

**« Protéger »
les consommateurs
Quelles compétences ?**

FRATEL-2007 Montreux

Nicolas Curien

ARCEP, France

Préambule

- *Protéger* le consommateur des abus de la concurrence ? Mieux encore, le faire *bénéficier* pleinement des fruits de la concurrence...
- Complémentarité entre :
 - Droit de régulation,
 - Droit de la concurrence,
 - Droit de la consommation.
- Partage des compétences entre :
 - Régulateur sectoriel,
 - Autorités publiques de la consommation
 - Médiateurs,
 - Associations de consommateurs.
 -

Les cinq « piliers »

- Cinq facteurs essentiels :
 - Bon exercice de la concurrence,
 - Transparence et pertinence de l'information,
 - Contrôle des pratiques contractuelles,
 - Traitement des litiges et réclamations,
 - Représentation des consommateurs.
- Ces facteurs sont :
 - assez indépendants dans leur mise en œuvre,
 - très synergiques dans leurs effets.

Différentes organisations (1)

- **Régulateur aux compétences extensives** : information + guide de bonnes pratiques + fixation d'obligations + aide directe aux consommateurs dans le règlement des litiges, etc.
Ex. ComReg, Irlande.
- **Régulateur au centre d'un système** comportant également un organe de représentation des consommateurs auprès du régulateur et des médiateurs agréés par le régulateur.
Ex. Ofcom (RU), Opta (Pays-Bas).
- **Distribution des compétences** entre le régulateur sectoriel (information + concertation), des médiateurs (règlement des litiges), les autorités de la consommation (contrôle des clauses abusives, sanctions), les associations de consommateurs (représentation).
Ex. Communications électroniques, France.

Différentes organisations (2)

- **Watchdogs sectoriels** en charge des fonctions :

- d'information,
- + de traitement des litiges.

Ex. Poste, Energie au RU.

- **Organismes trans-sectoriels spécialisés par missions** (information / représentation / litiges) + encadrement « *light handed* » par le régulateur (expertise sectorielle, contrôle d'efficacité de la médiation, guide de bonnes pratiques, fixation de certaines obligations, etc.).

Ex. Evolution en cours au RU et aux Pays-Bas.

Constats et leçons

- La diversité des schémas selon les pays et selon les secteurs régulés révèle qu'il n'existe pas d'organisation universelle « idéale ».
- La formule « Tout chez le régulateur » n'est guère efficace : en Irlande, la concurrence est assez faible entre opérateurs, les consommateurs sont peu confiants et peu satisfaits.
- La « convergence » pousse à l'intégration horizontale (fixe + mobile + services à valeur ajoutée + Internet + services de contenus, etc.).
- L'efficacité pousse à la spécialisation verticale : séparation des trois fonctions information / représentation / litiges.
- Dans les systèmes trans-sectoriels, nécessité de maintenir une expertise sectorielle (cellules spécialisées + contrôle par les régulateurs).

Réglement des litiges (1)

- « **Mieux vaut prévenir que guérir** » = commencer par inciter les opérateurs à améliorer l'efficacité de leurs procédures internes de traitement des plaintes.
- **Médiation** = dernier recours avant traitement judiciaire.
- **Trois exigences** pour la médiation :
 - Indépendance
 - Efficacité
 - Equité

Réglement des litiges (2)

● Indépendance :

- Désignation pluri-partite des médiateurs (opérateurs + associations + autorités publiques de la consommation).
- Mandat limité (3 ans).
- Pas de conflit d'intérêts entre le médiateur et les parties.

● Efficacité :

- Obligation pour tout opérateur d'adhérer à un système de médiation.
- Guichet unique pour tous les types de litiges commerciaux.
- Chartes de médiations harmonisées.
- Délai maximal de traitement affiché.
- Réduction des coûts de gestion.

Réglement des litiges (3)

● Equité :

- Egalité des droits devant les possibilités de recours, quel que soit l'opérateur et quel que soit le service.
- Mention « transparente », dans tout contrat commercial, du médiateur compétent en cas de litige.
- Gratuité pour le consommateur, financement de la médiation par les opérateurs.
- Suspension du délai de prescription.

Régulateur & Information

- Site Internet spécialisé ou accès ciblé « consommateurs » au site général du régulateur.
- Dans les deux cas, **rendre l'information lisible** par les consommateurs, ou du moins par leurs « relais » (associations, presse) :
 - Effort terminologique (traduction du « jargon » technique) ,
 - Effort taxinomique (classification *problem-oriented*).
- Types d'informations fournies au consommateur :
 - Prix de paniers-types de consommation,
 - Services et technologies,
 - Droits et obligations,
 - Base de données opérateurs.
- Retour d'information vers le régulateur (*feedback*)
 - Système de déclaration de problèmes en ligne,
 - Actualisation des données opérateurs.

Régulateur & concertation (1)

- L'ARCEP met en place en décembre 2007 un « Comité des consommateurs » = instance de dialogue et d'échanges entre régulateur et associations de consommateurs.
- Avantages pour les associations :
 - Lieu d'information (évolution du secteur, actions de l'ARCEP)
 - lieu d'expression (vis-à-vis de l'ARCEP)
 - Lieu de communication (vis-à-vis du secteur).
- Avantages pour le régulateur :
 - Mieux comprendre les attentes des consommateurs,
 - Repérer plus rapidement les dysfonctionnements du marché,
 - Recueillir des avis et suggestions.

Régulateur & concertation (2)

- Organisation du « Comité des consommateurs » :
 - 1 réunion plénière par an : bilan, orientations.
 - 2 à 3 réunions « techniques » par an, séparées en deux phases : phase ARCEP/associations, puis phase ARCEP/associations/opérateurs.
- Exemples de sujets envisagés :
 - Roaming, eurotarifs,
 - Services de renseignement,
 - Services à valeur ajoutée,
 - Pratiques contractuelles du Haut débit
 - Prix des SMS
 - Répercussion des prix de gros sur les prix de détail
 - Allègement de la régulation asymétrique
 - etc.

Conclusions

● Objectif

- Certes, **protéger** le consommateur des **abus** de la concurrence : spam, *dialers*, écrasement, durées d'engagement excessives, etc.,
- mais aussi, le mettre en mesure de **profiter** des **bienfaits** de la concurrence : innovation sur les réseaux et les services, baisse des prix, etc.

● Moyen

- Instaurer un **système de co-régulation distribuée et coordonnée** (Consommateurs / Opérateurs / Médiateurs / Autorités de la Consommation / Régulateur)...
- **dans lequel le régulateur sectoriel occupe une juste place** = ni trop (il n'a pas vocation à traiter des litiges), ni trop peu (il ne peut être absent du système d'information et de concertation).