

LE MÉDIATEUR DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES
BP 999 - 75829 Paris Cedex 17
www.mediateur-telecom.fr

Rapport 2009

MÉDIATEUR DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES



Juin 2010 - Rédaction et conception: Opinion Valley - Réalisation:  - Crédits photos: Gettyimages, Thinkstock - IMPRIM'VERT®

“ L’année 2009 a vu la médiation franchir un cap décisif ”

Raymond VIRICELLE,
Médiateur des communications électroniques

« **L**es assises de la consommation qui se sont tenues à Bercy en octobre 2009 ont mis en valeur le rôle facilitateur et déterminant de la médiation : une prochaine loi pourrait lui donner un cadre officiel en créant un comité de médiation consumériste. À cet égard, le système de médiation qui a été mis en place dans le secteur des communications électroniques dès 2003 par les opérateurs, a été précurseur et je m’en félicite.

En janvier 2010, l’AMCE a accueilli un nouveau membre : Free. Aujourd’hui, près de 98 % du secteur des communications électroniques est adhérent au dispositif de médiation. Il est ainsi accessible à la quasi-totalité des utilisateurs de communications électroniques, ce qui représente près de 106 millions de clients (titulaires de contrats). Je suis ravi de cette évolution qui contribue à une plus grande satisfaction des clients dans leurs relations avec leur opérateur.

Notre activité de médiation a quant à elle, continué à progresser en 2009. J’ai rendu 3 302 avis, soit 4 % de plus qu’en 2008. Et ce malgré la baisse relative des sollicitations (17 252 contre 20 076 en 2008), constatée pour la première fois en 2009. Ces chiffres démontrent une meilleure connaissance du dispositif.

Après 7 ans d’existence et dans une logique d’amélioration continue, nous avons souhaité évaluer la connaissance et la satisfaction des utilisateurs du dispositif concernant notre action et le parcours de médiation.

Je ne reprendrai que quelques chiffres clés de l’étude menée par l’institut BVA : 3 clients recevables sur 4 et, ce qui est encore plus significatif, 2 clients irrecevables sur 3, considèrent que leur demande a été satisfaite. Ces résultats nous encouragent à continuer dans cette voie de dialogue et d’échanges avec les opérateurs, les consommateurs et leurs représentants.

Ce rapport vous permettra de découvrir en détail nos actions et notre activité sur l’année 2009 : d’abord je présenterai mon équipe, grâce à laquelle nous avons pu traiter plus de dossiers, tout en diminuant les délais de réponse aux clients finaux. Nous reviendrons ensuite sur notre rôle dans le règlement des litiges mais aussi sur notre fonction d’autorégulation exercée via la formulation de recommandations (avis) adressées au secteur. Enfin, nous donnerons la parole aux clients avec les résultats de l’enquête de satisfaction menée par l’institut BVA et des extraits de courriers que j’ai pu recevoir cette année.

2009 a donc été une année fructueuse. Cependant, dans une démarche de progrès continu, des pistes d’amélioration ont été identifiées afin d’avancer vers une plus grande satisfaction des clients. Pour 2010, les chantiers ne manquent pas : suivi des relations avec les opérateurs et les associations de consommateurs, réduction du délai de traitement des dossiers, amélioration de l’information sur les conditions d’accès au système de médiation...

Je suis sûr que nous parviendrons à relever ces nouveaux défis avec les opérateurs et les associations de consommateurs, dans une logique de coopération, comme nous l’avons toujours fait.

Bonne lecture! ➤➤



Sommaire

Première partie

PORTRAIT DE L’INSTITUTION

- › Le service de médiation
- › L’AMCE

p.04
p.05
p.08

Deuxième partie

SYNTHÈSE DE L’ACTIVITÉ 2009

- › L’évolution globale de l’activité
- › Les avis rendus par domaine
- › Les sources majeures de litiges en 2009
- › La sélection d’avis significatifs
- › La nature des avis
- › La durée de traitement

p.10
p.11
p.12
p.13
p.14
p.20
p.21

Troisième partie

LA PAROLE AUX CLIENTS

- › Les résultats de l’enquête de satisfaction

p.22
p.23

Annexes

- › ANNEXE 1 – La médiation des communications électroniques : mode d’emploi
- › ANNEXE 2 – L’analyse détaillée de l’activité du médiateur en 2009
- › ANNEXE 3 – La charte de la médiation

p.31
p.33
p.38



p.04

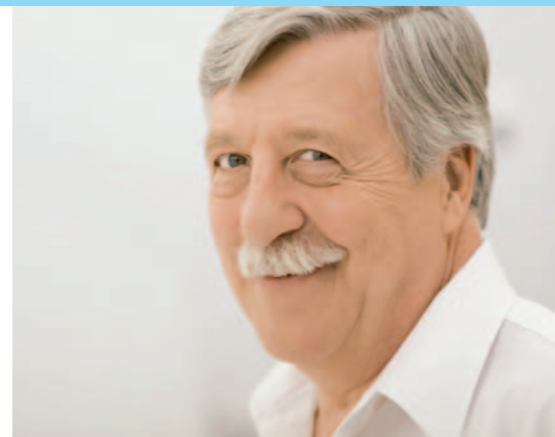
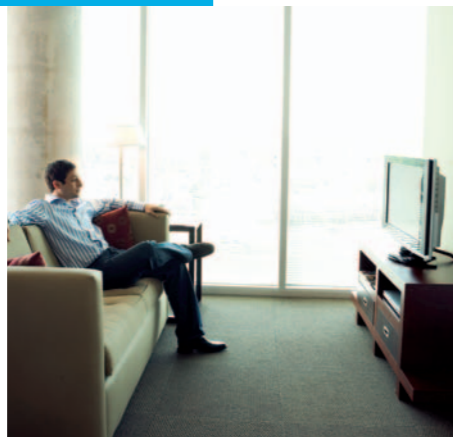


p.10



p.22

PORTRAIT DE L'INSTITUTION



Le service de médiation



Raymond VIRICELLE

Médiateur des communications électroniques depuis 2005

Diplômé de l'École Nationale de la Magistrature et après plusieurs années passées à l'Administration Centrale du Ministère de la Justice, Raymond Viricelle part à Nouméa en 1980 où il exerce les fonctions de Président de Chambre de la Cour d'Appel puis de Premier Président. En 1985, Raymond Viricelle rejoint le Ministère de la Justice en qualité de Directeur des services judiciaires. Détaché à la SNCF en 1989, il en sera Directeur Juridique jusqu'en 2000, avant d'être nommé Avocat général de la Chambre commerciale de la Cour de Cassation.

Raymond Viricelle a, par ailleurs, été chargé d'enseignement à la Faculté de Droit de Nanterre ainsi que magistrat général assimilé dans la Justice Militaire. Commandeur de l'Ordre national du Mérite, il est Officier de la Légion d'Honneur et des Palmes Académiques.

Il a été également co-auteur avec Claude Bebear et François Auvigne du rapport sur la retenue à la source de l'impôt sur le revenu, remis en mars 2007 à Thierry Breton, Ministre de l'Economie et des Finances.

Les missions du médiateur

Le médiateur des communications électroniques est nommé pour une durée de trois ans renouvelable une fois. Il est choisi par les opérateurs adhérents de l'AMCE, après consultation de la DGCCRF (Direction Générale de la Consommation, de la Concurrence et de la Répression des Fraudes) et des associations de consommateurs. Il exerce sa mission en toute indépendance.

Chaque année, le médiateur rédige un rapport complet de son activité. Disponible sur le site Internet www.mediateur-telecom.fr, il est également adressé à l'ensemble des acteurs du secteur (opérateurs, Fédération Française des

Télécoms, associations de consommateurs, ARCEP - Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes). Le médiateur tient également annuellement une commission de suivi. Il y dresse un bilan de son activité, fait part de ses recommandations et initie un dialogue sectoriel avec tous les acteurs. En présence des opérateurs signataires de la charte de médiation, cette commission réunit l'ARCEP, la DGCCRF (Direction Générale de la Consommation de la Concurrence et de la Répression des Fraudes) ainsi que toutes les associations de consommateurs.



L'équipe de juristes. De gauche à droite : Florent Pêcheur, Jennifer Justier Delaplace, Arnaud Flour, Sébastien Lantier, Blandine Boudier, Cristina Vitali, Sophie Chemillier.

Leïla Schwartzentbart, Déléguée générale de l'AMCE.



Le médiateur des communications électroniques, M. Raymond Viricelle.

Une équipe étoffée

Depuis sa création, et grâce aux efforts de communication qui ont permis de mieux faire connaître le médiateur, l'activité du service de médiation n'a cessé de croître. Pour faire face à cette activité et maintenir un niveau de qualité et de rapidité de traitement satisfaisant pour les clients, le médiateur s'est entouré d'une équipe compétente complémentaire de 10 personnes : une déléguée générale, Leïla Schwartzentbart, sept juristes et deux assistants.

Des activités diversifiées

Au-delà de son activité principale de règlement des litiges et de formulation de recommandations, le médiateur a établi un dialogue et des échanges réguliers avec une diversité d'acteurs publics et privés de la consommation. Il contribue ainsi à promouvoir le développement de la médiation comme solution rapide et efficace de résolution des litiges. Au fil des ans, le médiateur est devenu un référent unique pour tout un secteur.

Un dialogue et des échanges réguliers

Le médiateur est régulièrement consulté par les autorités publiques, et contribue ainsi aux travaux des comités consommateurs organisés par l'ARCEP (Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes) et le CNC (Conseil National de la Consommation). Il est également souvent sollicité pour présenter son service et échanger avec ses pairs sur les grands principes de médiation à travers, par exemple, le Club des médiateurs du service public.

Le médiateur contribue également à la valorisation de la médiation. Il a ainsi collaboré à la réalisation du « Guide de la médiation pour les entreprises », diffusé en 2009 par le Medef et édité aux éditions Organisation. Par ailleurs, il est en contact permanent avec les associations de consommateurs et d'utilisateurs dans le cadre de son activité de règlement des litiges.

Un référent unique pour tout un secteur

Identifié comme un acteur clé du secteur, le médiateur est aujourd'hui en contact avec des interlocuteurs de plus en plus variés.

En effet, si le client peut saisir directement le médiateur, il peut aussi choisir de se faire représenter. Les associations de consommateurs jouent un vrai rôle d'accompagnement des clients dans la préparation et la présentation de leur dossier. Les clients se font également de plus en plus représenter par des tiers diversifiés : les sociétés d'assurance, les avocats, les députés et les maires ou encore les conciliateurs de justice.

Par ailleurs, le médiateur participe à des cycles universitaires de formation professionnelle, au bénéfice de bénévoles d'associations de

consommateurs. À la demande de l'École nationale de la magistrature, il intervient aussi auprès des juges de proximité et des magistrats professionnels dans le cadre de stages organisés par l'Institut National de la Consommation, afin de les aider à mieux appréhender les litiges de communications électroniques dans leur spécificité.

Le système de médiation des communications électroniques a fait ses preuves dans le secteur des services. Le médiateur des communications électroniques s'inscrit pleinement dans la logique de développement des procédés alternatifs de règlement des litiges promus et institutionnalisés au niveau européen. Il respecte les critères définis par la directive européenne sur la médiation civile et commerciale (2008/52/CE). —

L'AMCE

Créée en 2003, la médiation des communications électroniques est née de l'initiative des opérateurs fixe et mobile, regroupés au sein d'une association : l'Association Médiation des Communications Électroniques (AMCE) – anciennement AMET. Elle répond à une volonté sectorielle d'optimiser la satisfaction de leurs clients, en offrant un niveau de recours amiable supplémentaire simple, rapide et gratuit.

Les membres

L'AMCE est aujourd'hui composée de la quasi-totalité des fournisseurs de services de communications électroniques. Association ouverte, elle a accueilli au fil des années de nouveaux membres dans le domaine d'Internet et du mobile (MVNO). Suite à l'adhésion de Free en janvier 2010, près de 98 % du secteur des télécommunications est adhérent au dispositif de médiation. Le service de médiation est ainsi accessible à près de 106 millions de clients (titulaires de contrats), tant au niveau de la téléphonie fixe, que de la téléphonie mobile et d'Internet.

> LES LOGOS DES OPÉRATEURS ET DES MARQUES



La mission

La mission de l'association est de mettre à la disposition du médiateur tous les moyens matériels et humains nécessaires à l'exercice de ses fonctions. L'ensemble des frais de traitement du dossier, ainsi que le recours éventuel du médiateur à des experts indépendants, sont intégralement à la charge des opérateurs de téléphonie et d'Internet. —

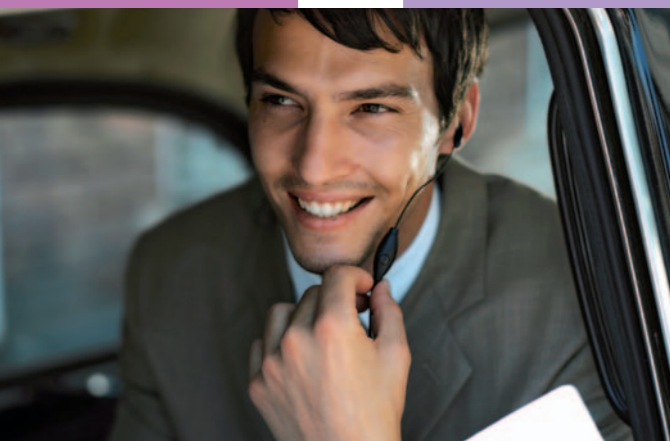
Dates clés

- 2003 :** création d'une médiation unique pour le secteur de la téléphonie fixe et mobile à l'initiative de Bouygues Telecom, France Telecom, Neuf Cegetel, Orange, SFR, et Télé 2
- 2007 :** > ouverture du dispositif aux clients des fournisseurs d'accès Internet
> adhésion des MVNO* Carrefour Mobile et Débitel
- 2008 :** ouverture de la saisine en ligne sur le site Internet du médiateur www.mediateur-telecom.fr
- 2009 :** adhésion de Numéricable
- 2010 :** adhésion de Free



*MVNO : Mobile Virtual Network Operator

SYNTHÈSE DE L'ACTIVITÉ 2009 DU MÉDIATEUR



L'évolution globale de l'activité

Le médiateur exerce une double activité de règlement des litiges, d'une part, et de formulation de recommandations et de conseils, d'autre part. Son objectif est ainsi d'améliorer le mode de relation des opérateurs avec leurs clients (notamment en matière d'information) ainsi que les pratiques du secteur en général. Dans cette partie, sont détaillés les principaux chiffres d'activité et les sources majeures de litiges que le médiateur a traités en 2009, présentés sous la forme d'exemples d'avis significatifs.

Une stabilisation des demandes

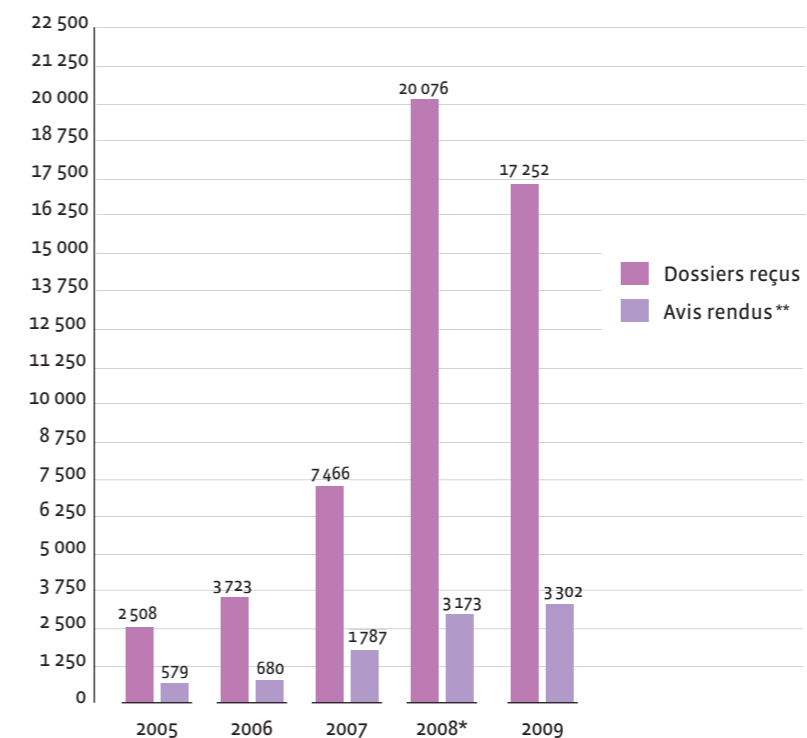
Pour la première année depuis la création du dispositif, le nombre global de sollicitations a diminué : 17 252 demandes ont été reçues en 2009, contre 20 076 en 2008 (- 13 %).

Après une très forte progression en 2008, qui peut s'expliquer par l'ouverture de la saisine Internet et les efforts engagés par les opérateurs

pour mieux faire connaître la médiation, le rythme des demandes s'est donc stabilisé.

L'activité du médiateur a, quant à elle, continué à progresser en 2009 avec 3 302 avis rendus, en augmentation de 4 % par rapport à 2008. Toutes les sollicitations recevables ont été traitées et ont donné lieu à un avis du médiateur. ■■■

> L'ÉVOLUTION DES DOSSIERS REÇUS ET DES AVIS RENDUS SUR LES 5 DERNIÈRES ANNÉES



Un nombre de dossiers reçus en diminution pour la première année

* Ouverture de la saisine web

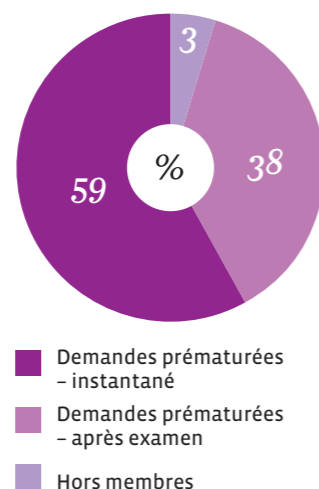
** Le nombre d'avis rendus est égal au nombre de dossiers recevables traités par le médiateur

La différence importante observée entre le nombre des dossiers reçus et celui des avis rendus résulte du nombre de dossiers irrecevables :

> 376 demandes ont concerné des clients d'opérateurs non membres de l'AMCE*, contre 490 en 2008. Ce chiffre devrait encore diminuer à l'avenir avec l'adhésion de nouveaux opérateurs, comme celle de Free en janvier 2010. Aujourd'hui, la médiation des communications électroniques est accessible à 97 % des clients de la téléphonie mobile et à 99 % des clients de fournisseurs d'accès à Internet.

> 13 574 demandes ont été déclarées irrecevables car formulées prématurément. La mise en place de la saisine Internet a permis de filtrer plus efficacement les demandes irrecevables. Grâce au formulaire en ligne, les consommateurs ont pris connaissance des étapes manquantes qu'il avait à conduire auprès de son opérateur avant de pouvoir saisir le médiateur. **Au total, plus de 8 200 demandes ont été déclarées irrecevables instantanément.**

> LES CAUSES D'IRRECEVABILITÉ EN 2009



Dans ce cas, chaque client reçoit un message ou une lettre du médiateur qui l'invite à solliciter les instances de réclamation de son opérateur. Le médiateur accompagne le client en lui communiquant les coordonnées précises du service compétent (service clients ou service consommateurs). —

“ Un consommateur informé et réorienté plus rapidement vers son opérateur avant un éventuel retour auprès du médiateur ”

Les avis rendus par domaine

En 2008, le nombre d'avis rendus avait presque doublé, suite à l'ouverture de la saisine Internet et les efforts engagés par les opérateurs pour faire connaître le service de médiation. L'année 2009 montre une augmentation de 4 % du nombre d'avis rendus, qui se traduit différemment selon les domaines.

L'augmentation des litiges relatifs à la téléphonie mobile peut s'expliquer par l'évolution rapide des offres : l'arrivée de nouveaux usages et services peuvent générer des incompréhensions.

Au contraire, la diminution importante des litiges liés à la téléphonie fixe, peut être corrélée, d'une part, à la baisse significative de clients ayant une ligne fixe simple et d'autre part, à une relative simplicité des offres existantes. —

L'année 2009 montre une augmentation de 4 % du nombre d'avis rendus

> LES AVIS RENDUS PAR DOMAINE

	2009	Proportion 2009	Évolution 2008/2009
Téléphonie fixe	373	11 %	- 30 %
Téléphonie mobile	1 365	42 %	+ 17 %
Internet + TV	1 564	47 %	+ 6 %
TOTAL	3 302	100 %	+ 4 %

* Le service de médiation est accessible à l'ensemble des clients des marques suivantes : Alice, Bouygues Telecom, Carrefour Mobile, Fnac Mobile, France Telecom, Free, M6 Mobile, Numericable, Orange, SFR, Simplicite, Telez Mobile, Universal Mobile.

Les sources majeures de litiges en 2009

Principaux types de litiges

Les litiges réglés par le médiateur se répartissent en quatre grandes catégories :

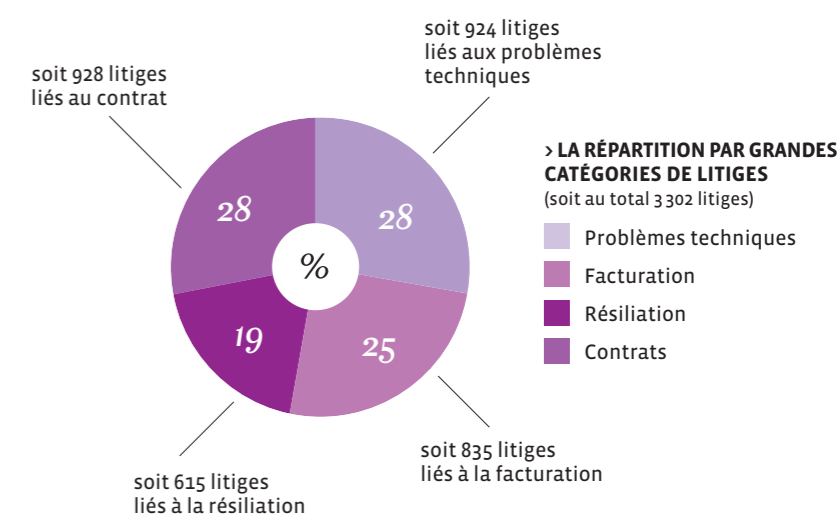
> **LES FACTURES** : une des causes les plus fréquentes de litiges portés devant le médiateur est la contestation d'appels, de SMS et SMS+ et de connexions Internet, ou de façon plus marginale, la contestation de souscription à un service.

> **LES CONTRATS** : cette rubrique recouvre à la fois les souscriptions et modifications de forfaits et d'options, les demandes de remboursement ou de dédommagement en cas de non fourniture d'un service, et les tarifs.

> **LA RÉSILIATION** : contestation de frais, demande de résiliation anticipée, demande de résiliation non mise en œuvre ou, au contraire, résiliation non souhaitée.

> **LES PROBLÈMES TECHNIQUES** : il s'agit principalement de dysfonctionnements de connexions (pour Internet) et de terminaux, et de litiges relatifs aux services après vente et techniques. —

→ Le détail des chiffres et des principaux litiges par secteur est présenté en annexe.



La sélection d'avis significatifs

Le médiateur a choisi cette année de présenter une sélection d'avis significatifs qui illustrent les types majeurs de litiges en 2009. Sont détaillées également la manière dont le médiateur rend ses avis et les suites données à ces avis.

Au travers de son activité de règlement des litiges, le médiateur est fréquemment appelé à formuler des recommandations auprès des opérateurs* et des conseils auprès des consommateurs. Cette démarche fait partie intégrante du rôle du médiateur. Elle contribue à améliorer les pratiques du secteur, au bénéfice de l'ensemble des acteurs, et à réduire la récurrence de certains litiges.

Les avis présentés peuvent être de simples rappels de situations classiques mais parfois oubliées. Au contraire, ils peuvent aussi concerner des problèmes apparus plus récemment et pour lesquels l'analyse du médiateur ou la solution proposée peut constituer une référence.

> L'ALERTE EN CAS DE CONSOMMATION ANORMALE

Objet de la saisine

Le client a souscrit un forfait qui permet l'envoi de SMS en illimité. Il a contesté le montant « hors forfait » qui a été facturé (SMS +) et souhaite avoir des explications sur le système de blocage.

Extrait de l'avis

« ... L'opérateur a prévu un dispositif d'alerte puisqu'une avance sur facturation de XXX a été demandée au titulaire.

Je reconnais néanmoins qu'en l'espèce, le système d'alerte aurait pu être mis en place plus tôt, l'encours de consommation étant déjà particulièrement élevé au moment de la demande d'avance sur facturation.

De manière générale, je recommande à l'opérateur d'améliorer son dispositif d'alerte en cas de consommation élevée inhabituelle. »

Conclusion

Dans la mesure où il est acquis qu'il est techniquement possible d'alerter le client en cas de consommation inhabituelle, les systèmes le permettant devraient être généralisés.

Cet avis est une autre illustration d'une recommandation formulée par le médiateur et qui, au-delà de l'information du consommateur, a contribué à l'évolution des pratiques. Certains opérateurs ont en effet décidé de renforcer leur dispositif d'alerte et de blocage pour mieux accompagner leurs clients.



Le médiateur a également été amené à se prononcer sur le respect d'une limitation d'encours de communications, prévue dans les Conditions Générales de Vente de l'opérateur. Il a considéré que l'opérateur pouvait être tenu pour responsable s'il ne prenait aucune mesure lorsque le plafond de dépenses était dépassé.

Extrait de l'avis

« Toutefois, je relève que l'article XXX des conditions générales prévoit que "le client dispose d'un accès au service avec une limitation d'encours, par période de facturation, quelle que soit la nature des appels, d'un montant de 150 euros". Même si cette disposition est vraisemblablement destinée à protéger l'opérateur contre d'éventuels impayés, elle a, de par sa formulation, une portée générale.

Force est de constater qu'elle n'a pas été mise en œuvre alors qu'elle aurait pu vous mettre à l'abri d'une utilisation abusive effectuée à votre insu.

En conséquence, je recommande à l'opérateur de vous rembourser le montant des communications facturées au delà de 150 € ». »

> L'INFORMATION SUR LE COÛT DES APPELS HORS FORFAIT

Objet de la saisine

Le client reproche à son opérateur de ne pas l'avoir informé du coût des communications hors forfait applicable à la nouvelle offre qu'il a souscrite.

Extrait de l'avis

« L'opérateur soutient que les informations relatives au coût des appels émis en dehors du forfait sont disponibles sur la fiche tarifaire et que les clients peuvent consulter leur consommation de différentes manières.

[...] on ne peut faire grief à l'opérateur de ne pas avoir énuméré au téléphone l'intégralité des tarifs applicables dans le cadre d'une formule précise dès lors que ces informations sont accessibles facilement pour le client. Cependant, je constate que le coût des consommations en cas de dépassement de forfait n'est pas mentionné sur la fiche d'information standardisée qui indique uniquement : Au-delà du forfait, ces appels vous seront facturés au tarif en vigueur. En effet, seule la fiche tarifaire comporte le montant précis des appels hors forfait.

[...] Je recommande à l'opérateur de vous accorder deux mois d'abonnement gratuits afin de vous dédommager de l'information incomplète transmise lors du changement de forfait. Enfin et de façon plus générale, je lui suggère de faire dorénavant figurer sur ses fiches d'information standardisées le coût des appels hors et au-delà du forfait. »

Conclusion

Le médiateur estime que les fiches d'information standardisées, documents désormais obligatoires, constituent une source d'information privilégiée pour les utilisateurs. En ce sens, elles devraient, lorsque cela est possible, comporter une information sur le tarif applicable. Cet avis illustre le rôle du médiateur dans la formulation de recommandations générales auprès des opérateurs.

Les recommandations du médiateur portent régulièrement sur l'information et les efforts de pédagogie à renforcer.

> LES MODIFICATIONS DE FORFAIT NON MAÎTRISÉES

Objet de la saisine

Le client a souscrit un forfait bloqué pour sa fille. Celle-ci a utilisé un serveur vocal pour mettre en place un forfait « normal » et en 2 mois les consommations ont atteint 7 000 €. L'appel au service vocal ayant été effectué depuis le mobile concerné, aucun code ni aucun mot de passe n'a été demandé pour effectuer le changement de forfait.

Extrait de l'avis

« D'une manière très générale, je constate que les forfaits "bloqués" sont très largement destinés aux parents désireux de mettre à disposition de leurs enfants un téléphone mobile, tout en évitant des "dépassements de budget intempestifs" (il s'agit d'ailleurs d'un argument de vente souvent mis en avant). Il m'apparaît donc essentiel que l'utilisateur d'un forfait "bloqué" (en général mineur) ne soit pas en mesure de procéder de son propre chef à une modification susceptible d'avoir un impact financier important.

Afin d'éviter la survenance de tels litiges, j'ai précédemment suggéré aux opérateurs de soumettre à la signature du titulaire, par un avenant, toute modification substantielle du contrat. Quoi qu'il en soit, il appartient à l'opérateur de s'assurer que c'est bien le titulaire de l'abonnement qui sollicite sa modification. En l'espèce, cela n'a pas été le cas. J'ai en effet constaté qu'en appelant le service vocal depuis un mobile du même opérateur, il était possible de procéder librement à une modification de l'offre applicable sans qu'aucun identifiant ou code de sécurité ne soit demandé (la carte SIM servant à identifier automatiquement l'abonnement concerné).

L'abonné n'avait pas de raison particulière de penser que sa fille pouvait être en mesure de procéder par elle-même à une telle modification, aucun avertissement en ce sens ne figurant dans les diverses brochures d'information diffusées. L'absence de sécurisation ayant rendu possible une surconsommation allant bien au-delà de ce qui aurait été raisonnablement admissible, l'opérateur me semble devoir en tirer les conséquences qui s'imposent en annulant, comme cela est demandé, les deux factures litigieuses, déduction faite du montant forfaitaire de 32,90 € ». »

Conclusion

Même si des raisons valables peuvent être invoquées pour ne pas exiger l'accord écrit préalable du titulaire pour une modification de forfait, l'opérateur doit vérifier que la demande émane effectivement du titulaire du contrat. Si l'autorisation préalable est trop compliquée à mettre en œuvre, le médiateur suggère aux opérateurs de contacter l'abonné a posteriori du changement pour obtenir la confirmation de ce changement, et de rétablir d'office le forfait bloqué en l'absence d'une réponse.

> LES RÉSILIATIONS ANTICIPÉES POUR MOTIF LÉGITIME

Objet de la saisine

Un client professionnel a dû arrêter son activité pour des raisons économiques. Il a été radié du Bulletin Officiel des Annonces Civiles et Commerciales (BODACC) et a résilié son abonnement téléphonique avant la fin de son contrat. Il conteste les frais qui lui ont été facturés pour résiliation anticipée.

Extrait de l'avis

« Les différents "motifs légitimes" de résiliation anticipée énumérés par les conditions générales ne sauraient être considérés comme exhaustifs. La cessation d'activité consécutive à des difficultés économiques étant "un événement imprévisible empêchant le titulaire de poursuivre l'exécution du contrat au même titre que le redressement ou la liquidation judiciaire, elle est susceptible de constituer un motif légitime de résiliation anticipée." »

Conclusion

Le médiateur a appliqué la jurisprudence qui considère que la liste des motifs pouvant justifier une résiliation anticipée et sans frais ne peut être limitative. Une cessation d'activité imposée par la conjoncture et non pour convenance personnelle peut constituer un motif valable. Le médiateur joue ainsi son rôle d'alerte sur des règles parfois incomplètes qui s'appliquent au secteur, étant entendu que les opérateurs restent libres d'appliquer ou non les avis du médiateur.

« Afin de prévenir des résiliations abusives lorsque l'engagement est la contrepartie de l'acquisition d'un téléphone à un prix préférentiel, le médiateur a suggéré d'intégrer dans les conditions générales, la formule suivante : « la mise en œuvre d'une résiliation anticipée de l'abonnement pour un motif légitime ne peut intervenir que sous condition de la restitution, moyennant remboursement du prix payé, de l'appareil acheté dans le cadre de cet abonnement. »

« Le rôle pédagogique joué par le médiateur auprès des consommateurs permet de les orienter vers les bonnes démarches »



> LE RESPECT DU DÉBIT MINIMUM

Objet de la saisine

Le client conteste les débits de connexion obtenus avec son iPhone 3G+ en indiquant que l'opérateur bride volontairement le transfert des données. Il souhaite obtenir un débit conforme au contrat souscrit (3G+) et refuse de souscrire une nouvelle option lui permettant d'augmenter la vitesse de transmission des informations.

Extrait de l'avis

« Je constate que la Fiche d'Information Standardisée du forfait souscrit prévoit l'accès au réseau 3G+. De plus, la documentation relative au haut débit mobile précise que le réseau 3G offre une vitesse élevée de transmission des données jusqu'à 384 Kbits/s avant d'ajouter que la 3G+ permet d'accélérer la vitesse de transfert et de proposer des débits nettement supérieurs à la 3G (débit en réception allant jusqu'à 7,2 Mbits/s). Ainsi, je considère que vous pouviez légitimement penser qu'en souscrivant à une offre "haut débit Mobile" et en disposant d'un téléphone labellisé comme étant "3G+", vous pouviez bénéficier de débits supérieurs à celui de 384 Kbits/s que vous dénoncez. Dans ces conditions, je recommande à l'opérateur de vous accorder la somme de 150 € à titre de dédommagement pour ne pas vous avoir fourni intégralement le service attendu et pour les démarches entreprises. Par ailleurs, je l'invite à mettre en œuvre tous les moyens techniques nécessaires afin que vous puissiez bénéficier d'un débit conforme aux usages attendus et à défaut, de vous permettre de résilier sans frais votre abonnement si tel est votre souhait. »

Conclusion

Si on peut considérer que les débits maximum annoncés n'ont qu'une valeur indicative, les débits minimum doivent être respectés. Le médiateur rappelle ainsi une position de principe.



> LE SERVICE INTERNET+

Objet de la saisine

Le client conteste la facturation d'achat de services réglés par Internet+.

Extrait de l'avis

« Dans ces conditions, même si sa responsabilité ne m'apparaît pas en cause, il ne serait pas équitable que l'opérateur conserve le bénéfice d'une facturation qui aurait pu être limitée s'il vous avait permis de désactiver le service Internet+ ou de modifier vos identifiants dès le mois de mars. Par conséquent, je recommande à l'opérateur de vous rembourser 50 % du montant des achats effectués par Internet+ que vous auriez réglés depuis le mois d'avril 2008 ou, le cas échéant, d'en annuler la facturation. Je l'invite également à désactiver Internet+ ou, tout du moins, à vous indiquer la procédure à suivre pour ce faire et à modifier vos identifiants. Il serait également opportun qu'il diligente une enquête afin de vérifier si d'autres abonnés se trouvent dans cette situation et si des manœuvres frauduleuses n'en sont pas à l'origine. »

Conclusion

L'information fournie doit permettre au client de désactiver le service Internet+, l'idéal étant que cette option ne soit pas initialement activée « par défaut ».

> LES SURPRISES DU WIFI

Objet de la saisine

> Un client conteste sa facture comportant 380€ de communications Internet en Wi-Fi effectuées depuis des bornes d'hôtels, et annoncées comme permettant des connexions gratuites.

Extrait de l'avis

« L'information selon laquelle vous pouviez vous connecter gratuitement grâce au Wi-Fi vous a été fournie par l'hôtelier qui, de ce fait, doit assumer la responsabilité de l'indication erronée, à moins que seul l'accès à Internet et non les connexions ait été annoncé comme gratuit.

Néanmoins, je constate que l'opérateur, qui a d'ailleurs certainement conclu un partenariat avec l'hôtel en cause, a pu facturer des connexions qui n'auraient sans doute pas eu lieu en l'absence de l'annonce de gratuité.

Dans ces conditions mais en tenant compte du fait qu'aucune obligation contractuelle n'impose à l'opérateur de prévenir ses clients en cas d'augmentation substantielle de ses consommations, je lui recommande de réduire de moitié la somme en litige.

Enfin, je recommande, à toutes fins utiles, à l'opérateur de mentionner l'éventuel caractère payant des connexions et de leur coût lors de la transmission du code indispensable à la connexion. »

Conclusion

Le médiateur conclut à la responsabilité de l'hôtelier dans l'information de l'utilisateur mais fait grief à l'opérateur de ne pas avoir averti ses clients de l'éventuel caractère payant des connexions. Cet avis illustre la notion de compromis que le médiateur peut proposer, qui repose à la fois sur des arguments de droit et d'équité.



> L'INSCRIPTION EN LISTE ROUGE

Objet de la saisine

> Le client a demandé l'ouverture d'un abonnement ADSL avec ligne VoIP. Il considère que son souhait de figurer en liste rouge était implicite car, pour sa ligne téléphonique précédente, il avait demandé qu'elle ne soit pas mentionnée dans les annuaires.

Extrait de l'avis

« Certes, l'article R10 du Code des Postes et Communications Électroniques reconnaît à tout abonné le droit de "ne pas être mentionné sur les listes d'abonnés ou d'utilisateurs publiées ou susceptibles d'être consultées par les services de renseignements". Toutefois, le refus d'un client de voir ses coordonnées publiées dans les annuaires doit être clairement formulé et ne saurait être implicite.

J'ajoute qu'un opérateur (quel qu'il soit) qui inscrirait d'office une ligne téléphonique nouvellement créée en "liste rouge" commettrait une faute et pourrait voir sa responsabilité engagée. »

Conclusion

Cet avis permet de rappeler une position de principe : le souhait du client de figurer sur liste rouge doit être formulé expressément et ne peut être implicite. Au-delà de ce rappel, cet avis illustre le rôle pédagogique fréquemment joué par le médiateur auprès des consommateurs pour les orienter vers les bonnes démarches.

> LA PRESCRIPTION ANNALE

Objet de la saisine

> Le client reproche à l'opérateur de l'avoir privé des services Internet et téléphone. Il demande une indemnité correspondant au montant de ses communications téléphoniques qui auraient dû être comprises dans l'offre de téléphonie illimitée et de ses connexions Internet en bas débit sur ses deux lignes fixes.

Extrait de l'avis

« L'opérateur, qui ne conteste pas l'exposé des faits tels que vous les rapportez, a refusé de satisfaire votre demande. Il vous aurait opposé la prescription prévue par l'article L34-2 du Code des Postes et Communications Électroniques. Cet article dispose que "la prescription est acquise au profit des opérateurs pour toutes demandes en restitution du prix de leurs prestations de communications électroniques présentées après un délai d'un an à compter du jour du paiement". Cependant, vous ne demandez pas un remboursement du prix des prestations contestées mais une indemnisation correspondant aux dépenses effectuées du fait de l'absence de fourniture de la prestation convenue. »

Conclusion

Il est de principe que les textes relatifs aux courtes prescriptions doivent faire l'objet d'une application stricte, c'est à dire sans extension ni interprétation. Dans le cas présent, le client ne demandait pas une restitution des prestations payées mais une indemnisation pour le préjudice subi. Auquel cas, l'opérateur ne peut invoquer la prescription annale pour lui refuser sa demande.

“ Les recommandations formulées par le médiateur contribuent à l'évolution des pratiques du secteur ”



La nature des avis



Le nombre de requêtes satisfaites reste très élevé en 2009 (87 %)

Analyse globale

Le nombre de requêtes satisfaites reste en 2009 très élevé (87 %), identique en proportion à celui de 2008. Cependant, on observe plusieurs évolutions notables dans les avis favorables rendus :

> Le nombre de requêtes partiellement satisfaites est en hausse (+ 30 %), ce qui témoigne de la notion de compromis, au cœur de l'activité de médiation ;

> Parmi les requêtes totalement satisfaites, le nombre d'avis favorables formulés sur proposition de l'opérateur est lui aussi en augmentation. Il représente aujourd'hui 60 % des avis totalement favorables rendus par le médiateur, contre seulement 25 % en 2007. Cette évolution illustre l'impact que peut avoir l'intervention du médiateur auprès des opérateurs dans l'appréciation d'une réclamation, au bénéfice de la relation et de la satisfaction du client. —

	2009	Proportion 2009	Évolution 2008/2009
Requêtes satisfaites	2 860	87 %	+ 4 %
Totalement	1 546*		- 11 %
Partiellement	1 314		+ 30 %
Requêtes non satisfaites	442	13 %	+ 5 %
TOTAL	3 302	100 %	+ 4 %

* Dont 921 dossiers entièrement résolus sur proposition de l'opérateur (soit 60 % des requêtes totalement satisfaites)

Ventilation des requêtes satisfaites par domaine

Le taux de requêtes satisfaites reste supérieur pour l'Internet (90 %). Il s'explique par la nature des litiges, principalement liés aux connexions, et par l'existence d'une jurisprudence claire sur l'obligation de résultat (cf. page 37) à laquelle sont soumis les fournisseurs d'accès Internet. —

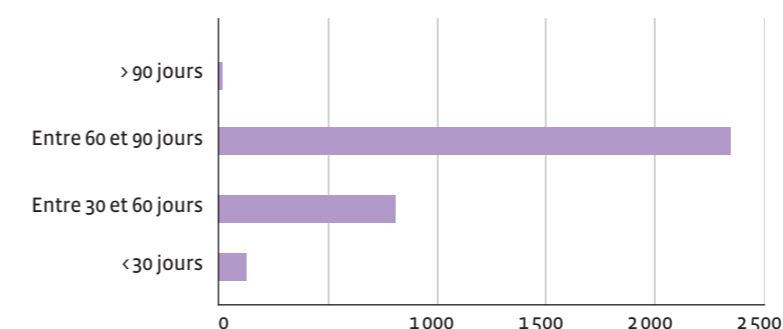
Sur l'ensemble des requêtes satisfaites, seuls 2 avis du médiateur n'ont pas été suivis par les opérateurs concernés

Téléphonie fixe	309	Soit un taux de 83 %
Téléphonie mobile	1 139	Soit un taux de 83 %
Internet + TV	1 412	Soit un taux de 90 %
TOTAL	2 860	

La durée de traitement

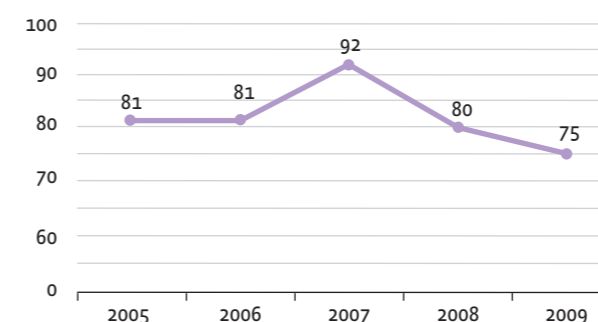
En 2009, la durée moyenne de traitement est de 75 jours, contre 80 jours en 2008. L'ambition du médiateur est de poursuivre la réduction du délai de traitement avec pour objectif un traitement des dossiers en moins de 2 mois. —

> LA DURÉE DE TRAITEMENT DES DOSSIERS

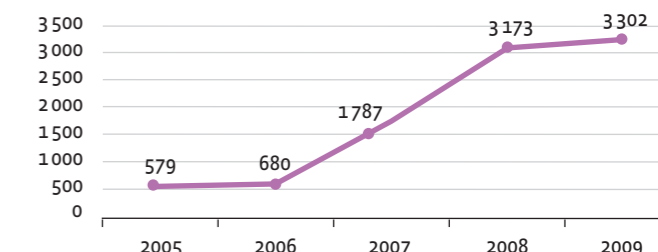


> L'ÉVOLUTION COMPARÉE DU NOMBRE ET DE LA DURÉE DE TRAITEMENT DES DOSSIERS RECEVABLES SUR LES 5 DERNIÈRES ANNÉES

> DURÉE DE TRAITEMENT (JOURS)



> NOMBRE D'AVIS RENDUS



La durée de traitement est en constante amélioration depuis 3 ans, malgré l'augmentation importante du nombre d'avis rendus

LA PAROLE AUX CLIENTS



Les résultats de l'enquête de satisfaction

L'AMCE a souhaité évaluer la satisfaction globale des utilisateurs vis-à-vis du dispositif de médiation des communications électroniques. Elle a mandaté l'institut BVA pour réaliser une étude quantitative et qualitative. Près de 700 enquêtes téléphoniques ont été conduites entre le 19 et le 29 janvier 2010 parmi les clients qui ont fait appel au médiateur en 2009. Par ailleurs, 6 entretiens ont été menés par la société Tangenciels auprès de différents représentants locaux d'associations de consommateurs.

L'objectif de cette étude était d'évaluer trois éléments principaux :

- > le niveau de connaissance du dispositif de médiation et du rôle du médiateur,
- > la satisfaction des clients par rapport au parcours de médiation et à l'action du médiateur,
- > la perception des associations en tant que relais et utilisatrices du dispositif de médiation.

L'AMCE a tenu à interroger à la fois des clients recevables et irrecevables. Pour rappel, le dossier d'un client est recevable s'il concerne un opérateur membre de l'AMCE et s'il a suivi le parcours préalable auprès de l'opérateur. Tout dossier recevable fait l'objet d'un avis du médiateur. Le dossier d'un client est irrecevable s'il ne remplit pas les conditions évoquées. La demande est toutefois traitée par le médiateur mais ne fait pas l'objet d'un avis.

Les consommateurs connaissent-ils le dispositif de médiation ?

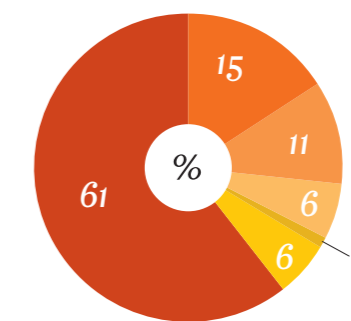
LA CONNAISSANCE DE L'EXISTENCE DU MÉDIATEUR

Internet apparaît comme le vecteur principal de la connaissance du médiateur des communications électroniques chez 61 % des clients irrecevables et 35 % des clients recevables. D'autres sources d'informations jouent également un rôle important.

Si les clients choisissent de s'adresser au médiateur, c'est d'abord par souhait de voir leur demande rapidement traitée, au contraire d'une procédure judiciaire jugée longue et laborieuse. Ce critère de choix a été cité à 86 % par les clients recevables et à 91 % par les clients irrecevables. ■■■

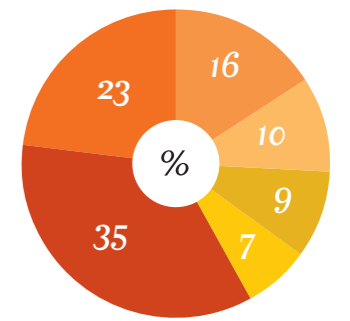
> LES MODES DE CONNAISSANCE DU MÉDIATEUR

Clients irrecevables



■ Internet
■ Opérateurs
■ Entourage

Clients recevables



■ En lisant son contrat / sa facture
■ Par une association de consommateurs
■ Autres



UNE BONNE CONNAISSANCE DU MODE DE SAISINE

Plus de la moitié des clients connaissent les deux modes de saisine du médiateur – voie postale et Internet – (62 % des clients recevables et 53 % des irrecevables). Le choix du web s'appuie sur des considérations pratiques: rapidité et simplicité.

A noter, sur les 3 302 avis rendus, près des 2/3 émanaient de saisines postales (2 038), et 1/3 de saisines Internet (1 264).

Le mode de connaissance du médiateur est fortement corrélé au mode de saisine choisi par les clients.

Les clients irrecevables connaissent en majorité le médiateur via le web. Ils sont 76 % à avoir choisi la saisine web.

Chez les clients recevables, le mode de saisine postale est dominant : ils sont 54 % à l'avoir choisie. Ce constat peut aller de paire avec le fait qu'ils ont pris davantage de temps pour saisir le médiateur. 56 % ont saisi le médiateur plus de trois mois après la naissance du litige : ils sont peut-être davantage dans une démarche posée et réfléchie.

Plus d'un client sur deux connaît les deux modes de saisine du médiateur - voie postale et Internet

LA CONNAISSANCE DES CONDITIONS D'ACCÈS À LA MÉDIATION

Les conditions d'accès à la médiation (nécessité de contacter dans un premier temps le service clients de l'opérateur, puis le service consommateurs) sont relativement bien connues par les clients. 65 % des clients recevables les connaissent contre 34 % pour les clients irrecevables.

Les clients sont-ils satisfaits de l'action du médiateur ?

LE RÔLE DU MÉDIATEUR : DES QUALITÉS CONNUES ET RECONNUES

Les clients ont très bien appréhendé le rôle du médiateur. Ils reconnaissent particulièrement :

- > sa **neutralité** en tant qu'expert indépendant (74 %),
- > ses **compétences juridiques** (70 %),
- > son **rôle de modérateur** et « d'arbitre » entre les deux parties (70 %),
- > son obligation de **confidentialité** (69 %).

Les clients attribuent au médiateur une note globale de satisfaction de 7,2 sur 10.

3 clients sur 4 considèrent que leur demande a été satisfaite. **La majorité des clients estime l'issue trouvée favorable et satisfaisante.**

68 % des clients se déclarent très satisfaits et assez satisfaits de l'action du médiateur

“ Monsieur,

Je vous sais gré de votre proposition qui me convient totalement compte tenu du préjudice subi par une coupure du téléphone et de l'accès Internet de près de 4 mois.

”

“ Monsieur le Médiateur,

Je viens par ce pli, vous remercier vivement pour l'efficacité sans faille dont vous avez fait preuve dans le traitement de mon dossier, objet du litige qui m'opposait à mon opérateur...

”

DES AVIS APPRÉCIÉS

80 % des clients recevables jugent la solution rapide et le délai maximum de 3 mois raisonnable.

“ Monsieur,

J'en profite aussi, par la présente, pour vous remercier sincèrement de votre intervention. Intervention qui s'est vue rapide en moins de 3 mois (...)

”



S'il y a logiquement un lien entre le sens de l'avis (plus ou moins favorable pour le client) et le sentiment que la demande a été satisfaite, il n'est pas impératif que l'avis donne entièrement droit au client pour que celui-ci considère sa demande comme satisfaite.

Le médiateur récolte la majorité des mérites : les clients ayant reçu une réponse favorable attribuent cette issue essentiellement au médiateur à 59 %.

« Monsieur,

Je tiens à vous remercier tout particulièrement de votre intervention pour faire aboutir cette affaire qui pour moi devenait insoluble. »

DES CLIENTS TRÈS SATISFAITS DU PARCOURS DE MÉDIATION

Les clients se déclarent très satisfaits de la saisine par Internet, pour sa rapidité, sa clarté et sa simplicité (cf. tableau ci-contre).

Le courrier/email informant de la recevabilité de la demande est également très apprécié par les clients (cf. tableau ci-contre).

Les clients ont le sentiment d'avoir été écoutés et pris en considération par le médiateur, ce qui contribue grandement à leur satisfaction globale, indépendamment de l'avis rendu. Ils lui accordent une note moyenne de 7,5 sur 10.

Les clients ont le sentiment d'avoir été écoutés et pris en considération par le médiateur

« Monsieur,

En tout premier lieu, je voulais vous dire la joie que j'ai eu de recevoir votre courrier, je pensais que les consommateurs n'avaient que des devoirs. Trouver une écoute, c'est très réconfortant et très rare (...) Votre action m'aide à mieux surmonter le sentiment d'injustice que j'ai vécu. Veuillez accepter, Monsieur, l'expression de mes meilleurs sentiments. »

L'irrecevabilité de leur demande n'empêche pas les clients d'avoir apprécié le déroulement des démarches lors de la saisine du médiateur.

« Monsieur le médiateur,

Compte tenu du préjudice subi et des conséquences qui en découlent, ma satisfaction est relative, mais (...) vos conclusions font ressortir toute votre compréhension. Je vous remercie. »



> L'APPRECIATION DU MODE DE SAISINE PAR INTERNET

	Clients recevables	Clients irrecevables
Note globale (sur 10)	8,3	7,4
Rapidité de la démarche	8,3	7,6
Clarté de la procédure	8,4	7,5
Simplicité de la démarche	8,5	8,0

> L'APPRECIATION DU COURRIER DU MÉDIATEUR

	Clients recevables	Clients irrecevables
Note globale (sur 10)	8,1	7,0
Clarté du courrier	8,4	7,8
Précision des informations	8,0	7,5

UN BILAN POSITIF DE LA DÉMARCHE DE MÉDIATION

L'intervention du médiateur est efficace à deux niveaux :

- > dans la résolution du litige
- > dans la réconciliation du client avec son opérateur

La solution de médiation est directement efficace puisque 3 demandes sur 4 ont été satisfaites suite à l'avis rendu par le médiateur. 74 % des clients recevables et 65 % des clients irrecevables considèrent que leur litige a été résolu suite aux démarches effectuées auprès du médiateur.

« Monsieur le médiateur, Je tenais à vous remercier très sincèrement pour votre grande efficacité dans ce dossier. Votre médiation a tout débloqué et je m'en réjouis, même si je trouve anormal que les nombreux courriers envoyés ces derniers mois à l'opérateur soient restés sans effet. »



La solution de médiation est directement efficace : 3 demandes sur 4 ont été satisfaites suite à l'avis rendu par le médiateur

La solution de médiation est aussi indirectement efficace : après avoir été réorientés par le médiateur, 70 % des clients irrecevables ont eu des contacts avec leur opérateur.

La médiation est donc un dialogue constructif et positif qui a marqué la fin du litige pour 72 % des clients ayant été en contact avec leur opérateur.

« Monsieur, J'ai bien reçu votre avis concernant le litige qui m'opposait à mon opérateur. J'en accepte les conditions et me réjouis de l'issue de ce dossier. J'en profite aussi pour vous remercier pour votre intervention rapide et précise, le différend est réglé et contente les deux parties. »

Suite aux démarches effectuées auprès du médiateur et des contacts ultérieurs avec l'opérateur, le litige a été résolu pour 3 clients recevables sur 4 et pour 2 clients irrecevables sur 3.

En conclusion, l'intervention du médiateur favorise et engendre une prise de contact entre l'opérateur et le client, et contribue au règlement du litige.

Quel est l'avis des associations de consommateurs ?

Dans l'ensemble, la vision des associations* est comparable à celle des clients qui saisissent le médiateur. Selon les associations de consommateurs, le processus de médiation est « simple », « cohérent », « très facile », « très utile », « nécessaire ».

Pour les associations, l'avis du médiateur favorise la résolution du litige face à l'opérateur : « quand ce n'est pas très clair, on fait appel au médiateur, on apprécie son avis pour voir dans quel sens on peut aller ».

L'avis du médiateur est décrit comme « nécessaire » : « dans certains dossiers, on avait vraiment besoin du médiateur car on n'arrivait pas à communiquer avec l'opérateur ».

En termes pratiques, les associations de consommateurs utilisent pratiquement uniquement la voie postale pour saisir le médiateur car « elle est plus formelle vis-à-vis des adhérents ». Cependant, la voie numérique est parfois envisagée : « j'ai trouvé un formulaire type sur Internet, très simple et le site est bien présenté : on va s'y mettre ».

Une relation de confiance est établie avec le médiateur reconnu pour son indépendance, son impartialité, « sa légitimité première, c'est sa neutralité » et son efficacité : « pour moi la médiation, c'est important, pour mes adhérents aussi car ce qu'ils cherchent, c'est la rapidité et l'efficacité ».

Son travail de pédagogie est particulièrement apprécié, notamment concernant l'avis rendu : « en termes de pédagogie, c'était clair (...) parce qu'une décision de justice n'est pas expliquée en détails, pour moi c'est l'équivalent, en plus compréhensible ».

Selon les associations de consommateurs, le recours au médiateur permet de désengorger les voies judiciaires et de rassurer le client / adhérent qui a peur d'aller au tribunal ou qui n'ose pas : « ils ont parfois peur d'aller au tribunal ».

Le processus de médiation est considéré comme une bonne alternative au tribunal car « ça reste plus court en termes de délai ». Cependant, les associations de consommateurs souhaiteraient également voir le délai de réponse du médiateur réduit à 2 mois, surtout pour les « adhérents qui continuent par exemple à payer une prestation qu'ils n'ont pas ou un abonnement qui ne fonctionne pas et qui aimeraient que ça se résolve assez rapidement ».

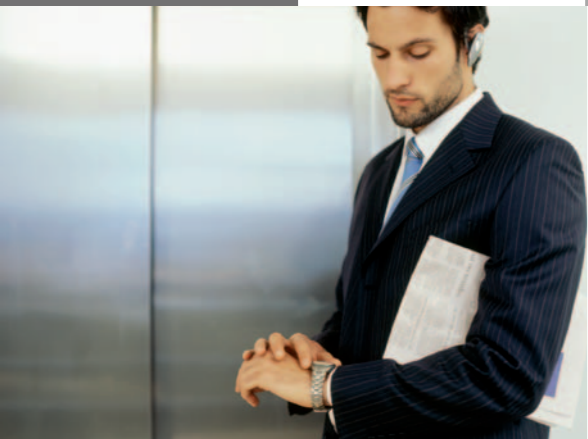
« La médiation est nécessaire car elle permet de ne pas rester bloqué au stade du service consommateurs de l'opérateur et de retraiter le dossier par un médiateur impartial et neutre, sans passer par la voie judiciaire. »



Pour aller plus loin quelques pistes d'amélioration ...

- > Améliorer l'information sur les conditions d'accès au système de médiation ? En effet, l'étude BVA a démontré que les clients irrecevables saisissent davantage le médiateur sur Internet. L'information sur les conditions d'accès pourrait donc être renforcée sur différents sites Internet.
- > Diminuer le délai de réponse du médiateur ? Une marge d'amélioration reste identifiée par les clients et par les associations de consommateurs qui demandent un délai de réponse « plus rapide » quant à l'envoi de l'avis et proposent un « délai de 4 à 5 semaines ».
- > Informer les clients sur le suivi de leur dossier ? Selon l'enquête BVA, 43 % des clients recevables contactent leur opérateur pour s'assurer de l'application de l'avis rendu par le médiateur. Une communication pourrait être envisagée pour informer les clients sur le suivi de leur dossier, même une fois l'avis rendu.

ANNEXES



>Annexe 1

La médiation des communications électroniques : mode d'emploi

L'information et le parcours d'un client réclamant

Pour avoir des informations sur le dispositif de médiation et savoir comment saisir le médiateur, les clients peuvent consulter les sites Internet des opérateurs, ou directement le site du médiateur www.mediateur-telecom.fr. Le descriptif du parcours client en cas de réclamation est également indiqué dans les Conditions Générales de Vente ou de Services et au dos des factures de certains opérateurs. Il est communiqué par les services consommateurs des opérateurs au verso du courrier de réponse.

QUI PEUT ACCÉDER AUX SERVICES DU MÉDIATEUR ?

Tous les clients des fournisseurs de services de communications électroniques adhérents à

l'AMCE* peuvent saisir le médiateur en cas de litige commercial. Ce qui représente aujourd'hui près de 98 % du secteur.

QUAND SAISIR LE MÉDIATEUR ?

Pour que son dossier soit recevable, le client doit avoir effectué des démarches préalables auprès des services clients et consommateurs de son opérateur.

Par ailleurs, le médiateur ne peut être saisi si une action en justice a été engagée par l'une ou l'autre des parties, sauf accord exprès de celle-ci. Toute action en justice engagée pendant la médiation met fin à celle-ci.

> LES DÉMARCHES PRÉALABLES AUPRÈS DE SON OPÉRATEUR

1^{er} niveau de réclamation

Réclamation au Service clients**

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

2^e niveau de réclamation

Courrier au Service consommateurs***

Réponse insatisfaisante
Pas de réponse depuis plus d'un mois

3^e niveau de réclamation

Saisine du Médiateur accompagnée des courriers échangés avec l'opérateur

Pas de réponse depuis plus de deux mois

** Service clients : équipe dédiée au traitement de tous types de demandes des clients relatives à l'utilisation des services de l'opérateur.
*** Service consommateurs : équipe chargée de réexaminer les demandes partiellement satisfaites ou non satisfaites après un 1^{er} contact avec le service clients.

* Voir la liste des membres de l'AMCE p. 8

COMMENT SAISIR LE MÉDIATEUR ?

Le client peut formuler une demande via :

- › **Internet** : en remplissant directement le formulaire en ligne disponible sur le site www.mediateur-telecom.fr (rubrique « Comment saisir le médiateur ? »).
- › **La voie postale** : en envoyant un courrier explicatif ou le formulaire téléchargeable en ligne, ainsi que les pièces justificatives associées.

Si le dossier est recevable, le médiateur en informe le client par courrier postal ou électronique. Il demande alors à l'opérateur de lui fournir les documents en sa possession et d'exposer sa position.

Si le dossier n'est pas recevable, le médiateur en informe le client en lui précisant les motifs d'irrecevabilité et l'invite, le cas échéant, à se rapprocher de l'opérateur concerné.

La décision de recevabilité du dossier est communiquée au client par le médiateur sous 10 jours.

COMMENT LA RÉCLAMATION EST-ELLE TRAITÉE ET INSTRUITE ?

Si le dossier adressé au médiateur est considéré comme recevable, le médiateur commence à l'instruire en analysant et en confrontant les éléments fournis par les deux parties (client et opérateur). Le médiateur traite le dossier en toute indépendance. Il est également soumis à une obligation de confidentialité. Il peut faire appel à des experts indépendants qu'il choisit librement.

Le médiateur rend ensuite son avis, en droit et en équité, en général dans un délai de deux mois et le transmet par écrit au client et à l'opérateur. Chacune des deux parties est libre de suivre ou non l'avis du médiateur et doit faire connaître sa position à l'autre partie ainsi qu'au médiateur dans un délai d'un mois.

En 2009, seuls deux avis n'ont pas été suivis par les opérateurs.

L'avis du médiateur est confidentiel : les parties ne peuvent pas notamment, sauf accord exprès entre elles, le produire dans le cadre d'une instance judiciaire. En cas de désaccord sur l'avis rendu par le médiateur, les parties peuvent a posteriori, porter le litige devant les tribunaux compétents. —

› Annexe 2

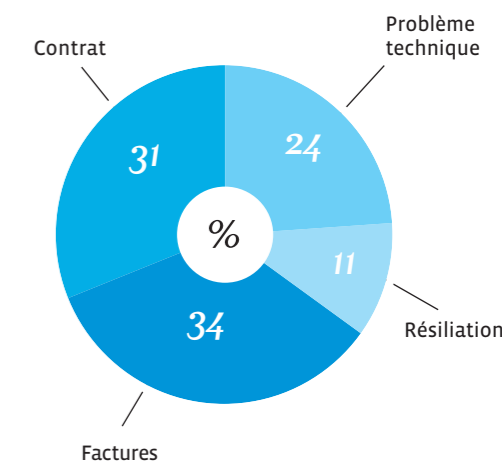
L'analyse détaillée de l'activité du médiateur en 2009

Téléphonie fixe

La part des litiges relatifs à la téléphonie fixe a poursuivi sa décroissance en 2009 (- 30 % par rapport à 2008). Ils ne représentent plus que 11 % des avis rendus par le médiateur, contre 17 % en 2008.

› LA RÉPARTITION DES LITIGES LIÉS À LA TÉLÉPHONIE FIXE EN 2009

	2009	Évolution 2008/2009
Factures (contestations d'appels)	127	-25 %
Contrat (contestations de souscription de forfait, offre, rétractation, annuaire)	114	-25 %
Problème technique (dysfonctionnement ligne ou terminal, frais d'intervention ou mise en service)	90	-33 %
Résiliation (non prise en compte, non demandée, frais, suspension)	42	-45 %
TOTAL	373	- 30 %

**FOCUS SUR LES CONTESTATIONS DE FACTURE (34 %)**

Les contestations d'appels constituent une source importante des litiges relatifs à la téléphonie fixe. Sur ce sujet, les clients ont peu de chance de voir leur réclamation aboutir, le relevé de communication faisant foi en droit. Cependant, le médiateur a observé en 2009 un nombre important de cas dans lesquels la réalité des appels peut être contestée, et notamment lorsque sont constatés des transferts répétés d'appels vers des numéros spéciaux payants du type 0800.

Extrait d'avis

› Le client a contesté la facturation de 300 appels émis vers un numéro spécial qu'il affirme n'avoir jamais composé, étant absent et son modem ayant été débranché. Il a été établi qu'une communication reçue était automatiquement transférée vers un numéro payant.

« Il est vraisemblable que l'ordinateur utilisé a été infecté par un « logiciel malveillant » [...] »

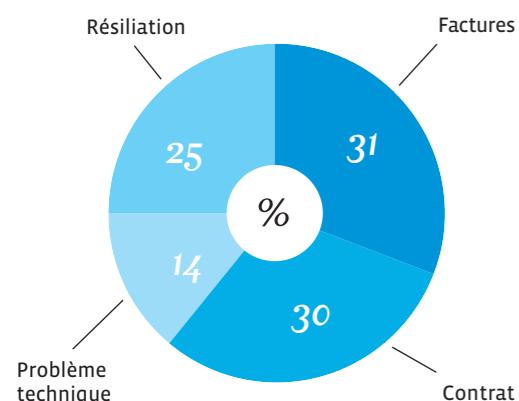
Par ailleurs, je l'invite à diligenter une enquête, dont je lui demande de me transmettre le résultat, pour vérifier si d'autres abonnés n'ont pas été victimes de la même situation à l'égard de l'entreprise titulaire du numéro en cause ou d'autres entreprises et d'en tirer les conséquences. En outre, comme des manœuvres frauduleuses ont sans doute été à l'origine de la situation évoquée, vous pourriez utilement envisager de déposer une plainte contre X auprès du Procureur de la République en produisant éventuellement le présent courrier. »

Certains opérateurs ont d'ores et déjà mis un terme à cette possibilité de transférer automatiquement, souvent à l'insu de l'abonné, les appels vers des numéros spéciaux payants. Le médiateur a également suggéré aux opérateurs de revoir leurs accords avec les éditeurs de contenus et d'étudier la possibilité de ne pas reverser d'argent dans le cas d'appels répétés manifestement anormaux.

Téléphonie mobile

La part des litiges relatifs à la téléphonie mobile a poursuivi sa progression en 2009 (+ 17 % par rapport à 2008). Ils représentent 42 % des avis rendus par le médiateur, contre 37 % en 2008.

› LA RÉPARTITION DES LITIGES LIÉS À LA TÉLÉPHONIE MOBILE EN 2009



	2009	Évolution 2008/2009
Factures (appels, SMS, SMS+, wap/web, roaming data/voix)	418	+11 %
Contrat (souscription, offre, forfait, rétractation, portabilité, remboursement)	411	+19 %
Problème technique (carte sim, dysfonctionnement mobile, SAV, frais d'intervention)	187	+28 %
Résiliation (non prise en compte, non demandée, indemnités)	349	+16 %
TOTAL	1365	+17 %

Les principales sources de litiges restent la facture – notamment les SMS+ et le roaming data* (31 %) et le contrat – forfait et offre (30 %).

FOCUS SUR LES CONTESTATIONS DE FACTURE (31 %)

Le cas des SMS+. Les contestations de facture liées à un usage intensif de SMS+ est un cas de réclamation récurrent en 2009.

Le médiateur recommande aux opérateurs de mieux informer le client sur le fonctionnement du système ainsi que de préciser sur sa facture le coût de ces SMS surtaxés, en donnant le détail du prix des SMS émis et reçus.

FOCUS SUR LES CONTRATS (30 %)

La modification d'une offre. Le médiateur a eu l'occasion, en 2009, de rappeler le droit de l'opérateur de modifier unilatéralement une offre, dans le respect des conditions légales et d'information du client.

Extrait d'avis

« [...] je vous confirme que, conformément aux règles de droit commun applicables aux contrats à durée indéterminée, l'opérateur est en droit de ne pas reconduire certaines formules d'abonnement. Ce principe, qui pourrait sembler avantager de manière excessive l'opérateur, ne constitue en réalité qu'une règle de bon sens. En effet, on ne saurait contraindre un prestataire de service (quel qu'il soit) à maintenir ad vitam aeternam une offre qu'il considère comme obsolète et qu'il n'entend plus commercialiser. Par ailleurs, je constate que l'opérateur s'est conformé aux dispositions de l'article L121-84 du Code de la Consommation en vous informant, au moins un mois avant de la mettre en œuvre, de son intention de modifier l'offre dont vous bénéficiez jusqu'alors. Si vous considérez que celle qu'il vous propose n'est pas adaptée à vos besoins, vous disposez, conformément aux dispositions légales, d'un délai de quatre mois à compter de l'entrée en vigueur des nouvelles conditions contractuelles pour résilier sans frais votre abonnement. »

Le médiateur a, en revanche, préconisé un **renforcement de l'information de la part des opérateurs** sur les éventuelles conséquences du silence de l'abonné.

Extrait d'avis

Le client conteste la suppression de son forfait et souhaite son rétablissement, dans la mesure où il indique ne pas avoir reçu d'information sur la modification de son contrat.

« Toutefois, pour autant qu'il vous serait parvenu, cet unique courrier intitulé "Évolution des Conditions Générales de votre offre" a une présentation similaire à une publicité commerciale. À titre de comparaison, je relève qu'en cas de résiliation d'office pour factures impayées, les courriers adressés sont réitérés et particulièrement explicites et donc, de nature à attirer l'attention des clients. En conséquence, afin que l'information soit bien comprise par les abonnés concernés, il serait opportun que l'opérateur modifie ce type de courrier pour que ses clients soient clairement interpellés sur les risques de résiliation et de perte de numéro. À tout le moins, un dernier avertissement devrait leur être adressé afin de leur permettre d'éviter la perte de leur numéro de téléphone ou de mettre en œuvre sa portabilité. »

Afin d'éviter qu'interviennent des résiliations d'office qui surprennent l'abonné lorsqu'il n'a pas opté pour une nouvelle offre, l'opérateur pourrait adresser un avertissement beaucoup plus clair au client sur le risque de résiliation (au moins l'informer à deux reprises).

Il pourrait être également envisagé que, plutôt que de résilier l'abonnement, **l'opérateur mette en place d'office, l'offre la plus proche** de celle qu'il ne commercialise plus.

LES SMS ILLIMITÉS

Le médiateur a été amené en 2009 à se prononcer sur le droit d'un opérateur de résilier l'option « SMS illimités » de son client pour un usage qu'il considère excessif. Le médiateur s'est prononcé en faveur du client au motif qu'« une offre comportant des « SMS illimités » doit, en l'absence d'une pratique expressément prohibée et constatée par l'opérateur, permettre l'envoi de SMS quelque soit leur nombre ».

Extrait d'avis

« Même s'ils peuvent paraître importants, le nombre, la fréquence et les particularités des SMS envoyés ne démontrent absolument pas un usage non conforme aux conditions générales. En conséquence, dans la mesure où l'option a été résiliée à tort le 13 janvier 2009, je recommande à l'opérateur de la rétablir dans les meilleurs délais et de vous accorder une indemnisation de 75 euros. »

L'INFORMATION TARIFAIRE DANS LES CONTRATS

Le médiateur a recommandé la mention du prix du forfait et des options souscrits directement sur le contrat. Il a estimé qu'un simple renvoi vers le guide des tarifs en vigueur était insuffisant pour s'assurer de la prise de connaissance, par le souscripteur, du montant de son engagement.

« Madame X ne pouvait également ignorer avoir souscrit le forfait..., assorti d'un engagement de 24 mois, ainsi que les options contestées, puisqu'ils étaient clairement indiqués au contrat signé par ses soins. Néanmoins, aucune mention du prix du forfait et des services optionnels souscrits n'est faite, le souscripteur étant seulement invité à se reporter au guide des tarifs en vigueur dont il est présumé avoir pris connaissance et qui n'est pas joint au contrat. Dans ces conditions, il est plausible que Madame... n'ait pas eu conscience de l'étendue de son engagement puisque le tarif, élément essentiel du contrat, n'était pas mentionné au contrat signé par ses soins. [...] »

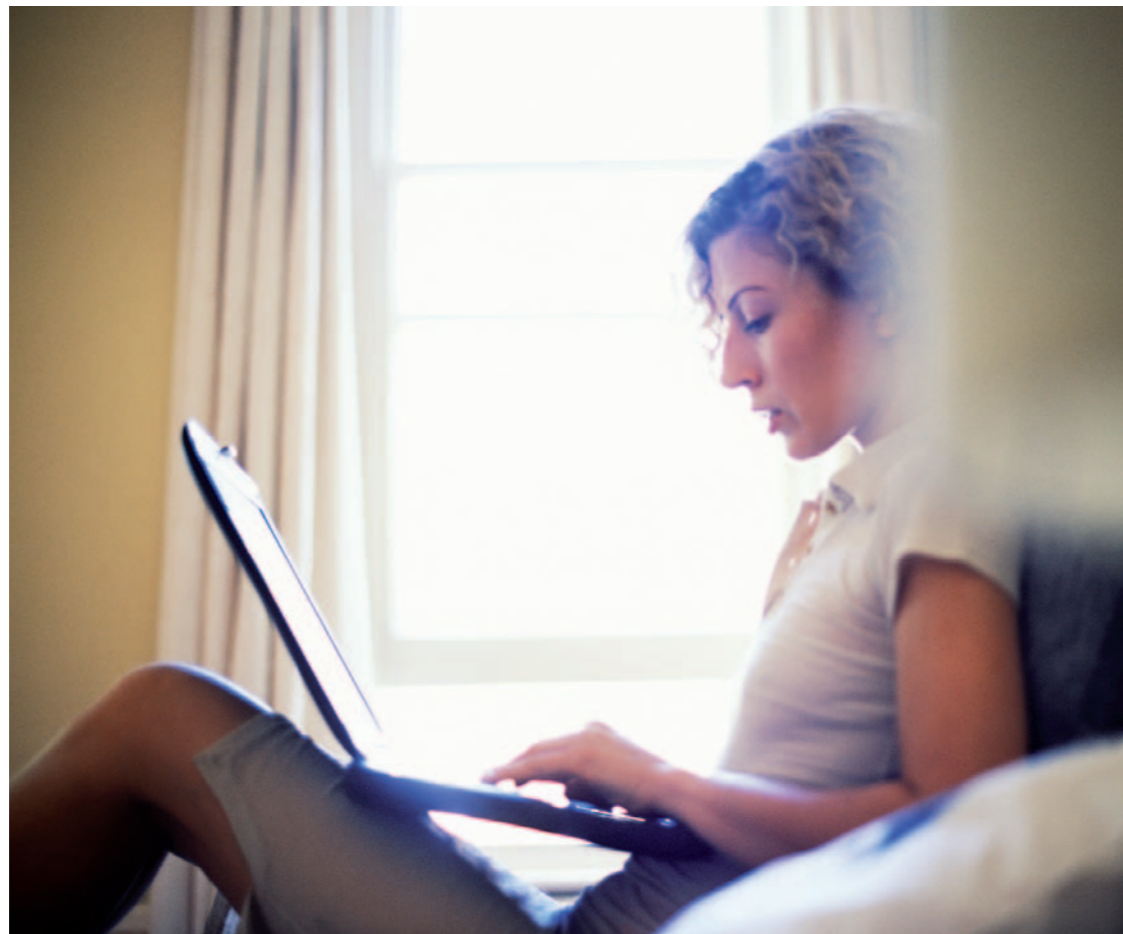
LA GARANTIE DE L'ACHETEUR

Le médiateur a rappelé une position de principe : l'opérateur ne peut s'exonérer de la garantie légale de conformité ou de celle pour vices cachés. Cette garantie prévoit la possibilité de résiliation du contrat ou un échange au profit d'un appareil neuf.

Extrait d'avis

Le client s'est vu opposer les Conditions Générales restrictives concernant la garantie contractuelle (l'opérateur n'a proposé qu'un échange du mobile défectueux par un mobile "remis à neuf").

« L'opérateur est libre de fixer comme il l'entend les modalités de la garantie "contractuelle" qu'il propose à ses clients. Toutefois, cette garantie contractuelle (ou "commerciale") n'a en aucune façon vocation à se substituer à la garantie légale dont peuvent, le cas échéant, se prévaloir les consommateurs. En effet, conformément aux articles L211-4 et L 211-13 du Code de la Consommation, le vendeur est tenu de livrer un bien conforme au contrat et répond des défauts de conformité ainsi que des vices rédhibitoires dans les conditions prévues aux articles 1641 à 1649 du code civil. »

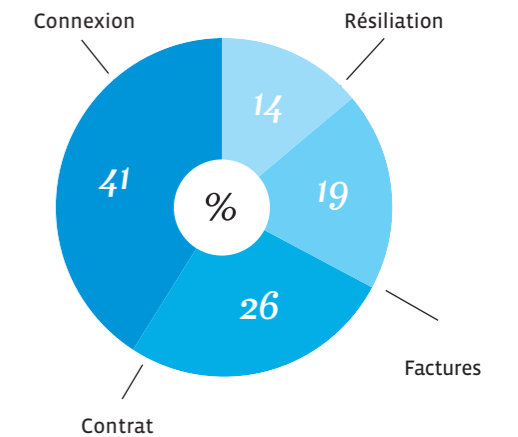


Internet et télévision

La part des litiges relatifs à Internet et à la télévision est restée stable en 2009 (+ 6 % par rapport à 2008). Ils représentent 47 % des avis rendus par le médiateur, contre 46 % en 2008.

> LA RÉPARTITION DES LITIGES LIÉS À INTERNET ET À LA TÉLÉVISION EN 2009

	2009	Évolution 2008/2009
Factures (contestations montant, de prélèvement bancaire ou des appels)	289	+28 %
Contrat (contestations de souscription tarifs, rétractation, forfaits et offres)	403	+32 %
Connexion (absence de connexion ou dysfonctionnement, SAV, vitesse et débit, VoIP, TV et éligibilité)	648	-5 %
Résiliation (non demandée, prise en compte tardive ou contestation des frais)	224	-15 %
TOTAL	1564	+6 %

**FOCUS SUR LES CONNEXIONS (41 %)**

Le médiateur a réaffirmé en 2009 l'application de la jurisprudence en matière d'obligation de résultat des fournisseurs d'accès Internet. Selon cette jurisprudence, solennellement rappelée par la Cour de Cassation en novembre 2009, l'obligation concerne également les offres « triple play » intégrant un service de télévision par Internet.

Extrait d'avis

Le client reproche à l'opérateur de ne plus lui fournir le service TV compris dans son offre triple play. L'opérateur soutient qu'aucun dédommagement ne saurait être accordé au motif que le service TV est fourni gratuitement dans le cadre de l'offre triple play et ce, sous réserve d'éligibilité

« Cependant, dans la mesure où vous avez souscrit une offre comprenant, pour un tarif forfaitaire, les services Internet et télévision et qu'il est désormais acquis que les fournisseurs d'accès à Internet sont tenus à une obligation de résultat à l'égard de leurs utilisateurs, vous êtes en droit d'exiger un service permanent et continu et donc d'obtenir des services dépourvus de tout dysfonctionnement.

Je recommande à l'opérateur de remédier au plus vite aux dysfonctionnements du service TV, auquel vous étiez éligible lors de votre souscription. À défaut d'y parvenir dans un délai maximum d'un mois, je l'invite à accepter la résiliation sans frais de votre abonnement si vous en exprimez le souhait. En outre, je recommande à l'opérateur de vous accorder une indemnisation forfaitaire qu'il me paraît équitable de fixer à 120 € compte tenu de la durée de privation du service. »

›Annexe 3

La charte de la médiation

PRÉAMBULE

Les fournisseurs de services de communications électroniques (opérateurs et sociétés de commercialisation de services), signataires de la présente charte, disposent de structures internes de traitement des réclamations auxquelles leurs clients doivent s'adresser en cas de différend.

Toutefois, lorsqu'ils persistent, les différends pourront faire l'objet d'une médiation facultative et gratuite. À cet effet, les fournisseurs de services de communications électroniques, réunis au sein d'une association loi 1901 dénommée « Association Médiation Communications Électroniques », 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. Désignation

Le médiateur est désigné, après consultation de la DGCCRF et des associations de consommateurs*, par les fournisseurs de services de communications électroniques signataires de la présente charte pour une durée de trois (3) ans renouvelable une fois.

Article 2. Compétences

Le médiateur est désigné compte tenu de ses compétences notamment juridiques afin de pouvoir rendre des avis en droit comme en équité.

Article 3. Indépendance

3.1 Le médiateur ne doit jamais avoir été lié à un fournisseur de services de communications électroniques par un contrat de travail, ni détenir des actions de l'un des fournisseurs de services de communications électroniques, ni être intervenu comme consultant pour un des fournisseurs de services de communications électroniques, ni avoir de liens avec une association de consommateurs.

3.2 Le médiateur exerce sa mission en toute indépendance et ne reçoit aucune directive de qui que se 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**

La médiation s'applique à tous les litiges opposant un fournisseur de services de communications électroniques, signataire de la présente charte, à l'un de ses clients (ci-après désigné Client).

CHAPITRE III**FONCTIONNEMENT DE LA MÉDIATION****Article 1. Saisine préalable du fournisseur de services de communications électroniques**

1.1 Chaque fournisseur de services de communications électroniques indique à ses clients les modalités des recours internes auxquels les clients doivent s'adresser avant de saisir le médiateur.

1.2 Lorsque, après épuisement des procédures internes du fournisseur de services de communications électroniques, le différend opposant le Client et son fournisseur de services de communications électroniques n'a pas pu être résolu à l'amiable par les deux parties, le fournisseur de services de communications électroniques communique au Client, le nom et l'adresse du médiateur et lui indique les modalités de sa saisine.

1.3 Le médiateur décide de la recevabilité des différends qui lui sont soumis.

Article 2. Procédure de saisine

2.1 Le Client ou l'association de consommateurs chargée de représenter les intérêts du Client ou le fournisseur de services de communications électroniques saisit le médiateur par lettre simple au moyen d'un formulaire fourni par l'opérateur, accompagné d'une copie des documents en sa possession.

2.2 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 (1) mois. À défaut de réponse dans le délai indiqué, le médiateur commence à instruire le dossier sur la seule base du dossier en sa possession.

2.3 Les échanges entre le médiateur et les parties se font par écrit sauf si le médiateur souhaite entendre personnellement les deux parties.

Article 3. 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 des communications électroniques.

Article 4. Avis rendu par le médiateur

4.1 Une fois l'instruction du dossier terminée, et dans un délai maximum de trois (3) mois à compter de sa saisine, le médiateur rend un avis en droit qu'il peut compléter le cas échéant par des considérations tirées de l'équité.

4.2 Un exemplaire de l'avis est adressé au Client et à l'association de consommateurs qui le représente le cas échéant, et un autre exemplaire au fournisseur de services de communications électroniques.

4.3 Chaque partie à la médiation est libre de suivre ou de ne pas suivre l'avis rendu par le médiateur, et en informe l'autre partie ainsi que le médiateur

CHAPITRE IV**EFFETS ET FIN DE LA MÉDIATION****Article 1. Prescription**

La saisine du médiateur suspend la prescription des droits que le fournisseur de services de communications électroniques et le Client peuvent s'opposer et ce, tant que le médiateur n'a pas rendu son avis.

Article 2. Action en justice

2.1 Le médiateur ne peut pas être saisi si une action en justice a été engagée par le fournisseur de services de communications électroniques ou le Client, sauf si les deux parties y consentent expressément.

2.2 Sauf convention contraire, toute action en justice introduite par l'une des parties à la médiation contre l'autre partie met fin à celle-ci. La partie la plus diligente en informe le médiateur qui met alors fin à sa mission.

Article 3. Non production de l'avis

L'avis du médiateur est confidentiel ; les parties ne peuvent pas, sauf accord entre elles, le produire dans le cadre d'une instance judiciaire.

CHAPITRE V**SUIVI DE LA MÉDIATION****Article 1. 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'Etat, les associations de consommateurs et les fournisseurs de services de communications électroniques, signataires de la présente charte, et permettre un bon niveau d'information.

Article 2. Rapport annuel du médiateur

Chaque année, le médiateur rédige un rapport sur sa mission qui comprend notamment, le nombre de saisines du médiateur et leur sort, le nombre d'avis rendus, les types de litige, leur fréquence et les suggestions sur les modifications à opérer dans les contrats ou les pratiques des fournisseurs de services de communications électroniques ainsi que le pourcentage d'avis suivis par les fournisseurs de services de communications électroniques.

Ce rapport distingue les dossiers du médiateur par catégories telles que : « Téléphonie fixe », « Téléphonie mobile » et « Internet ».

Ce rapport est adressé à l'ARCEP, à la DGCCRF, au CNC, aux associations de consommateurs*, aux fournisseurs de services de communications électroniques, signataires de la présente charte et à toute autre instance ou autorité publique que l'Association Médiation Communications Électroniques lui aura préalablement indiquée.

À l'exception du pourcentage d'avis suivis par les fournisseurs de services de communications électroniques, le rapport ne contient aucun nom des parties à la médiation ni aucun élément permettant d'identifier l'une de ces parties.

CHAPITRE VI**PORTÉE DE LA CHARTE**

Tout Client ou tout fournisseur de services de communications électroniques ayant recours au médiateur désigné conformément à la présente charte, s'engage à respecter la présente charte en toutes ses dispositions. —

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