



## **Réponse à la consultation publique sur les propositions afin d'améliorer les offres faites aux consommateurs de services de communications électroniques et postales**

KPN France soutient fortement l'objectif de l'Arcep d'améliorer la transparence des offres mobiles et de fluidifier le marché mobile français.

KPN France a fait le choix délibéré de se lancer en France avec une offre simple et transparente, avec un prix unique à la minute 24 heures sur 24, sans subvention de mobile et sans engagement de durée.

La position de KPN France est que les pratiques d'orientation du marché vers des offres d'abondance, avec des fortes subventions de mobiles et des engagements de durée importants, sont défavorables à la fois aux consommateurs et aux opérateurs alternatifs.

Outre l'absence de transparence à l'égard des consommateurs mise en exergue par l'Arcep dans sa consultation, ces pratiques ont pour effet de permettre aux opérateurs importants de maintenir des marges fortes et une clientèle captive, et rendent le jeu concurrentiel encore plus difficile pour les opérateurs alternatifs.

En effet, ces derniers n'ont pas accès à des conditions de prix ou des infrastructures techniques leur permettant de proposer des offres d'abondance avec une prise de risque équivalente. De plus ils n'ont pas la puissance financière leur permettant de subventionner des mobiles à des conditions similaires, et ils n'ont pas de réseau de magasins propriétaires permettant de réaliser des campagnes de fidélisation ou de rétention comparables.

Il nous paraît donc important de rationaliser ce marché, en encadrant en particulier les pratiques de subvention mobile.

### **Proposition n° 1 :**

Pour la mise en oeuvre des objectifs poursuivis par la régulation des communications électroniques prévus au II de l'article L. 32-1, et notamment le 12°, les opérateurs de communications électroniques sont tenus de fournir, pour l'ensemble de leurs offres, une information transparente, qu'elle soit tarifaire ou technique, c'est-à-dire accessible, exacte, intelligible, objective dans sa présentation, et complète.

KPN France soutient cette proposition de l'Arcep en faveur d'une meilleure lisibilité des offres et des prix.

### **Proposition n° 4 :**

Un opérateur de communications électroniques doit demander l'accord exprès de son client, au moyen d'un courrier électronique cliquable ou d'un courrier papier selon le mode expressément choisi par ce client, avant de procéder à un réengagement.

KPN France est d'accord avec l'Arcep sur le fait qu'il y a sur le marché français des pratiques abusives et trop nombreuses de réengagement des clients.

Toutefois, nous pensons qu'il est difficile en pratique de gérer efficacement l'acceptation expresse du client par courrier papier. En effet, en dehors des cas de souscription en magasin spécialisé où la formalisation est immédiate, les clients sont peu enclins à renvoyer les documents, et il est très difficile pour les opérateurs d'obtenir les dossiers complets, les campagnes de relances se révélant pour la plupart coûteuses et inefficaces. Cette mesure favoriserait donc les opérateurs disposant d'un réseau de boutiques spécialisées.

Nous préconisons donc de contrôler plus strictement l'application de l'article L 121-19 du code de la consommation, à savoir la confirmation écrite systématique de la souscription d'une offre avec réengagement en précisant la durée de réengagement et en rappelant le droit de rétractation.

#### **Proposition n° 5 :**

Tout client d'un opérateur de communications électroniques doit pouvoir accéder de façon simple :

- à son profil de consommation ; ce profil décrit les consommations du client portant sur les minutes de voix, de nombre de SMS et de MMS, de mégaoctets de données, différenciées par créneaux horaires ; les indicateurs de ces consommations sont identiques pour tous les opérateurs ;
- à l'ensemble consolidé de son contrat, c'est-à-dire à l'ensemble des caractéristiques principales de l'offre à laquelle il a souscrit.

Ces informations sont envoyées par l'opérateur de communications électroniques à son client au moins une fois par an et doivent pouvoir être obtenues dans tous les cas à la demande expresse du client.

KPN France soutient l'idée que le client doit pouvoir accéder à son profil de consommation et propose d'ailleurs déjà ce service à ses clients dans leur espace personnalisé sur Internet.

Par contre, il nous paraît à la fois extrêmement contraignant et peu utile de transmettre ces informations au client une fois par an.

Il nous paraîtrait plus approprié de travailler sur la lisibilité des factures mensuelles, de façon à ce que les clients puissent directement avoir accès aux informations pertinentes les concernant.

#### **Proposition n° 7 :**

Les opérateurs de communications électroniques doivent mettre à disposition de leurs clients, par exemple en le faisant figurer sur la facture une fois par an et en cas de réengagement, le rappel des dispositions de la loi du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs dite loi Chatel, relatives à la possibilité :

- de ne payer qu'au plus le quart des mensualités restant dues en cas de résiliation après le douzième mois d'un contrat avec engagement de vingt-quatre mois ;
- de ne payer que les frais correspondants aux coûts effectivement supportés par l'opérateur au titre de la résiliation.

Cette proposition, très contraignante pour les opérateurs, nous paraît peu appropriée et peu efficace.

Il nous paraîtrait plus efficace et plus légitime de rationaliser les pratiques engageantes dans le cadre de la proposition n° 12.

#### **Proposition n° 8 :**

*Cette proposition porte sur un thème abordé dans le cadre des engagements de la FFT du 23 septembre 2010, sous l'égide du secrétaire d'Etat chargé de la consommation.*

Le montant des frais dus en cas de résiliation ainsi que la date de début du dernier engagement en cours doivent figurer sur les factures, dématérialisées ou non, des clients des opérateurs de communications électroniques.

S'il nous paraît important que le client sache clairement pour combien de temps il est engagé, il nous paraît très compliqué et peu approprié de rajouter sur la facture le montant des frais dus en cas de résiliation.

Nous préconisons de préciser simplement sur la facture les dates de début et de fin de l'engagement en cours.

**Proposition n° 9 :**

*Cette proposition porte sur un thème abordé dans le cadre des engagements de la FFT du 23 septembre 2010, sous l'égide du secrétaire d'Etat chargé de la consommation.*

Les opérateurs de communications électroniques doivent proposer, pour chacune de leurs offres, une variante équivalente sans engagement à un prix raisonnable au regard de l'offre avec engagement.

KPN soutient fortement cette proposition.

Les opérateurs de communications électroniques ne peuvent subordonner l'utilisation de points de fidélité à un réengagement.

KPN soutient cette proposition, en insistant sur le fait que les clients doivent pouvoir avoir le choix de se réengager ou non et être clairement informés du caractère engageant ou non de l'option souscrite.

**Proposition n° 10 :**

*Cette proposition porte sur un thème abordé dans le cadre des engagements de la FFT du 23 septembre 2010, sous l'égide du secrétaire d'Etat chargé de la consommation.*

Lorsque les opérateurs mobiles vendent des terminaux verrouillés, ils doivent :

- transmettre à leurs abonnés, de façon automatique dès la fin du troisième mois d'abonnement, le code de déverrouillage de leur terminal selon les modalités choisies par l'abonné (site internet ou facture) ;
- rendre facilement accessible et de manière intelligible, la procédure de déverrouillage et les opérations associées selon le mode choisi par cet abonné (site internet ou facture), ainsi que par téléphone et dans le réseau de magasins de l'opérateur lorsque ce dernier en dispose.

A défaut de mettre en oeuvre ces mécanismes, les opérateurs mobiles doivent vendre des terminaux non verrouillés.

La position de KPN France est que le simlockage est une pratique défavorable à la fois aux clients et aux petits opérateurs. C'est pour cette raison que les terminaux commercialisés par KPN sur son site Internet ne sont pas simlockés.

Toutefois le simlockage s'impose pour les terminaux commercialisés dans les réseaux de distribution physique non propriétaires, en vue de lutter contre les fraudes liées à la subvention de terminaux (packs défaits par certains points de vente et commercialisation par ces derniers du terminal avec une offre concurrente incluant une subvention).

KPN France soutient la proposition de la Fédération Française de réduire le délai après lequel la communication des codes de simlockage est gratuite.

Cependant les obligations d'information prévues dans la proposition n° 10 constituent des contraintes importantes et extrêmement coûteuses, qui défavoriseront les opérateurs alternatifs.

**Proposition n° 12 :**

*Cette proposition porte sur un thème abordé dans le cadre des engagements de la FFT du 23 septembre 2010, sous l'égide du secrétaire d'Etat chargé de la consommation.*

L'ARCEP va engager des travaux avec les acteurs du secteur portant sur :

- l'impact et les modalités de mise en oeuvre de la séparation sur les factures du prix du terminal et du prix des services en matière de services mobiles ;
- l'impact du plafonnement à douze, voire six mois de la durée maximum d'engagement des offres de services mobiles ;

- les cas où un réengagement ne pourrait être considéré comme légitime, en matière de communications électroniques.

KPN soutient fortement la proposition n° 12.

Il est indispensable d'imposer plus de transparence concernant les pratiques de subvention de terminaux, qui sont actuellement très floues et font le jeu des opérateurs disposant d'une puissance d'acquisition importante.

Le prix du mobile doit apparaître non seulement sur la facture, mais aussi dans les communications des opérateurs.

Il nous paraît également légitime que les pratiques d'engagement et de réengagement soient plus proportionnées, afin de fluidifier le marché, qui est actuellement très captif.