

---

# Trente propositions afin d'améliorer les offres faites aux consommateurs de services de communications électroniques et postales

---

Réponse de l'UFC-Que Choisir  
Janvier 2011



Question n° 1 :

**L'ARCEP invite les acteurs à commenter son analyse de la situation actuelle en ce qui concerne la transparence des offres de communications électroniques, ainsi que ses propositions.**

**I.1. Concernant la proposition n° 1 :**

L'UFC-Que Choisir milite depuis plusieurs années pour une information claire et précise sur le contenu des offres en matière de communications électroniques. Par conséquent, elle épouse parfaitement les préoccupations exprimées par l'ARCEP dans cette proposition. Cependant, l'association estime que pour atteindre cet objectif, l'offre en elle-même doit évoluer. Deux démarches semblent nécessaires :

- Une simplification des offres. Le consommateur devrait pouvoir composer son offre de manière simple en sachant quel service il consomme et combien cela lui coûte. Par exemple, une inscription par étape, ou le consommateur choisirait d'abord le nombre d'heures de communication nécessaires, puis un quota de données (surf, mail, MMS, etc.), ensuite un package SMS et enfin un financement pour le téléphone (s'il choisit d'en prendre un).
- Une homogénéisation de la définition des termes utilisés pour les offres d'un même opérateur mais aussi pour les offres de différents opérateurs. Par exemple, par le passé chez Orange, selon le forfait choisi, avoir accès à « internet » pouvait être simplement la possibilité de surfer sur quelques sites, ou alors le surf et les mails. Ce qui créait une certaine confusion. L'ensemble des opérateurs devrait s'entendre sur des définitions communes pour un certain nombre de services. Des termes identiques devraient définir un certain nombre de services types. Par exemple, une dénomination commune (le surf ? la 3g ? la data ? le web ?) devrait garantir au consommateur la possibilité d'accéder à un nombre défini d'usages, par exemple : visionner des sites web, consulter des mails et envoyer des MMS. Cependant, il est exclu que ce terme normalisé soit le vocable « internet » dans la mesure où à l'heure actuelle ce qui est proposé n'en est pas (nous y reviendrons dans ce qui suit).

**I.2. Concernant la proposition n°2**

La proposition 2 de l'ARCEP répond en partie aux principales préoccupations de l'UFC-Que Choisir<sup>1</sup> sur la neutralité d'internet, notamment sur l'usage des termes « Internet » et « illimité ». Cependant, l'association s'interroge sur la nécessité d'un encadrement réglementaire.

L'association ne souhaite pas empêcher les **opérateurs de téléphonie mobile** de faire des offres n'incluant **pas tous les services propres à Internet**, mais elle souhaite que dans ce cas il leur soit impossible de les qualifier d'offre d'accès à « Internet ».

---

<sup>1</sup> Voir CP : <http://www.quechoisir.org/communiqués/Les-fausses-belles-promesses-de-l-Internet-illimite/E5C08E9E9F312E78C125775300339925.htm> et <http://www.quechoisir.org/communiqués/Ce-n-est-pas-de-l-illimite-ni-de-l-Internet/91C39AB05121BF4DC125767300420CAD.htm>

L'UFC-Que Choisir est évidemment favorable à plus d'information sur la qualité de service dans le domaine de l'internet ainsi que d'une plus grande transparence sur les pratiques de gestion de trafic.

### **I.3. Concernant la proposition n°3**

L'UFC-Que Choisir soutient cette proposition. Elle estime d'ailleurs qu'il est possible d'aller plus loin. Un certain nombre d'informations supplémentaires pourrait être mis à disposition du consommateur dans la page dédiée à son compte sur internet. Cela permettrait, par exemple, de signaler un état de congestion, un accident sur le réseau ou encore de fournir une information plus précise sur les différentes formes de management de trafic (compatibles avec un réseau neutre et ouvert, bien entendu) utilisées.

### **I.4. Concernant la proposition n°4**

L'UFC-Que Choisir a reçu plusieurs témoignages de consommateurs réengagés malgré eux. Il s'agit, par exemple, de consommateurs ayant accepté des minutes de consommation « cadeaux », sans qu'il leur soit explicitement indiqué que cela était conditionné par un réengagement. Parfois même ce réengagement est la conséquence d'un changement d'offre *i.e.* un simple réajustement du forfait.

Par conséquent, l'association soutient cette proposition.

### **I.5. Concernant la proposition n°5**

Il serait souhaitable de compléter cette proposition par la mise en place d'un outil web, rattaché au compte du consommateur et lui permettant d'évaluer son profil de consommation lorsqu'il le souhaite. Il pourrait également être envisagé que cet outil permette de faire certaines corrections (voir toutes – temps d'appel, pack SMS, quota data, etc., – s'il n'est plus engagé) dans son offre en fonction de la consommation constatée.

### **I.6. Concernant la proposition n°6**

L'UFC-Que Choisir est en accord avec cette proposition.

## **II. Question n° 2 :**

L'ARCEP invite les acteurs à commenter son analyse de la situation actuelle en ce qui concerne la fluidité des marchés de communications électroniques, ainsi que ses propositions.

### **II.1. Concernant la proposition n°7 et 8**

Les consommateurs sont assez mal informés de leurs droits et de leurs devoirs en matière de résiliation. Par conséquent, l'association soutient ces propositions.

## **II.2. Concernant la proposition n°9**

L'association est d'accord avec la philosophie de cette proposition cependant elle estime qu'il est nécessaire de l'amender et de la compléter.

L'UFC que Choisir estime que la durée d'engagement pour un forfait mobile doit être plafonnée à 12 mois. Cependant, cela n'exclue pas qu'il est absolument nécessaire que les opérateurs proposent des forfaits sans engagement compétitifs.

Un forfait sans engagement ne peut pas être plus cher qu'un forfait donnant droit à une subvention pour un terminal. En effet, nul n'ignore qu'un terminal n'est jamais offert, le prix du forfait comprend le remboursement de ce « crédit ». Par conséquent, cette contribution doit disparaître lorsque aucun terminal n'est fourni lors de la souscription du forfait.

De la même manière, il ne peut exister une différence de prix exagérément élevée entre un abonnement sans engagement et un abonnement avec engagement (mais sans terminale). Cette différence de prix, qui viserait à récompenser la fidélité des consommateurs ne peut être utilisée comme un outil visant à disqualifier les offres sans engagement.

Les réengagements sont également très problématiques. Les consommateurs subissent de très importantes pressions pour rester liés à leur opérateur de manière continue. Il s'agit, par exemple, de « petits cadeaux » (heures de communication supplémentaires, etc.) pour récompenser la fidélité de l'abonné, qui implique un réengagement pas toujours clairement annoncé. Mais aussi, l'impossibilité pour un consommateur de changer de forfait sans s'engager pour une période définie, qu'il soit déjà engagé ou non.

On peut comprendre que l'opérateur freine le changement d'abonnement pour un consommateur fraîchement engagé lorsqu'il s'agit de réduire sa consommation (car la subvention au terminal est en fonction du prix du forfait) mais cela est inacceptable lorsqu'il s'agit de consommer plus. Par contre, ce type de pression est inexcusable lorsqu'il s'agit d'un consommateur libre d'engagement (car il est abonné depuis plus de 12 ou 24 mois) et que tout changement d'offre est conditionné à un réengagement et parfois même au rachat d'un terminal !

Dans cette perspective l'UFC-Que Choisir estime que le troisième alinéa de la proposition douze est essentiel ! L'association demande un encadrement strict des pratiques de réengagement.

**Par conséquent, l'UFC-Que Choisir demande :**

- **Que, lorsqu'il s'agit de passer à un forfait au même coût ou plus onéreux, le consommateur soit libre de changer d'offre sans aucune forme de contrepartie.**
- **Que, quelle que soit l'offre désirée, le consommateur soit libre de changer de forfait, sans contrepartie, lorsqu'il n'est plus engagé auprès de son opérateur.**

## **II.3. Concernant la proposition n°10**

L'UFC Que Choisir s'oppose au « Simlockage » dans sa globalité. En effet, selon l'arrêté<sup>2</sup> du 17 novembre 1998, le « simlockage » devait initialement être provisoire, le temps que les opérateurs et les constructeurs de terminaux développent et proposent des solutions efficaces contre le vol.

*« Dans l'attente que de telles solutions puissent constituer une protection efficace contre le vol des terminaux, l'exploitant peut faire activer, lors de la vente ou de la location-vente de terminaux, des logiciels ou des dispositifs empêchant ces terminaux de fonctionner sans adaptation préalable sur un réseau autre que le sien, sous réserve des dispositions suivantes visant à garantir la liberté de choix de l'abonné »*

Hors depuis 1998, d'importants progrès ont été réalisés et n'importe quel téléphone peut être bloqué à distance. Il suffit pour cela de communiquer son numéro IMEI à son opérateur.

Par conséquent, le « simlockage » du téléphone mobile n'est plus nécessaire pour protéger le terminal du vol. D'autant plus, que le blocage technique via l'utilisation du numéro IMEI est plus efficace, puisque le « simlockage » permet toujours d'utiliser le téléphone sur le réseau de l'opérateur qui l'a vendu.

#### ***a Le « simlockage » est-il nécessaire pour éviter des comportements opportunistes ?***

Les opérateurs pourraient défendre le « simlockage » en arguant qu'il permet de limiter l'émergence de comportements opportunistes de la part des consommateurs. Selon cette logique un consommateur pourrait prendre un abonnement avec un téléphone subventionné puis céder ce dernier à un tiers sans tenir ses engagements.

Cet argument serait irrecevable dans la mesure où le consommateur bénéficie d'un téléphone mobile subventionné en échange d'une période minimale d'engagement de un an. Ce qui signifie qu'il lui est impossible d'arrêter son abonnement pour jouer du téléphone chez un autre opérateur, ni de multiplier les souscriptions pour bénéficier très régulièrement d'un nouveau téléphone.

Dans les faits le consommateur se réengage le plus souvent pour 24 mois, dès lors, il lui est impossible de bénéficier, dans ce laps de temps, d'un autre terminal subventionné sans s'engager chez un autre opérateur et en payant deux abonnements pendant au moins 1 an<sup>3</sup>.

Compte tenu de ces éléments il apparaît clairement qu'il existe peu d'opportunités de comportements opportunistes pour le consommateur. En l'occurrence le « simlockage » n'est d'aucune utilité.

Pourtant les opérateurs maintiennent le « simlockage » alors même qu'il nuit au consommateur qui ne peut pas jouer librement d'un téléphone qu'il a payé directement ou indirectement.

#### ***b Simlockage, le préjudice du consommateur***

Le subventionnement du téléphone n'est pas un cadeau fait par l'opérateur au consommateur. Il existe deux contreparties et non des moindres.

<sup>2</sup> « Arrêté du 17 novembre 1998 modifiant l'arrêté du 25 mars 1991 portant autorisation d'extension, dans la bande des 900 MHz, d'un réseau de radiotéléphonie publique pour l'exploitation d'un service numérique paneuropéen GSM F2 ». L'opérateur doit permettre au consommateur un déverrouillage de son téléphone

<sup>3</sup> Le consommateur a la possibilité de partir de chez son opérateur après 12 mois d'abonnement. Cependant, cette disposition introduit pas la loi Châtel prévoit une pénalité d'au moins un quart des montants dû ce qui est clairement dissuasif.

1. Le consommateur doit s'engager pour une durée minimale d'un an. Cependant, dans la grande majorité des cas, le consommateur s'engage deux ans. Lors d'une première souscription, la période d'engagement choisie par le consommateur (12 ou 24 mois) influe pas ou peu sur le tarif du téléphone. A contrario, si le consommateur prend un téléphone chez son opérateur, la période de réengagement choisie influe substantiellement sur le prix du téléphone. Si bien que les consommateurs choisissent majoritairement un engagement de 24 mois.
2. Le prix du forfait est plus important si le consommateur a bénéficié d'un téléphone subventionné.

Dans cette perspective on peut se demander pour quelle raison l'opérateur bloque les téléphones qu'il fournit puisque, quoiqu'il arrive, le consommateur non seulement est obligé de rester son client (au moins 12 mois) mais aussi il rembourse cette subvention via des tarifs plus élevés.

De plus le « simlockage » a permis l'émergence d'une économie parallèle très préjudiciable pour le consommateur. Un certain nombre de magasins se sont spécialisés dans le « désimlockage » de téléphones. Or, ces services sont payants, pas toujours bien effectués et annulent la garantie du terminal. Parfois ils peuvent détériorer le téléphone ou empêcher un usage normal de ce dernier (exemple, le déblocage du iPhone). Il peut s'agir également d'une escroquerie comme on en voit parfois sur Internet. Le consommateur est invité à payer en ligne pour obtenir en échange un code de déblocage. Or, après le paiement ce dernier se rend compte que le numéro fourni est un faux.

#### **II.4. Concernant la proposition n°11**

L'UFC-Que Choisir soutient la proposition de l'ARCEP. En effet, bien que le quadruple play puisse constituer un avantage pour le consommateur et qu'il semble indiquer ce vers quoi tend le marché, il ne faut pas négliger les complications qu'il crée. Cependant, l'association aimerait un encadrement mieux défini notamment pour mieux prendre en considération les évolutions futures du secteur.

Tout d'abord, il est nécessaire de prendre en considération le verrouillage que permet l'accumulation des durées d'engagement (fixe + mobile). Il nous semble essentiel de plafonner toutes formes d'engagement à 12 mois. Ce qui signifie 12 mois maximum pour la ligne fixe et pour la ligne mobile. Bien entendu, des formules sans engagement doivent être disponibles pour le consommateur qui ne désire pas un terminal mobile subventionné.

Dans tous les cas, c'est-à-dire, même lorsque l'abonnement à un service quadruple play prévoit que la composante « fixe » de l'abonnement soit sans engagement ou plafonné à 12 mois, l'engagement mobile doit être limité à 12 mois. En effet, tant que le consommateur sera lié à un opérateur pour son offre mobile il n'aura aucune incitation à changer de FAI, puisque le résultat immédiat serait une augmentation de sa dépense globale. Ou alors il doit changer à la fois d'opérateur pour le fixe et le mobile. Ce qui est loin d'être simple. C'est d'ailleurs, pour cette raison que des procédures de migration simplifiées doivent être prévues pour les abonnements « quadruple play » mais aussi pour les abonnements à une ligne fixe ou à une ligne mobile.

Il est fort probable, qu'avec les évolutions des usages, ce type de dispositifs devienne rapidement bien plus nécessaire. En effet, les consommateurs vont de plus en plus faire appel aux opérateurs pour des services spécifiques, par exemples le stockage de données ou l'usage d'applications en ligne. La question de la migration de ces services d'un opérateur à un autre finira par se poser.

Il se peut d'ailleurs qu'il soit nécessaire de repenser des pans entiers du droit français, qui ne sont pas directement liés aux communications électroniques, pour s'adapter aux évolutions du marché. En effet, avec le développement des applications hébergées sur le réseau (le fameux cloud computing), le consommateur pourrait déléguer aux opérateurs la gestion d'un certain nombre de services en échange d'abonnements. Or, que se passe-t-il si le consommateur change d'opérateur ?

Un cas simple, un consommateur qui a acheté auprès de son opérateur une application pour un smartphone défini. Que se passe-t-il s'il change de terminal (avec un OS différent) ou d'opérateur. Voir les deux ?

Le consommateur peut perdre l'usage d'une application qu'il a pourtant payé. Ce type de contraintes crée donc une barrière supplémentaire à la sortie non seulement sur le marché des terminaux mais également sur celui des communications sans fil.

Pour contourner ce problème on peut imaginer un découplage total de la licence et du logiciel en lui-même. Le consommateur achèterait alors une clef d'activation lui permettant l'usage d'une application pour un nombre défini d'années. Il serait alors libre de choisir la forme numérique du logiciel sans contrainte quant à sa source (le lieu où il est hébergé/téléchargé) et à son standard (iOS, Android, Symbian, etc.). Bien entendu, durant la période de validité de sa clef le consommateur serait libre de changer d'opérateur et/ou de téléphone.

### **II.5. Concernant la proposition n°12**

L'UFC-que choisir soutient cette proposition. Elle propose également d'aller plus loin en matière de réengagement (voir proposition 9)

## **III. Question n° 3 :**

### **III.1. Concernant la proposition n°13**

L'UFC-que Choisir soutient cette proposition.

### **III.2. Concernant la proposition n°14**

Comme l'ARCEP, l'UFC-Que choisir est convaincue qu'il existe un important déficit d'information quant à la qualité des services liés à la technologie « internet ». Par conséquent, il lui semble également nécessaire d'établir un benchmark permettant d'évaluer l'évolution de la qualité de service.

L'UFC-Que choisir est disponible pour un travail collaboratif visant à définir des critères de qualité clairs et précis mais également pour réfléchir au format d'un baromètre qui pourrait être disponible en ligne et régulièrement mis à jour.

### **III.3. Concernant la proposition n°15**

L'UFC-que Choisir ne s'oppose pas à l'existence de services gérés à partir du moment où quatre conditions sont respectées :

1. L'accès à Internet reste le cœur d'activité des opérateurs qui investissent en continue de manière à adapter au cours du temps leurs capacités aux besoins des consommateurs.
2. Que les services, applications et contenus aujourd'hui disponibles sur le net ne soient pas disponibles via les services gérés, notamment ceux exigeant d'importantes ressources en bande passante comme le streaming (Deezer, youtube, Dailymotion, etc.).
3. La gestion du trafic, en dehors des cas impérieux (accidents sur le réseau, etc...) qui doivent également faire l'objet d'un encadrement<sup>4</sup>, ne doit être utilisée que pour proposer de nouveaux services et lorsque ceux-ci exigent, pour des impératifs qualitatifs, un traitement spécifique dans le réseau.
4. Les accords entre les fournisseurs de contenus et les opérateurs doivent être transparents, équilibrés et non discriminants.

L'UFC-que Choisir est en revanche opposée à ce qu'un Internet premium qui aurait pour objet de fournir un Internet avec une garantie de service et de qualité. Car l'existence de telles offres ne peut que conduire à une dégradation d'Internet. Il émergerait une segmentation de marché, avec un Internet plus ou moins économiquement accessible mais de mauvaise qualité et un Internet géré avec un certain niveau de qualité mais à un prix très élevé et donc réservé aux populations les plus aisées.

## **IV. Question n° 4 :**

### **IV.1. Concernant la proposition n°16 à 22**

L'association soutient l'ensemble de ces propositions et n'a pas de commentaire supplémentaire à faire à ces sujets.

---

<sup>4</sup> Voir réponse de l'UFC-Que Choisir à la consultation de l'ARCEP relative aux Éléments de réflexion et premières orientations sur la neutralité de l'Internet et des réseaux de l'ARCEP, juillet 2010.