

Réponse de Orange France à la consultation publique relative au message diffusé sur les anciens numéros de services de renseignements après le 3 avril 2006

Orange France a pris connaissance avec intérêt du contenu de la présente consultation et accueille favorablement la décision de l'Autorité de solliciter les différents acteurs sur la teneur du message qui sera diffusé sur tous les anciens numéros de services de renseignements à compter du 3 avril 2006.

Cependant, Orange France reste perplexe quant à la démarche tardive de l'Autorité sur la mise en œuvre d'un carrousel, thème qui avait été abordé en juillet 2004 à l'occasion de l'appel à commentaires sur l'ouverture de numéros de la forme 118 XYZ pour remplacer le « 12 », mais qui depuis lors avait été abandonné. De plus, la décision 05-0063 en date du 27 janvier 2005, relative aux modalités de transition des services de renseignements téléphoniques entre les numéros d'anciens formats et le format 118 XYZ, ne mentionne nullement la mise en œuvre d'un tel carrousel.

Cette même décision indique que le contenu du message doit être neutre et avoir pour finalité d'informer les utilisateurs de la fin commerciale et technique des numéros existant précédemment. Or cette neutralité s'entend à l'égard de chaque consommateur et ce, in fine pour son intérêt propre. Le mode aléatoire et équiprobable, tel que défini dans la présente consultation, est certes neutre sur l'ensemble du marché, étant donné que la visibilité donnée sur chaque 118 XYZ pour un grand nombre de consommateurs est identique, mais cette neutralité n'est plus vraie au niveau de chaque consommateur, que la liste des 118 XYZ soit exhaustive ou non, et va donc à l'encontre de l'intérêt du consommateur.

Pour les raisons mentionnées ci-dessus, Orange France n'avait donc pas étudié jusqu'à présent la faisabilité technique d'un système de carrousel.

Concernant la tarification de la communication, Orange France constate que celle-ci n'a pas été intégrée dans le périmètre de cette consultation. Il est simplement précisé au paragraphe 1 que l'annonce d'accueil est gratuite. Or, la problématique tarifaire doit d'être abordée de façon différente selon que l'annonce est simple ou intégrant un carrousel.

En effet, la gratuité de la communication pour l'appelant peut être considérée comme naturelle si l'annonce à laquelle il accède après avoir composé le « 712 », ne communique qu'une information sur la fermeture du service ; cependant il convient de souligner que les coûts de mise en œuvre de l'annonce et les coûts d'acheminement devront être supportés par l'éditeur.

En revanche, la gratuité d'une annonce de type carrousel, dont la mise en œuvre nécessite des développements plus évolués et donc plus coûteux de la part de l'éditeur et dont l'objectif est de communiquer une information riche au consommateur, n'est pas justifiée.

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

Bien que les demandes de numéros d'urgence aux services de renseignements soient minoritaires comme une étude interne récente l'a révélé, il apparaît nécessaire de les intégrer dans le message. Le caractère urgent et vital de ce type de besoin rend essentiel d'avoir accès le plus rapidement possible à ce genre d'information.

Diffuser les numéros d'urgence est essentiel et ce, plus particulièrement dans le cas de figure où le message ne cite pas de numéro(s) 118 XYZ. En effet, le consommateur n'ayant pas déjà mémorisé un ou plusieurs 118 XYZ, n'aura pas la possibilité d'appeler un des 118 XYZ cité(s) dans le message pour obtenir le numéro d'urgence recherché.

(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 ») ?

Une citation des numéros d'urgence à la demande suppose que l'appelant, pour accéder à l'information, dispose d'un téléphone à fréquence vocale. Or un certain nombre de détenteurs de téléphones étant encore en possession de terminaux ne disposant pas de cette fonction, il apparaît pertinent que cette information soit communiquée de façon systématique.

Il est, de plus, important, et ce particulièrement dans le cas d'une diffusion systématique, que l'information soit claire et précise et ne prête pas à confusion avec un numéro de service de renseignements, ce qui pourrait alors provoquer un engorgement des numéros d'urgence cités.

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

Une étude conduite en interne a révélé que les demandes de renseignements sur les services d'urgence portent essentiellement sur les numéros 17, 18 et 15. Bien que les demandes concernant les 112, 115 et 119 soient très marginales, il convient néanmoins, de par le caractère vital que revêt ces demandes, de citer l'ensemble des numéros correspondant aux services d'urgence soit le « 17 », le « 15 », « 18 », « 112 », « 115 » et le « 119 ».

(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 ?

En préalable, il aurait été important que l'Autorité précise les modalités de la méthode aléatoire et équiprobable du carrousel sur laquelle porte principalement la consultation. Cette précision apparaît comme d'autant plus nécessaire que le problème de gestion de l'aléatoire est dans le

cas présent complexe car la liste des numéros 118 cités n'est pas statique, puisqu'elle s'enrichit au gré des ouvertures des 118 XYZ sur le réseau à partir duquel le consommateur appelle.

Si malgré les inconvénients mentionnés ci-après, l'Autorité prend la décision qu'un système de type carrousel s'impose, Orange France considère que sa mise en place, par l'Autorité elle-même, devrait être étudié et ce, afin que la neutralité de l'aléatoire ne soit pas sujet à contestation. En outre, cette solution sera économiquement plus efficace pour l'ensemble des acteurs, en évitant de développer autant de systèmes de carrousel qu'il y a d'anciens services.

Comme alternative au message de type « carrousel » et au message « minimal » indiquant que le service n'est plus en service et que les renseignements sont désormais accessibles par un numéro à 6 chiffres commençant par 118, il peut être envisagé un message de même structure que le message « minimal » mais dont le caractère informatif est enrichi.

Ainsi, un tel message pourrait diffuser les informations suivantes :

- le numéro composé n'est plus en service
- les renseignements sont désormais accessibles par un numéro commençant par 118 suivi de 3 chiffres
- renvoyer vers le site www.appel118.fr pour plus d'informations sur les numéros et tarifs
- numéro(s) d'urgence

En outre, concernant les abonnés mobiles, il serait pertinent que l'Autorité envisage de développer en wap/html le site www.appel118.fr afin qu'en situation de mobilité les consommateurs aient la possibilité de consulter l'ensemble de l'information relative aux 118 XYZ ; il serait alors communiqué au consommateur une exhaustivité d'information que les limites de l'ergonomie vocale entravent aujourd'hui.

Inconvénients du carrousel :

- Un consommateur qui serait soit induit en erreur soit dans l'incapacité d'effectuer un choix éclairé
- ❖ Un consommateur induit en erreur par une information orientée

Si le message cite un nombre limité de 118 XYZ, le consommateur interprétera faussement l'information comme s'agissant du ou des nouveaux numéros du service qu'il cherchait à joindre, en l'occurrence du 712 pour Orange France.

Pour limiter l'ambiguïté, il pourrait alors être cité le nom du fournisseur et l'ensemble des services que chaque 118 XYZ recouvre ; hormis le fait qu'ergonomiquement ce n'est pas viable, le consommateur pourrait également interpréter cette information comme une recommandation de l'éditeur de l'ancien numéro.

En outre, diffuser lors d'un appel à un ancien numéro, un nombre limité de 118 XYZ ne peut être considéré comme un acte neutre à l'égard du consommateur, dans la mesure où il ne sera pas porté à sa connaissance l'exhaustivité des numéros 118 XYZ disponibles.

Réponse de Orange France à la consultation publique relative au message diffusé sur les anciens numéros de services de renseignements après le 3 avril 2006

❖ Un consommateur dans l'incapacité d'effectuer un choix éclairé face à une profusion d'informations vocales

Pour limiter le caractère orienté de l'information, il pourrait être envisagé de diffuser l'ensemble des 118 XYZ ouverts sur le réseau à partir duquel le consommateur appelle. Cependant, citer l'ensemble des 118 XYZ ne saurait être considéré comme une information neutre pour le consommateur de par l'ordre de citation. En effet, le consommateur se trouvant confronté à une longue liste de numéros énoncés l'un à la suite de l'autre, n'accordera d'attention qu'aux premiers services de la liste.

De plus, le consommateur tentant de joindre un ancien numéro, pensera faussement, s'il n'est pas fait mention du tarif ainsi que des services associés à chaque 118 XYZ (annuaire résidentiel, annuaire professionnel, sms, mise en relation,...) que l'offre et la qualité de service de ces derniers sont identiques à ceux de l'ancien numéro. Et une telle exhaustivité, nécessaire pour que le consommateur soit en mesure de faire un choix éclairé, n'est pas viable en mode vocal.

Le mode vocal ne se prête pas à la diffusion d'une information exhaustive et neutre pour chaque consommateur. Le mode aléatoire et équiprobable est neutre sur l'ensemble du marché étant donné que la visibilité donnée sur chaque 118 XYZ pour un grand nombre de consommateurs est identique, mais cette neutralité n'est plus vraie au niveau de chaque consommateur, que la liste des 118 XYZ soit exhaustive ou non, et va donc à l'encontre de l'intérêt du consommateur.

➤ Un consommateur déstabilisé

Le consommateur qui accédera plus d'une fois au même ancien numéro risque d'être déstabilisé car le(s) 118 XYZ cité(s) ne seront pas le(s) même(s).

➤ Mécontentement des consommateurs et conséquence néfaste sur le marché des services de renseignements

Le client qui composera le 712 depuis son mobile et prendra connaissance d'un message citant 1 ou plusieurs 118 XYZ conservera la conviction d'accéder à des services de Orange France et s'attendra, en toute légitimité, à bénéficier de la même qualité de service que celle rendue par le 712, soit un haut niveau de qualité.

En effet, l'enquête que l'Autorité a fait effectuer en novembre 2005 par TNS Sofres a montré un taux de disponibilité du service 712 de 100% et le meilleur taux d'exactitude des renseignements.

Une telle confusion pourrait nuire à l'image et à la marque de l'opérateur. Le client pourrait également se retourner vers Orange France pour contester la facturation

éventuelle d'un service dont le numéro lui aurait été indiqué par le carrousel et qui ne lui aura pas donné entière satisfaction.

Et plus globalement, il est évident que le mécontentement des consommateurs sera préjudiciable au développement de l'usage des services associés aux numéros 118 XYZ.

➤ A l'encontre d'une concurrence saine

La présentation des numéros de façon aléatoire ne favorisera pas une concurrence saine où les parts de marché sont déterminées par les performances réelles des services comme la qualité, l'étendue des services, les tarifs,... Un tel système conduira au nivellement des parts de marché selon des principes totalement contradictoires avec le libre jeu de la concurrence que la mise en place d'un nouveau format dédié est censée promouvoir.

➤ Frein à la bascule vers les nouveaux numéros

Ce type de message citant les nouveaux numéros n'incite pas à une bascule rapide vers le nouveau format de numéros. En effet, le risque est que les consommateurs conservent le réflexe de composer les anciens numéros pour connaître les nouveaux, et ce d'autant plus facilement si la communication était gratuite.

➤ Inutile pour au moins 80% des français

Selon le sondage SOFRES réalisé entre le 6-8 décembre 2005, 80% des français ont mémorisé un numéro 118 XYZ. Il est raisonnable de penser que ce taux aura progressé d'ici le 3 avril 2006, conséquemment aux efforts de communication probablement poursuivis par les acteurs du marché.

Le carrousel délivrera ainsi un message à tout au plus 20% des consommateurs que le plan de communication des différents acteurs n'aurait pas atteint au 3 avril 2006 ; soit en tout état de cause des consommateurs moins avertis qui ont besoin d'une information simple, claire et neutre que le carrousel ne peut leur fournir.

➤ Les éditeurs non opérateurs de boucle locale dans l'incapacité de communiquer une information pertinente

Le message étant délivré par l'éditeur en charge de l'ancien numéro, si l'éditeur n'est pas l'opérateur de la boucle locale depuis laquelle est émis l'appel, il ne pourra alors pas communiquer la liste des 118 XYZ ouverts sur le réseau d'où appelle le consommateur et devra fournir l'ensemble des 118 XYZ. L'éditeur devra alors spécifier les réseaux sur lesquels chaque 118 XYZ est ouvert, soit un flot d'information vocale impossible à retenir.

De plus, l'éditeur devra prendre connaissance auprès des différents opérateurs de boucle locale des ouvertures des 118 XYZ qui s'effectuent au fil du temps de façon à mettre régulièrement à jour son message.

➤ Délais techniques

Orange France ne dispose pas de ce type de solution sur son réseau. Ce système de carrousel nécessiterait des développements spécifiques et compte tenu des temps de développements, une mise en œuvre, pour le 3 avril 2006 dans l'hypothèse d'une publication de la décision de l'Autorité fin février 2006, reste difficile à garantir à ce jour.

(5) Pensez-vous opportun que soit prévue une obligation de mise en oeuvre d'un système de « carrousel » ?

La compétence de l'Autorité dans le présent contexte est précisée à l'article L32-1 à savoir : *« Dans le cadre de leurs attributions respectives, le ministre chargé des communications électroniques et l'Autorité de régulation des communications électronique et des postes prennent, dans des conditions objectives et transparentes des mesures raisonnables et proportionnées aux objectifs poursuivis et veillent : [...] 2/ A 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 [...] ».*

Orange France s'interroge sur le caractère raisonnable que pourrait revêtir une obligation de mettre en œuvre un système technique complexe dans un délai d'un mois seulement , si l'Autorité adoptait une telle décision fin février 2006. De plus, Orange France souhaiterait rappeler que l'opportunité d'un tel système avait été abordée en juillet 2004 lors de l'appel à commentaires sur l'ouverture de numéros de la forme 118 XYZ pour remplacer le « 12 » et que depuis, cette possibilité n'a jamais été révoquée.

Enfin, compte tenu des inconvénients relevés par l'analyse précédente, il semble qu'une telle obligation de mise en œuvre d'un système de carrousel ne satisfait pas les objectifs définis à l'article L32-1 du point de vue de l'intérêt du consommateur et du développement d'une concurrence effective. Orange France n'est donc pas favorable à ce qu'une obligation impose la 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 ?**

Etant donné que le message devrait délivrer la liste exhaustive des 118 XYZ pour des raisons citées précédemment ainsi que les numéros d'urgence, il est préférable, pour une meilleure ergonomie, de donner l'accès à la liste des 118 XYZ en tapant « 1 » et de diffuser ensuite en systématique les services d'urgence.

(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 ?

Le besoin du consommateur appelant d'une boucle locale est d'accéder au(x) service(s) de renseignements disponible(s) depuis cette même boucle locale. Ainsi, il doit être cité les 118 XYZ ouverts depuis la boucle locale à partir de laquelle le consommateur appelle l'ancien numéro. Cependant, l'éditeur, qui n'est pas l'opérateur de la boucle locale à partir de laquelle appelle le consommateur, ne pourra pas communiquer cette information pertinente comme expliqué précédemment.

Enfin, la diffusion des 118 XYZ ouverts depuis la boucle locale, bien que pertinente pour le consommateur, pose un problème de discrimination à l'égard des éditeurs dont les services ne seront pas accessibles depuis le réseau d'où appelle le consommateur.

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

Pour que chaque consommateur ait à sa disposition une information la moins orientée possible et tous les éléments nécessaires pour effectuer son choix, il est nécessaire que toute la liste des prestations (détails des services, tarifs,...) soit diffusée. Comme indiqué précédemment, la neutralité n'est malgré tout pas effective du fait de l'ordre de citation des 118 XYZ et le consommateur ne sera pas en mesure, avec un message vocal, de mémoriser la totalité des informations pour effectuer son choix.

(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 ?

Orange France n'est pas opposée à ce que le numéro fourni au titre de la deuxième composante du service universel soit cité systématiquement. Cependant, une telle citation systématique irait à l'encontre de l'obligation de neutralité de l'information diffusée au consommateur.

(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 ?

Pour l'intérêt du consommateur, afin de limiter la confusion entre l'éditeur de l'ancien numéro et l'éditeur des 118 XYZ cités, il semble nécessaire de citer le nom du fournisseur. Cependant, cela ne lèvera pas totalement l'ambiguïté ; le consommateur pourra comprendre qu'il s'agit d'une recommandation de l'éditeur de l'ancien numéro pour les 118 XYZ cités.

Il semble nécessaire de donner les services proposés (annuaire résidentiel, annuaire professionnel, sms, mise en relation,...) car le consommateur pourrait s'attendre à obtenir la même prestation que celle du service qu'il cherchait à joindre initialement.

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

Si malgré les inconvénients que présente le système de carrousel, l'Autorité prenait la décision d'imposer un tel message, la solution la plus satisfaisante serait celle où le serveur vocal serait mis en place par l'Autorité. Le message délivré par les anciens numéros informerait alors de l'existence d'un numéro libre appel depuis un poste fixe.

Cette solution semble d'un point de vue consommateur la moins défavorable, les 118 cités ne seraient alors pas faussement attribués à l'éditeur de l'ancien numéro, et cette solution éviterait les potentiels contentieux relatifs à la neutralité de l'aléatoire.

(11) La mise en oeuvre d'un tel message automatique avant le 3 avril 2006 présente-elle des contraintes de faisabilité ?

Orange France comprend l'intérêt d'un tel message pour une minorité de consommateurs (20% et probablement moins d'ici le 3 avril 06) si l'on se réfère à l'enquête de la SOFRES, mentionnée auparavant, sur la notoriété des 118 XYZ. Cependant, toujours en référence à cette enquête, cela signifie certains inconvénients pour 80% des consommateurs qui appelleront le 712 avant le 3 avril 06 et devront patienter le temps de la diffusion d'un message dont la teneur leur est connue avant d'être mis en relation avec un téléopérateur. De plus, pour des raisons techniques, l'écoute de ce message sera facturée au tarif en vigueur pour tout appel au 712.

Réponse de Orange France à la consultation publique relative au message diffusé sur les anciens numéros de services de renseignements après le 3 avril 2006

Enfin, en terme de faisabilité, deux semaines seraient nécessaires pour enregistrer et mettre en place le message ; ce qui signifie que la mise en oeuvre d'un tel message, pour des raisons techniques, ne pourrait être antérieure au 15 mars dans l'hypothèse où l'Autorité adopterait une décision fin février 2006.

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

Si l'Autorité décide de la nécessité d'un tel message, elle devra préciser la date de mise en œuvre afin que celle-ci soit effectuée simultanément par chaque éditeur.