

Consultation de l'ARCEP relative au message diffusé sur les anciens services de renseignements téléphoniques après le 3 avril 2006

Réponse de France Télécom

A titre liminaire, France Télécom souhaite préciser qu'elle souscrit à l'initiative de l'Autorité visant à consulter les différents acteurs afin de définir les modalités de mise en oeuvre du message vocal qui sera diffusé sur tous les numéros des renseignements téléphoniques fermés à partir du 3 avril 2006.

France Télécom approuve la démarche d'harmonisation engagée par l'Autorité.

France Télécom entend tout d'abord rappeler que les appelants au « 12 » depuis un réseau fixe continueront d'associer le contenu du message qu'ils entendront à un service de France Télécom. En conséquence, **le message retenu se doit de ne pas porter atteinte à l'image de France Télécom et de préserver la neutralité que l'ARCEP a légitimement promue** dans sa décision n° 05-0063 du 27 janvier 2005.

France Télécom estime également nécessaire, ainsi que l'ARCEP tend à le préconiser, que les opérateurs de numéros fermés au 3 avril soient conduits à respecter une solution équivalente, permettant de répondre tant au souci d'une promotion générique des 118XYZ, que celui de garantir la qualité des services de renseignements.

A ce titre, un système de type « carrousel » est inopportun, et son délai de mise en œuvre est incompatible avec le calendrier de fermeture du « 12 » au 3 avril

Au regard des enjeux pour le secteur autant que pour le consommateur, France Télécom regrette que la consultation soit réalisée si tardivement, d'autant que l'Autorité envisage apparemment d'« imposer » aux opérateurs la mise en place d'un système de type « carrousel » permettant d'énoncer de façon aléatoire et équiprobable un ou plusieurs numéros de type 118XYZ lors d'un appel sur un numéro fermé.

France Télécom ne peut que s'étonner de voir la mise en œuvre d'un « carrousel » évoquée à moins de deux mois de la fermeture du « 12 ». Ce sujet n'a pas été évoqué depuis la consultation menée par l'Autorité en juillet 2004 ; elle implique des développements beaucoup plus importants que ne le laisse envisager les termes du dispositif réglementaire établi par l'ARCEP dans sa décision n° 05-0063 du 27 janvier 2005.

France Télécom est de plus convaincue qu'**un système de « carrousel » ne présente aucun avantage pour le consommateur**, et qu'il ne pourrait que **nuire au développement du marché par une concurrence par les mérites**.

En outre, pour les opérateurs ne disposant pas déjà d'une solution technique dans leur réseau, il paraît extrêmement difficile de trouver une alternative ou d'effectuer les développements nécessaires à la mise en œuvre d'un tel système à moins de deux mois de l'échéance.

La gratuité totale de l'accès aux numéros fermés ne saurait être imposée par l'Autorité.

En outre, dans sa consultation, l'Autorité part du postulat que l'annonce d'accueil doit être gratuite. France Télécom note que :

- Il semble bien entendu légitime que le consommateur ne paye pas la valeur d'un service qui ne serait plus rendu (cas d'un message neutre sans information explicite sur les 118 ouverts) – il appartient sans conteste à l'Autorité de veiller à ce qu'aucun abus ne soit commis en la matière.
- Les opérateurs de boucle locale devraient au moins pouvoir recouvrer les coûts d'acheminements dans leur réseau à hauteur d'un tarif local. France Télécom tient à cet égard à rappeler que :
 - Le principe de la gratuité n'avait pas été retenu par l'ARCEP dans sa décision n°05-0063 ;
 - Au contraire des dispositions prises par le législateur pour imposer une telle gratuité en matière d'acheminement des appels d'urgence à l'article L.33-1 du code des postes et communications électroniques¹, aucune disposition d'ordre public, ne justifie ici que les opérateurs concernés, et plus spécifiquement France Télécom - dont le « 12 » devrait drainer encore au départ des réseaux fixe pendant de nombreux mois un volume significatif d'appels assure sans aucune contrepartie l'acheminement des appels vers le message d'information. Une telle décision ferait peser de manière plus certaine sur France Télécom une charge totalement induue, dont les fondements réglementaires pourraient apparaître des plus fragiles.

¹ « L'établissement et l'exploitation des réseaux ouverts au public et la fourniture au public de services de communications électroniques sont soumis au respect de règles portant sur :
(...) f) L'acheminement gratuit des appels d'urgence. A ce titre, les opérateurs sont tenus d'assurer l'accès gratuit des services d'urgence à l'information relative à la localisation de l'équipement du terminal de l'utilisateur, dans la mesure où cette information est disponible ; ».

1. L'annonce d'accueil

(1) Estimez-vous nécessaire que l'annonce d'accueil cite les numéros de services d'urgence ?

Un certain nombre d'appels vers les services de renseignements téléphoniques est effectué par des personnes souhaitant contacter les services d'urgence. Une étude récente réalisée par France Télécom sur un échantillon d'appels montre que lors de certaines périodes et notamment **la nuit et le week-end, jusqu'à 3% des appels vers le 12 sont liés à des demandes d'informations sur les numéros des services d'urgence.**

Ainsi France Télécom estime que compte tenu du caractère extrêmement sensible des informations fournies sur les numéros des services d'urgence, il convient de préserver au mieux l'intérêt des consommateurs en leur permettant d'accéder de façon simple et rapide à la liste des numéros des services d'urgence. L'annonce d'accueil annonçant la fermeture des anciens numéros de services de renseignements téléphoniques à partir du 3 avril 2006 pourrait par conséquent fournir également la liste des numéros d'urgence.

(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 ») ?

France Télécom estime important que le message diffusé sur les anciens numéros de services de renseignements téléphoniques à compter du 3 avril 2006 soit le plus court et le plus synthétique possible et fournisse des informations claires et concises permettant aux utilisateurs de comprendre rapidement que le numéro composé est fermé et que les services de renseignements téléphoniques sont désormais accessibles par des numéros à 6 chiffres commençant par 118.

L'information relative aux numéros d'urgence présente cependant un caractère vital pour certaines personnes, **il serait par conséquent souhaitable que la diffusion des numéros d'urgence les plus demandés soit systématique.** Par ailleurs, la diffusion d'une information sur demande explicite de l'appelant n'est pas conseillée pour les numéros d'urgence, car seules les personnes disposant d'un téléphone compatible avec le mode fréquence vocale, et ayant la présence d'esprit de l'utiliser dans une situation d'urgence pourraient avoir accès aux informations.

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

Il existe aujourd'hui 6 numéros d'urgence en France dont la liste a été rappelée par l'Autorité :

- 112 : Numéro d'urgence européen

- 18 : Pompiers
- 15 : SAMU
- 17 : Police
- 115 : SAMU social
- 119 : Enfance Maltraitée.

L'étude réalisée par France Télécom sur un échantillon d'appels vers les services de renseignements téléphoniques montre que les demandes d'informations sur les services d'urgence concernent principalement les numéros 17, 18 et 15 et se répartissent de la façon suivante : **Le 17 est le numéro le plus demandé avec 75% des demandes**, le 15 et le 18 se partageant les autres demandes. Les appels concernant le 112, 115 et 119 restent anecdotiques.

Au vu des résultats de l'analyse menée par France Télécom, il paraît souhaitable de ne citer que les 3 numéros d'urgence pour lesquels les demandes de renseignements sont les plus fréquentes, **17, le 18 et le 15**, afin que le message reste compréhensible par l'ensemble des utilisateurs.

2. L'énoncé d'une liste de numéros

Sur le principe

(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 ?

France Télécom estime qu'un « carrousel » qui listerait un ou plusieurs nouveaux numéros 118XYZ et permettrait une éventuelle mise en relation vers ces numéros, loin d'apporter un bénéfice pour les consommateurs, est susceptible de **créer une grande confusion**, et donc de **freiner le développement du marché** des services de renseignements téléphoniques et d'**entraver le développement d'une concurrence par les mérites**.

Confusion du consommateur sur la qualité de service et les tarifs

Dans son questionnaire, l'Autorité mentionne un « carrousel » devant donner de façon aléatoire et équiprobable un ou plusieurs numéros de services de renseignements téléphoniques commençant par 118. Ce mécanisme ne tiendra bien évidemment pas compte de la qualité du service proposée par le fournisseur, certains appels pourraient ainsi être redirigés vers des services de renseignements téléphoniques de qualité médiocre ou avec une tarification élevée.

Les utilisateurs attendent une qualité de service au moins équivalente à celle proposée par France Télécom sur son service de renseignements téléphoniques actuel. Par conséquent, si certains fournisseurs titulaires d'un numéro 118XYZ ne répondent pas aux mêmes exigences de qualité de service, l'effet risque d'être particulièrement néfaste pour l'ensemble du secteur qui perdrait une partie de sa crédibilité si les numéros de ces fournisseurs sont explicitement cités et conseillés lors d'un appel vers un ancien numéro.

France Télécom est particulièrement sensible à cette question car **il est patent qu'une solution associant des services de mauvaise qualité, ou présentant une tarification particulièrement élevée pourrait léser durablement l'image** de ses propres services de renseignements, et de manière plus générale **des services de France Télécom**. Dans l'hypothèse où en composant le « 12 » numéro directement associé à France Télécom, ses clients se verraient de facto dirigés vers des numéros 118XYZ n'offrant pas une qualité de service minimum ou appartenant à des fournisseurs souhaitant profiter de la période de transition pour capter une partie des appels sans effectuer les investissements indispensables pour rendre un service de qualité, le consommateur ferait un lien quasi-mécanique entre le service incriminé et France Télécom, le cas échéant en se retournant vers les services commerciaux de France Télécom qui devraient faire face à un afflux de retours négatifs dont le coût en ressources et en image ne peut être minimisé.

A titre d'illustration, une étude effectuée par TNS Sofres en août 2004 montre que *parmi les personnes interrogées qui souhaitent obtenir un message en composant le « 12 », une majorité attend le numéro du service de renseignements de France Télécom, à l'exclusion de toute autre*. Par conséquent diffuser toute information depuis le « 12 » sur un service tiers n'est pas souhaitable car engendrera une confusion et une déception pour le consommateur qui aura la conviction d'accéder à un service de France Télécom.

Si le service ne lui donne pas satisfaction, le client se retournera vers France Télécom qui subira les conséquences directes sur son image.

La seule solution neutre consisterait à citer de façon exhaustive tous les numéros 118XYZ.

L'Autorité précise dans sa décision n°05-0063, que le message diffusé sur les anciens numéros de services de renseignements téléphoniques devra respecter le principe de neutralité et de non discrimination.

Des études montrent que plus de la moitié des clients qui appellent les services de renseignements téléphoniques sont des utilisateurs occasionnels et effectuent moins de deux appels par trimestre vers les services des renseignements téléphoniques, par conséquent **la seule solution neutre et équitable**, si un carrousel devait être privilégié, serait de **citer la totalité des numéros de 118XYZ** afin de permettre au consommateur de prendre connaissance de l'ensemble des offres disponibles sur le marché des renseignements téléphoniques.

Pour autant une telle solution n'est pas viable vu des consommateurs et présente plusieurs inconvénients rédhibitoires :

- Elle suppose que l'on fournisse au consommateur une **information claire et exhaustive sur le tarif et la nature des prestations proposées**. La fourniture de ces informations apparaît en effet absolument indispensable au regard de la demande expresse de la DGCCRF qui a récemment envoyé un courrier aux opérateurs disposant de numéros de type 118XYZ en leur demandant de respecter scrupuleusement les dispositions du code de la consommation et tout particulièrement les règles relatives à l'information tarifaire. Il est ainsi précisé que « *l'information sur le prix doit figurer, de manière claire et explicite sur tous les supports de communication mentionnant un numéro de type 118XYZ.* ».

- Cette information devrait en outre comporter **les tarifs des nouveaux 118 depuis chacune des boucles locales (fixes et mobiles) où il est ouvert**. A titre d'illustration il convient de noter :
 - Que la décision ARCEP n° 05-0061 précise que « *l'Autorité recommande que les numéros de la forme 1118XYZ soient accessibles depuis tous les réseaux* » ;
 - Qu'une ordonnance du Tribunal de commerce de Paris en date du 6 février 2005, a considéré comme parasitaire et créant un trouble manifestement illicite le fait pour l'un des concurrents de France Télécom de n'indiquer le tarif d'accès à son 118XYZ que « *depuis un poste fixe France Télécom* » sans indiquer que ce tarif était éligible à d'autres boucles locales fixes, ni indiquer des tarifs différenciés existant depuis d'autres boucles locales fixes et mobiles.
- En outre, le **format vocal ne permettra pas de diffuser une information sur le périmètre des services proposés**, information pourtant essentielle afin de permettre au client de choisir son service de renseignements téléphoniques. Tous les numéros 118XYZ ne proposent pas les mêmes prestations (reconnaissance vocale – géolocalisation – annuaire inversé – annuaire international...) et ne citer aucune information sur les services reviendrait à considérer que tous les numéros 118XYZ sont strictement équivalents et priverait le consommateur de la faculté de choisir son service renseignements téléphoniques en fonction des prestations proposées.
- A cet égard, France Télécom rappelle que dans son arrêt du 25 juin 2004 le Conseil d'État a justifié sa décision d'enjoindre l'Autorité s'ouvrir un format de numéro équivalent pour l'ensemble des services de renseignements « *au regard des gains attendus, en termes de prix, de qualité et de diversité des services de renseignements offerts, d'une concurrence sur le marché des services de renseignements téléphoniques* ». Un carrousel qui ne ferait aucunement apparaître les différences de services et de prix qui leur sont liés méconnaîtrait les objectifs mêmes qui ont conduit à l'ouverture d'un format 118XYZ.
- Elle ne respecte pas totalement le principe de neutralité car l'ordre de citation des numéros 118XYZ influera incontestablement sur le choix du client qui n'accordera d'attention qu'aux services cités au début de la liste.

Il semble évident que le format vocal n'est absolument pas adapté à la fourniture d'une information claire, lisible et neutre qui permettrait au consommateur de choisir en connaissance de cause.

Enfin, dans la mesure où chacun des acteurs (un vingtaine de fournisseur de service de renseignement, une dizaine d'opérateurs de boucle locale au minimum) dispose d'une certaine liberté pour fixer librement ses prix et devrait en informer chacun des six opérateurs de services de renseignements fermés au 3 avril, la mise en œuvre opérationnelle d'un tel carrousel suppose la mise en place d'un **processus de mise à jour particulièrement complexe** et une **clarification de la responsabilité des acteurs** en cas de diffusion d'une information erronée qui ne manquera pas générer de nombreux contentieux sans bénéfice particulier pour le consommateur.

Le carrousel ne favorise pas une concurrence équitable et loyale

France Télécom estime préférable de ne pas orienter le consommateur vers un numéro 118XYZ particulier en cas d'appel vers un numéro fermé et de le laisser choisir librement son service de renseignements téléphoniques. Chaque fournisseur possédant un numéro 118XYZ doit ainsi développer seul la notoriété de son service en utilisant les modes de communication de son choix. La mise en place d'un carrousel n'est pas équitable car tous les fournisseurs de renseignements téléphoniques, **y compris ceux n'ayant réalisé aucun investissement ou proposant des services chers ou de mauvaise qualité, capteraient indifféremment une partie des appels** et dégraderaient ispo-facto la perception que les consommateurs auraient du marché, **pénalisant ainsi les seuls acteurs qui ont investi.**

La mise en place d'un « carrousel » par l'ARCEP ne pourrait par conséquent qu'aller à l'encontre de la mission de l'Autorité fixée par le législateur par l'article L32-1 du code des postes et communications électroniques qui lui impose de veiller *« À l'exercice au bénéfice des utilisateurs d'une concurrence effective et loyale entre les exploitants de réseau et les fournisseurs de services de communications électroniques »*.

Les consommateurs connaissent déjà des numéros commençant par 118

Au vu du développement de la notoriété des services de renseignements téléphoniques il ne semble pas indispensable d'énoncer les numéros 118XYZ sur les numéros fermés car une enquête menée par l'institut de sondage TNS SOFRES en décembre 2005 montre que **près de 80% des Français connaissent au moins un numéro de renseignement téléphonique commençant par 118**, et ce seulement un mois après l'ouverture des renseignements téléphoniques à la concurrence en novembre 2005.

Les fournisseurs de renseignements téléphoniques vont très probablement accentuer leurs efforts de communication dans les prochains mois ce qui contribuera à développer davantage la notoriété des numéros 118XYZ. Lors de la fermeture définitive des anciens numéros le 3 avril 2006, l'immense majorité des consommateurs connaîtra ainsi au moins un numéro commençant par 118.

Un effondrement du marché dans les pays ayant mis en œuvre un carrousel

Lors de l'ouverture à la concurrence du marché des services de renseignements téléphoniques, certains pays européens ont mis en place des carrousels ce qui conduit à une forte confusion pour les utilisateurs de tels services et à un effondrement du marché.

Au Royaume Uni et en Espagne, qui ont mis en œuvre le mécanisme du carrousel, les appels ont chuté de 45% à 50% lors de l'ouverture du marché.

On constate que la dégradation des appels est moindre dans les pays ayant retenu le principe d'un message synthétique et neutre.

La mise en œuvre d'un « carrousel » est complexe et requiert des délais de mise en œuvre incompatibles avec le calendrier de fermeture du 12.

France Télécom souhaite attirer l'attention de l'Autorité sur les contraintes techniques liées à la mise en place d'un carrousel.

France Télécom ne dispose actuellement d'aucune plateforme de service lui permettant de diffuser de façon aléatoire un message vocal. La mise en oeuvre d'un tel dispositif, susceptible de supporter une charge de plusieurs dizaines de millions d'appel par mois, n'a jamais été étudiée et ne semble pas réalisable avec les équipements et plateformes déployés dans le réseau de France Télécom. En tout état de cause, il faudrait prévoir des développements longs et complexes qui n'ont jamais été demandés par l'Autorité et qui ne sont pas envisageables à moins de deux mois de la fermeture des anciens services de renseignements téléphoniques.

Suite à la demande récente de l'Autorité et compte tenu de l'impossibilité de diffuser des séquences aléatoires sur la plateforme assurant habituellement la diffusion de messages vocaux, France Télécom a engagé une étude de faisabilité afin de regarder s'il existait une solution palliative au niveau des commutateurs du réseau RTC.

Aucune solution acceptable et respectant le principe de l'équiprobabilité n'a été trouvée dans le réseau de France Télécom.

En conclusion, **France Télécom ne voit aucun avantage à mettre en place un carrousel** et estime au contraire qu'un tel dispositif va à l'encontre de l'intérêt du consommateur et du bon fonctionnement du marché, et que les contraintes d'ordres techniques et de mobilisation de ressources dédiées représentent un rempart sérieux à une mise en oeuvre compatible avec l'échéance du 3 avril 2006.

(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 ?

France Télécom n'est pas favorable au système du carrousel et ne souhaite pas non plus que sa mise en oeuvre soit rendue obligatoire. France Télécom estime par ailleurs qu'il n'est pas envisageable que cette obligation soit imposée aux opérateurs à moins de deux mois de la fermeture des anciens numéros de services de renseignements téléphoniques car les développements techniques liés à l'implémentation d'un tel dispositif peuvent difficilement être réalisés dans un délai aussi court. France Télécom ne dispose à ce jour d'aucune solution technique viable lui permettant de répondre à une telle demande.

Une mise en place du « carrousel » qui serait imposée par l'autorité porterait atteinte à la sécurité réglementaire que les acteurs du marché sont en droit d'attendre

La mise en œuvre d'un carrousel n'a pas été évoquée depuis la consultation de l'Autorité en juillet 2004, alors même qu'elle implique par nature des développements beaucoup plus sérieux que ne le laisse envisager les termes de la décision de l'ARCEP n° 05-0063 du 27 janvier 2005, qui fixait les modalités relatives au calendrier de transition entre l'ouverture des numéros 118XYZ et la fermeture définitive technique des anciens formats de numéros. En effet dans cette décision, l'autorité précise qu'à partir du 3 avril 2006 : *« Un message automatique d'information du consommateur sera mis en œuvre en cas d'appel de ce numéro (disque). Son contenu devra être neutre et aura pour finalité d'informer les utilisateurs de la fin commerciale et techniques des numéros existant précédemment »*, n'imposant aucune contrainte quant au moyen de garantir la neutralité du message sur les anciens formats de numérotation des renseignements.

France Télécom s'est appuyée sur cette décision de l'Autorité et a réalisé les études de faisabilité afin de répondre au besoin exprimé. L'Autorité n'évoque, ni a fortiori impose, dans ce texte un scénario consistant à diffuser aléatoirement une liste des numéros 118XYZ.

Un tel scénario aboutirait de facto à une remise en cause des principes techniques retenus par France Télécom, et aux dispositions qu'elle a d'ores et déjà prises pour se conformer à l'obligation fixée depuis près d'un an par le régulateur.

Si l'Autorité devait imposer un scénario de type carrousel, il conviendrait de s'interroger sur la portée juridique d'une modification de l'environnement réglementaire et du surcoût pour les opérateurs de services de renseignement concernés.

Recommandations de France Télécom si un « carrousel » devait être implémenté par certains acteurs

Si l'Autorité autorisait néanmoins la mise en œuvre du carrousel aux opérateurs favorables à ce dispositif et capables de le gérer, France Télécom estime préférable que la liste des numéros 118XYZ ne soit accessible que sur demande explicite de l'appelant, en tapant par exemple le « 1 ». Un énoncé systématiquement de la liste des numéros 118XYZ dès le message d'accueil risque de générer des confusions et un manque de lisibilité pour le client. Compte tenu de la complexité technique du système « carrousel », il serait également souhaitable que l'Autorité effectue des contrôles auprès des opérateurs ayant mis en œuvre ce dispositif afin de vérifier que le principe d'équité est respecté lors de l'énoncé des numéros 118XYZ.

Malgré toutes les réserves émises précédemment, si l'Autorité choisissait néanmoins de retenir le principe du « carrousel », France Télécom estime qu'il serait souhaitable que ce soit l'Autorité qui mette en place la solution et gère le processus de mise à jour des numéros subséquents, en proposant un numéro Libre Appel institutionnel fournissant les mêmes informations que celles actuellement disponibles sur le site internet « appel118.fr ». Cette solution a le mérite de garantir une certaine équité et est la plus efficace économiquement car elle limite les coûts de développement et de mise à jour pour l'ensemble des opérateurs.

Sur les modalités de mise en oeuvre

Comme demandé par l'Autorité et bien qu'elle ne soit pas favorable à la mise en place du système carrousel, France Télécom a répondu aux questions ci-dessous. Les réponses ont uniquement été apportées afin d'éclairer les choix de l'Autorité au cas où elle autoriserait les opérateurs disposant d'une solution technique à mettre en oeuvre un carrousel.

(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 ?

Il ne semble pas envisageable de citer des numéros 118XYZ non ouverts commercialement au risque de générer une grande confusion pour le consommateur. Seuls les numéros 118XYZ ouverts effectivement devraient être pris en compte pour la réalisation du carrousel. Cette liste devrait en outre être enrichie régulièrement afin de prendre en compte l'ouverture des nouveaux numéros 118XYZ.

A cet effet, il conviendrait d'imposer à tout acteur ouvrant un nouveau numéro (ou modifiant les tarifs ou conditions d'utilisation d'un numéro existant) de prévenir l'ensemble des acteurs opérant un « carrousel ».

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

Comme exposé précédemment, la seule solution équitable consisterait à citer tous les numéros.

L'énoncé de trois ou cinq numéros pris dans un ordre aléatoire dans la liste complète des 118XYZ ouverts commercialement ne peut par conséquent pas être envisagé car il ne respecte pas le principe de neutralité pour le client.

France Télécom note toutefois qu'il existe aujourd'hui plus de 19 numéros 118XYZ ouverts commercialement. Dans la mesure où l'opérateur du « carrousel » devrait fournir pour chaque numéro la liste des services proposés et les tarifs depuis chacune des boucles locales, le message serait donc particulièrement long et complexe et ne présenterait aucun intérêt pour le consommateur.

(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 ?

France Télécom serait favorable à l'énoncé systématique du numéro de renseignements téléphoniques fourni au titre de la deuxième composante du service universel, il convient cependant de s'interroger sur les risques de discrimination vis-à-vis des autres services de renseignements téléphoniques si une telle solution était retenue.

(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 ?

Si les numéros 118XYZ sont explicitement cités, il est indispensable de fournir au consommateur une information exhaustive en donnant le nom du fournisseur, les listes des prestations proposées, ainsi que les tarifs depuis chacune des boucles locales fixes et mobiles où le service est ouvert (cf. courriers de la DGCCRF aux opérateurs, et ordonnance du Tribunal de commerce de Paris en date du 6 février 2005 susmentionnés, dans la réponse à la question (4)).

Cependant le fait de citer le nom du fournisseur ne lèvera aucune ambiguïté car à ce jour, à l'exception notable de France Télécom et Pages Jaunes, la plupart des sociétés n'ont pas d'identifiant propre (le 118 000 SAS, 118 Teledis) ou utilisent des dénominations génériques (Le Numéro, l'Annuaire Universel, le Service Universel des Renseignements Téléphoniques...).

Dans sa lettre aux opérateurs 118XYZ, la DGCCRF précise ainsi qu'elle veillera à « l'absence de confusion avec le service universel des renseignements téléphoniques » et souligne qu'il importe que « le consommateur ne soit pas induit en erreur sur la nature exacte du service appelé ». Il est évident que les dénominations retenues par certains opérateurs engendreront une grande confusion pour le consommateur.

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

France Télécom suggère à l'Autorité que le contenu du message vocal soit défini de manière équivalente pour l'ensemble des opérateurs. Il convient de donner une information certes synthétique, mais qui soit suffisamment informative sur le sens de ce changement pour le consommateur. France Télécom propose à l'Autorité de diffuser un message comme suit :

"Bonjour, le numéro que vous venez de composer ne permet plus d'accéder au service de renseignements demandé. Conformément à la décision de l'Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes, l'ensemble des services de renseignements téléphoniques est désormais accessible depuis un numéro à 6 chiffres commençant par 118. Pour obtenir la liste des nouveaux numéros permettant d'accéder aux services de renseignements, vous pouvez composer le numéro libre appel suivant [numéro de l'Autorité] ou vous connecter sur le site Internet « www.appel118.fr ». Si vous souhaitez accéder aux numéros d'urgence, vous pouvez composer le 15 pour le SAMU, le 17 pour la Police et le 18 pour les Pompiers »

Enfin France Télécom tient à attirer l'attention de l'Autorité sur le fait que l'accord qu'elle a donné ou pourrait donner à certains numéros courts utilisés pour des services de renseignements nationaux d'être utilisés à compter du 3 avril pour d'autres services, et en particulier des services de renseignements internationaux (en particulier le 3200, dont la décision n° 05-1113 modifie le périmètre), ne doit pas conduire à contourner l'obligation de neutralité prévue par la décision n°05-0063, notamment en permettant aux téléconseillers de

ces services de réorienter les anciens clients du service de renseignements national concerné vers un 118XYZ qui serait exploité par la même société.

France Télécom considère qu'un tel constat constituerait un manquement grave à l'obligation de neutralité fixée par le régulateur.

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 ?
--

France Télécom n'est pas favorable à la mise en place d'un message automatique avant la fermeture définitive des anciens numéros de service de renseignements téléphoniques car la qualité de service du « 12 » risque d'être dégradée. En effet, il existe déjà une annonce vocale gratuite annonçant le tarif du « 12 » en début de communication qui ne peut être supprimée et l'ajout d'une information sur la fermeture des numéros allongerait très sensiblement le message et dégraderait le temps d'attente des clients. Un tel message diffusé systématiquement en début de communication, risque de susciter de nombreuses questions auprès des téléconseillers et d'augmenter très nettement la durée des appels, engendrant des surcoûts considérables.

En outre, les téléconseillers ne pourront pas répondre à toutes les interrogations des consommateurs car contraints de respecter le principe de neutralité entre les numéros 118XYZ. Les clients ne se satisferont pas d'une annonce les renvoyant sur un numéro vocal ou sur le site de l'Autorité et demanderont des compléments que les téléconseillers ne seront pas en mesure de leur fournir.

France Télécom tient également à informer l'Autorité que la mise en œuvre d'un tel message présente des contraintes de faisabilité et ne peut être activé avant un délai de 2 semaines.

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

Si l'Autorité retenait le principe de diffusion d'un message vocal avant le 3 avril sur les services de renseignements destinés à fermer le 3 avril, France Télécom considère que l'obligation doit être imposée à tous les titulaires des anciens numéros de service de renseignements téléphoniques.

ANNEXES

Annexe 1 : Sondage TNS SOFRES de septembre 2004 sur les nouveaux services de renseignements téléphoniques

Annexe 2 : Lettre DGCCRF aux Opérateurs 118XYZ

Annexe 3 : Article de octobre 2003 détaillant les conséquences de l'ouverture du marché des renseignements téléphoniques au Royaume Uni

Annexe 4 : Article de CincoDias de décembre 2004 faisant état de l'effondrement du marché des services de renseignements téléphoniques en Espagne



Nouvelle numérotation des services de renseignements téléphoniques

Sélection de questions

Septembre 2004

Contact TNS Sofres

Département Telecoms

Laurent WEYNANT / Sybille MARQUIS

Laurent.Weynant@tns-sofres.com / Sybille.Marquis@tns-sofres.com



Sommaire

■ Réactions face à l'annonce du changement de numérotation	5
■ Modalités de mise en œuvre du format de numérotation dédié	6
■ Transition entre l'ancien et le nouveau format de numérotation	12

Méthodologie

※ **Cible interrogée :**

1 009 chefs de ménage ou maîtresses de maison âgés de 15 ans et plus, échantillon construit selon la méthode des quotas. La structuration s'est faite sur les critères suivants : sexe de l'individu, âge et PCS du chef de ménage, région X agglomération

※ **Méthode de collecte :**

Interrogation par téléphone assistée par ordinateur (système CATI).
Les interviewés ont été contactés sur leur ligne fixe.

※ **Durée du questionnaire :**

20 minutes en moyenne

※ **Dates de terrain :**

du 25 au 31 août 2004

Résultats

Les différences significatives sont présentées de la façon suivante :

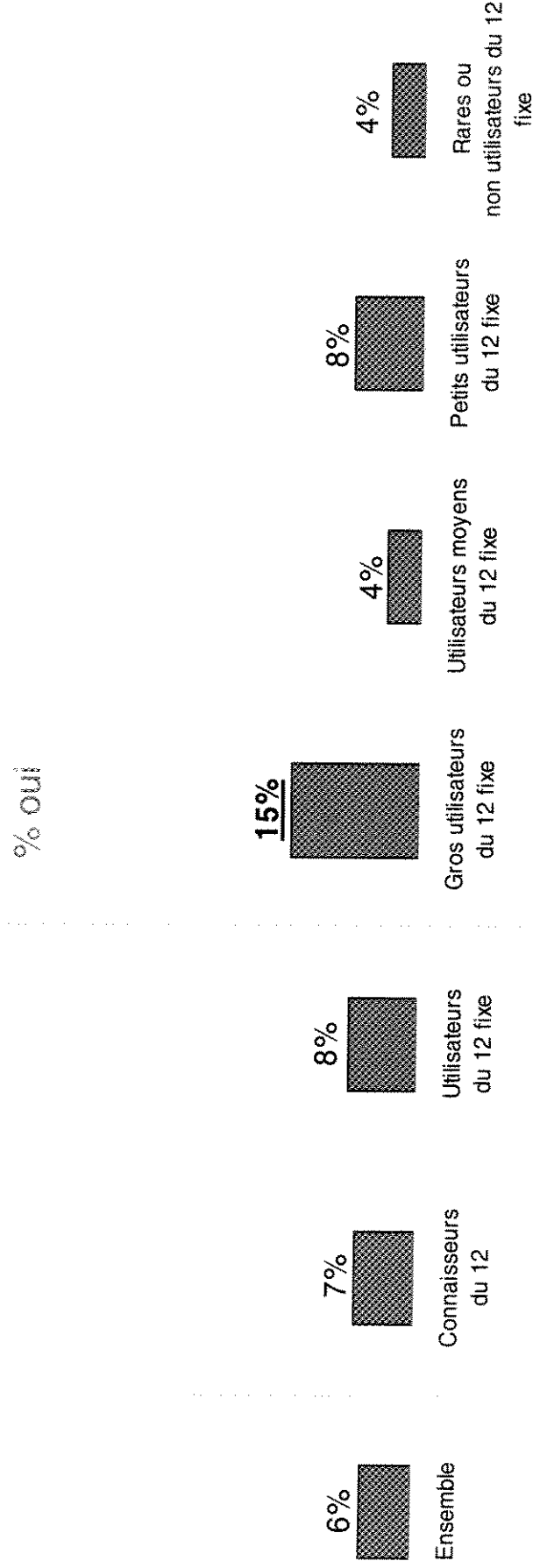
- Chiffres supérieurs à la moyenne, indiqués en gras et soulignés,
- Chiffres inférieurs à la moyenne, indiqués en italique, gras et soulignés,
- Les résultats significatifs entre les utilisateurs (gros, moyens, petits) et les rares/non utilisateurs sont indiqués en clair dans des « bulles ».

Réactions face à l'annonce du changement de numérotation

Connaissance du changement de numérotation

Le numéro 12 que l'on doit actuellement composer pour contacter les services de renseignements téléphoniques sera bientôt remplacé par une nouvelle série de numéros à 5 ou 6 chiffres. Le saviez-vous ?

Plus de 9 individus sur 10 (94%)
n'ont pas entendu parler du changement de numérotation



Bénéfices et inconvénients du changement de numérotation

Quels sont, selon vous, tous les avantages de ce changement de numérotation ?
Quels sont, selon vous, tous les inconvénients de ce changement de numérotation ?

Au moins un bénéfice cité : 36%

Base : connaisseurs du 12

ST AU MOINS UN BENEFICE

36%

Tous commenceront par 118/ mémorisation des numéros simplifiée/ le 118 est facile à mémoriser/ moins de confusion entre le fixe et le mobile

10%

Petits/ rares ut. F. 13%
Gros ut. F. 5%

Plus facile/ plus efficace (sai)

12%

Non ut. F. 21%
Ut. F. 10%

Regroupement de numéros/ centralisation de numéros/ harmonie européenne

12%

Gros ut. F. 20%
Petits ut. F. 10%

Ce sera plus rapide/ le service sera plus rapide

8%

Petits ut. F. 10%
Gros ut. F. 3%

Les services seront spécialisés/ services plus ciblés

4%

Plus économique/ moins cher

2%

AUCUN BENEFICE

NE SAIT PAS

45%

18%

Gros ut. F. 58%
Petits ut. F. 45%
Non ut. F. 33%

Au moins un inconvénient cité : 86%

Base : connaisseurs du 12

ST AU MOINS UN INCONVENIENT

86%

Mémorisation des nouveaux numéros/ numéros trop longs à mémoriser

50%

Ut. F. 53%
Non ut. F. 35%

Complicé/ complexe (sai)

15%

Perte de temps/ plus de chiffres à composer

11%

Gros ut. F. 11%
Rares ut. F. 5%

Changement des habitudes/ le gens seront perdus/ il va falloir s'adapter

28%

Cela va entraîner des erreurs/ confusions/ on appellera encore l'ancien numéro

7%

Les gens ne savent pas/ il va falloir informer les gens/ ils devront faire connaître les numéros rapidement

4%

Il va falloir refaire son agenda/ réécrire les numéros

3%

Ut. rares F. 6%
Gros ut. F. 1%

Ce sera plus cher/ il faut avoir les moyens

3%

AUCUN INCONVENIENT

NE SAIT PAS

7%

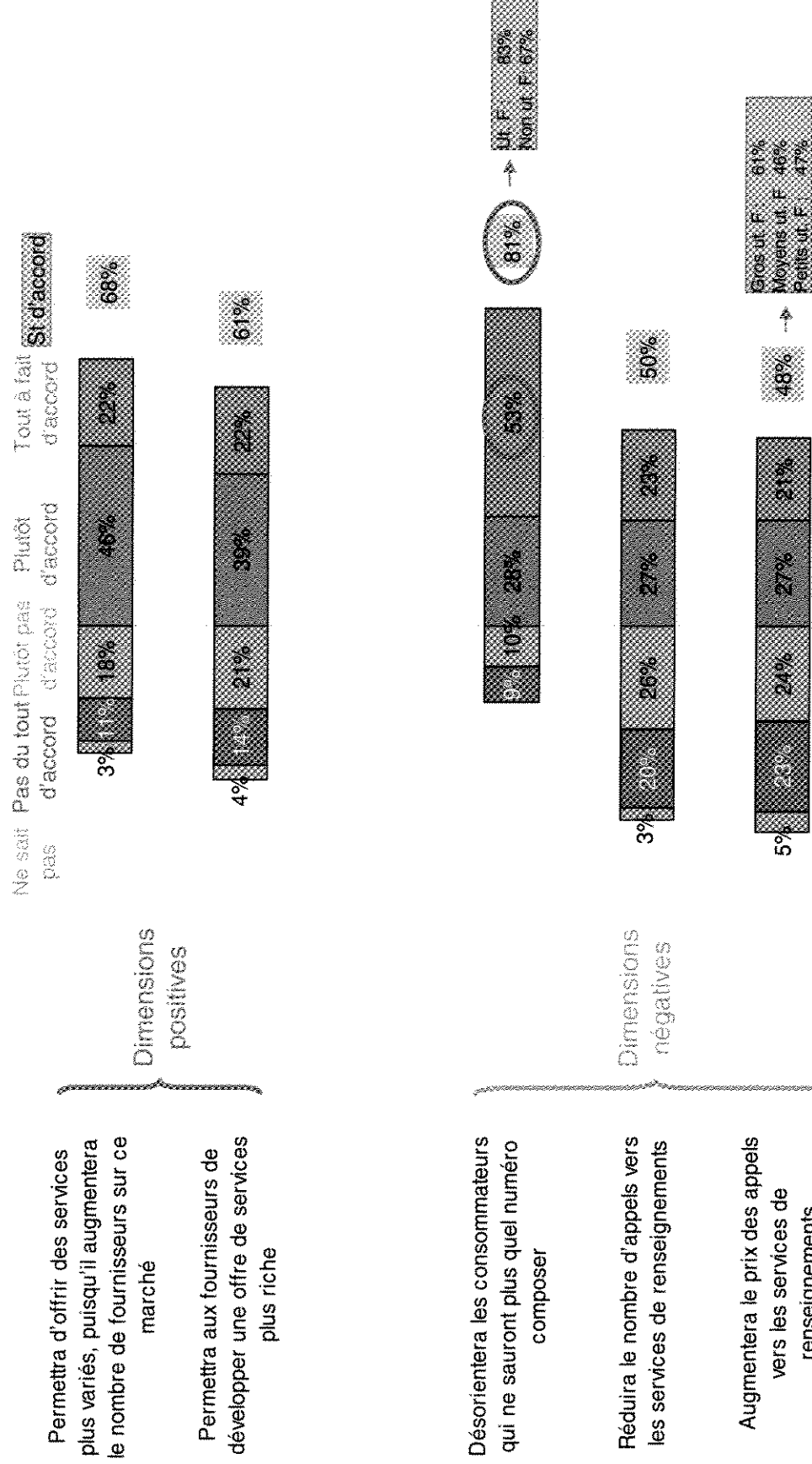
7%

Ut. F. 5%
Non ut. F. 15%



Image du changement de numérotation

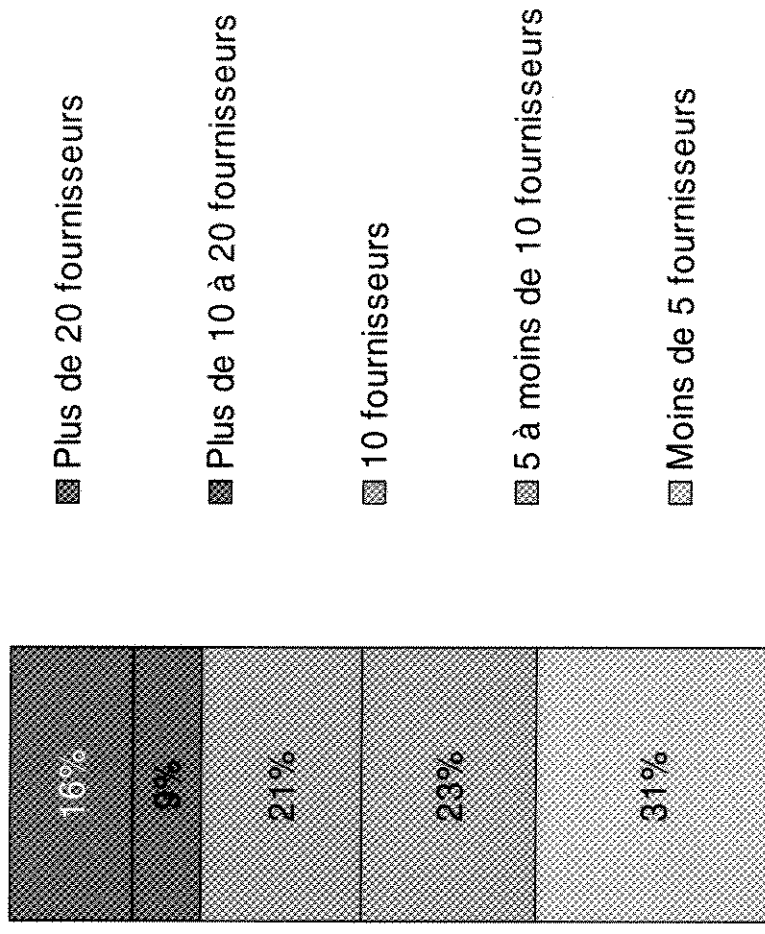
Je vais vous citer des conséquences possibles liées à ce changement de numérotation. Pour chacune d'entre elle, pouvez vous me dire si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord



Nombre maximal de fournisseurs qui pourront être joint

Quel est selon vous le nombre maximal de fournisseurs de service de renseignements que vous pourrez joindre depuis votre téléphone fixe ou mobile ?

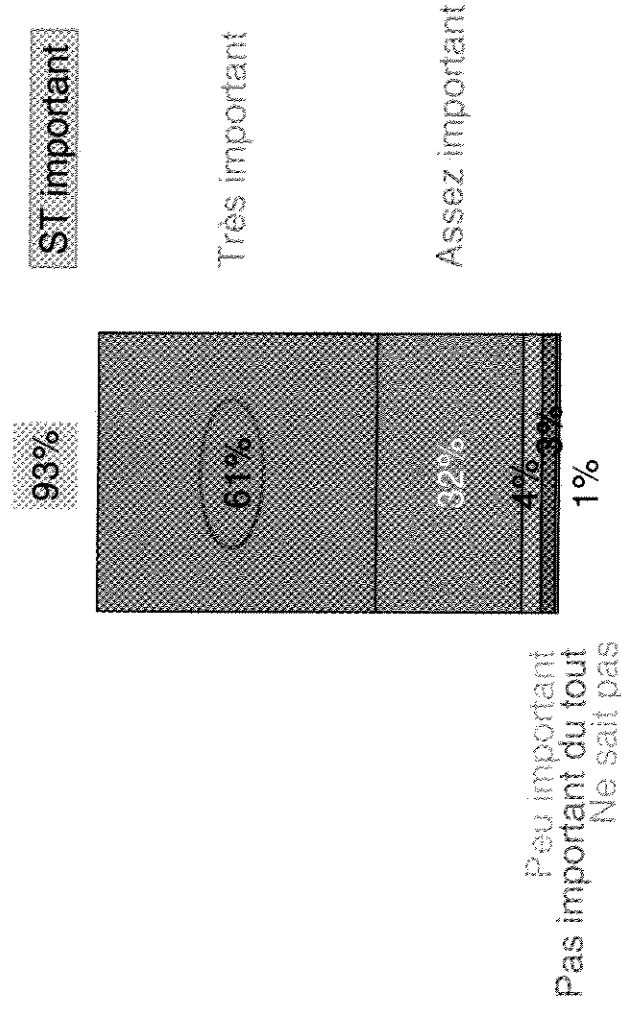
Nombre moyen
de fournisseurs : 16



Modalités de mise en œuvre du format de numérotation dédié

Importance d'un numéro facile à mémoriser

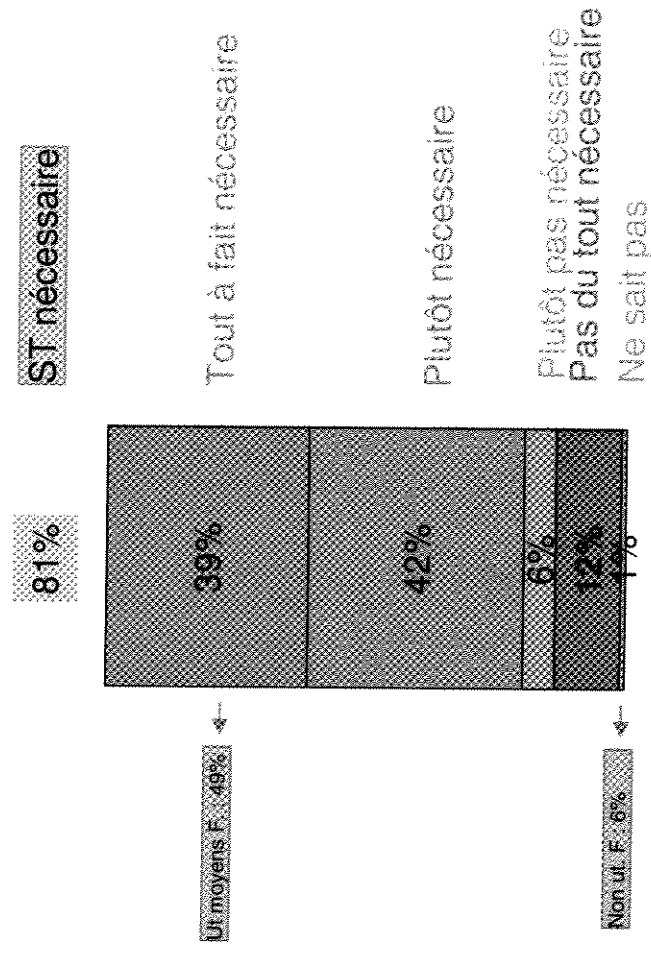
Le Service Universel de renseignements qui est actuellement le 12 de France Telecom est accessible à tous. Lorsque le 12 sera supprimé, pensez-vous qu'il est important que le Service Universel de renseignements continue de bénéficier d'un numéro facile à mémoriser, par exemple le 118 12 ?



Transition entre l'ancien et le nouveau format de numérotation

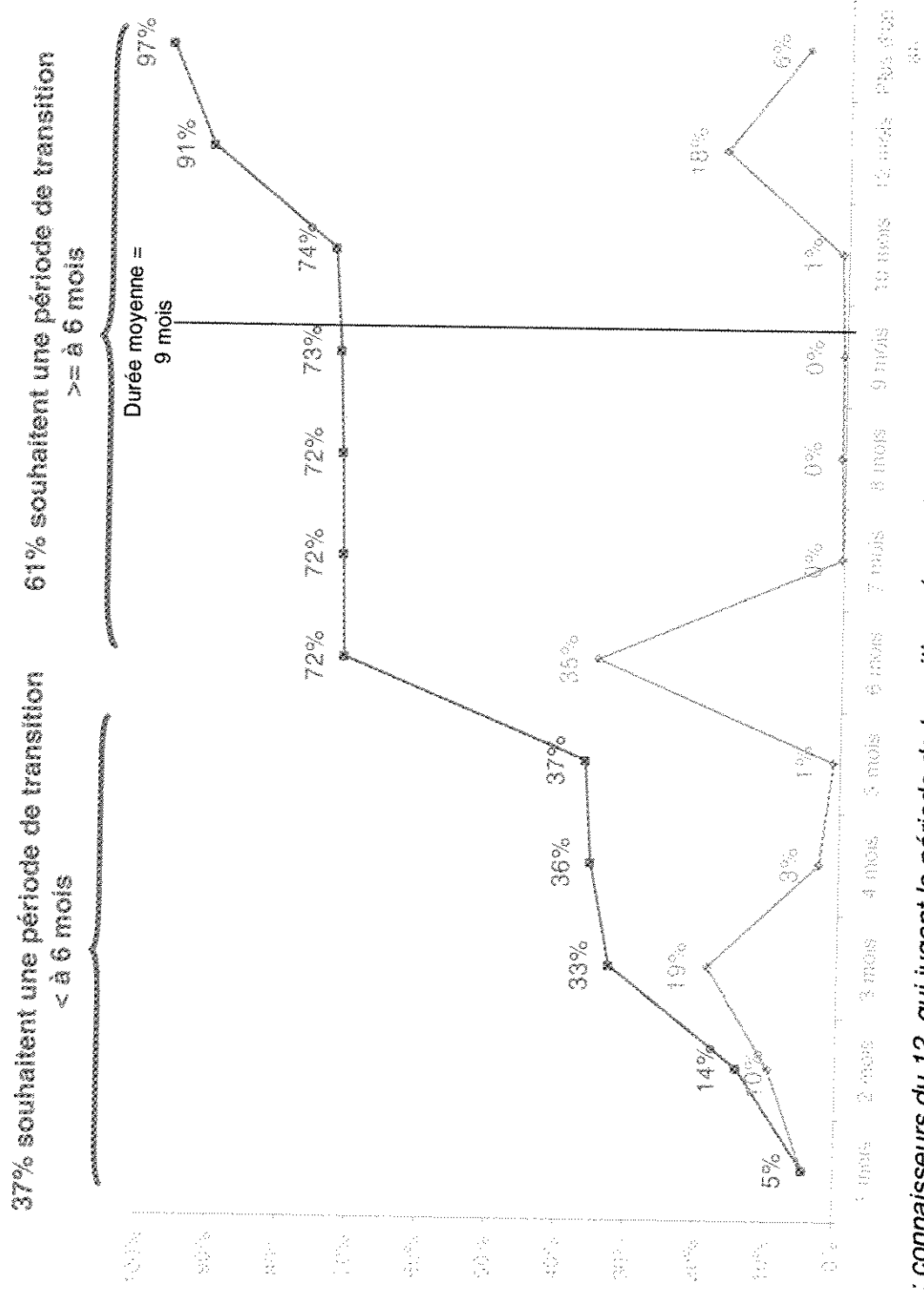
Période de transition : intérêt

Une période de coexistence est envisagée pendant laquelle vous pourrez continuer à utiliser le numéro 12 après l'ouverture des nouveaux numéros à 5 ou 6 chiffres. Pensez-vous que cette période de transition est... ?



Période de transition : durée

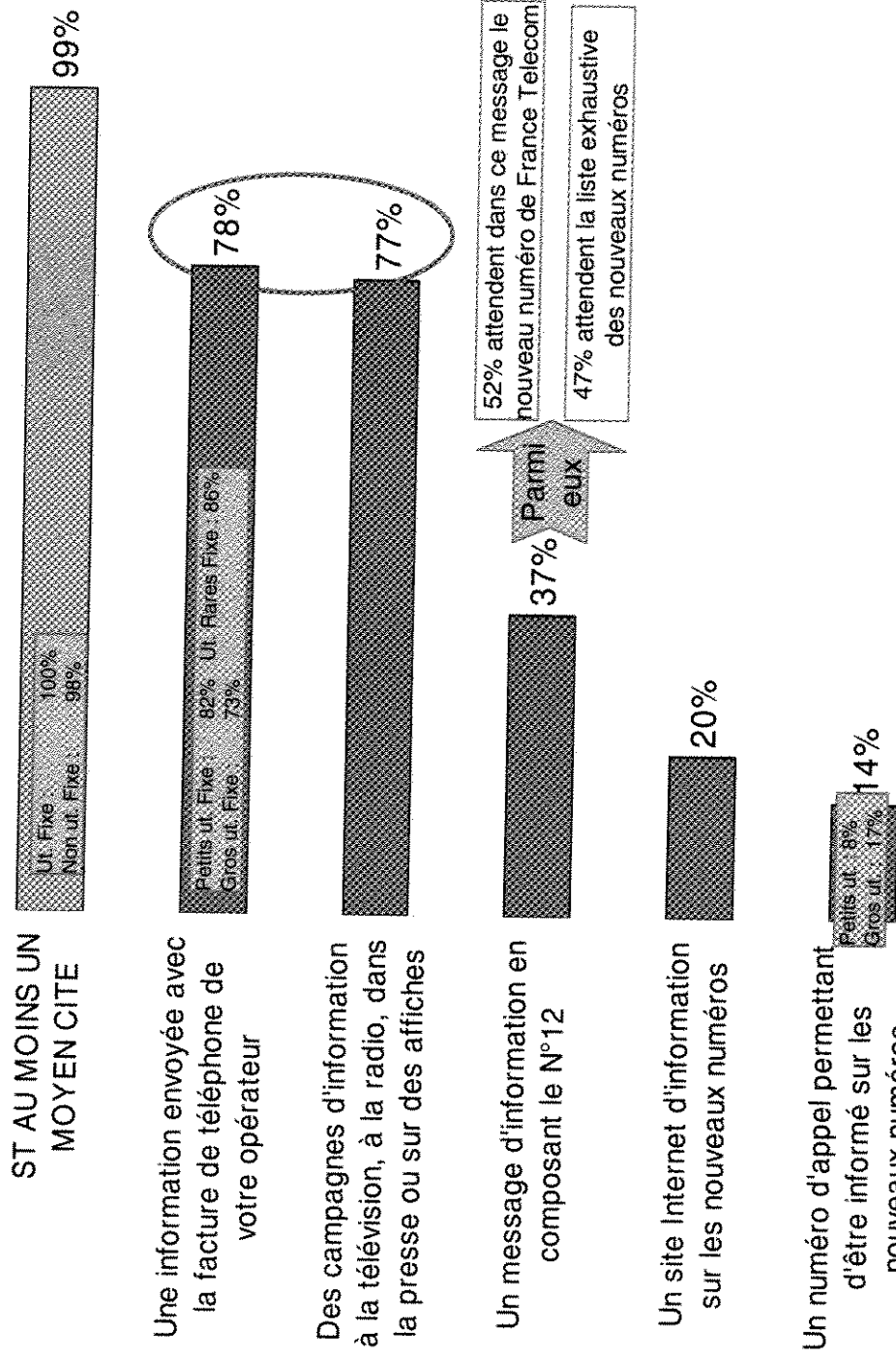
Selon-vous, combien de mois devrait durer cette période de transition ?



11% des gros utilisateurs Fixe souhaitent une période de transition > 1 an (vs 4% chez les petits utilisateurs Fixe)

Type de campagne d'information souhaitée

Selon vous, quels moyens seraient les plus adaptés pour informer les consommateurs de ce changement de numérotation ?
 Si un message d'information est mis en place lors d'un appel vers le N°12, quel type d'information attendez-vous ?
 A votre avis comment la liste des nouveaux numéros doit être présentée ?



DIRECTION GÉNÉRALE DE LA CONCURRENCE,
DE LA CONSOMMATION ET DE LA RÉPRESSION DES FRAUDES
59, BD VINCENT AURIOL TELEDON 061
75703 PARIS CEDEX 13

PARIS, LE

27 JAN 2006

Lettre_Opérateurs_118XYZ.doc
Réf : courriel n°

Affaire suivie par Raphaël CRINIER
Bureau F2 - Transports et Communications
Téléphone : 01 44 97 24 49
Télécopie : 01 44 97 30 42
Mél : f2@dgccrf.finances.gouv.fr

3299

Monsieur Didier LOMBARD
Président-Directeur Général
FRANCE TELECOM
6, place d'Alleray
75505 PARIS CEDEX 15

Monsieur le Président Directeur Général,

Les services de renseignements téléphoniques accessibles par un numéro du type 118XYZ sont proposés aux consommateurs depuis le 2 novembre 2005.

S'il y a lieu de se réjouir de voir ainsi la concurrence s'exercer dans le domaine des renseignements téléphoniques il convient également de veiller à la qualité de l'information donnée au consommateur et des services proposés.

Une attention particulière sera donc portée par la DGCCRF au contenu des messages diffusés et au respect de l'application des règles relatives à l'information tarifaire. Compte tenu du nombre et de la diversité des offres proposées, il importe en effet que les consommateurs disposent d'une information transparente et explicite sur les prix comme sur la nature des prestations.

A cette fin, je souhaite appeler tout particulièrement votre attention sur les dispositions du code de la consommation applicables.

- *Sur l'obligation d'information préalable et gratuite sur le prix*

Le principe applicable est l'information préalable et gratuite sur le prix du service de renseignements, par tout moyen approprié. L'article L.113-3 du Code de la consommation précise que "Tout vendeur de produit ou tout prestataire de services doit, par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié, informer le consommateur sur les prix, les limitations éventuelles de la responsabilité contractuelle et les conditions particulières de la vente, selon des modalités fixées par arrêtés du ministre chargé de l'économie, après consultation du Conseil national de la consommation".

De la même façon, l'article premier de l'arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix dispose que "Toute information sur les prix de produits ou de services doit faire apparaître, quel que soit le support utilisé, la somme totale toutes taxes comprises qui devra être effectivement payée par le consommateur, exprimée en euros".

Au surplus, l'ARCEP recommande, dans sa décision n° 98-1046 du 23 décembre 1998 relative à l'évolution du plan de numérotation pour les numéros non géographiques de la forme 08ABPQMCDU, que l'information de l'appelant sur le prix du service donne lieu à une annonce vocale gratuite en début ou en cours de communication, lorsque le mode de tarification change, pour tous les services présentant un surcoût significatif par rapport au prix d'une communication interurbaine. Cette recommandation est transposable au cas des numéros de type 118XYZ.

Dans le cas des renseignements téléphoniques, l'application de ces dispositions implique que le fournisseur de service fasse connaître, par tout moyen (documents commerciaux, catalogue des prix, documents et affiches publicitaires,...), le prix du service proposé. Pour garantir le principe d'une information préalable et gratuite, à défaut d'une annonce gratuite en début d'appel, l'information sur le prix doit figurer, de manière claire et explicite, sur tous les supports de communication mentionnant un numéro de type 118XYZ.

- *Sur le contenu de l'information sur le prix*

Il importe que les fournisseurs de services s'attachent à donner une information précise sur le coût qui sera finalement supporté par le consommateur. Celle-ci doit être exhaustive et faire apparaître l'intégralité des composantes du coût de la prestation. Lorsque le prix ne peut-être exprimé de manière globale, une information claire et précise doit permettre au consommateur de connaître le coût du service proposé ainsi que celui des prestations connexes, éventuellement facturées par d'autres fournisseurs, comme le coût de la communication permettant d'accéder au service sollicité.

- *Sur le niveau de précision du prix*

Les règles d'arrondis fixées par l'article 5 du règlement 1103/97/CE ne font pas obstacle à ce que le prix d'un produit ou d'un service soit déterminé avec une précision au millième d'euro. Cette situation se rencontre notamment dans le secteur des communications électroniques et dans celui de la distribution des carburants. Dans ce cas, l'information donnée au consommateur doit porter sur le prix exact. Il ne peut y avoir d'écart entre le prix annoncé et le prix effectivement facturé. Ainsi, si le prix unitaire utilisé pour le calcul du prix d'une communication s'élève à 0,562 €/minute, il ne peut en aucun cas être affiché à 0,56 €/minute. Une information ne respectant pas cette règle est susceptible d'être regardée comme une publicité de nature à induire en erreur.

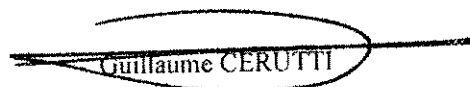
Si le montant total d'une facture conduit à un résultat avec une précision au millième d'euro, alors la règle de l'arrondi au centième d'euro s'applique, conformément aux dispositions du règlement 1103/97/CE précité.


- *Sur l'absence de confusion avec le service universel de renseignements*

Enfin, la plus grande attention sera portée au contenu des publicités et à la communication faite sur les services de renseignements téléphoniques utilisant un numéro de type 118XYZ. Il importe qu'il n'y ait aucune confusion avec le "service universel des renseignements" (prévu par les articles L.35 et suivants du Code des Postes et Communications Electroniques) et que le consommateur ne soit pas induit en erreur sur la nature exacte du service appelé (L. 121-1 du Code de la consommation).

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président Directeur Général, l'expression de ma considération distinguée. *et cordiale*

LE DIRECTEUR GÉNÉRAL

Guillaume CERUTTI

Rubrique :	Pge : 1	
	1/2	

La fin du monopole des renseignements téléphoniques provoque des dérapages (MAGAZINE)
par Frédérique PRIS

LONDRES, 9 oct (AFP) - Depuis fin août, le téléphone britannique connaît une "mini-révolution", avec la fin de monopole des renseignements téléphoniques: un changement bienvenu, selon le régulateur, mais qui s'accompagne de dérapages, plaintes de clients et menace de poursuites en justice par un ancien athlète des années 70...

Depuis le 24 août, BT Group (ex-British Telecom) n'a plus le monopole des renseignements téléphoniques. Les Britanniques peuvent à présent composer les numéros, commençant tous par le préfixe 118, d'une quinzaine d'opérateurs pour obtenir le renseignement désiré.

Le changement avait été décidé (et imposé) il y a deux ans par le régulateur des télécommunications, l'Of tel.

Selon lui, l'arrivée de nouveaux opérateurs sur ce secteur réduit les prix, puisque 7 des 15 nouveaux opérateurs ont des tarifs inférieurs à ceux pratiqués auparavant par BT Group. La gamme des services s'est élargie et l'un des opérateurs propose par exemple un service en gallois.

Mais les associations de défense des consommateurs estiment que le changement a été mal préparé, les Britanniques mal informés et que les tarifs des différentes entreprises sont difficiles à comparer.

"Une campagne d'information par l'Of tel aurait éclairci les choses", a déclaré James King, responsable au Conseil national des consommateurs, mettant notamment en garde contre le coût des connections au numéro demandé proposées par l'opératrice.

BT Group estime que le nombre des appels aux renseignements téléphoniques en septembre, tous opérateurs confondus, a chuté de 45% par rapport à il y a un an.

La presse se régale des dérapages régulièrement signalés. Ainsi, l'entreprise The Number, qui s'est emparé d'une part de marché de quelque 50% grâce à une campagne publicitaire coup de poing, vient de mettre à la porte une quinzaine de ses employés.

Motivés par une prime à la rapidité, ces salariés ne prenaient pas la peine de rechercher le numéro demandé et fournissaient de faux numéros de téléphone, souvent celui d'un restaurant Pizza Hut.

La supercherie a été découverte par les journaux. Des responsables de l'Of tel ont demandé des comptes à The Number, qui a fait amende honorable. Le régulateur a annoncé qu'il allait mener un programme de surveillance, en passant à l'aveugle des appels aux différents opérateurs.

"Nous maintenons le système du bonus" lié à la rapidité mais aussi à l'exactitude des renseignements donnés, "tout en prenant garde que cela ne dérape", a expliqué à l'AFP un porte-parole de The Number.

Mais cette société, filiale d'une firme américaine, fait face à de nouveaux problèmes, qui pourraient se régler devant le tribunal.

Sa campagne publicitaire, martelée à la télévision et affichée sur tous les murs, met en scène des jumeaux, coureurs de fond, moustachus et chevelus. Un ancien athlète britannique, David Bedford, affirme que son image dans les années 70 a servi de modèle pour le look des jumeaux, sans que quiconque lui demande la permission.

"Nous avons reçu une lettre à ce sujet des avocats de David Bedford", détenteur du record du monde sur 10.000 mètres en 1973, a reconnu le

09/10/2003

Rubrique :	Pge : 1
	2/2

porte-parole de The Number, qualifiant ses accusations de "ridicules".

"Dans les années 70, beaucoup de gens avaient des cheveux longs et des moustaches imposantes: athlètes, joueurs de foot, conducteurs de bus, en passant par Ringo Starr", le batteur des Beatles, a-t-il souligné.

fmp/heg/mpd

AFP 090327 OCT 03

[Ir a secciones](#) [Ir a noticias](#)

Lunes, 13 de febrero de 2006 - Actualizado a las 12:02 h.

CincoDías.com | Versión sólo texto **PORTADA** - [TITULARES](#) - [EDICIÓN IMPRESA](#)[empresas](#) | [sectores](#) | [mercados](#) | [economía](#) | [finanzas](#)
[personales](#) | [opinión](#)[Volver a versión normal](#)[CincoDías.com](#) > [Versión sólo texto](#) >

Información

Los servicios 118 ven en los datos de móviles su tabla de salvación

Javier F. Magariño / MADRID (17-12-2004) Publicado en: Edición Impresa - Empresas

Las expectativas depositadas en el negocio de la información telefónica, 20 meses después de la liberalización del servicio 1003, se están incumpliendo para las empresas que dan soporte a los números 118AB (11850, 11888, 11811, etcétera). La demanda tocó techo a primeros del año pasado, cuando Telefónica monopolizaba los datos de los abonados, y ha caído en picado en los meses siguientes. Fuentes del sector culpan de ello a la excesiva regulación y a una liberalización irreal.

Los datos que maneja la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones (CMT) indican un volumen de 127 millones de llamadas en 2003, frente a las más de 200 millones que se esperaban, y un movimiento de unos 72 millones de euros. Es decir, los centros de atención telefónica han dejado de recibir 200.000 llamadas al día sobre lo previsto. Pero el peor dato está por llegar: la caída hasta los 100 millones de llamadas en el presente 2004.

El problemático arranque que ha tenido este sector, con 69 números 118AB asignados y 28 operativos, fue analizado el pasado martes en el segundo Forum 118AB celebrado en Madrid. La cita, organizada por la empresa especializada en gestión de datos Schober, dejó entrever un ambiente de pesimismo. 'La situación actual es dramática, pero hay posibilidades de mejora', observó Juan Mora, director general de Schober en España.

'Resulta fundamental para los operadores 118AB mejorar la calidad de atención al cliente, tratar de complementar la información aportada a todos por la CMT entregada a empresas 118AB, números de emergencia y editores de guías, la incorporación a los directorios de los teléfonos móviles y la adopción de nuevas tecnologías para la gestión y entrega de la información a los usuarios', dijo Mora.

Asignaturas pendientes

'Una vez conocido que no se aportan datos como el teléfono móvil o el correo electrónico,

En cuanto a las barreras para atraer usuarios, a juicio de Schober figuran una calidad mejorable en las respuestas para justificar los precios de las consultas (en España el tiempo medio para resolver las dudas del cliente es de un minuto y medio frente a los 30 segundos del Reino

caen las peticiones de información', asegura el director de Schober, Juan Mora

Unido); las continuas denuncias de las asociaciones de consumidores, y la citada no inclusión de los abonados de telefonía móvil en las guías que manejan las empresas 118AB. 'Una vez conocido que no se aportan datos como el móvil o el correo electrónico, básicos a día de hoy, caen las peticiones de información', dijo el director general de Schober.

'Hay encuestas que aseguran que más de la mitad de los titulares de un celular estarían dispuestos a confiar sus números a los directorios si se garantiza el buen uso de esos datos', añadió Mora. A juicio del consejero del bufete de abogados Cuatrecasas, Javier Aparicio, 'una excesiva' protección de los datos impide a estas empresas desarrollar su actividad.

Sobre las tendencias, a la vista de lo ocurrido en mercados como el alemán o el británico, figuran la adopción de nuevos canales de información como la mensajería móvil e internet. Estas nuevas posibilidades, unidas a la de respuesta automatizada, abren una opción de recorte de costes. De hecho, en los citados países europeos mismas compañías tienen distintos números con diferencias en cuanto a la calidad de la información y, por tanto, en las tarifas. Por otro lado, es previsible una mejora en los tiempos de respuesta al cliente y la integración de nuevos modelos de negocio como la localización geográfica, directorios online, etcétera.

Otro punto analizado en el segundo Forum 118AB fue el de la prestación del servicio universal de información, en manos de Telefónica hasta el 31 de diciembre de 2005. Una vez cumplido el plazo, podría abrirse a otras compañías al tiempo que es posible una variación tanto en precios como en contenidos.

La reunión en Madrid de expertos e interesados en el sector fue aprovechada por alguno de los participantes en la mesa de ponentes para abordar la creación de una asociación de prestadores de servicios 118AB o para ofertar marca blanca. En este último punto se destacó la posibilidad de informar sin realizar inversiones en tecnología o personal.

Pilares: Una base de datos y promoción

Un listado de teléfonos con información de valor añadido (e-mails, direcciones, geolocalización...), un motor de búsqueda ágil, un centro de atención de llamadas bien gestionado e inversión en publicidad, son los cuatro pilares del negocio de la consulta telefónica. **SGDA** Es la plataforma de la CMT que sirve para el intercambio de datos entre operadores y entidades prestadoras de los servicios de información. El organismo ofrece la misma información a todos los implicados, pero se le pide que la actualice con más frecuencia. **celulares** ¿Por qué la CMT entrega listados con 16,5 millones de registros cuando hay más de 38 millones de teléfonos móviles en España?, se pregunta el consejero delegado de Telegate, Rafael Tripero. **servicio universal** Telefónica da información a menor precio en el teléfono 11818. Esta situación se dará hasta finales de 2005, cuando la UE podría obligar a abrir el servicio universal a otras empresas interesadas e incluso recortar diferencias competitivas como es el citado menor precio. **publicidad** Las compañías 118 habrán invertido unos 15 millones este año en publicidad, el 0,7% del mercado español. Los números que más gastaron en 2003 fueron el 11888 y el 11811. En 2004 les ha superado el 11824.

• [Ver versión con más información relacionada](#)

© Cinco Días | Prisa.com S.A.