



**Position de la CLCV sur les propositions de l'ARCEP visant à améliorer les offres faites
aux consommateurs de services de communications électroniques et postales
de novembre 2010
Consultation publique**

En propos préalable, notre organisation a apprécié les aspects novateurs, concrets et proches de la réalité des propositions de l'Arcep. Ces dernières vont dans le sens d'une meilleure prise en compte des demandes des consommateurs.

Nous attirons l'attention de l'Autorité sur l'intérêt de conforter ces propositions par un volet évaluation. Cela nous paraît essentiel pour que les orientations se traduisent en faits concrets.

Les professionnels du secteur militent pour que de nouvelles obligations découlent d'engagements de leur part. Notre expérience a prouvé que les textes législatifs et réglementaires étaient souvent plus protecteurs des intérêts des consommateurs. Pour être crédible a minima, un engagement doit être assorti d'un contrôle, exercé par une entité tierce et légitime, et de sanctions.

La question de la concurrence

En matière de téléphonie mobile, le rapport de l'Arcep de juillet 2010 est sans appel : « Par rapport à la situation de l'avant loi Châtel, la faible fluidité du marché mobile, les politiques d'engagement agressives et le nombre réduit d'acteurs sur le marché demeurent, voire s'intensifient ».

Lorsque l'on sait que 70 % des contrats de téléphonie mobile post payés sont des forfaits à abonnement (le plus fort taux au monde), cela donne la dimension de l'enjeu économique. De plus, avec des durées d'engagement de 24 mois couplées à des modalités de résiliation difficiles et à un marché détenu à 95% par trois acteurs, le développement de services triple play et quadruple play qui enferment les ménages chez un seul opérateur, il est clair que les conditions d'une bonne concurrence ne sont pas au rendez vous.

Cette situation découle clairement d'une stratégie des opérateurs de « garder captifs » les clients sur un marché mûr où le coût de recrutement de tout nouveau client est devenu très élevé. Elle s'illustre dans les stratégies commerciales de fidélisation déployées par les opérateurs qui offrent des tarifs attractifs aux personnes déjà abonnées ou des prix réduits pour plusieurs abonnements, ce qui est préjudiciable à la fluidité naturelle du marché.

Le poste TIC représente 6% du budget des ménages. En moins de 15 ans, les dépenses de téléphonie mobile/accès internet sont devenues des dépenses contraintes et un poste important des budgets des ménages. Cette situation nouvelle accentue la pression sur le pouvoir d'achat.

Selon une récente étude du groupe GFK (n°4 mondial des études de marché), une famille composée d'un couple et de 2 enfants ayant chacun un téléphone mobile, la famille ayant une box, dépense 160€/mois (40€/adulte + 20€/enfant + 40€/box) soit le double de la moyenne dégagée par l'INSEE.

Il nous semble donc pertinent voire urgent de prendre un certain nombre de mesures visant à limiter les obligations d'engagement et à fluidifier le marché.

Si les professionnels militent pour des accords d'auto régulation entre professionnels, nous militons nous concernant pour que des textes de nature législative / réglementaire soit pris.

Les dernières propositions de l'Arcep¹ nous semblent aller dans le bon sens. Nous soutenons plus particulièrement les points ci-dessous :

¹ « Trente propositions afin d'améliorer les offres faites aux consommateurs de services de communications électroniques et postales », Novembre 2010.

A – En matière de contrats

Point 1 : une offre plus transparente (publicités et contrats)

Le consommateur doit connaître le service fourni, les caractéristiques de l'offre, le débit associé à cette offre, les limitations éventuelles, les pratiques de gestion de trafic. Trop souvent, nous avons pu constater que l'illimité va de paire avec un nombre de SMS limité, un débit ralenti à partir d'une certaine consommation de méga octets etc.

La CLCV demande que soient imposées des règles assurant une plus grande transparence des publicités et des contrats. L'information tarifaire ou technique doit être accessible, exacte, intelligible, complète et objective dans sa présentation. Pour y parvenir, la CLCV demande que les conditions de la comparabilité des offres soient réunies en arrêtant des conditions type de visuels et de présentation. Tout engagement ou réengagement du consommateur doit s'effectuer après son accord express. Il en est de même pour son inscription dans l'annuaire universel.

Nous demandons que les offres ne puissent plus être qualifiées d' « illimitées ». Ce terme a une signification claire dans notre langue et doit être utilisé que lorsque le service est utilisable sans limite ; à défaut, il y aurait une volonté de « tromper » le consommateur. Une telle décision serait un facteur d'amélioration de la concurrence.

Par ailleurs, la CLCV soutient la proposition de loi du Sénateur Daniel Marsin relative aux télécommunications qui prévoit que les opérateurs de téléphonie mobile ne puissent plus refuser l'accès de leur réseau à certains fabricants de téléphone. La proposition prévoit également a contrario que les fabricants de téléphones mobiles ne puissent plus refuser l'accès de leurs appareils à certains opérateurs.

Point 2 : permettre au consommateur de mieux connaître sa consommation pour mieux choisir l'offre qui lui convient

Nous demandons depuis de longues années une plus forte comparabilité des offres. Mais il importe également que les professionnels informent le consommateur de la nature de sa consommation (durées, périodes etc...). Ces informations pourraient lui être fournies avec sa facture. Le consommateur ne doit pas s'abonner à des services en fonction des offres mais

prioritairement en fonction de ses besoins. En ce qui concerne le forfait, la CLCV demande en outre que le consommateur soit prévenu, lorsque les limites de son forfait vont être atteintes, et des nouvelles conditions tarifaires qui en découlent.

Point 3 : empêcher les incitations des opérateurs pour des abonnements longs

La loi Chatel précise que les offres de téléphonie mobile doivent être proposées selon deux versions : sur 12 ou 24 mois selon des modalités commerciales non « disqualifiantes ». Or tout est fait pour que le consommateur s'oriente vers une offre de 24 mois d'abonnement. Les offres avec engagement de 24 mois apparaissent en plus gros caractères que les offres de 12 mois. Elles sont économiquement beaucoup plus attractives (du moins dans un premier temps) et sont souvent présélectionnées par défaut sur les sites Internet des opérateurs. Il est par conséquent nécessaire de définir les termes de «*modalités commerciales non disqualifiantes*», de mettre en place des procédures de contrôle par les autorités compétentes et des sanctions éventuelles pour être à même de vérifier le caractère disqualifiant ou non des modalités commerciales.

La CLCV demande que les durées de 24 mois soient interdites et les durées minimales d'engagement ramenées à 6 mois, que les possibilités de désengagement soient assouplies et que les offres sans engagement se généralisent à des conditions économiques attractives. Tout engagement et réengagement d'un consommateur doit se faire après son accord express.

En outre, le régulateur envisage de rendre transparent sur la facture, le prix d'acquisition des terminaux et le prix du service. Il s'agit ici d'une cause du manque de mobilité entre opérateurs : ces derniers justifient des abonnements de longue durée par le fait qu'ils donnent un téléphone portable aux consommateurs qui ne connaissent pas la « *subvention* » relative au terminal qu'on leur accorde. Sur ce dernier point, nous contestons cette qualification de « *subvention* » dont la définition ne saurait s'employer à donner un support permettant la consommation d'un service facturé. En Droit de la consommation, cela s'apparente plus à une *vente avec prime*. La CLCV défend depuis longtemps cet affichage de « *la prime* » déclarée par l'opérateur pour renforcer la mobilité des consommateurs, accroître la concurrence et améliorer la transparence.

La CLCV défend également la mise en place de système de rachat pour renforcer la mobilité des consommateurs et accroître la concurrence.

Point 4 : pas de suppression de la réduction du prix en cas de réabonnement

La réduction du prix de l'abonnement obtenue avec la souscription d'un forfait avec engagement de x mois doit se maintenir lorsque l'abonnement est poursuivi au-delà de la durée initiale. Le consommateur ne peut accepter que la réduction obtenue comme contrepartie de l'engagement de fidélité sur une durée supérieure à 12 mois ne soit pas reconduite s'il reste fidèle pour une durée encore plus longue avec le même opérateur.

La CLCV demande qu'il n'y ait pas de suppression de la réduction du prix en cas de réabonnement.

Point 5 : faciliter les modalités de résiliation dans le cadre des offres triple et quadruple play

Aujourd'hui, les motifs légitimes de résiliation varient selon les opérateurs ainsi que la nature des preuves à apporter. Si un accord entre certains opérateurs (FFT) vise l'harmonisation de motifs légitimes de résiliation, nous demandons que ces motifs soient prévus par la loi et rédigés avec les associations de consommateurs. La nature des preuves devra elle aussi être encadrée.

Les offres couplant téléphonie fixe et/ou mobile, accès à Internet haut débit, et télévision concentrent les prestations dans les mains d'un seul opérateur. Cela a pour conséquence de figer les consommateurs chez un seul prestataire, et surtout de rendre tout un foyer dépendant d'un seul et même interlocuteur.

Il nous semble primordial de faire en sorte que les modalités de résiliation soient des plus faciles aussi bien pour la totalité des services offerts que pour un des services constituant l'offre, à des tarifs et selon des conditions « *non disqualifiantes* ».

Point 6 : mentionner sur les factures des abonnés le montant des frais dus en cas de résiliation

La CLCV recommande la mention, sur les factures mensuelles, des frais dus en cas de résiliation (éventuellement anticipée) à la date d'édition de la facture. Cette mention doit se faire selon des formes identiques sur les factures de tous les opérateurs pour permettre une bonne lisibilité et la comparabilité. Seule la facture permet d'obtenir une information personnalisée : elle peut afficher le montant exact des frais dus en cas de résiliation qui dépendent du montant du forfait, de la date du début de l'engagement du consommateur, et d'une date présumée de résiliation. Ce support est indispensable pour regrouper ces 3 critères : le consommateur ne se souvient pas toujours de la date de son 1^{er} engagement. La CLCV s'oppose à toute proposition qui obligerait les consommateurs à recevoir le montant des frais dus en cas de résiliation par courrier après l'avoir expressément demandé ou qui viserait à créer un site Internet sur lequel se connecter pour poser cette question.

Elle demande que soient également posée la question du respect des obligations légales de la conservation des numéros et du bénéfice des dispositions encadrant les frais de résiliation lors de tout changement d'opérateur. La portabilité du numéro est un droit qui doit s'opérer sans frais supplémentaire lors de la résiliation de l'abonnement. Ces obligations légales, ne sont pas à ce jour totalement respectées.

Point 7 : œuvrer pour un meilleur affichage des indicateurs de qualité

Sur ce point essentiel, nous souhaitons que les indicateurs (qualité du service fourni, indicateurs liés à l'accès, etc.) soient établis en relation avec les associations de consommateurs et qu'ils puissent être évalués de manière similaire et aux mêmes dates pour l'ensemble des opérateurs.

Point 8 : limiter les frais de résiliation aux dépenses engagées par l'opérateur

La CLCV constate que si les frais de résiliation figurent dans les contrats des fournisseurs d'accès à internet (les opérateurs de téléphonie mobile n'en facturent pas), ces frais ne sont pas dûment justifiés.

Il apparaît par conséquent nécessaire que les fournisseurs d'accès à internet apportent précisément la preuve que les frais facturés correspondent bien aux coûts effectivement

supportés au titre de la résiliation. La loi doit obliger les opérateurs à limiter tous les frais de résiliation au montant des dépenses auquel ils ont dû faire face pour effectuer la résiliation. Nous souhaitons également que les "*frais d'activation à perception différée*" soient assimilés à des frais de résiliation.

Point 9 : accroître la transparence et la lisibilité des tarifs des services à valeur ajoutée (SVA) surtaxés

La CLCV demande d'accroître la lisibilité tarifaire des SVA pour permettre aux consommateurs de les appeler en connaissance de cause. Elle soutient la création d'une instance déontologique qui définirait les règles sur l'usage légitime des SVA et qui veillerait à les faire respecter.

Point 10 : mentionner les codes de déverrouillage sur les factures des terminaux qui doivent être gratuits

Actuellement, l'opérateur a l'obligation de communiquer la procédure et le code de déverrouillage après demande express de l'abonné auprès de son opérateur. Or dans les faits, nous constatons un manque d'information des consommateurs sur ce droit au déverrouillage sans frais des terminaux.

La CLCV considère que cette pratique de verrouillage des terminaux doit être abandonnée pour permettre aux consommateurs de changer rapidement et sans contrainte d'opérateur en faisant jouer la concurrence. Si le déverrouillage des terminaux mobiles se maintient, il est essentiel que la procédure et le code de déverrouillage soient mentionnés sur les factures et qu'ils soient gratuits pour le consommateur. Pourquoi ne pas adopter un système éprouvé dans le secteur des cartes bancaires qui consisterait à transmettre à chaque client, lors de l'abonnement, son numéro de code comme le font les banques en matière de cartes de crédit.

La CLCV soutient la proposition de loi du Sénateur Daniel Marsin relative aux télécommunications qui prévoit notamment que la gratuité de l'opération de déverrouillage des téléphones lorsqu'ils sont acquis dans le cadre d'un réengagement d'une durée supérieure ou égale à 12 mois.

B – En matière de choix économiques pour une meilleure concurrence

Point n°1 : créer des conditions pour développer l'offre des MVNO

Ces opérateurs mobiles alternatifs virtuels (MVNO) ne représentent que 6% du marché aujourd'hui contre 5% en mars 2008.

Nous pensons d'une part qu'il est nécessaire de créer les conditions pour développer l'offre des MVNO avec l'attribution de fréquences dans les bandes 800MHz et 2,6 GHz pour le déploiement de réseaux mobiles à très haut débit. Saisir cette opportunité en 2011 peut permettre de créer une véritable concurrence.

D'autre part, il faut permettre aux MVNO de pouvoir gérer eux-mêmes les droits de leurs abonnés, les cartes SIM, de pouvoir aiguiller leur trafic, de changer sans délai d'opérateur de réseau, etc...pour faire jouer la concurrence. Il s'agit là de leur fournir les conditions de leur développement et de leur autonomie.

Point n°2 : les arbitrages relatifs à l'appel d'offres des fréquences 4G

L'Arcep milite pour que l'attribution des licences se fasse en fonction des engagements à couvrir 100% de la population et de la place laissée aux MVNO. Si de telles contraintes étaient retenues, il est évident qu'elles auraient un impact négatif sur le coût des licences. Aussi, Bercy est semble-t-il moins ambitieux sur ces impératifs.

La CLCV soutient les demandes de l'Arcep visant notamment à accroître la concurrence par le développement des MVNO et l'obligation de mutualiser les réseaux des opérateurs dans les zones peu denses.

C - Volet postal

Procédures de traitement des réclamations des usagers

Les consommateurs doivent pouvoir accéder à des procédures de traitement de leurs réclamations visibles, simples et gratuites et avoir la garantie que leurs litiges seront traités.

Clarté de l'offre de services postaux

Les consommateurs ont besoin d'informations claires sur les offres postales : les caractéristiques et la qualité des prestations doivent être accessibles, exactes, intelligibles, et complètes.