



Le Médiateur
des communications
électroniques }

Rapport 2016



SOMMAIRE

L'éditorial du Médiateur	02
Le parcours consommateurs	04
La résolution des litiges en 2016	05
Les recommandations du Médiateur	13
Les fiches pratiques	20
Les interviews	26
L'agenda 2016 du Médiateur	29
L'AMCE et ses membres	31
La charte de la médiation	34



L'éditorial du Médiateur

Ayant pris mes fonctions en avril 2016, je constate que cette année a été très intense pour la médiation des communications électroniques, du fait d'un nombre de saisines inégalé, et d'une croissance significative du nombre d'avis rendus. Plusieurs raisons expliquent ce surcroît d'activité :

Le monde des télécoms n'est pas un long fleuve tranquille... Les déplacements de clients d'un opérateur à l'autre peuvent être massifs, attisés par des offres commerciales alléchantes, ou par une insatisfaction face à la qualité de service des offres souscrites, internet, fixe ou mobile. Or, tout changement d'opérateur génère des litiges et accroît donc le nombre de saisines du Médiateur.

Le monde des télécoms n'est pas homogène. Entre entreprises, entre groupes, les priorités peuvent varier en fonction de la diversité des stratégies : conquête de parts de marché ou croissance du chiffre d'affaires par client, investissements dans les technologies et les infrastructures de demain ou dans les contenus. L'attention portée à la qualité du service client variera en conséquence. Elle peut, du fait de décisions stratégiques pressantes, n'être pas, ou pas encore,

la priorité du moment. Le nombre de saisines du Médiateur, justifiées par une insatisfaction manifeste du consommateur dans le traitement de sa demande, en découlera nécessairement.

Miroir de la diversité des pratiques commerciales des opérateurs, les litiges portés devant le Médiateur sont également le reflet des **nouveaux usages** et des **nouvelles priorités** dans le domaine des télécoms : augmentation des litiges liés au développement de la fibre optique, part croissante des contestations relatives à la VOD (*video on demand*) ou des facturations d'itinérance internationale, quasi disparition des litiges concernant la téléphonie fixe. L'examen des saisines du Médiateur fait ainsi de cette instance un véritable laboratoire des nouvelles pratiques et des nouveaux usages. Ce surcroît d'activité est aussi la preuve de la confiance des consommateurs dans cette médiation sectorielle et privée.

Mais bon nombre des structures de médiation de la consommation, instituées par l'ordonnance du 20 août 2015 font, elles aussi, face à une telle croissance de leurs saisines. Le monde des télécommunications n'est donc pas une exception. C'est bien à un changement sensible du comportement du consommateur que l'on doit faire face dans tous les secteurs de la consommation : plus exigeant, plus combatif, et prêt à en découdre avec son fournisseur. L'année 2017 devrait confirmer cette tendance.

Claire Mialaret

**2016, UNE ANNÉE TRÈS
DENSE POUR LA MÉDIATION**

La médiation de la consommation

La médiation de la consommation est un processus de règlement extrajudiciaire des litiges, par lequel un consommateur et un professionnel tentent de parvenir à un accord pour résoudre à l'amiable le litige qui les oppose, avec l'aide d'un tiers, le Médiateur.

Il s'agit donc d'une alternative à une action judiciaire souvent longue et coûteuse. Le consommateur garde néanmoins la possibilité de saisir le juge si la médiation n'aboutit pas.

La médiation de la consommation est totalement gratuite pour le consommateur.

La Directive européenne du 21 mai 2013 relative au Règlement Extrajudiciaire des Litiges de la Consommation oblige tous les secteurs de la consommation à se doter d'un dispositif de médiation. L'ordonnance du 20 août 2015 et le décret du 30 octobre 2015 ont mis en place, en droit français, les principes édictés par cette Directive européenne.

Le secteur des Communications Electroniques est le premier secteur professionnel à s'être doté d'un dispositif de médiation en 2003, à l'initiative des opérateurs qui ont adopté une charte de médiation et constitué l'Association Médiation des Communications Electroniques (AMCE).

Le Médiateur des Communications Electroniques figure depuis février 2016 sur la liste des **30 Médiateurs** qui satisfont aux exigences des articles L 153-1 à L153-3 du code de la consommation.

Il est par ailleurs inscrit sur la liste de l'Union Européenne des **Médiateurs accrédités par la Commission d'Évaluation et de Contrôle de la Médiation de la Consommation (CECMC) pour traiter de litiges transfrontaliers.**



Mme Claire Mialaret a été choisie en 2016, avec un mandat de 3 ans, par les fournisseurs de services de communications électroniques adhérents de l'AMCE, après consultation de la DGCCRF, des associations de consommateurs et de l'ARCEP.

Ancienne élève de l'École Nationale d'Administration (1980), diplômée de l'Institut d'Études Politiques de Paris et titulaire d'une maîtrise de droit public, Claire Mialaret commence sa carrière dans la juridiction administrative. Elle rejoint en 1987 la Direction Générale des Télécommunications où elle exerce des fonctions juridiques puis de négociations contractuelles dans le secteur du câble et du satellite. Nommée, en 1994, Secrétaire Générale d'ODA/Pages Jaunes (groupe HAVAS) avant de devenir Directeur Général Adjoint d'HAVAS Média Communication (groupe Vivendi), Claire Mialaret devient en 2000, Président Directeur Général du cabinet de conseil en communication GAVIN ANDERSON & COMPANY France (Groupe Omnicom). De 2004 à 2008, elle exerce les fonctions de Secrétaire Général du Groupe SONEPAR. Au cours des dernières années, elle a effectué pour des groupes internationaux des missions de conseil au sein d'un cabinet qu'elle a créé.

Le parcours consommateurs

OPÉRATEUR



MÉDIATEUR



1^{er} niveau de réclamation du client

RÉCLAMATION AUPRÈS DU SERVICE CLIENTS DE L'OPÉRATEUR

Réponse insatisfaisante
ou absence de réponse
depuis plus d'un mois

Absence de réponse depuis
plus de 2 mois (saisine
directe du Médiateur)

2^{ème} niveau de réclamation du client

RÉCLAMATION AUPRÈS DU SERVICE CONSOMMATEURS DE L'OPÉRATEUR

Réponse insatisfaisante et
information par l'opérateur de la
possibilité de saisine du Médiateur

Absence de
réponse depuis
plus d'un mois

DOSSIERS
RECEVABLES

SAISINE DU MÉDIATEUR

Niveau de recours
amiable supplémentaire

DOSSIERS
IRRECEVABLES

AVIS RENDUS

Délai d'1 mois pour
que l'opérateur et le
consommateur s'expriment
sur l'acceptation de l'avis

- Voies de recours non épuisées
- En cours de traitement
auprès du Service National
Consommateurs (SNC)
- Litige professionnel
- Action en justice en cours
- Délai de prescription
d'un an dépassé
- Litige non contractuel

▶ **Courrier qui renvoie
le consommateur
vers l'opérateur**



La résolution des litiges

Les chiffres clés de la médiation

12 098
dossiers parvenus
au Médiateur



6 822
dossiers
irrecevables

56%
des dossiers
parvenus
au Médiateur

5 276
nouveaux dossiers
recevables

44%
des dossiers
parvenus
au Médiateur

5 575 avis
rendus

L'ÉVOLUTION GLOBALE DE L'ACTIVITÉ

Avec des saisines en hausse de 28 %

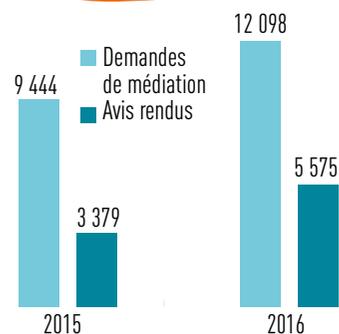
par rapport à l'année précédente, le volume d'activité du Médiateur s'accroît fortement en 2016. Déjà notable en 2015, cette progression est la plus importante des quatre dernières années.

L'augmentation très sensible des saisines est majoritairement liée aux flux de clients entre opérateurs, très importants en 2016. Quittant un opérateur, et souscrivant un nouveau contrat chez un opérateur concurrent, le client peut avoir potentiellement deux sources de litiges : au moment de la résiliation, et au moment de la conclusion du nouveau contrat. Mais la forte médiatisation des dispositifs de médiation, dont la généralisation en France au 1^{er} janvier 2016 a suscité un vif intérêt des consommateurs, peut aussi expliquer ces progressions

très importantes. En effet, tous les dispositifs de médiation de la consommation connaissent en 2016 une progression significative des saisines.

Une majorité des demandes de médiation a été effectuée via le site du Médiateur (63 %), une tendance en hausse depuis plusieurs années. La part des dossiers irrecevables (56 %) est en augmentation, notamment du fait de saisines méconnaissant les conditions de recours au Médiateur.

SAISINES TRAITÉES EN 2016



63%

La part des
« saisines
en ligne » contre
58 % en 2015

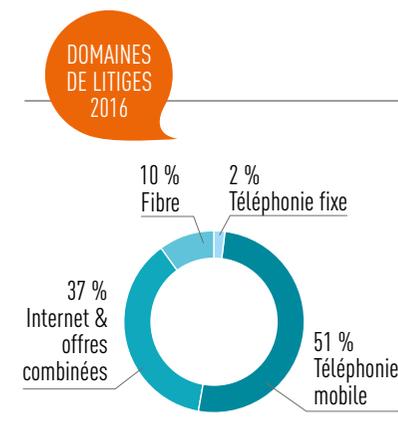
Les principaux domaines de litiges

La téléphonie mobile reste dominante avec 51 % des avis rendus, malgré une légère baisse entamée depuis 2015 (- 2 points en 2016).

La fibre augmente fortement et atteint 10 % des litiges. Le déploiement du très haut débit et les fortes attentes des consommateurs justifient la part croissante de la fibre dans les litiges. Ils portent pour l'essentiel sur les difficultés de raccordement et les dommages liés à la pose des prises.

Internet et les offres combinées sont en baisse de 2 points avec 37 % des avis rendus. Cette baisse peut s'expliquer par la croissance du parc fibre.

La téléphonie fixe (RTC*) reste faible mais stable à 2 %. Avec la baisse constante du parc « RTC », les litiges portés en médiation le sont également.



NOMBRE D'AVIS RENDUS

	2015	2016
Téléphonie mobile	1 797	2 824
Internet & offres combinées	1 308	2 061
Fibre	191	561
Téléphonie fixe	83	129
Total	3 379	5 575

*Réseau téléphonique commuté



d'avis traités
par rapport à 2015

LA NATURE DES AVIS

En 2016, le nombre d'avis traités affiche une très forte augmentation :

+ 65 % par rapport à 2015. Le nombre d'avis rendus atteint ainsi 5 575 (vs 3 379 en 2015). Cette évolution est la conséquence du nombre toujours croissant de demandes de médiation. Pour répondre à cette augmentation très significative, les équipes ont été renforcées, afin de traiter ces volumes importants et résorber le

retard pris dans le traitement des dossiers. Près de la moitié des avis (47 %) ont été traités selon une procédure simplifiée, permettant ainsi une réponse rapide au consommateur.

La part de requêtes totalement ou partiellement satisfaites reste quasiment stable à 88 % contre 90 % en 2015. Ce pourcentage très élevé traduit tout l'intérêt que les consommateurs peuvent avoir à saisir le Médiateur. Le nombre de rejets progresse, passant de 10 à 12 %, en réponse à des demandes parfois abusives.

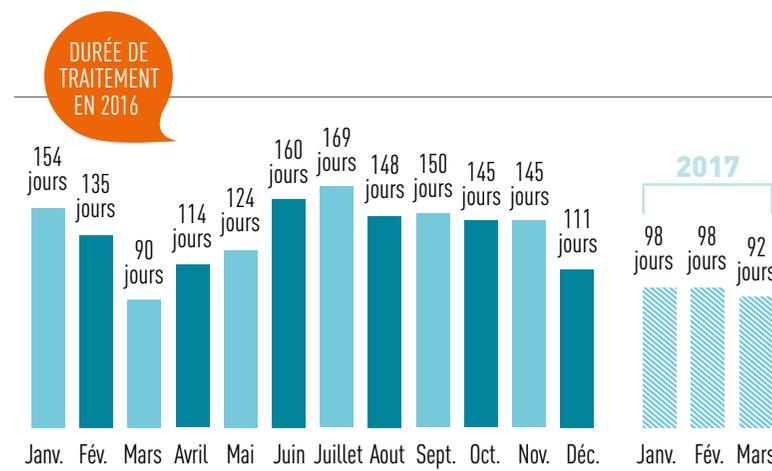
NOMBRE D'AVIS RENDUS	2015	2016
Requêtes satisfaites	3 033	4 886
<i>Totalement</i>	1 209	2 049
<i>Partiellement</i>	1 824	2 837
Requêtes non satisfaites	346	689
Total	3 379	5 575

LA DURÉE DE TRAITEMENT

Les textes sur la médiation de la consommation prévoient un délai de traitement des dossiers en 90 jours.

Au cours de l'année 2016, les actions entreprises (notamment une augmentation significative du nombre de juristes travaillant à la médiation) ont permis de résorber le retard accumulé dans le traitement

des dossiers à partir de l'année 2015. La durée de traitement a ainsi été réduite à 111 jours en décembre 2016 – un retour vers l'objectif de 90 jours étant observé dès le début de l'année 2017.



LE SUIVI PAR LES OPÉRATEURS DES AVIS DU MÉDIATEUR

L'acceptation des avis par les opérateurs

On recense 118 avis du Médiateur refusés par les opérateurs, ce qui représente un taux d'acceptation de 98 %, en très légère baisse de 1 point par rapport à 2015.

Les principaux avis refusés par les opérateurs en 2016

concernent les sujets suivants :

- très majoritairement, les frais d'itinérance voix et data ;
- la contestation de la facturation (numéros spéciaux, VOD) ;
- les dysfonctionnements de mobiles et la mise en œuvre de la garantie des terminaux ;
- les fraudes à la délivrance de cartes SIM.

Les principaux motifs de refus

de la part des opérateurs sont :

- le désaccord de l'opérateur avec l'analyse des faits ;
- le désaccord avec l'argumentation juridique du Médiateur ;
- le montant jugé excessif de l'indemnisation proposée ;
- les informations contractuelles jugées disponibles et suffisantes.

98%

des avis ont
été acceptés
par les opérateurs
en 2016

OPÉRATEUR	TAUX D'ACCEPTATION
Bouygues Telecom	99,36 %
Coriolis	100 %
EI Telecom	100 %
Free	89,31 %
La poste Mobile	100 %
Médiaserv	100 %
Numericable	100 %
OMEA Telecom	100 %
Orange	99,19 %
Orange caraïbe	100 %
Outremer telecom	100 %
Prixtel	100 %
SFR	99,41 %
SRR	100 %
Taux d'acceptation global	98 %

SUITE DONNÉE AUX AVIS EN 2016	2015	2016
Avis rendus pris en compte	3 033*	4 886*
Avis refusés	38	118
Taux d'acceptation	99 %	98 %

* Sur la base des réclamations partiellement et totalement satisfaites

LA SUITE DONNÉE PAR LES CONSOmmATEURS AUX AVIS RENDUS PAR LE MÉDIATEUR

Le Médiateur à l'écoute des consommateurs

Très attentif à la suite donnée à ses avis, le Médiateur prête une grande attention aux courriers qu'il reçoit des consommateurs. Mis en place depuis avril 2013, le dispositif d'analyse et de suivi des retours consommateurs est essentiel car il permet d'évaluer leur niveau de satisfaction.

En 2016, 97 % des avis ont été acceptés par les consommateurs, soit

une légère baisse par rapport à 2015 (98 %). Cette évolution s'explique, là encore, par une exigence accrue des consommateurs, avec des demandes parfois excessives, excluant tout compromis entre les positions respectives des parties. Force est de constater une progression des positions « jusqu'au-boutistes » des consommateurs, refusant tout compromis. Ces positions sont à l'évidence la traduction d'une dégradation sensible de la relation engagée avec leur opérateur.

97%

des avis ont été
acceptés par les
consommateurs
en 2016

25%

LES PRINCIPAUX TYPES DE LITIGES

Parmi les quatre grandes catégories de litiges, on retrouve en 2016 côte-à-côte les problématiques de facturation et de contrats. Les litiges portant sur les contrats se renforcent en 2016 de 26 % en 2015 à 28 % aujourd'hui. Ceci au détriment des litiges sur la facturation qui baissent à 27 % en 2016 pour 30 % en 2015. Les problèmes techniques affichent également une légère hausse, constituant 25 % des litiges en 2016 vs 24 % en 2015. Cette évolution est le reflet du poids croissant et des difficultés associées au déploiement de la fibre.

Par ordre d'importance en 2016 :

o **les contrats** : hormis le RTC, la part de litiges portant sur les contrats mobile et/ou internet progresse. Les importants flux de clients entre opérateurs en 2016 en sont

sans doute la cause. Les litiges portent sur les engagements précontractuels non respectés, l'application des Conditions Générales d'Abonnement et les modalités d'exécution des contrats lors des changements d'offre.

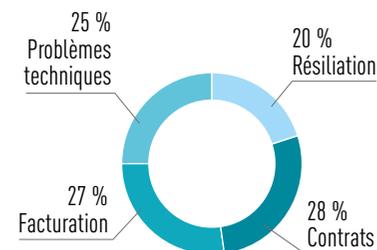
o **la facturation** : comme en 2015, les litiges portent sur les migrations de forfait, les remises, les majorations de tarifs et les tarifications spécifiques (Service à Valeur Ajoutée notamment).

o **les problèmes techniques** : les difficultés de raccordement et d'installation de la fibre tiennent une part importante dans ces litiges, même s'ils connaissent une baisse significative en 2016. Les difficultés techniques progressent peu sur l'ADSL.

o **la résiliation** : les problèmes liés à la résiliation restent stables à 20 %, notamment grâce à l'effet modérateur des offres sans engagement sur le mobile. Les litiges portant sur le fixe (ADSL et offres combinées) progressent quant à eux, notamment du fait de la mise en place d'offres avec engagements (12 mois) par les opérateurs et des difficultés rencontrées par le consommateur pour résilier sans frais suite aux augmentations tarifaires en cours de contrat.

des litiges liés à des problèmes techniques en 2016 vs 24 % en 2015. Cette légère évolution est le reflet des difficultés associées au déploiement de la fibre

TYPOLOGIE
DES LITIGES
2016



NOMBRE D'AVIS RENDUS

	2015	2016
Contrats	878	1 555
Facturation	1 013	1 494
Problèmes techniques	804	1 374
Résiliation	684	1 152
TOTAL	3 379	5 575

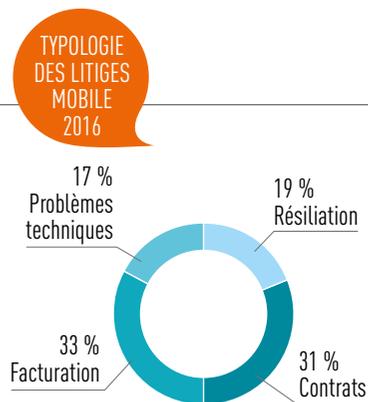
LES LITIGES MOBILE

Le mobile continue d'occuper une place prépondérante parmi l'ensemble des litiges, malgré une légère baisse de 2 points en 2016 (51 % des litiges).

Une grande partie des litiges porte sur les contrats et la facturation, lesquels ont connu de légères variations entre 2015 et 2016 : baisse de 1 point pour la facturation, hausse de 1 point pour les contrats. Les litiges liés à la facturation trouvent leur source exclusivement dans les facturations hors forfaits (consommation voix et data à l'international en « roaming », contestation d'achats ou abonnements à des services et/ou applications mobiles, ...).

Par ordre d'importance en 2016 :

- **la facturation** : 33 % des avis rendus, contre 34 % en 2015.
- **les contrats** : 31 % des avis rendus, contre 30 % en 2015.
- **la résiliation** : 19 % des avis rendus, stable par rapport à 2015.
- **les problèmes techniques** : 17 % des avis rendus, stable par rapport à 2015.



NOMBRE D'AVIS RENDUS	2015	2016
Facturation	608	927
Contrats	535	891
Résiliation	346	528
Problèmes techniques	308	478
TOTAL	1 797	2 824

37%

des avis
rendus en 2016
concernent
l'ADSL, une
baisse de
2 points par
rapport à 2015

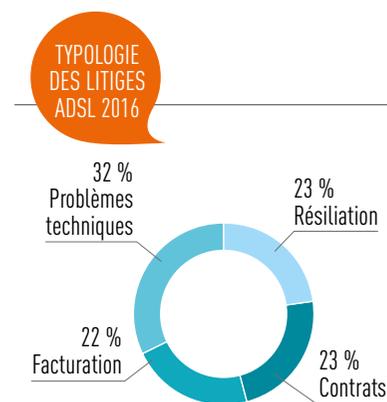
LES LITIGES ADSL

Correspondant à 37 % des avis rendus en 2016, en baisse de 2 points par rapport à 2015, l'ADSL conserve néanmoins la seconde place dans le classement des litiges.

Les problèmes techniques l'emportent largement. Cette prédominance se renforce encore en 2016 (+ 2 points), du fait notamment de l'impact du déploiement du très haut débit sur la qualité technique des services ADSL. Les investissements financiers et techniques substantiels effectués par certains opérateurs sur la fibre pourraient avoir un effet sur la qualité technique de leur offre ADSL. Les litiges liés à la résiliation enregistrent une légère hausse, en lien avec les augmentations tarifaires des forfaits concernés, la migration en nombre de consommateurs vers des offres à bas prix ou répondant mieux à leurs attentes en matière de service, et les difficultés rencontrées pour résilier sans frais.

Par ordre d'importance en 2016 :

- **les problèmes techniques** : 32 % des avis rendus, contre 30 % en 2015.
- **les contrats** : 23 % des avis rendus, contre 21 % en 2015.
- **la résiliation** : 23 % des avis rendus, contre 22 % en 2015.
- **la facturation** : 22 % des avis rendus, contre 27 % en 2015.



NOMBRE D'AVIS RENDUS	2015	2016
Problèmes techniques	397	654
Contrats	270	481
Résiliation	293	480
Facturation	348	446
TOTAL	1 308	2 061

LES LITIGES FIBRE

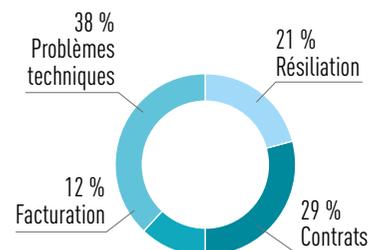
Conséquence d'une demande croissante des consommateurs, la fibre augmente de 4 points sa part dans le total des litiges, atteignant 10 % en 2016.

Ces litiges restent majoritairement d'ordre technique : promesses de raccordement non tenues du fait d'une impossibilité technique, difficultés d'installation de la fibre au domicile des consommateurs, délais de raccordement non respectés.

Par ordre d'importance en 2016 :

- **Les problèmes techniques :** 38 % des avis rendus, contre 45 % en 2015.
- **Les contrats :** 29 % des avis rendus, contre 26 % en 2015.
- **La résiliation :** 21 % des avis rendus, contre 18 % en 2015.
- **La facturation :** 12 % des avis rendus, contre 11 % en 2015.

TYPOLOGIE
DES LITIGES
FIBRE 2016



10%

des litiges en 2016 sont liés à la fibre, soit une augmentation de 4 points par rapport à 2015, liée à une demande croissante des consommateurs

LES LITIGES TÉLÉPHONIE FIXE (RTC)

En 2016, la téléphonie fixe demeure en dernière position.

L'essentiel des litiges en la matière relève de la facturation, et particulièrement des appels surtaxés.

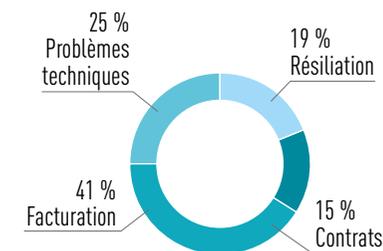
Les problèmes techniques affichent une hausse notable de 9 points par rapport à 2015, tandis que la problématique des contrats est en net recul (- 14 points).

La hausse du nombre de litiges relatifs à la résiliation (+ 7 points) peut sans doute trouver une explication dans l'accroissement des migrations vers l'ADSL, qui offre un service téléphonique gratuit.

Par ordre d'importance en 2016 :

- **La facturation :** 41 % des avis rendus, contre 43 % en 2015.
- **Les problèmes techniques :** 25 % des avis rendus, contre 16 % en 2015.
- **La résiliation :** 19 % des avis rendus, contre 12 % en 2015.
- **Les contrats :** 15 % des avis rendus, contre 29 % en 2015.

TYPOLOGIE
DES LITIGES
RTC 2016



NOMBRE D'AVIS RENDUS

	2015	2016
Problèmes techniques	86	210
Contrats	49	163
Résiliation	35	120
Facturation	21	68
TOTAL	191	561

NOMBRE D'AVIS RENDUS

	2015	2016
Facturation	36	53
Problèmes techniques	13	32
Résiliation	10	24
Contrats	24	20
TOTAL	83	129

QUI SAISIT LE MÉDIATEUR DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES ?

L'origine géographique des saisines du Médiateur a été analysée pour la première fois à partir d'une étude des seuls codes postaux des requérants, sans aucune indication nominative.

Les résultats sont très intéressants :

- la région parisienne représente 25 % des saisines, alors qu'elle concentre 18 % de la population française.
- les zones rurales sont à l'origine d'une grande majorité des plaintes : 70 % des saisines proviennent de communes rurales. Or ces communes ne regroupent que 21 % de la population française.
- 99 % des saisines proviennent de France métropolitaine, les DOM TOM et l'international ne représentant que 1 % du total.

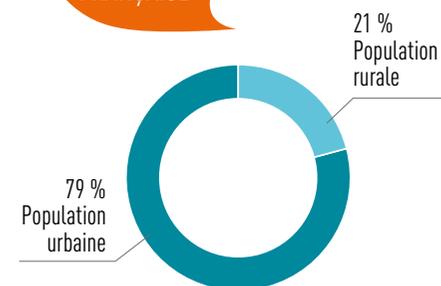
On peut, à la lecture de ces chiffres, se risquer à poser les questions suivantes :

- a-t-on là une preuve supplémentaire de la persistance de la fracture numérique française ?
- les zones rurales ne cumulent-elles pas, plus que les zones urbaines, toutes les sources possibles de dysfonctionnements et de litiges : fixe, mobile, internet et fibre (quand elle existe) ? En forçant le trait, on pourrait suggérer qu'on a là l'indice d'un réseau filaire à bout de souffle, de la persistance de zones blanches pour le mobile et d'un internet sujet à des désynchronisations fréquentes dans les zones peu denses.
- la concurrence par les infrastructures dans les zones très denses d'Île-de-France pour le déploiement de la fibre n'a-t-elle pas engendré une dégradation de la qualité de service dans cette zone ?

ÎLE-DE-FRANCE
25% DES SAISINES
TOTALES

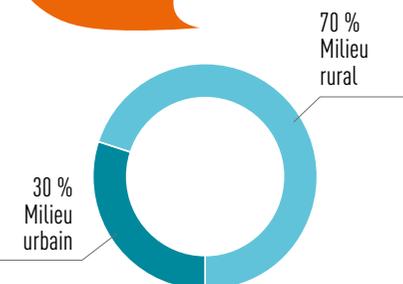


RÉPARTITION
DE LA
POPULATION
FRANÇAISE



Source: banque mondiale

RÉPARTITION
DU NOMBRE
DE SAISINES



Les recommandations du Médiateur





LES RECOMMANDATIONS DU MÉDIATEUR

Parallèlement à la résolution des litiges qui lui sont soumis, le Médiateur adresse au fil de l'année des recommandations aux opérateurs, sans attendre la présentation de son rapport annuel. Ces recommandations, qui sont formulées en conclusion des avis rendus, ont pour objectif de trouver des solutions à des réclamations récurrentes de consommateurs et de favoriser l'amélioration des pratiques dans le secteur.

En 2016, le Médiateur a formulé 19 recommandations (contre 12 en 2015), dont près de la moitié portait sur trois thématiques principales :

- le « roaming », ou mode de tarification appliqué lors de l'utilisation du mobile à l'international (4 recommandations)
- l'information précontractuelle et contractuelle (3 recommandations)
- le démarchage et la vente à distance (3 recommandations)

Deux autres thématiques se détachent :

- les modifications des conditions contractuelles apportées en cours de contrat (2 recommandations)
- les actes d'achat, par exemple de jeux ou de VOD (2 recommandations)

Le rapport 2016 propose un focus sur 5 recommandations récurrentes.

Le dispositif de suivi des recommandations du Médiateur

- tous les opérateurs reçoivent chaque semestre, sous forme anonymisée, l'ensemble des recommandations émises par le Médiateur ;
- chaque opérateur est destinataire d'un courrier personnalisé lui signalant les recommandations qui le concernent ;
- à la fin de l'année, un fichier reprenant toutes les recommandations est envoyé à chaque opérateur, accompagné d'un questionnaire dédié à ses observations ;
- le Médiateur analyse les réponses des opérateurs.

Ce dispositif assure le suivi de la mise en application par les opérateurs des recommandations. Il alimente les échanges avec les opérateurs lors des réunions bilatérales.



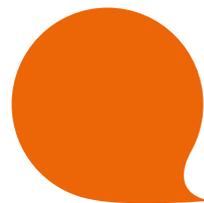
LES FRAIS DE RECouvreMENT

LE CONTEXTE / L'article L.111-8 du Code des Procédures Civiles d'Exécution interdit de faire peser les frais de recouvrement sur le débiteur. La Commission des clauses abusives considère par ailleurs, depuis très longtemps, que les sommes facturées en cas de « retard de paiement » constituent des frais de recouvrement et sont donc prohibées. La jurisprudence adopte une position similaire.

LE CONSTAT / Le Médiateur constate que les Conditions Générales de certains opérateurs prévoient des frais applicables en cas d'impayé ou de retard de paiement, souvent présentés comme des « majorations » ou « intérêts de retard », prenant pour référence le taux d'intérêt légal et assortis d'un « minimum de perception » d'environ dix euros. En pratique, en cas de retard de paiement, le consommateur se voit facturer une somme forfaitaire correspondant à ce « minimum de perception » fixé par l'opérateur.

LA RECOMMANDATION / Le Médiateur considère que, du fait de l'existence d'un « minimum de perception », ces frais forfaitaires prévus par certaines Conditions Générales d'Abonnement ne constituent pas de simples « intérêts de retard ». Ils sont en effet assimilables à des « frais de recouvrement », même s'ils ne sont pas désignés comme tels. Le Médiateur recommande en conséquence aux opérateurs de supprimer de leurs Conditions Générales les clauses de ce type.

LE SUIVI PAR LES OPÉRATEURS / Parmi les opérateurs visés par la recommandation, une grande majorité a indiqué réfléchir à une éventuelle modification de leurs Conditions Générales, afin de tenir compte de cette recommandation. L'un des opérateurs a d'ores et déjà supprimé la clause des conditions applicables à ses offres internet.



L'un des opérateurs a d'ores et déjà supprimé la clause des conditions applicables à ses offres internet



LA PREUVE D'ACHAT DE VIDEO À LA DEMANDE (VOD)

LE CONTEXTE / L'essor des offres Haut Débit et Très Haut Débit a eu une incidence sur les services proposés par les Fournisseurs d'Accès à Internet (FAI), permettant notamment à la VOD (vidéo à la demande) de se développer de façon très importante*.

LE CONSTAT / Les litiges liés à la facturation de VOD représentent une part non négligeable des contestations portées à la connaissance du Médiateur. Le consommateur, surpris par le montant de sa facture, nie avoir effectué de tels achats, soutenant par exemple qu'il n'était pas à son domicile le jour de la commande.

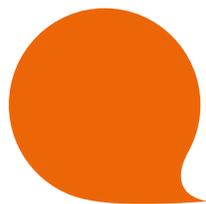
LA RECOMMANDATION / Pour éviter des litiges inutiles, le Médiateur demande aux opérateurs que soient reportées sur la facture détaillée des consommateurs les informations précises relatives aux achats de VOD : listing détaillé des films achetés ou loués, canal de souscription, date, heure, prix, mais également, en conformité avec les principes généraux régissant le respect de la vie privée, et si le client en fait la demande, le nom des films. Ces informations permettront au client de déterminer précisément l'origine et l'évolution de ce type de facturation. L'arrêté du 31 décembre 2013 relatif aux « factures des services de communications électroniques et à l'information du consommateur sur la consommation au sein de son offre » indique d'ailleurs que la facture doit reprendre, pour « chaque autre service ou produit fourni par l'opérateur », « la date et l'heure de l'achat ». Ces éléments sont primordiaux pour que l'opérateur justifie du bien-fondé de la facturation établie.

LE SUIVI PAR LES OPÉRATEURS / De manière générale, les opérateurs indiquent suivre cette recommandation. Cependant, certains d'entre eux précisent que cette exigence relative au détail des sommes facturées n'est applicable que si le client a demandé à bénéficier de la facture détaillée. D'autres opérateurs opposent que des contraintes techniques empêchent la fourniture du détail souhaité. Le Médiateur ne partage pas ces analyses et rappelle que les opérateurs doivent être en mesure d'apporter la preuve du bien-fondé de leur créance.

* Le marché de la VOD est estimé à près de 321 millions d'euros fin novembre 2016, selon le Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC)



Le Médiateur rappelle que les opérateurs doivent être en mesure d'apporter la preuve du bien-fondé de leur créance



Le Médiateur considère que toute modification contractuelle dans une publicité ou présentée avec une taille de police de caractères inférieure à 8 doit être évitée



LA MODIFICATION DES CONDITIONS CONTRACTUELLES

LE CONTEXTE / En cas de modification par l'opérateur des conditions contractuelles de fourniture d'un service de communications électroniques, le consommateur peut demander la résiliation de son contrat sans pénalité ni droit à dédommagement. Afin de rendre possible une telle résiliation, l'article L.224-33 du code de la consommation impose aux opérateurs d'informer leurs clients des projets de modifications contractuelles au moins 1 mois avant leur entrée en vigueur, par écrit ou sur un support durable. L'information selon laquelle la résiliation du contrat peut être demandée dans les 4 mois suivant l'entrée en vigueur des nouvelles conditions doit y figurer.

LE CONSTAT / Le Médiateur constate que les messages par lesquels les opérateurs annoncent à leurs clients des projets de modifications contractuelles passent trop aisément inaperçus. Dans un nombre important de réclamations, les consommateurs contestent avoir été prévenus. L'information existait sans doute mais ils ne l'ont pas vue car elle figurait au verso des courriers ou factures ou dans des envois en nombre par mail, était insérée dans des messages assimilables à des publicités commerciales, ou présentée dans une police de caractères de petite taille. Les consommateurs se retrouvent alors privés de leur droit de résilier leur contrat d'abonnement sans frais, alors même que l'engagement auquel ils sont soumis n'est pas arrivé à son terme.

LA RECOMMANDATION / Dans le cadre d'un projet de modification contractuelle, le Médiateur recommande aux opérateurs de fournir, par écrit ou sur un support durable, les informations requises par l'article L.224-33 de manière à attirer suffisamment l'attention des consommateurs. Le Médiateur considère à cet égard que toute information figurant dans une publicité ou présentée avec une taille de police de caractères inférieure à 8 doit être évitée.

LE SUIVI PAR LES OPÉRATEURS / La plupart des opérateurs indique suivre cette recommandation. Seuls quelques opérateurs s'y refusent, soutenant que les dispositions légales n'imposent aucune condition quant à la présentation et la lisibilité de l'information requise.



L'ALERTE DU CONSOMMATEUR EN CAS DE SURCONSOMMATION

LE CONTEXTE / Alors que l'utilisation de services internet par un client en itinérance internationale est réglementée – et que ces services peuvent être bloqués en cas de surconsommation –, le client qui se trouve sur le territoire français n'est pas protégé par un dispositif similaire. En effet, même si certains opérateurs disposent de la faculté d'alerter leurs clients ou de suspendre leur ligne en cas de « surconsommation », il ne s'agit que d'une possibilité prévue dans leurs Conditions Générales d'Abonnement et non d'une obligation contractuelle.

LE CONSTAT / Le Médiateur constate que les litiges relatifs aux incidents de facturation pour des consommations non maîtrisées sur le territoire français concernent une part importante des dossiers soumis. L'accroissement de ce type d'incident est notamment lié aux communications hors forfait et à l'essor de nouveaux usages payants tels que les vidéos à la demande (VOD), les services à valeur ajoutée (SVA) ou les micropaiements (achats Internet+...).

De nombreux consommateurs notent ainsi une augmentation importante du montant mensuel de leur abonnement, du fait de consommations hors forfait. Qu'ils soient à l'origine de ces dépassements, ou que ceux-ci résultent d'une utilisation frauduleuse de leur carte SIM, les consommateurs n'en prennent conscience qu'au moment de la réception et/ou du paiement des factures. Or, celles-ci peuvent présenter un montant très largement supérieur à celui de leur abonnement.

LA RECOMMANDATION / Afin de prévenir ces incidents de facturation, le Médiateur recommande aux opérateurs d'alerter systématiquement leurs abonnés de tout dépassement de forfait supérieur à 60 €. Le Médiateur leur recommande par ailleurs de mettre en place, pour l'ensemble des forfaits commercialisés, un dispositif permettant à l'abonné de bloquer gratuitement tous les usages facturés au-delà du forfait ou, a minima, de limiter à 100 € le montant du hors-forfait.

LE SUIVI PAR LES OPÉRATEURS / La position des opérateurs quant à cette recommandation n'est pas homogène. Certains ont refusé de la suivre ou disent étudier les évolutions nécessaires à sa mise en œuvre. D'autres indiquent la suivre déjà, partiellement ou dans son intégralité.

Afin de prévenir ces incidents de facturation, le Médiateur recommande aux opérateurs d'alerter systématiquement leurs abonnés de tout dépassement de forfait supérieur à 60 €

LES FRAIS DE RÉSILIATION



LE CONTEXTE / Alors que les prix des forfaits se stabilisent, les remises et promotions n'ont cessé de se multiplier en 2016, au point de constituer une composante importante de la stratégie des opérateurs pour conquérir de nouveaux clients. Cependant, ces avantages s'accompagnent d'une période minimale d'engagement :

- en cas de résiliation avant la fin d'un engagement de 12 mois, le consommateur est facturé de l'intégralité des mensualités restantes.
- s'il résilie à compter de la fin du douzième mois, dans le cadre d'un contrat de 24 mois, le consommateur est facturé du quart du montant restant dû, conformément à l'article L.224.28 du code de la consommation.



LE CONSTAT / Le Médiateur constate que les opérateurs facturent les frais de résiliation en fonction du tarif souscrit, en excluant du calcul toutes les remises ou promotions accordées. Ce mode de calcul est préjudiciable au client et contraire à l'objectif de protection du consommateur instauré par la Loi Chatel du 3 Janvier 2008, puisque ce dernier peut devoir une somme plus importante en cas de résiliation anticipée que ce qu'il aurait payé en conservant l'abonnement jusqu'au terme de l'engagement.



LA RECOMMANDATION / Le Médiateur recommande aux opérateurs de calculer le montant des frais de résiliation anticipée en tenant compte du prix promotionnel et/ou des éventuelles remises dont bénéficiait le client pendant la période définie.



LE SUIVI PAR LES OPÉRATEURS / Certains opérateurs refusent de suivre cette recommandation, considérant que le consommateur souscrit une offre à un tarif de base, mentionné dans la brochure tarifaire, et que les remises sont la contrepartie d'un engagement. Ces opérateurs estiment qu'en résiliant son contrat de manière anticipée, le client renonce à ces avantages qui ne sont donc pas pris en compte dans le calcul des frais de résiliation.



Le Médiateur constate que les opérateurs facturent les frais de résiliation en fonction du tarif souscrit, en excluant du calcul toutes les remises ou promotions accordées

Les fiches pratiques



Les consommateurs ne sont pas toujours au fait de leurs droits et obligations. Voici quelques informations et conseils justifiés par les réclamations régulièrement adressées au Médiateur.

L'utilisation de son mobile à l'international

POINT SUR LE DROIT EN VIGUEUR

Que dit la réglementation européenne ?

La Commission Européenne a adopté une série de règlements visant à réduire la différence entre les tarifs nationaux et les tarifs d'itinérance. Un tarif régulé, encadré par des plafonds tarifaires, est appliqué lorsqu'un abonné effectue un appel, envoie un SMS ou se connecte à internet depuis l'international. Ces plafonds tarifaires sont communément appelés des eurotarifs :

o **Le Règlement européen n° 531/2012 du 13 juin 2012, dit « Roaming 3 »**, fixe le niveau des plafonds pour les tarifs de détail des services régulés en itinérance internationale. Il prévoit notamment que l'opérateur applique un plafonnement financier, ou en volume de communications, des factures d'internet mobile en itinérance à l'intérieur et hors de l'Union Européenne pour des périodes d'utilisation spécifiées. Si l'abonné n'a opté pour aucun plafond, une limite mensuelle inférieure ou égale à 60 € TTC s'applique. De plus, les opérateurs doivent émettre un SMS d'alerte lorsque 80 % du montant fixé est atteint, sauf si l'abonné a demandé l'arrêt de ces notifications. Enfin, lorsque le plafond est près d'être dépassé, un nouveau SMS doit être envoyé, indiquant la procédure à suivre pour continuer à bénéficier des services, ainsi que le coût de chaque unité supplémentaire consommée. A ce sujet, le Médiateur a rappelé aux opérateurs en 2016 leur obligation d'envoyer un SMS mentionnant le coût de chaque unité supplémentaire consommée au-delà du plafond de 60 €, lorsque le client a demandé le déblocage de son accès « data ».

o **Le Règlement européen n° 2015-2120 du 25 novembre 2015**, prévoit qu'entre le 30 avril 2016 et le 15 juin 2017, le montant facturé au titre des consommations en itinérance au sein de l'Union Européenne ne peut excéder le tarif national, majoré de la somme de 0,05 € par minute pour les appels, de 0,06 € par SMS envoyé et de 0,20 € par mégaoctet utilisé. Ce Règlement impose également aux opérateurs d'adresser au client en itinérance un message automatique l'informant des modalités d'utilisation du service, et comprenant « des informations personnalisées de base sur le tarif ».

Et demain ?

A partir du 15 juin 2017, en application du Règlement européen n° 2015-2120 du 25 novembre 2015, les clients en itinérance internationale doivent bénéficier du prix de détail national, sans frais supplémentaire, dans la limite d'une utilisation raisonnable.

Néanmoins, cela ne signifie pas nécessairement que le consommateur pourra téléphoner sans facturation hors forfait. Par ailleurs, cette disposition ne concerne que les consommations effectuées dans un pays de l'Union Européenne.

Il est donc conseillé au consommateur de s'informer, avant son départ, sur les tarifs et offres pratiqués par son opérateur.

Qu'est-ce que l'itinérance, ou « roaming » ?

Un consommateur se trouve en situation d'itinérance lorsqu'il utilise à l'international le réseau d'un opérateur auprès duquel il ne dispose pas d'abonnement. On dit alors qu'il est en situation de « roaming ».

Les principaux opérateurs français ont signé des accords bilatéraux avec leurs homologues internationaux, afin que leurs clients puissent se connecter à internet, émettre et recevoir des appels, des SMS, des MMS, quels que soient les pays dans lesquels ils se trouvent. Ces opérateurs étrangers perçoivent alors une rémunération en contrepartie de l'utilisation de leur réseau, coût qui est répercuté sur la facture de l'abonné selon la politique tarifaire de l'opérateur. Ces tarifs sont toutefois encadrés par la réglementation européenne.

QUELQUES CONSEILS POUR VOYAGER EN TOUTE SÉRÉNITÉ ET MAÎTRISER SA CONSOMMATION

1. Désactiver les données à l'international

La facturation de « data », ou données internet, peut résulter de connexions automatiques du mobile, par exemple pour les mises à jour de logiciels ou applications, indépendamment de toute consultation volontaire de mails ou d'internet. Or, si ces connexions automatiques peuvent ne pas avoir d'incidence sur le montant des factures lorsqu'elles ont lieu depuis la France, elles font l'objet d'une facturation spécifique lorsqu'elles surviennent en itinérance à l'international.

Pour éviter toute facturation imprévue, il appartient donc au consommateur de régler les paramètres de son mobile afin de désactiver les données à l'international. Sur certains appareils, les usages internet mobile sont désactivés par défaut. Cependant il est conseillé de vérifier ce qu'il en est avant de partir. Le cas échéant, il est recommandé de désactiver l'option « données à l'international » ou « itinérance des données », en principe accessible depuis les paramètres de son mobile.

2. Utiliser le WiFi

Afin d'éviter la facturation de « data », le consommateur peut également recourir au WiFi, après s'être assuré qu'il est activé sur son mobile. Toutefois, la vigilance est de mise car les connexions internet peuvent basculer vers une connexion 3G ou 4G lorsque le WiFi devient inaccessible. En cas de mauvais paramétrage du téléphone ou du WiFi, et même si les connexions ne résultent pas d'actions volontaires de la part du consommateur, l'opérateur ne peut en être tenu responsable.

3. Bien gérer ses options

De nombreux opérateurs proposent des solutions permettant l'utilisation du mobile à l'international à un coût maîtrisé. Selon les forfaits, il est possible d'émettre des appels ou d'accéder aux données (e-mail, internet...) avec une limite de temps ou de volume de données. Il est conseillé, avant le départ, de lire les brochures tarifaires détaillant les pays concernés et les prix pratiqués, notamment en cas de dépassement de l'offre proposée. Il est à noter que les MMS font souvent l'objet d'une facturation spécifique selon les forfaits.

Le Médiateur a pu constater, à l'occasion de l'analyse de dossiers qui lui ont été soumis, que certaines options relatives aux usages à l'international rendaient inapplicables les options protectrices prévues par la réglementation européenne. Il a donc été recommandé aux opérateurs d'alerter leurs clients, via leur site internet, du risque inhérent à la souscription d'options incompatibles avec le blocage de la consommation « data » par palier.



Le Médiateur a pu constater, à l'occasion de l'analyse de dossiers qui lui ont été soumis, que certaines options relatives aux usages à l'international rendaient inapplicables les options protectrices prévues par la réglementation européenne. Il a donc été recommandé aux opérateurs d'alerter leurs clients, via leur site internet, du risque inhérent à la souscription d'options incompatibles avec le blocage de la consommation « data » par palier.

BONS RÉFLEXES ET PRÉCAUTIONS PARTICULIÈRES



En cas de vol

Alertez immédiatement votre opérateur dès la constatation du vol car le risque de communication hors forfait est élevé à l'international. Certaines fonctionnalités telles que la Conférence Mobile ou le double appel peuvent être détournées de leur usage normal et engendrer de très nombreuses communications vers des destinations lointaines. En effet, ces services permettent la mise en relation de 2 à 6 interlocuteurs et génèrent, pour l'abonné victime du vol, la facturation simultanée d'autant de communications qu'il y a d'intervenants.



Si vous séjournez en zone frontalière

Lorsque vous utilisez votre mobile depuis une zone frontalière desservie par plusieurs réseaux, assurez-vous que le réseau automatiquement sélectionné par le téléphone est bien celui souhaité ; si besoin, sélectionnez-le de façon manuelle. Sans ces précautions, les communications émises ou reçues peuvent l'être via un réseau mobile non souhaité, et engendrer une facturation en roaming.

Le Médiateur a relevé le manque d'information de certains opérateurs sur les risques inhérents aux zones frontalières. Il a recommandé aux opérateurs d'alerter leurs clients, via leur site internet ou lors d'une demande téléphonique préalable, sur la nécessité de contrôler la bonne sélection du réseau souhaité avant d'émettre des communications en zone frontalière.



Attention aux communications par satellite

Lors de certains déplacements dans le désert ou en croisière, en l'absence d'antennes relais, il n'est pas possible de se connecter à un réseau GSM/GPRS. Dans ce cas, les abonnés disposant d'un mobile compatible peuvent utiliser le réseau satellitaire, qui prend alors le relais des opérateurs terrestres. Le nom ou le logo de l'opérateur satellitaire apparaît alors sur l'écran du mobile.

Ces communications satellitaires ne sont pas encadrées par les dispositions des règlements européens, mais facturées selon une tarification figurant au guide des tarifs, souvent très élevée. Il est conseillé d'être particulièrement vigilant dans de telles situations.

Le Médiateur a invité les opérateurs à suivre les directives de l'organe des régulateurs européens des communications électroniques, le BEREC (Body of European Regulators for Electronic Communications). Le BEREC a estimé, dans ses lignes directrices de mars 2017, qu'une bonne pratique consisterait à ce que les fournisseurs de service d'itinérance appliquent aux connexions automatiques à des réseaux satellitaires les mesures de transparence prévues par le Règlement européen n° 531/2012 du 13 juin 2012, dit « Roaming 3 », modifié par le Règlement n° 2015/2120 du 25 novembre 2015.

Autrement dit, le BEREC invite les opérateurs à envoyer un SMS d'information tarifaire à leurs clients lors de ces connexions, et à faire appliquer les mesures pour lutter contre les chocs de facturation liés à l'utilisation des données.

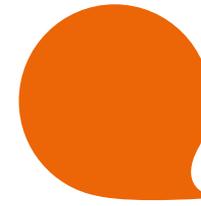
L'exercice du droit de rétractation

En acceptant de souscrire un contrat, ou en faisant l'acquisition d'un bien, le consommateur s'engage. Toutefois, dans certaines situations, il se peut qu'il n'évalue pas pleinement la portée de cet engagement. Aussi la loi lui accorde-t-elle la possibilité de « se rétracter ». Ce droit de rétractation est pour l'essentiel régi par les dispositions du code de la consommation relatives à la vente à distance (art. L.221-18 et suivants).

Que dit la loi ?

« Le consommateur dispose d'un délai de 14 jours pour exercer son droit de rétractation d'un contrat conclu à distance, à la suite d'un démarchage téléphonique ou hors établissement, sans avoir à motiver sa décision ». La souscription d'abonnement par internet ou par téléphone est donc assortie d'un droit de rétractation, contrairement aux achats et souscriptions effectués en boutique. Dans ce dernier cas, le vendeur peut éventuellement accepter, à titre commercial, d'annuler le contrat ou de rembourser le bien, mais n'a aucunement l'obligation de le faire.

A noter toutefois que le droit de rétractation n'existe pas dans certaines circonstances visées à l'article L.221-28 du code de la consommation, comme dans le cas de services pleinement exécutés, avec l'accord du consommateur, avant la fin du délai de rétractation (par exemple, location de vidéo à la demande).



« Le consommateur dispose d'un délai de 14 jours pour exercer son droit de rétractation d'un contrat conclu à distance, à la suite d'un démarchage téléphonique ou hors établissement, sans avoir à motiver sa décision. »

Quel est le point de départ du délai de rétractation ?

Le délai de 14 jours court à compter de la souscription du contrat, s'il s'agit d'une prestation de service, ou à compter de la réception du bien, s'il s'agit d'une vente associée à une prestation de service (par exemple, achat de mobile).

Cependant, s'il y a eu démarchage téléphonique préalable, le délai de rétractation ne court pas avant que le consommateur ait apposé sa signature sur le contrat, ou donné son consentement par voie électronique. De même, si le professionnel a omis d'informer le consommateur de l'existence d'un droit de rétractation et de ses modalités, celui-ci est prolongé durant une période pouvant aller jusqu'à un an.

L'exécution du contrat peut-elle commencer avant le terme du délai de rétractation ?

Oui, à condition que le consommateur donne son accord préalable.

Il est par exemple possible de souscrire un abonnement en demandant à l'opérateur de procéder, sans attendre, au portage du numéro de ligne. Cela ne remet pas en cause la possibilité dont dispose le consommateur de se rétracter ultérieurement.

Néanmoins, demander l'exécution du contrat avant le terme du délai de rétractation comporte certains risques, si le consommateur décide finalement de se rétracter :

- si la rétractation intervient alors qu'une demande de portage de numéro est en cours (et a fortiori si le portage a déjà été mis en œuvre), il est probable que cela aboutisse à la perte définitive du numéro de ligne.
- si la rétractation porte sur un changement d'offre, il n'est pas toujours possible à l'opérateur de rétablir l'offre qui était initialement appliquée, notamment lorsque celle-ci n'est plus commercialisée.

Quelles sont les modalités de la rétractation ?

Le professionnel doit mettre à disposition du consommateur un formulaire de rétractation. Cependant, il n'est pas obligatoire d'avoir recours à ce formulaire. Le consommateur doit simplement veiller à ce que sa demande soit clairement formulée.



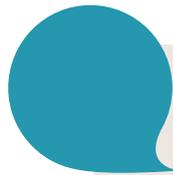
Demander l'exécution du contrat avant le terme du délai de rétractation comporte certains risques, si le consommateur décide finalement de se rétracter

Quelles sont les conséquences de la rétractation ?

La demande de rétractation met fin aux obligations des parties et aux facturations qui s'y rapportent.

Toutefois, si l'exécution du contrat a commencé avec l'accord du consommateur, ce dernier doit s'acquitter du prix des services qui lui ont déjà été fournis.

Dans l'hypothèse d'une vente, le bien doit être restitué à l'opérateur, les frais de restitution étant à la charge du consommateur.

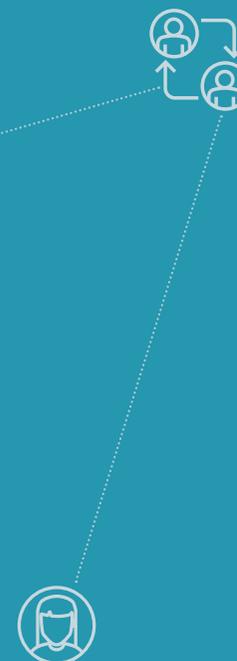


Conseils

- dès que votre décision de vous rétracter est arrêtée, contactez sans attendre votre opérateur, pour lui donner le temps de traiter votre demande. En effet, dans l'hypothèse d'une demande de rétractation effectuée juste avant l'expiration du délai de rétractation, vous vous exposez à une coupure de votre connexion internet ou de votre ligne mobile, voire à la perte de votre numéro si vous en avez demandé le portage.
- veillez à conserver une preuve de votre demande de rétractation (par exemple, le bordereau du recommandé). Dans l'hypothèse d'un éventuel litige, ce document vous sera demandé.



Les interviews





3 questions à
Sébastien Soriano
Président de l'ARCEP

Utiliser la puissance de l'information comme outil de pilotage du marché : tel est l'enjeu de la démarche « régulation par la data » conduite par l'Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes (ARCEP).

Qu'est-ce que la régulation par la data ?

La démarche de régulation par la data bâtie par l'ARCEP consiste à utiliser l'information en créant une alliance avec la multitude, pour orienter le marché dans la bonne direction et donner du pouvoir aux utilisateurs. Ce nouveau mode d'intervention vise à compléter les outils traditionnels du régulateur, dans une logique d'État-plateforme.

Quels sont les objectifs de cette démarche ?

En pratique, avec la régulation par la data, il s'agit de :

- **mieux informer les utilisateurs** en stimulant le développement et l'utilisation d'une information précise et personnalisée, que celle-ci provienne des utilisateurs eux-mêmes (« crowdsourcing ») ou qu'elle soit collectée par l'ARCEP auprès des opérateurs (en « open

data ») ou par d'autres. Notre objectif prioritaire est ainsi d'enrichir l'information en matière de couverture et de qualité des réseaux télécoms, afin que la concurrence puisse s'exercer non seulement par les prix mais aussi par la valorisation de l'investissement dans les réseaux.

- **mobiliser les utilisateurs** pour faire remonter les problèmes rencontrés grâce à la mise en place d'une plateforme de signalement. Chaque utilisateur peut ainsi participer à la régulation pour bénéficier d'un marché à la fois mieux régulé et plus dynamique.

Comment les utilisateurs peuvent-ils avoir accès à ces data ?

L'ARCEP publie régulièrement sur son site internet www.arcep.fr des informations sur la couverture et la qualité de service Internet, fixe et mobile. L'Autorité publie également une carte interactive de la qualité de service mobile qui permet de comparer les couvertures et la qualité de service mobile en fonction de la situation géographique de l'utilisateur (www.monreseauomobile.fr). Cette carte présentera dès septembre 2017 les informations de couverture enrichies pour l'ensemble du territoire métropolitain. Toutes ces données sont également accessibles en open data sur la page www.data.gouv.fr.

3 CHANTIERS PRIORITAIRES 2016/2017

Dans le cadre de la régulation par la data, l'ARCEP a lancé trois chantiers :

CARTES DE COUVERTURE

Ouvrir et enrichir les données de couverture mobile pour mieux correspondre au ressenti des utilisateurs sur le terrain.

ESPACE DE SIGNALEMENT

Ouvrir une plateforme permettant aux consommateurs et entreprises de signaler les problèmes qu'ils rencontrent.

CROWDSOURCING

Nouer des partenariats et le cas échéant créer en propre des outils de crowdsourcing pour enrichir les données sur la qualité et la couverture des réseaux.



5 questions à
**Luc
Tuerlinckx**
Médiateur belge pour les
télécommunications

Institué par la loi en 1991, le service belge de médiation pour les télécommunications est composé d'un collège de deux médiateurs (l'un francophone, M. Jean Marc Vekeman, l'autre néerlandophone, M. Luc Tuerlinckx) nommés pour 5 ans, et d'une vingtaine de collaborateurs.

14 601 plaintes
traitées

9 937 plaintes
« médiation »

4 664 demandes d'identification
d'appels malveillants

1 025 plaintes
irrecevables

124 recommandations positives
pour l'utilisateur

75% de réclamations
par voie électronique

96% de résultats positifs
pour l'utilisateur

Comment a évolué le volume des litiges soumis à votre médiation ces dernières années ?

Après une hausse constante des litiges entre 1991 et 2012, nous constatons depuis 2013 une inversion de la tendance. Plusieurs facteurs jouent un rôle dans cette décroissance, le plus significatif étant la suppression en octobre 2012 des frais de résiliation anticipée, qui a divisé par quatre les plaintes à ce sujet. L'autorégulation mise en œuvre par les opérateurs, notamment en matière de services SMS Premium et de numéros payants, a contribué également à cette diminution des plaintes.

Quels sont aujourd'hui les principaux motifs d'insatisfaction des consommateurs qui vous sollicitent ?

En 2016, deux problématiques principales se détachent : les réclamations relatives à des actions promotionnelles et celles liées à la garantie légale de conformité. Les coûts concernant l'internet mobile, les frais de rappel, les SMS premium et le M-Commerce demeurent aussi, sans nul doute, des sujets d'actualité.

L'une de vos spécificités est de traiter aussi les plaintes pour appels malveillants.

En effet, notre mission recouvre également l'examen des plaintes des personnes se prétendant victimes d'une utilisation malveillante d'un réseau ou d'un service de communications électroniques. Nos moyens d'action et compétences en la matière sont

strictement définis par la loi : les faits doivent être plausibles, et la demande émaner de la victime.

Comment évolue la médiation dans les télécommunications en Belgique ?

Notre activité est fortement marquée par le cadre légal. Ainsi, depuis 2012 et la mesure concernant les frais de résiliation, les opérateurs se montrent davantage soucieux de fidéliser leurs clients et plus attentifs à résoudre leurs problèmes, notamment par la résolution amiable des litiges. Par ailleurs, depuis qu'une loi sur le « Règlement extrajudiciaire des litiges de consommation » est entrée en vigueur en 2014, le processus de médiation répond à une série de critères légalement définis (motifs d'irrecevabilité, délais, ou transparence).

De quels leviers disposez-vous pour faire évoluer le comportement des opérateurs ?

D'une part, nous usons de la possibilité de leur adresser des recommandations afin d'influer sur leur comportement et de promouvoir des solutions générales applicables à l'ensemble des utilisateurs. Notre rapport annuel est un autre moyen d'action, car il permet à la fois de mettre en exergue les typologies de litiges et de formuler des avis ou recommandations. Nous y donnons des informations sur les catégories de litiges par opérateur. Enfin, nos contacts quotidiens avec les opérateurs sont autant d'opportunités d'échanges pour faire évoluer les pratiques.



L'agenda 2016 du Médiateur



L'agenda 2016 du Médiateur

L'année 2016 a été riche en rencontres avec les acteurs du secteur des communications électroniques et de la médiation. Ces échanges prennent des formes très variées :

- relations avec les autorités publiques
- relations bilatérales avec les opérateurs
- rencontres avec les associations de consommateurs
- participation à des conférences et contribution aux instances de médiation

Ces rendez-vous sont autant d'occasions de faire connaître la médiation, améliorer les pratiques et trouver des solutions collectives aux attentes des consommateurs.

JANVIER

Participation au Groupe de travail « Télécom et Jeunesse » du CNC

Présentation de la revue Stratégique de l'ARCEP

Audition initiale auprès de la Commission d'Évaluation et de Contrôle de la Médiation de la Consommation (CECMC)

FÉVRIER

Rencontre avec le cabinet de la Secrétaire d'État à la Consommation sur la transposition de la Directive et la promotion du recours à la médiation en France

MARS

Participation aux Ateliers ARCEP de l'Entreprise sur les difficultés

rencontrées par les entreprises dans le secteur des Télécoms et la recherche de solutions

Commission de Suivi du Médiateur des Communications électroniques

AVRIL

Fin de mandat de Mme Marie Louise Desgrange et nomination de Mme Claire Mialaret

Participation à une matinée de l'Association pour le Management de la Relation Client (AMARC) sur la généralisation de la médiation de la consommation

Intervention à la Conférence de l'Université d'Oxford sur la Médiation en Europe : présentation des résultats de l'enquête qualité réalisée auprès des consommateurs ayant saisi le Médiateur

MAI

Participation aux Ateliers ARCEP de l'Entreprise (2^e réunion) sur les difficultés rencontrées par les entreprises dans le secteur des Télécoms et la recherche de solutions

JUIN

Rencontre des équipes de médiation d'Orange France

Rencontre avec le Président de l'ARCEP et ses équipes

Rencontre avec la Directrice de la DGCCRF

Rencontre avec Familles de France

1^{ère} participation au Club des Médiateurs

Rencontre avec la Confédération Syndicale des Familles (CSF)

Audition auprès de la CECMC

Rencontre avec le Secrétaire Général de la Commission Supérieure du Numérique et des Postes (CSNP)

JUILLET

Rencontre de la Directrice exécutive d'Orange France

Participation au Comité Consommateur de l'ARCEP

Rencontre avec l'Association Force Ouvrière des Consommateurs (AFOC)

Rencontre avec Familles Rurales

SEPTEMBRE

Participation au Groupe de travail « Télécom et Jeunesse » du CNC

Rencontre du Directeur de la Relation clients et des équipes de médiation Bouygues Telecom

Rencontre du responsable activités services consommateurs de SFR

OCTOBRE

Rencontre avec l'Association Française des Utilisateurs de Télécommunications (AFUTT)

NOVEMBRE

Participation au Colloque de Bercy sur la médiation de la consommation

DÉCEMBRE

Rencontre de la Directrice de la Relation clients et des équipes de médiation de Free



L'AMCE et ses membres



Fiche d'identité de l'AMCE

Présentation de la médiation

L'Association Médiation des Communications Electroniques (AMCE) a été créée en juillet 2003. Elle est régie par la loi du 1^{er} juillet 1901.

Mission

Son objectif est de mettre à la disposition du Médiateur l'ensemble des moyens matériels et humains nécessaires à l'exercice de sa mission.

Membres

L'association fédère aujourd'hui la quasi-totalité des fournisseurs de service de communications électroniques (mobile, fixe, internet, fibre), soit plus de 99 % du secteur des télécommunications grand public en France et dans les DOM TOM. D'autres professionnels non opérateurs de communications électroniques ont rejoint l'association (services de renseignements téléphoniques, hébergeurs...).

En 2016, 10 nouveaux acteurs ont adhéré à l'AMCE

118 000, 118 918, Guyacom, Martinique TV Cable, NORDNET, Parabole Réunion, SPM Telecom, SYMACOM, Wibox, World Satellite Guadeloupe. L'AMCE comptait ainsi 29 membres représentant 42 marques.

Charte de la médiation

Tous les membres sont signataires de la charte de médiation (voir page 34).



L'équipe de la médiation

Une équipe de 16 personnes, composée d'un Délégué Général, de juristes et d'une assistante, travaille au quotidien avec le Médiateur. En 2016, La médiation des communications électroniques a renforcé ses effectifs pour répondre à l'augmentation des réclamations des consommateurs.



QUELQUES DATES CLÉS

2003 : Création de l'Association Médiation de la Téléphonie (AMET), dispositif de médiation unique pour le secteur de la téléphonie fixe et mobile, à l'initiative de Bouygues Telecom, Cegetel, France Telecom, SFR et Télé2

2007 : Ouverture du dispositif aux clients des Fournisseurs d'Accès Internet. L'AMET devient l'AMCE (Association Médiation des Communications Électroniques)

2008 : Ouverture de la saisine en ligne via le site internet du Médiateur

2011 : Ordonnance du 22 août 2011 relative aux communications électroniques, rendant obligatoire un possible recours à un Médiateur, insérée à l'article L121-84-9 du code de la consommation

2012 : Labellisation par la Commission de la Médiation de la Consommation (CMC)

2013 : Célébration des « 10 ans de la Médiation des Communications Électroniques »

2015 : Ouverture du dispositif de médiation à un premier membre non opérateur télécoms

2016 :

- inscription du Médiateur des Communications Électroniques sur la liste des Médiateurs de la consommation par la CECMC
- inscription sur la liste des Médiateurs habilités à traiter de litiges transfrontaliers (liste notifiée à la Commission Européenne)



La charte de la médiation

La Charte de médiation de l'AMCE (Association Médiation des Communications Électroniques) a été adoptée le 25 juin 2003. Modifiée le 29 novembre 2006 (à compter du 1^{er} janvier 2007, pour ajouter l'internet) puis le 2 avril 2009 (pour exclure le contenu éditorial des services TV fournis). Modifiée le 8 mars 2012 (à compter du 5 avril 2012). Référencée par la CMC (Commission de la Médiation de la Consommation) le 22 février 2012. Modifiée le 25 juin 2015 (à compter du 1^{er} juillet 2015). Modifiée le 1^{er} avril 2016 (mise en conformité avec les remarques de la CECMC).

PREAMBULE

CHAPITRE I LE MÉDIATEUR

- Article 1 Nomination
 - Article 2 Compétences et efficacité
 - Article 3 Indépendance et impartialité
 - Article 4 Confidentialité
-

CHAPITRE II DOMAINE D'APPLICATION DE LA MÉDIATION

- Article 5 Contrat souscrit par un client/consommateur
-

CHAPITRE III FONCTIONNEMENT DE LA MÉDIATION

- Article 6 Saisine préalable du fournisseur de services de communications électroniques
- Article 7 Procédure de saisine
- Article 8 Recours à un éventuel Expert
- Article 9 Avis rendu par le Médiateur

CHAPITRE IV EFFETS ET FIN DE LA MÉDIATION

- Article 10 Prescription
 - Article 11 Action en justice
 - Article 12 Caractère confidentiel de l'avis
-

CHAPITRE V SUIVI DE LA MÉDIATION

- Article 13 Commission de suivi de la Médiation
 - Article 14 Rapport annuel du Médiateur
 - Article 15 Suivi des recommandations du Médiateur
-

CHAPITRE VI PORTÉE DE LA CHARTE

- Article 16 Engagements des parties à la Médiation



PRÉAMBULE :

Les adhérents et membres de l'AMCE (ci-après les « Professionnels ») auxquels la présente charte s'applique, disposent de structures internes de traitement des réclamations auxquelles leurs clients/consommateurs, tels que ces notions sont définies à l'article 5 (ci-après désignés les « Clients ») doivent s'adresser en cas de différend.

Toutefois, lorsqu'ils persistent, les différends pourront faire l'objet d'une Médiation facultative et gratuite. A cet effet, les Professionnels, réunis au sein d'une association loi 1901 dénommée « Association Médiation Communications Electroniques », ont désigné un médiateur, ayant une indépendance et une autorité reconnues, afin qu'il donne son avis sur ces litiges.

La médiation obéit aux règles ci-après décrites.

CHAPITRE I LE MÉDIATEUR

Article 1 - Nomination

Le Médiateur est nommé, après consultation de la DGCCRF, des associations de consommateurs* et de l'ARCEP, par les Professionnels signataires de la présente charte, pour une durée de trois ans. Il est irrévocable pendant la durée de son mandat sauf cas de force majeure.

Article 2 - Compétences et efficacité

Le Médiateur est désigné pour ses qualités humaines et ses compétences notamment juridiques afin de pouvoir rendre des avis en droit comme en équité. Il s'engage à actualiser régulièrement ses connaissances.

Article 3 - Indépendance et impartialité

3.1 Le Médiateur accomplit sa mission avec diligence et compétence, en toute indépendance et impartialité, dans le cadre d'une procédure transparente, efficace et équitable.

3.2 Le Médiateur exerce sa mission en toute indépendance et ne reçoit aucune directive de qui que ce soit.

Article 4 - Confidentialité

Le Médiateur est soumis à une obligation de confidentialité.

4.1 Le nom des parties, le contenu du dossier et les faits dont il a eu connaissance dans l'exercice de sa mission demeurent confidentiels.

4.2 Aucun des avis qu'il est amené à rendre ne peut être porté à la connaissance de tiers au différend en cause, sauf dans les conditions particulières du Rapport annuel, telles que spécifiées au Chapitre V.

CHAPITRE II – DOMAINE D'APPLICATION DE LA MÉDIATION

Article 5 - Contrat souscrit par un Client

La médiation s'applique à tous les litiges commerciaux opposant un Professionnel signataire de la présente charte, à l'un de ses Clients, à l'exclusion des litiges portant sur le contenu éditorial des services fournis. L'on entend par Client toute personne physique intervenant en dehors de son activité professionnelle.

* Au sens de la présente charte, le terme « associations de consommateurs » comprend toutes les associations de consommateurs agréés et les associations d'utilisateurs (AFUTT : Association Française des Utilisateurs de Télécommunications).

CHAPITRE III FONCTIONNEMENT DE LA MÉDIATION

Article 6 - Saisine préalable des Professionnels

6.1 Chaque Professionnel informe ses Clients des modalités de recours internes à observer avant de saisir le Médiateur.

6.2 Chaque Professionnel communique, notamment sur son site internet, les coordonnées des recours internes (service clients et/ou service consommateurs) ainsi que celles du Médiateur.

6.3 Si après épuisement des voies de recours internes du Professionnel, le différend n'a pas pu être résolu, le client peut alors saisir le Médiateur.

6.4 La saisine du Médiateur est ouverte à tout consommateur dont la requête est restée sans réponse de la part du Professionnel.

6.5 Le Médiateur décide de la recevabilité des différends qui lui sont soumis.

6.6 En cas de saisine prématurée, le Médiateur réoriente le Client ou son représentant vers le bon niveau préalable de recours interne du Professionnel, par courriel ou par courrier.

Article 7 - Procédure de saisine

7.1 Le Client ou l'association de consommateurs chargée de représenter ses intérêts ou le Professionnel saisit le Médiateur notamment en complétant le formulaire mis à sa disposition sur le site du Médiateur (www.mediateur-telecom.fr) ou fourni par le Professionnel, sur simple demande. Cette saisine est accompagnée d'une copie des documents étayant la demande.

7.2 Le Médiateur accuse réception de ce dossier et demande à l'autre partie de lui transmettre les éléments en sa possession et de lui exposer sa position dans le délai d'un mois. A défaut de réponse dans le délai indiqué, le Médiateur commence à instruire le dossier sur la seule base des éléments en sa possession.

7.3 Les échanges entre le Médiateur et les parties se font par écrit ou par tout autre support durable sauf si le Médiateur souhaite entendre personnellement les deux parties.

Article 8 - Recours éventuel à un expert

Si la complexité de l'affaire le rend nécessaire, le Médiateur peut faire appel à un expert indépendant qu'il choisit librement en tenant compte de ses compétences techniques dans le domaine concerné du litige.

Article 9 - Avis rendu par le Médiateur

9.1 Lorsque l'instruction du dossier est terminée dans un délai maximum de trois mois à compter de la date de recevabilité de la saisine, le Médiateur rend un avis en droit qu'il peut compléter par des considérations tirées de l'équité. Ce délai de trois mois peut être prolongé pour des cas complexes demandant plus d'analyse ou une étude complémentaire.

9.2 Un exemplaire de l'avis est adressé au Client et le cas échéant son représentant, et un autre exemplaire au Professionnel.

9.3 Chaque partie à la Médiation est libre de suivre ou de ne pas suivre l'avis rendu par le Médiateur, à charge d'en informer par écrit ou tout autre support durable l'autre partie ainsi que le Médiateur et ce, dans le délai d'un mois.

CHAPITRE IV EFFETS ET FIN DE LA MÉDIATION

Article 10 - Prescription

La saisine du Médiateur suspend la prescription des droits que le Professionnel et le Client peuvent s'opposer et ce, tant que le Médiateur n'a pas rendu son avis.

Article 11- Action en justice

11.1 Le Médiateur ne peut pas être saisi si une action en justice a été engagée par le Professionnel ou le Client, sauf si les deux parties y consentent expressément.

11.2 Sauf convention contraire, toute action en justice introduite par l'une des parties à la Médiation contre l'autre partie met fin à la Médiation. La partie la plus diligente en informe le Médiateur qui met alors fin à sa mission.

Article 12 - Caractère confidentiel de l'avis

L'avis du Médiateur est confidentiel : sauf accord entre elles, les parties ne peuvent pas le diffuser, y compris dans le cadre d'une instance judiciaire.

CHAPITRE V SUIVI DE LA MÉDIATION

Article 13 Commission de suivi de la médiation

Une commission de suivi de la Médiation se réunit tous les ans, ou sur demande du Médiateur, et reçoit le Médiateur afin de favoriser un dialogue entre l'État, les associations de consommateurs et les Professionnels signataires de la présente charte et afin de favoriser leur bonne information mutuelle.

Article 14 - Rapport annuel du Médiateur

14.1 Chaque année, le Médiateur rédige un rapport sur son activité qui comprend notamment le nombre de saisines du Médiateur et leur sort, le nombre d'avis rendus, les types de litige, leur fréquence ainsi que le pourcentage d'avis suivis par les Professionnels.

14.2 Le Médiateur formule des recommandations d'amélioration afin de prévenir le renouvellement de certains litiges répétitifs ou significatifs et contribuer à améliorer la qualité de service des secteurs du domaine de compétences du Médiateur.

14.3 Ce rapport est adressé par le Médiateur à la DGCCRF, aux associations de consommateurs, à l'ARCEP, à l'autorité d'évaluation et de contrôle de la Médiation, ainsi qu'aux Professionnels signataires de la présente charte et à toute autre instance ou autorité publique que l'Association Médiation Communications Electroniques lui aura préalablement indiquée.

14.4 A l'exception du pourcentage d'avis suivis par les Professionnels, le rapport ne contient aucun nom des parties à la Médiation ni aucun élément permettant d'identifier l'une de ces parties.

Article 15 - Suivi des recommandations du Médiateur

Le Médiateur suit la mise en œuvre de ses recommandations par les Professionnels.

CHAPITRE VI PORTÉE DE LA CHARTE

Article 16 - Engagement des parties à la médiation

Tout Client et tout Professionnel ayant recours au Médiateur désigné conformément à la présente charte, s'engage à respecter celle-ci en toutes ses dispositions.



Le Médiateur
des communications
électroniques }

www.mediateur-telecom.fr

 [@mediationtelco](https://twitter.com/mediationtelco)