciale à « l'effet d'aubaine » que certains associent à tort à l'instauration d'un système annonçant les numéros de tous les éditeurs sans discrimination.
- Dans le cas où un numéro viendrait à être accessible postérieurement au 3 avril, le délai d'insertion dans le « carrousel » ne devrait pas dépasser le prochain slot établi par chaque opérateur pour l'inclusion des nouveaux numéros 118XYZ. Ces slots auront lieu tous les 7 jours pendant les 4 semaines initiales du carrousel, et tous les 30 jours après.
- C'est l'ARCEP qui décidera si un numéro 118XYZ est accessible et susceptible d'être cité sur le carrousel.
- Le « carrousel » devrait être limité à un seul numéro par société. Si un éditeur dispose de nombreux numéros 118XYZ (plus d'un numéro 118XYZ), le numéro dont le prix pour un appel de durée 60 secondes est le plus bas sera cité sur le « carrousel ». Cette mesure aura l'effet de protéger le consommateur contre le risque (déjà négligeable) de tomber sur un service 118XYZ à prix élevé.
- La forme vocale, en mots, de la citation du numéro sur le message suivra la préférence de l'éditeur / titulaire de ce numéro. Par exemple, le numéro 118500 peut être cité comme : « cent dix huit cinq cent » ou bien comme « cent dix huit cinq zéro zéro » selon la préférence explicite de son titulaire, qui devrait être exprimée à l'ARCEP.



**(7) Combien de numéros conviendrait-il de citer: trois, cinq, toute la liste ?**

Un seul numéro suffit. Ce numéro devrait être choisi de manière aléatoire et équiprobable.

Une liste de numéros (même deux ou trois numéros) entraînerait un risque de confusion pour le consommateur qui ne les retiendrait pas et hésiterait à raccrocher.

**(8) Faudrait-il citer systématiquement le numéro fourni au titre de la deuxième composante du service universel ? Si oui, faudrait-il le signaler en tant que tel ?**

**Absolument pas.**

Citer un numéro particulier, quel qu'il soit, contreviendrait à la décision de l'ARCEP imposant une stricte neutralité dans le message qui sera diffusé.

Citer le numéro fourni au titre de la deuxième composante du service universel risque de simplement « transformer » le quasi-monopole historique (dont le France Telecom a profité sur l'ancien marché du 12) et de le renforcer de nouveau sur le nouveau marché des 118XYZ.

**(9) Outre le numéro, faudrait-il indiquer le nom du fournisseur de service dans l'énoncé de la liste ? Quelles autres informations mentionner ? Selon quelles modalités ?**

Le message doit être simple, clair et sa durée doit être la moindre possible (en tout cas inférieure à une minute).

**Nom d'éditeur – pas nécessaire**

La tâche de communiquer le nom de l'éditeur au consommateur ne devrait pas, à notre sens, faire partie de l'objectif du message « carrousel »

La priorité du message « carrousel » doit être la diffusion des numéros 118XYZ concrets et spécifiques aux consommateurs. La diffusion en parallèle des noms de leurs éditeurs pourrait distraire les consommateurs et les empêcher de mémoriser ces numéros. Un message comprenant des informations trop détaillées risque d'avoir d'effet que le consommateur oubliera le numéro 118XYZ qui vient d'être énoncé.

Si le consommateur souhaite connaître le nom de l'éditeur, il existe d'autres moyens de se laisser informer sur ce sujet.

**Prix – pas nécessaire**

Les paramètres du prix pour les appels aux services de renseignements téléphoniques en France ont été établis et fixés par France Telecom et les opérateurs mobiles au moyen de paliers tarifaires très étroits et définis – ce qui signifie que, de vue consommateur, le prix pour un appel à chaque numéro 118XYZ sera raisonnable et comparable avec le prix actuel pour appeler le 12.

**(10) Quelles autres remarques générales pouvez-vous faire sur ce sujet ?**

Un système de « carrousel » permet de répondre à une double exigence :

- aider le consommateur dans ses choix grâce à un message clair, simple et complet
- pérenniser le marché des services de renseignements en France, en évitant les risques d'effondrement

Le système de « carrousel » introduit en Espagne en avril 2002 a très bien réussi dans son objectif d'informer les consommateurs espagnols sur l'existence des numéros 118XY après la fermeture du numéro historique 1003. Malheureusement en Espagne la qualité des données fournies par le Telefonica aux éditeurs n'était pas suffisante à l'époque pour qu'un service de renseignements de haute qualité puisse être fourni par les nouveaux éditeurs, et le Telefonica continue à être dominant dans le marché des services de renseignements en Espagne.

Toutefois nous espérons bien qu'une telle situation quant à la qualité des données n'existe pas en France – et alors que le « carrousel » aura l'effet pro-concurrence et pro-consommateur que l'on souhaiterait.

**3. Le message délivré avant le 3 avril**

**(11) La mise en œuvre d'un tel message automatique avant le 3 avril 2006 présente-t-elle des contraintes de faisabilité ?**

Tous les opérateurs dont les services de renseignements sont accessibles en composant « 12 », « 712 », « 222 » et « 612 » disposent de serveurs vocaux sophistiqués et n'auront aucune difficulté technique à mettre en œuvre un système de « carrousel » le 3 avril 2006.

Cependant toutes informations communiquées par les éditeurs avant le 3 avril doivent respecter les règles de neutralité fixées par l'ARCEP et le Conseil de la Concurrence.

A notre avis il serait trop difficile pour l'ARCEP d'assurer qu'un message diffusé automatiquement sur les anciens numéros avant le 3 avril respecte ces règles de neutralité. Donc nous ne croyons pas qu'un tel message devrait être adopté.

Il vaudrait mieux que tous les acteurs – y compris l'ARCEP – concentrent nos attentions sur la mise en œuvre efficace du « carrousel » après le 3 avril.

**(12) Quelles modalités obligatoires de mise en œuvre d'un tel message automatique doivent selon vous être prévues ?**

À notre sens aucun message automatique ne devrait être mis en œuvre avant le 3 avril.