

Réponse à la consultation publique sur les services à valeur ajoutée ARCEP

Emetteur : JET MULTIMEDIA

Date : 11 Janvier 2007

JET MULTIMEDIA

Société Anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance, au capital de 9 271 658 €

Siège social : 51, rue Montgolfier - 69006 Lyon

351 634 381 R.C.S. LYON

société Holding sans activité commerciale

JET MULTIMEDIA FRANCE

Société par Actions Simplifiée au capital de 18 930 768 euros,

Dont le siège social est situé 51 rue Montgolfier – 69 006 Lyon,

Immatriculée au RCS de Lyon sous le numéro 413 985 292,

Représenté par Monsieur Manuel CRUZ, en qualité de Président

Société filiale à 100% - hébergeur pour l'ensemble du groupe et fournisseur et éditeur de services.

coordonnées contact :

Marie-Christine MERY – directeur de la réglementation et de l'international

JET MULTIMEDIA – 86 avenue des Ternes – 75 017 PARIS

mcmery@jetmultimedia.fr

tel : 01 44 09 43 21

Réponse à la consultation publique SVA

Q.1 : Remarques sur la première partie :

JET MULTIMEDIA se félicite de la clarté de la description du rôle des divers acteurs de la chaîne dressée par l'ARCEP, notamment sur les distingo "fournisseur de service" et "éditeur du contenu" trop souvent amalgamés.

La précision de cette analyse montre bien les deux natures de coûts liés aux SVA :

- l'un, dépendant de l'opérateur de boucle locale de la communication (tarif de détail à appliquer à l'appelant)
- l'autre correspondant à la fourniture du contenu délivré par l'éditeur à travers les prestations que ce dernier aura négociées avec le fournisseur de service choisi et dont le prix de revient variera en fonction de la complexité de l'application (simple mise à disposition de contenu, personnalisation, mise en relation...) et des garanties associées.

Elle montre bien aussi que l'appelant, s'il demeure le client de son opérateur de boucle locale, devient bel et bien client de l'éditeur ou du fournisseur de service délivrant le contenu acheté. Enfin cette analyse montre, si les freins évoqués sont enfin levés, l'importance dans la chaîne du rôle de fournisseur de service sur lequel va porter la responsabilité des négociations

- avec les opérateurs de collecte pour l'acheminement du trafic,
- avec les opérateurs facturiers pour l'intermédiation financière (facturation pour compte de tiers et recouvrement),
- avec les éditeurs à travers une nécessaire pédagogie des nouvelles règles du jeu.

Q.2 : Remarques sur les définitions proposées :

Concernant la définition des "opérateurs contrôlant l'accès à l'utilisateur final" il serait peut-être bon de préciser : "quelle que soit la nature du réseau (fixe, mobile, IP...)".

Il serait souhaitable, tout en laissant la notion de réciprocité, d'introduire un déterminant permettant de distinguer l'utilisateur final "appelant" de l'utilisateur final "éditeur".

Q.3 : Remarques sur les obligations d'acheminement :

JET MULTIMEDIA est favorable à l'obligation faite à tout OBL d'ouverture des numéros SVA à ses clients.

Les conditions d'ouverture doivent être transparentes et de nature à ne pas hypothéquer le modèle économique des SVA.

Par ailleurs, pour des OBL ou Opérateurs facturiers n'intégrant dans leur SI que des systèmes d'abonnements forfaitaires, l'obligation sera-t-elle estimée comme raisonnable?

Q.4 : Remarques sur l'obligation de facturation imposée aux opérateurs facturiers :

Comme l'indique l'Autorité, le mode de facturation et le taux de rétention devront être raisonnables et harmonisés pour que l'obligation d'acheminement soit une réalité.

Ce qui est indispensable, c'est que chaque opérateur, dans un souci de transparence, ait l'obligation de justifier son taux de rétention et que les éléments d'information soient transmis à l'utilisateur final (fournisseur de service ou éditeur numéro) par numéro SVA, y compris les taux d'impayés. Le suivi des reversements pourra donc se faire, comme dans les pays voisins par points comptables sur une fréquence à déterminer entre les acteurs (6 mois, 1 an...).

Q.4bis : Impacts et conséquences de ces mesures :

Si le coût de la Facturation pour Compte de Tiers (FCT) est trop important, c'est un déséquilibre de tout le marché des SVA qui est à craindre :

- sur les n° bas tarifs (communément appelés à Coût Partagé) : l'équilibre économique deviendrait impossible,

- sur tous les autres paliers le business model serait fortement impacté.

Cela représente un vrai risque :

- de voir les services migrer vers un palier supérieur,
- de voir des services disparaître, notamment par migration vers le Web,
- de devoir faire face à une insatisfaction croissante de la part des utilisateurs ajoutant la réalité de "plus cher" au ressenti de "pas clair".

Q.5bis : Remarques sur l'interdiction des clauses d'exclusivité :

Ne faut-il pas évoquer le cas des SVA professionnels, dédiés à des "flottes" d'entreprise et pour lesquels l'éditeur n'aura aucune raison de souhaiter rendre le n° accessible depuis tous les opérateurs (les offres de "convergence" risquant en plus d'accentuer ce phénomène).

Q 7 : Autres mesures de nature à assurer le bon développement du secteur :

Ces obligations faites aux OBL et opérateurs facturiers devraient s'accompagner :

- d'obligation pour ces opérateurs à mettre gratuitement à disposition de leurs utilisateurs des systèmes de filtres, souples d'utilisation, bloquant à la demande l'accès à certaines catégories de SVA,
- d'obligation à communiquer sur l'existence de ces systèmes
- d'obligation à informer clairement l'utilisateur sur les coûts d'acheminement au service avant de lui en faire porter le poids.

Q.8 : Opportunité du CST/CTA :

Nous sommes très attachés au mode de fonctionnement CST/CTA à travers :

- la parité du Collège des représentants, officiellement nommés, permettant l'expression des points de vue des diverses parties prenantes : Pouvoirs Publics, professionnels (opérateurs, fournisseurs de services, éditeurs), utilisateurs (consommateurs, familles...) ,
- les Présidences, confiées statutairement à des magistrats,
- l'articulation entre CST et CTA dissociant le rôle d'élaboration des Recommandations déontologiques de celui de conseil consultatif,
- la valeur "consultative" des avis du CTA permettant toujours le recours aux tribunaux.

Le CST avait entamé une évolution pour absorber les nouveaux kiosques (opérateurs alternatifs et services mobiles). Sa longue occultation pourrait être l'occasion d'élargir son champ d'application, ses représentants et, surtout, ses moyens pour lui permettre d'adresser le nouveau spectre des Services à Valeur Ajoutée distribués en ligne.

Q.8 bis : Autres mesures nécessaires :

Toutefois, dans le nouveau paysage où les opérateurs se multiplient, aucune solution équitable n'a encore été trouvée en ce qui concerne le contrôle des services : qui, comment, avec quel financement...? Une réponse à ce problème paraît nécessaire pour garantir le respect des règles.

Q.8 ter : Quelle action en matière d'information des tarifs pour les consommateurs :

Il semble indispensable de normaliser l'information tarifaire. JET MULTIMEDIA a contribué aux travaux de l'ACSEL sur ce sujet et soutient les conclusions de cette association; les résultats ont été remis officiellement à l'ARCEP.

Q.9 : Obstacles techniques ou juridiques à la mise en place de mécanismes de filtrage :

La détermination et la mise en place de systèmes de filtrage à l'initiative de l'abonné ou du client peuvent parfaitement se situer dans le cadre de la Protection de l'enfance, à l'instar du travail mené dans le cadre du FDI pour les contenus mobiles multimédia.

La faisabilité est du ressort des OBL.

Les modes opératoires doivent être envisagés en commun entre opérateurs / fournisseurs de services et éditeurs.

Q.10 : Est-il nécessaire de revoir et d'harmoniser les paliers tarifaires associés aux SVA : JET MULTIMEDIA n'est pas favorable à une harmonisation à postériori des paliers tarifaires associés aux SVA.

La multiplication des types de numéros (0800, n° courts, n° annuaires..) empêche de recourir à des repères simples permettant d'associer avec efficacité structure du numéro et grille tarifaire.

De plus, des projets, vertueux dans leurs intentions (redistribution des numéros de type 3BPQ selon un lien 3B = tarif donné), auraient entraîné des conséquences économiques graves pour de nombreux éditeurs s'ils avaient été poursuivis.

Cette harmonisation n'est de plus pas praticable vu le mode d'attribution des numéros 118XYZ.

Enfin, l'introduction de la modulation tarifaire au sein d'une même communication va à l'encontre d'une harmonisation trop stricte.

L'information de l'utilisateur passe par une amélioration de la lisibilité du prix du SVA à travers :

- une communication systématique dans toute promotion ou publicité et à l'accueil du service,
- une communication qui distingue le prix du service (ce que tout éditeur maîtrise) du coût de l'acheminement au service,
- le recours éventuel à la mise en œuvre d'une charte graphique (cf SMS+ ou Gallery) alertant l'utilisateur sur la nature du service et lui permettant de trouver facilement les informations concernant ces services, leur coût et les moyens de joindre un interlocuteur responsable.

On pourrait toutefois envisager de dédier de nouvelles tranches :

- aux services dits "à risque" (adultes, jeux),
- à des services "chers" en en réglementant l'autorisation.

Q.11 : Remarques sur l'extension du schéma "C+S" au monde fixe :

L'extension du schéma C+S au monde fixe irait dans le sens d'une meilleure compréhension du tarif par l'utilisateur. Toutefois, cela ne lui permettrait pas forcément de savoir quel sera le coût global pour lui; l'exemple des SMS + démontre bien que si le consommateur perçoit mieux le coût du service, il ne sait toujours pas ce qu'il paye : le transport est-il inclus ou non dans son forfait. Quel est le coût du SMS supplémentaire dans le cadre de services Premium; les SMS dits gratuits (Aide, Stop, Contact) le sont-ils vraiment....?

La mise en place de ce modèle, salubre, doit s'accompagner d'une obligation pour l'opérateur de l'appelant, d'une mise à disposition de façon simple et claire du coût de l'acheminement au service demandé pour l'utilisateur concerné.

Q.11 bis, ter : Avantages et inconvénients :

En fait, trois composantes interviennent dans la structure du "prix de vente" final :

- l'acheminement (visé par le "C")
- le service lui-même, tel que proposé par l'éditeur
- la mise à disposition et la vente du service,

ces deux derniers éléments constituant le "S"...

Si les prestations de facturation pour compte de tiers (coûts et garanties) ne sont pas harmonisées d'un OBL à un autre, un éditeur pourra-t-il pratiquer (en le communiquant) un tarif différent sur un même numéro en fonction de l'opérateur de l'appelant? Cette situation existe déjà dans d'autres pays (ex : Italie) mais n'est guère "lisible" pour le consommateur.

Q.12 : Faut-il mener un travail de collaboration sur ces sujets et comment :

Un travail de collaboration semble souhaitable, mais la création d'un Syndicat spécifique ne semble pas nécessaire; un groupe de travail ne pourrait-il pas simplement regrouper des représentants des différentes Associations existantes?

Q.13 : Êtes-vous demandeur d'une offre de libre appel totalement gratuite pour l'appelant?

Une telle offre, destinée à des services précis, a déjà été prévue par le législateur et l'ARCEP a dédié à cette fin la tranche de n° 08088QMCDU.

Faut-il l'étendre à des services commerciaux? Les opérateurs mobiles nous avaient bien laissé comprendre que si l'acheminement n'était pas facturé à l'appelant, il serait supporté par l'appelé... On peut envisager un tel type d'offre libre appel à condition qu'elle ne se substitue pas aux n° 0800 actuels.

Q.14 : Quelles autres mesures pourraient favoriser l'information du consommateur et la lisibilité tarifaire :

(voir réponse Q 10)

Q.15 : La réalisation par l'opérateur historique d'une base de n° portés qui inclurait les n° SVA permettrait-elle de faciliter les flux financiers en cas de portabilité des n° SVA :

Intéressant, mais insuffisant, les plus grandes difficultés apparaissant lorsqu'un numéro est porté d'un opérateur alternatif vers un autre opérateur alternatif...