

# Les travaux de l'ARCEP afin d'améliorer les offres faites aux consommateurs de services de communications électroniques

FRATEL

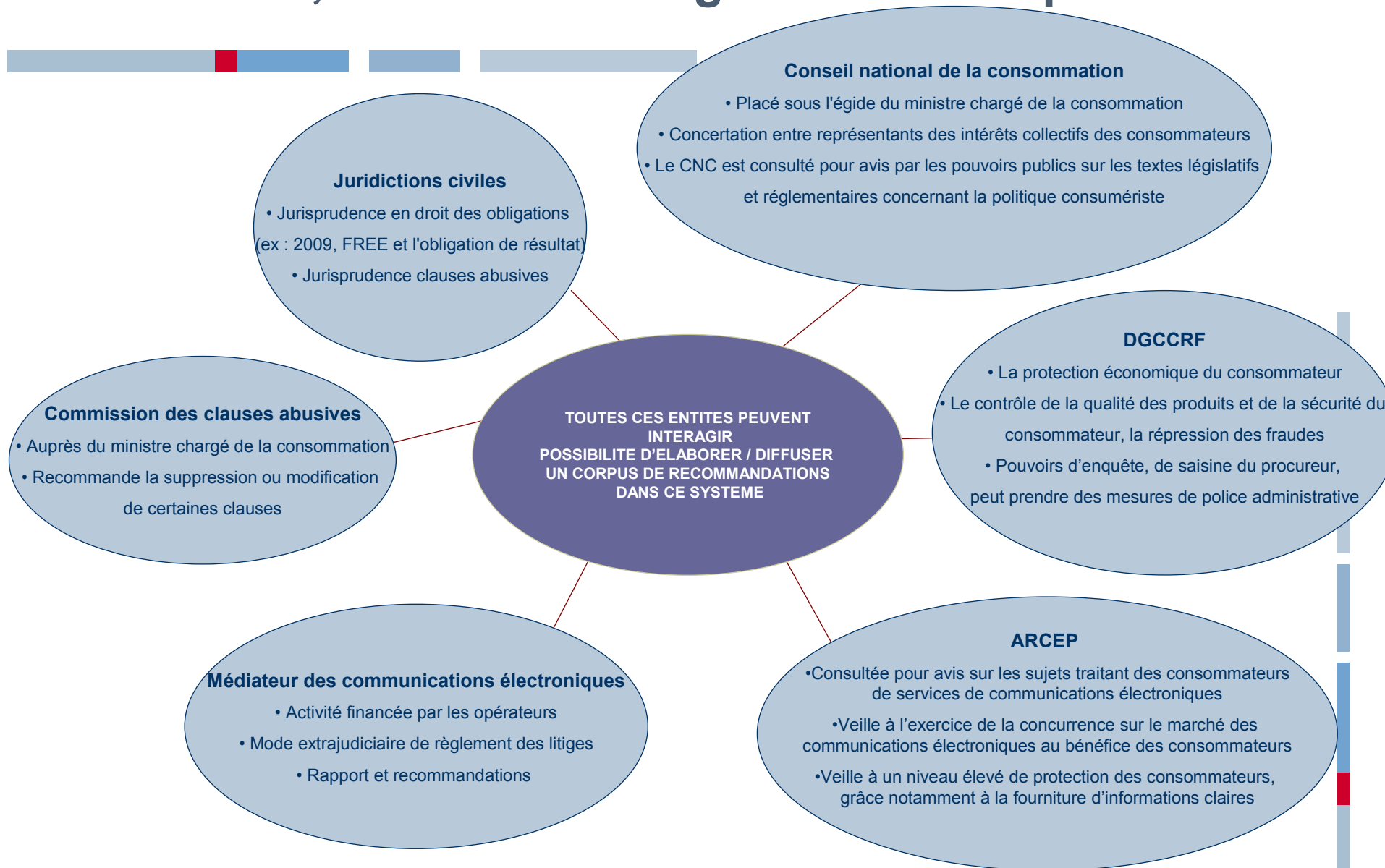
Jeudi 12 mai 2011





## Le panorama institutionnel en matière de protection des consommateurs

# Autorités, instances et organismes compétents



# Les objectifs de la régulation

- ▶ Les objectifs de régulation, qui correspondent aux missions que le législateur a entendu confier au ministre chargé des communications électroniques et à l'ARCEP, sont précisés à l'article L. 32-1 (II) du CPCE
  - La fourniture et le financement de l'ensemble des composantes du service public des communications électroniques ;
  - **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 ;**
  - Le développement de l'emploi, de l'investissement efficace dans les infrastructures, de l'innovation et de la compétitivité dans le secteur des communications électroniques ;
  - La définition de conditions d'accès aux réseaux ouverts au public et d'interconnexion de ces réseaux qui garantissent la possibilité pour tous les utilisateurs de communiquer librement et l'égalité des conditions de la concurrence ;
  - Le respect par les opérateurs de communications électroniques du secret des correspondances et du principe de neutralité au regard du contenu des messages transmis, ainsi que de la protection des données à caractère personnel ;
  - Le respect, par les exploitants de réseau et les fournisseurs de services de communications électroniques de l'ordre public et des obligations de défense et de sécurité publique ;
  - **La prise en compte de l'intérêt des territoires et des utilisateurs, notamment handicapés, dans l'accès aux services et aux équipements ;**
  - Le développement de l'utilisation partagée entre opérateurs des installations mentionnées aux articles L. 47 et L. 48 ;
  - L'absence de discrimination, dans des circonstances analogues, dans le traitement des opérateurs ;
  - La mise en place et au développement de réseaux et de services et à l'interopérabilité des services au niveau européen ;
  - L'utilisation et à la gestion efficaces des fréquences radioélectriques et des ressources de numérotation ;
  - **Un niveau élevé de protection des consommateurs, grâce notamment à la fourniture d'informations claires, notamment par la transparence des tarifs et des conditions d'utilisation des services de communications électroniques accessibles au public ;**
  - Le respect de la plus grande neutralité technologique possible ;
  - L'intégrité et la sécurité des réseaux de communications électroniques ouverts au public.

# La dimension consommateurs est présente dans toute l'activité de régulation de l'Autorité

- ▶ Au-delà de la gestion du service universel, l'objectif de l'Autorité est le développement du secteur des communications électroniques, dont les utilisateurs finaux sont en premier lieu les consommateurs
  - Il s'agit avant tout d'une activité de service. Ce secteur ne peut donc se développer si les services proposés ne satisfont pas les utilisateurs finaux
  - Le développement économique du secteur dans un contexte d'ouverture à une concurrence loyale et effective permet aux utilisateurs de bénéficier de cette concurrence : plus de choix, d'innovation, de dynamisme de marché...
  - Cela nécessite parfois un arbitrage entre avantages de court terme et de long terme (exemple : baisse des tarifs et investissements)
  
- ▶ Historiquement, une régulation « asymétrique » a été mise en œuvre pour gérer l'ouverture à la concurrence. La multiplication des acteurs amène aujourd'hui l'ARCEP à plus de régulation « symétrique »
  - Interopérabilité et interconnexion des réseaux
  - Qualité de service de l'ensemble des opérateurs et non plus seulement de France Telecom
  - Permettre aux consommateurs de changer facilement d'opérateur (portabilité...), etc.
  
- ▶ Récemment, le législateur a renforcé les attentes qu'il place dans l'ARCEP :
  - En lui donnant une compétence dans le traitement des réclamations des usagers postaux depuis 1er janvier 2011 ;
  - En lui demandant d'établir un bilan de l'article 17 de la loi du 3 janvier 2008 dite loi Chatel ; remis au Parlement et publié le 30 juillet 2010.
  
- ▶ Les dispositions des nouvelles directives européennes de décembre 2009, renforcent également le rôle des autorités réglementaires nationales pour la protection du consommateur.



## Les propositions de l'ARCEP afin d'améliorer les offres faites aux consommateurs

# Les propositions de l'ARCEP afin d'améliorer les offres faites aux consommateurs

- ▶ L'ARCEP a retenu l'action en faveur des consommateurs comme une priorité pour l'année 2010
- ▶ Plusieurs constats ont initié l'action de l'ARCEP en faveur des consommateurs :
  - le consommateur n'est pas toujours en mesure d'exercer un choix éclairé lorsqu'il souscrit une offre, tant sur la nature et la qualité des services offerts que sur le prix
  - les marchés de communications électroniques sont caractérisés par la présence persistante, voire croissante, de freins au changement, limitant la capacité des consommateurs à faire jouer la concurrence.
- ▶ Le 18 février 2011, l'ARCEP a publié 23 propositions visant à améliorer les offres faites aux consommateurs de communications électroniques. Elles portent sur les thèmes suivants :
  1. le niveau de transparence des offres
  2. la fluidité des marchés de communications électroniques
  3. la qualité et la disponibilité des services
  4. le fonctionnement des services à valeur ajoutée (SVA)
  5. l'accès aux services aux personnes handicapées
- ▶ Ces propositions ont été élaborées à l'issue d'une large concertation, entamée dès le début de l'année 2010, avec les différents acteurs concernés :



# Améliorer les offres faites aux consommateurs (2/3)

## Exemples de propositions en matière de communications électroniques

	Transparence des offres	Fluidité des marchés	Qualité et disponibilité des services	Services à valeur ajoutée	Accès des personnes handicapées aux communications électroniques
<b>IMMEDIATEMENT APPLICABLE</b> rappel, interprétation ou application des dispositions en vigueur	La proposition n° 1 définit ce qu'est une information transparente et sous quelle forme elle doit être communiquée au consommateur par son opérateur	s/o	s/o	La proposition n° 18 rappelle que les communications téléphoniques à destination des numéros de type 01 à 05 et 09 ne peuvent être exclues d'une offre d'abondance de téléphonie, fixe ou mobile	s/o
<b>TRAVAUX</b> poursuivre ou engager des travaux avec les acteurs publics ou privés	La proposition n° 2 vise à lancer des travaux sur la mise à disposition d'informations sur le service fourni dans le cadre d'une offre d'accès à l'internet	La proposition n° 11 vise à lancer des travaux sur, par exemple, l'impact du plafonnement à douze, voire six mois, de la durée maximum d'engagement des offres de services mobiles	La proposition n° 14 vise à lancer des travaux sur la mesure et le suivi de la qualité de service de l'internet	La proposition n° 22 invite les acteurs du secteur à réfléchir à l'instance déontologique qui définirait les règles sur l'usage légitime des SVA	La proposition n° 23 invite les acteurs du secteur à participer à un groupe de travail sur l'équivalence du choix et de l'accès aux communications électroniques, pour formaliser des engagements communs
<b>RECOMMANDATIONS</b> transmises aux pouvoirs publics (Parlement, Gouvernement et administrations)	La proposition n° 4 vise à imposer aux opérateurs de demander la confirmation expresse de leur client, sur support papier ou électronique, lorsqu'il souscrit à distance une offre ou une option ayant un impact sur son engagement	La proposition n° 10 vise à spécifier les modalités de résiliation des offres multiservices et à limiter leur durée d'engagement à 12 mois lorsqu'elles sont proposées par le biais d'un contrat unique	s/o	La proposition n° 20 demande aux opérateurs d'intégrer dans leurs forfaits la quote-part du prix de communication correspondant au transport sur leur réseau (« airtime ») des appels vers des numéros commençant notamment par 080 et 081	s/o



# La fluidité des marchés de communications électroniques

## *Exemples de propositions*

- ▶ En France au T4 2010, seulement 18,6% du parc mobile postpayé était libre d'engagement. L'Autorité constate que les consommateurs n'ont pas accès à des offres sans engagement attractives
  - La proposition n° 8 recommande que les opérateurs offrent, pour chacune de leurs offres, une variante équivalente sans engagement à un prix raisonnable au regard de l'offre avec engagement.
  
- ▶ L'Autorité estime que les conditions de résiliation des offres multiservices, récemment apparues, doivent être précisées
  - La proposition n° 10 vise à spécifier les modalités de résiliation partielle et globale des offres multiservices et à limiter leur durée d'engagement à 12 mois lorsqu'elles sont proposées par le biais d'un contrat unique
  
- ▶ Afin de mieux apprécier certaines pratiques, l'ARCEP va lancer des travaux d'analyse avec les acteurs du secteur portant notamment sur :
  - l'impact du plafonnement à douze, voire six mois, de la durée maximum d'engagement des offres mobiles ;
  - l'impact et les modalités de mise en œuvre, d'une part, du découplage de la vente des terminaux et des services mobiles et, d'autre part, de la séparation sur les factures du prix du terminal et du prix des services mobiles en cas de vente couplée ;
  - les restrictions imposées sur les terminaux par les opérateurs ou les fabricants.

# La transparence des offres de communications électroniques

## Exemples de propositions

- ▶ Dans ses propositions pour améliorer les offres faites aux consommateurs, l'ARCEP constate également que les consommateurs n'ont pas une connaissance précise de leur consommation
- ▶ La proposition n° 1 définit ce qu'est une information transparente et sous quelle forme elle doit être communiquée au consommateur par son opérateur
  - une information transparente est accessible, exacte, intelligible, objective dans sa présentation, et complète
  - chaque opérateur doit proposer, sur son site internet, à chacun de ses clients, un espace personnel dédié
  - si le client ne souhaite pas ou ne peut pas disposer d'un tel espace, les informations le concernant doivent lui être fournies par courrier, par exemple, à l'occasion de la transmission de sa facture
- ▶ La proposition n° 5 vise à proposer aux opérateurs de mettre à disposition des consommateurs leur profil de consommation
  - sur l'espace internet du client ou par courrier,
  - une fois par an et en cas de demande expresse,
  - un profil décrivant les consommations selon des indicateurs identiques dans le secteur : nombre de minutes de voix, le nombre de SMS et de MMS et la quantité de data consommés, différenciés par créneaux horaires.
- ▶ La mise à disposition du profil de consommation permettrait au consommateur de
  - Vérifier si l'offre souscrite correspond à ses besoins
  - Comparer facilement les offres des opérateurs, par exemple en utilisant des comparateurs de prix



The screenshot shows the 'bill monitor' website interface. At the top, it says 'bill monitor' and 'invented by mathematicians in Oxford approved by Ofcom'. There are navigation links: 'why the right contract?', 'about the principles', and 'about the math'. A 'PRICE COMPARISON CALCULATOR' badge is visible. The main heading asks 'tell billmonitor how you use your phone to find the right contract'. Below this, it says 'coming soon: pay as you go calculator'. The form contains the following questions and inputs:

- how many mins do you use?  mins per month
- how many texts?  per month
- how much do you browse?  (with a tooltip: 'browsing (sometimes called data) is your email and internet use')
- do you make calls TO or FROM abroad?  no  yes
- more > [how many picture messages?](#)

Exemple de comparateur de prix au Royaume-Uni: billmonitor.com, labellisé par l'Ofcom



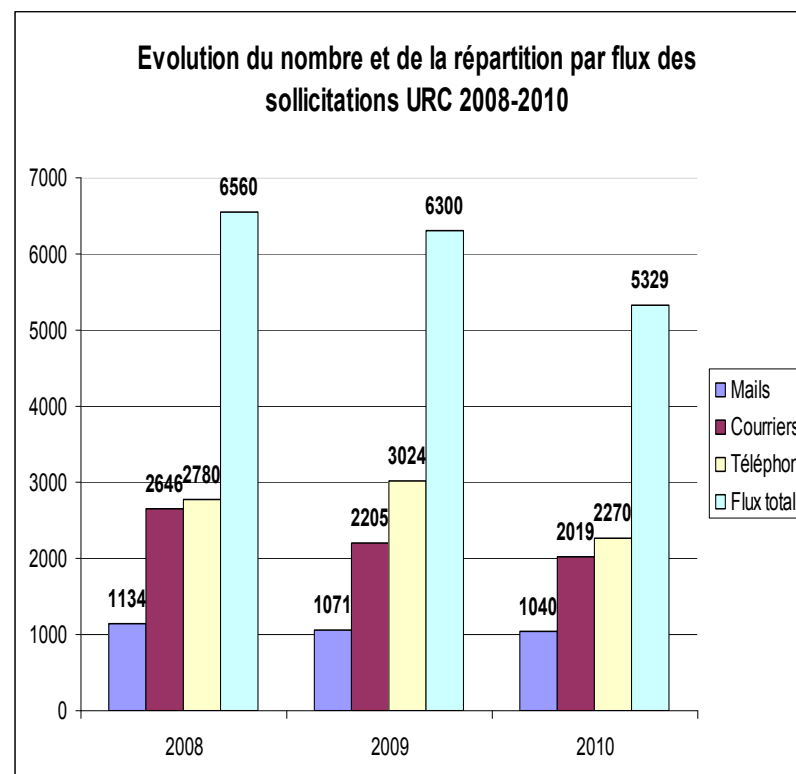
## Analyse des sollicitations traitées en 2010 par l'unité relations avec les consommateurs (URC)

## Le rôle de l'unité relations avec les consommateurs (URC)

- ▶ L'URC est chargée d'assurer une interface efficace entre les consommateurs et leurs représentants, et les directions opérationnelles de l'ARCEP sur les problématiques de consommation relevant des compétences de l'Autorité :
  - Maintenir un rôle de proximité avec les consommateurs en leur apportant au quotidien des réponses sur le fonctionnement des services de communications électroniques
  - Accompagner les demandes de résolution des conflits auprès des opérateurs
    - Mais l'Autorité n'a pas de compétence pour le traitement desdits conflits, et n'instruit donc pas les dossiers
    - De ce fait, les renseignements tirés de l'analyse des flux sont à apprécier comme des tendances, et non comme un état exhaustif des sollicitations
  - Poursuivre les échanges en matière de consommation notamment avec les opérateurs
  - Renforcer la démarche conjointe de co-régulation entre les consommateurs, les opérateurs et l'Etat
  - Assurer le secrétariat du « Comité des consommateurs »

## Les statistiques en matière de sollicitations de l'ARCEP par les consommateurs

- ▶ En 2010, 5329 sollicitations en matière de communications électroniques ont été reçues par la MRC :
  - 2270 appels téléphoniques (soit 42,6% vs. 3024 et 48%% en 2009)
  - 2 019 courriers (sit 37,9% vs. 2205 et 35% en 2009)
  - 1 040 mails (soit 19,5% vs.1 071 et 17% en 2009)
- ▶ Ces sollicitations sont en baisse après 5 années comprises entre 6300 à 8 000 (Cette diminution des sollicitations ne mesure pas directement la diminution des conflits entre les consommateurs et les opérateurs, mais peut à tout le moins indiquer une meilleure prise en compte de ces conflits par les services clients et les services consommateurs).



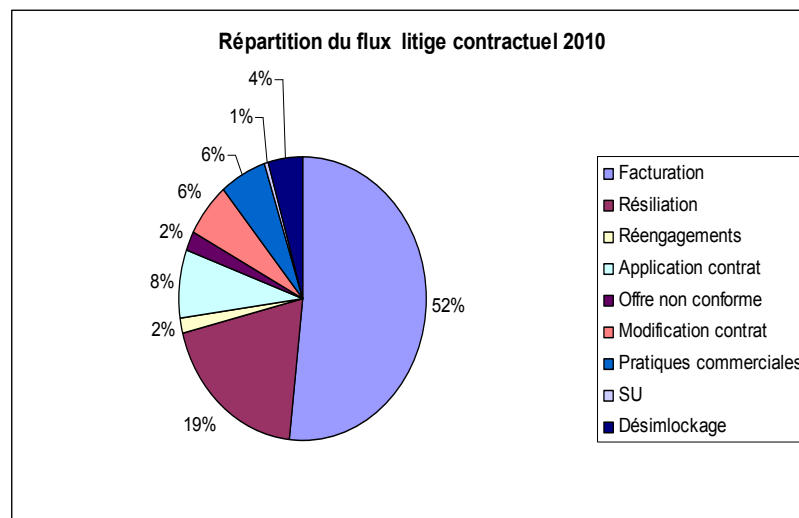
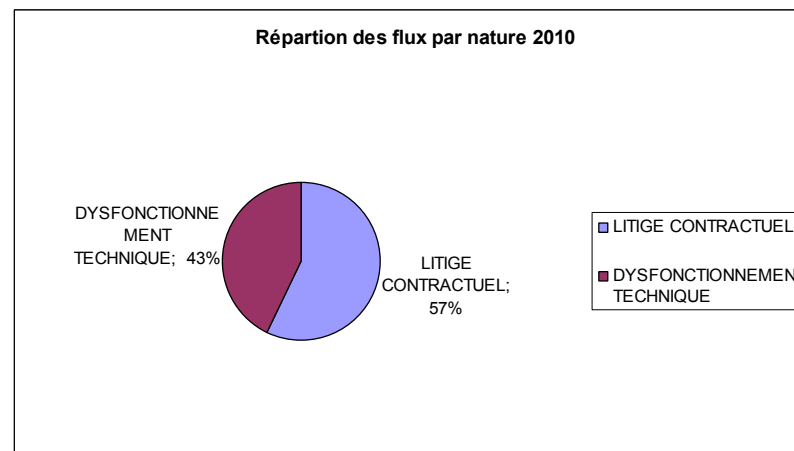
## Les statistiques en matière de sollicitations de l'ARCEP par les consommateurs

### ► Tendances 2010

► Un léger rééquilibrage des sollicitations *litiges contractuels* et *dysfonctionnements techniques* (usuellement une proportion 75/25): 57% de litiges contractuels et 43% de dysfonctionnements techniques.

► On rappelle qu'il s'agit là de la clé d'entrée proposée par le consommateur lors de sa sollicitation.

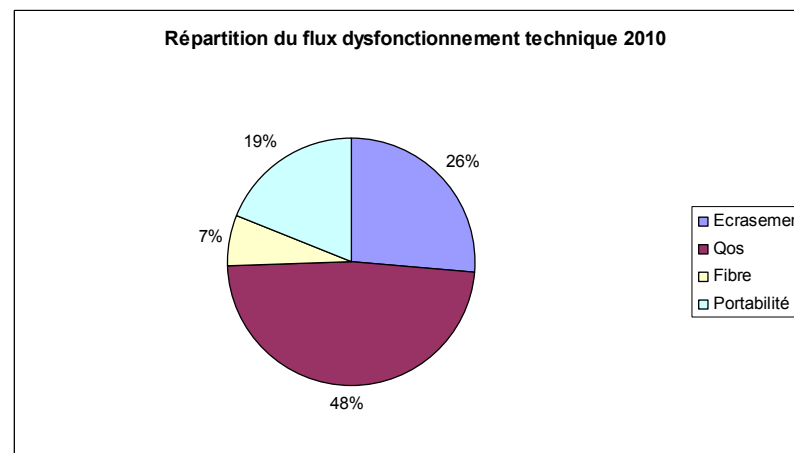
► Les litiges contractuels sont composés à 71% par les litiges de facturation et les litiges de résiliation.



## Les statistiques en matière de sollicitations de l'ARCEP par les consommateurs

### ► Tendances 2010 (suite)

- La moitié des dysfonctionnements techniques (48%) relèvent d'un problème de qualité de service (liaison non livrée, interruption, perte de la ligne).
- A noter la persistance des écrasements à tort (26%).
- Le classement toutes typologies confondues donne une image globale du flux de sollicitations.
- On retrouve la prégnance des problèmes de facturation et de qualité de service (+ de 50% des sollicitations).



Typologie	%
Facturation	29,5
Qos	20,6
Ecrasement	11,3
Résiliation	11,1
Portabilité	8,1
Application contrat	4,4
Modification contrat	3,5
Pratiques commerciales	3,5
Fibre	2,9
Désimlockage	2,5
Offre non conforme	1,3
Réengagements	1
SU	0,4

## Les statistiques en matière de sollicitations de l'ARCEP par les consommateurs

### ► Tendances 2010 (suite)

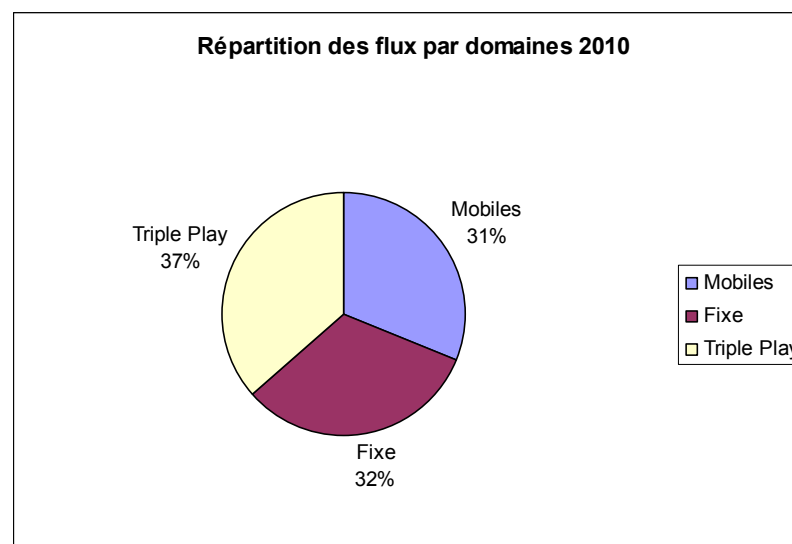
► La répartition des flux entre les trois domaines fixe, mobile et triple play est équivalente, et on constate une montée en % des sollicitations mobile (à hauteur de 15-20% ces dernières années).

► A noter que la ligne de partage entre triple play et fixe dépend d'une part du type de service possédé par le consommateur et de sa clé d'entrée d'autre part.

Un consommateur peut avoir un triple play mais ne nous solliciter que sur la partie téléphonie.

► Site consommateur <http://www.telecom-infoconso.fr/>

► 530 visiteurs par jour en moyenne, pour 1605 pages consultées.



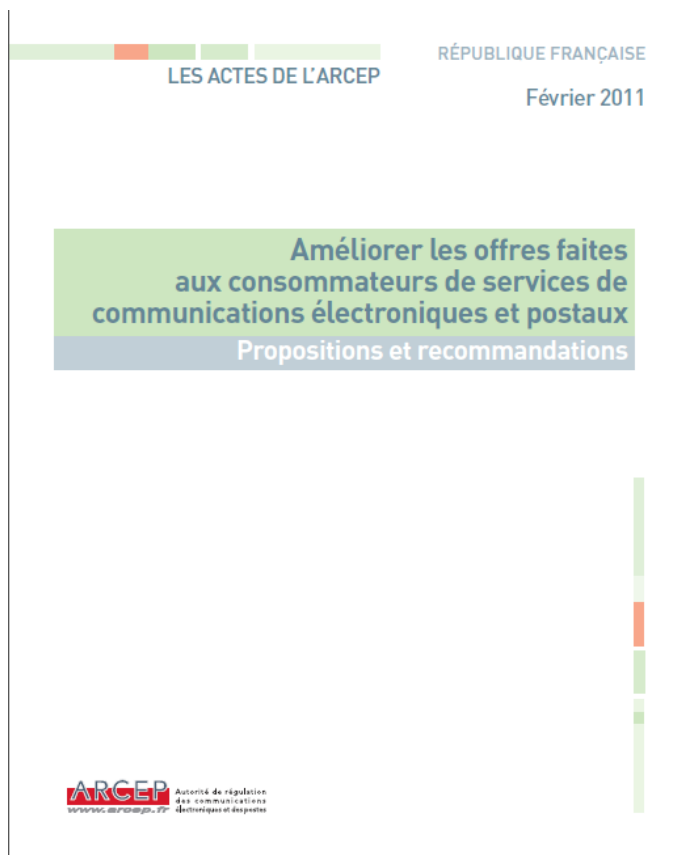




# Annexes



# Les propositions de l'ARCEP afin d'améliorer les offres faites aux consommateurs



[http://www.arcep.fr/uploads/tx\\_gspublication/propositions-consommateurs-180211.pdf](http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/propositions-consommateurs-180211.pdf)

# Champ de compétences de l'ARCEP en matière de droit de la consommation

