

**AVIS DU CONSEIL NATIONAL DE LA CONSOMMATION DU 1^{er} DECEMBRE 2015
PORTANT SUR LA COMPARABILITÉ DE LA RELATION CLIENT DES OFFRES DE
COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES**

« Le présent avis modifie l'avis du 15 mars 2006 relatif au traitement des litiges dans les communications électroniques. »

En application du mandat donné au Conseil national de la consommation (CNC) par le ministre délégué en charge de la consommation en novembre 2012, un groupe de travail a été chargé de faire des propositions pour améliorer la comparabilité de la relation client entre les offres des différents opérateurs et entre les offres d'un même opérateur et permettre de suivre son évolution au cours du temps.

Le CNC prend acte de la modification profonde du marché mobile en 2011 et 2012 qui a conduit à une diversification de la relation client par l'apparition d'offres ne proposant pas au consommateur de suivre la relation contractuelle par téléphone et à une segmentation tarifaire de la qualité de la relation client. Le CNC rappelle qu'il ne lui appartient pas d'apprécier la légitimité de ces pratiques commerciales, sans préjudice de la position individuelle de chacun des membres des deux collèges.

Ces évolutions soulignent toutefois l'importance d'améliorer l'information du consommateur relative aux caractéristiques de la relation client ainsi qu'à lui permettre une meilleure comparabilité entre les opérateurs et/ ou entre les différentes marques d'un même opérateur. Dans ce cadre, cet avis présente les recommandations du CNC visant à améliorer l'information du consommateur sur la relation client :

1. Clarification et renforcement de l'information sur les modes de contacts de la relation client disponibles pour chaque offre.
2. Mise en place, suivi et communication sur des critères objectifs et qualitatifs de la relation client.
3. Modification de l'avis du 15 mars 2006 relatif au traitement des litiges dans les communications électroniques.

Les points 1 et 2 impliquent la communication de données commerciales au sein des fiches d'information standardisées (FIS) sur les sites des opérateurs. La DGCCRF proposera une publication sur le site du CNC de liens hypertextes renvoyant directement aux fiches d'information standardisées. Cette publication est subordonnée à la communication des adresses URL de ces documents par les opérateurs.

Le présent avis entrera en vigueur dans un délai 6 mois à compter de son adoption par le CNC.

*

*

*

I. Les modes de contact de la relation entre les consommateurs et les opérateurs

La relation entre les consommateurs et les opérateurs ne se limite pas au traitement des litiges. Au contraire, selon les opérateurs, les appels au service client concerneraient moins de 5% des sollicitations. La relation client commence par l'acte de vente suivie de tous les contacts entre le consommateur et l'opérateur, réguliers ou ponctuels, qui comprennent également les demandes d'information ou d'explications ou encore les modifications de l'offre.

Le CNC constate que ce sont ces modes de contacts qui ont fait l'objet des évolutions les plus importantes et qui constituent désormais l'information la plus pertinente s'agissant de l'appréciation du niveau de relation client inclus dans l'offre.

Le présent avis prévoit que chaque opérateur communique, au sein de ses fiches d'information standardisées (FIS) présentes sur son site, sur les modes de contacts (boutiques, téléphones, courriers électroniques, *chat* etc.) mis à la disposition du consommateur, pour chaque offre ou groupe d'offres.

De plus, la DGCCRF procèdera à la publication sur le site du CNC d'un tableau recensant l'ensemble des modes de contact ouverts aux consommateurs pour chaque offre ou groupe d'offre. La DGCCRF procèdera à la mise à jour de ce tableau une fois par an à date fixe. La publication comportera une mention du type « *Informations relatives aux modes de contact des opérateurs telles qu'elles apparaissent dans leurs Fiches d'information standardisées (FIS) à la date du xx/xx/xxx. Ces informations ont pu évoluer, vérifiez leur exactitude directement sur les sites des opérateurs* ».

II. Les critères de comparabilité de la relation client

Au-delà de l'existence des modes de contacts, la relation client s'évalue aux services qui y sont rendus et par la satisfaction des consommateurs qui les sollicitent.

Le CNC souligne les difficultés rencontrées avant d'aboutir à une liste de critères quantifiables et comparables. En effet, les opérateurs ont mis en exergue un risque de comparabilité potentiellement biaisée du fait d'une appréciation différenciée d'un certain nombre de mesures de qualité. L'empathie, la tenue de la promesse, la prise en charge de la réclamation, l'efficacité de la réponse sont autant de critères qu'il n'a pas été possible de mesurer, les opérateurs ne faisant pas une appréciation identique de ces notions. Les associations ont accepté de ne poser d'exigences chiffrées qu'à la condition qu'elles permettent des mesures comparables.

C'est la raison pour laquelle des critères qualitatifs ont été dégagés. Ils sont définis en annexe du présent avis. Sans être exhaustifs, ils ouvrent aux consommateurs la possibilité de mieux appréhender le contenu des offres du marché et de les comparer (au sein d'un même opérateur et entre opérateurs).

Les informations relatives à ces critères seront incluses dans les fiches d'information standardisées (FIS) de chaque offre ou groupe d'offres.

III. La publication de liens hypertexte vers les fiches d'information standardisées

La DGCCRF proposera une publication – sous forme de tableau - sur le site du CNC de liens hypertextes renvoyant directement aux fiches d'information standardisées des offres ou groupes d'offres, par opérateur et/ou marque commerciale. Cette publication sera subordonnée à la communication des adresses URL de ces documents par les opérateurs.

Les opérateurs s'engagent à fournir à la DGCCRF des adresses URL pérennes permettant d'accéder aux fiches d'information standardisées de leurs différentes offres ou groupes d'offres, par marque commerciale.

Les opérateurs s'engagent également à fournir à la DGCCRF, dans les meilleurs délais, toutes les informations nécessaires à la mise à jour du tableau des liens hypertextes (notamment les noms des offres ou marques commerciales et les liens à ajouter ou à supprimer).

La publication comportera la mention « *Liens URL transmis par les opérateurs et renvoyant sur leurs sites* », la DGCCRF inscrira également les dates de mise à jour du tableau.

Il sera précisé à proximité du tableau que la DGCCRF, en lien avec le groupe de suivi, fait droit à toute demande d'un opérateur ne figurant pas dans les tableaux à pouvoir apparaître sur le site du CNC sous réserve de la communication des informations nécessaires selon les modalités prévues dans la présente section. Dans ce cas, l'opérateur figurera dans les tableaux dès la transmission des informations.

La publication comportera a minima les opérateurs ayant plus de 500 000 abonnés.

IV. Modification de l'avis litige

Le CNC considère que le traitement des réclamations du consommateur est une composante fondamentale de la relation entre le consommateur et son opérateur. Il rappelle que le traitement des réclamations fait partie intégrante de l'offre, quel que soit son prix, et qu'il ne peut être subordonné à un quelconque paiement de la part du consommateur en dehors des coûts de communications inhérents au mode utilisé pour contacter l'opérateur.

Le traitement des réclamations a fait l'objet d'un avis en date du 15 mars 2006. Cet avis a défini un processus précis qui encadre les recours à la disposition du consommateur. Concomitamment, le CNC a émis un avis favorable à un projet d'arrêté relatif au service d'assistance des opérateurs ; ainsi, un arrêté *relatif à l'information sur les prix des services d'assistance des fournisseurs de services de communications électroniques* a été pris le 16 mars 2006.

Le CNC rappelle :

- que l'obligation d'information tarifaire en début de communication prévue par l'arrêté du 16 mars 2006 pour les seuls services d'assistance technique, service après-vente ou service de réclamations des opérateurs a été étendue à l'ensemble des services à valeur ajoutée par l'arrêté du 10 juin 2009 relatif à l'information sur les prix des appels téléphoniques aux services à valeur ajoutée ;
- que le CNC a rendu, le 27 mars 2007, un avis *relatif à la médiation et aux modes alternatifs de règlement des litiges* dans lequel il soulignait sa préférence à un médiateur sectoriel, extérieur aux entreprises, et que telle est bien la pratique prédominante dans le secteur des communications électroniques ;
- que l'article L.121-84-5 du code de la consommation introduit par la loi 2008-3 du 3 janvier 2008 interdit aux opérateurs d'utiliser un numéro surtaxé pour le traitement des réclamations ; interdiction qui a été étendue à l'ensemble des secteurs par l'article L.113-5 du même code introduit par la loi 2008-776 du 4 août 2008 ;
- que de nouvelles offres, pour lesquelles les consommateurs ne peuvent adresser leurs réclamations par voie téléphonique, se sont développées à partir de 2011 ;
- que l'article L.121-84-9 du code de la consommation introduit par l'ordonnance 2011-1012 du 24 août 2012 impose aux opérateurs l'institution d'un médiateur impartial et compétent ;
- que la décision 2012-0856 en date du 17 juillet 2012 de l'Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes impose, à compter du 1^{er} janvier 2015, que les numéros non-surtaxés soient facturés au prix d'une communication normale¹.

Dans ce contexte, le CNC réaffirme son attachement aux principes dégagés par l'avis du 15 mars 2006 et constate la nécessité de le mettre à jour afin de prendre en compte les évolutions susmentionnées.

En conséquence, l'avis du 15 mars 2006 relatif au traitement des litiges dans les communications électroniques est modifié comme suit :

(i) La partie « Observations préalables » est complétée par les six points figurant au troisième paragraphe du IV du présent avis.

(ii) Dans la partie « Recommandations », le premier paragraphe de la section relative au premier niveau de contact est remplacé par un paragraphe ainsi rédigé :

« Ce niveau de contact doit pouvoir être joint par oral et par écrit, sauf si l'offre n'inclut pas de point de contact oral (téléphone ou boutique) pour le traitement des réclamations. Le contact oral doit être encouragé dans la mesure où il est proposé et doit permettre un traitement de toute réclamation dans des délais brefs. »

(iii) Dans cette même section, au sein de la sous-section relative à la réclamation orale, le deuxième point est supprimé car il est redondant avec la réglementation en vigueur.

¹ En particulier, la communication est incluse dans les éventuels forfaits, y compris illimité.

(v) Dans cette même section, au sein de la sous-section relative à la réclamation écrite, les deux premiers points sont remplacés par les points suivants :

«

- La réclamation écrite peut être adressée :
 - par courrier postal simple, le cas échéant, en recommandé avec avis de réception à l'initiative du consommateur,
 - sous forme électronique,
 - ou *via tout point de contact personnalisé que l'opérateur indique mettre à la disposition du consommateur pour adresser ses réclamations.*

Le délai de réponse court à compter de la réception de la réclamation par l'opérateur.

- Lorsque la réclamation est prise en charge par l'opérateur : *(le reste sans changement)* »

(vi) Dans cette même partie, le sixième point de la section relative au deuxième niveau de contact est complété par la phrase suivante : « Cet écrit mentionne le nom et les coordonnées physiques et électroniques du troisième niveau de contact ».

(vii) Dans cette même partie, le premier paragraphe de la section relative au troisième niveau de contact est remplacé par le paragraphe suivant :

« Ce troisième niveau de contact est constitué de l'instance de médiation mise en place par l'opérateur en application de l'article L.121-84-9 du code de la consommation. »

Le CNC constate également que cet avis du 15 mars 2006 émet une recommandation qui semble contradictoire avec l'arrêté du 15 mars 2006 relatif à l'information sur les prix des services d'assistance des fournisseurs de services de communications électroniques :

- Avis du CNC - Section relatif au premier point de contact – sous-section relative à la réclamation orale :

« en cas d'attente pour obtenir un conseiller clientèle : le consommateur est soit invité à patienter si la durée d'attente estimée pour être mis en relation avec un conseiller clientèle est inférieure ou égale à 2 minutes, soit informé de la durée maximale d'attente estimée si celle-ci est supérieure à 2 minutes, »

- Arrêté du 15 mars 2006 – Article 2 – alinéa 2 :

« Cette information doit en outre être communiquée en début d'appel, accompagnée d'une information sur le temps d'attente prévisible. »

Le CNC rappelle que l'arrêté prime l'avis.

ANNEXE : critères généraux de comparabilité de la relation client inclus dans les offres des opérateurs

1- Certification

1.1 Service client

Si l'opérateur ou son prestataire a obtenu une certification service clients, il l'affiche en précisant la norme, le périmètre et les entités sur la norme précitée dès lors que tous les sites du périmètre sont certifiés. Les normes acceptées a priori sont les suivantes :

- AFNOR2 ;
- ISO3.

Les règles relatives à ce point pourront évoluer et être précisées en pleine concertation avec le groupe de travail communications électroniques du CNC sur la base des cas concrets présentés à la DGCCRF

1.2 Les certifications responsabilité de l'entreprise

Les normes acceptées a priori sont les suivantes :

- ALRS4.

Les règles relatives à ce point pourront évoluer et être précisées en concertation dans le cadre du CNC sur la base des cas concrets présentés à la DGCCRF.

2- Pourcentage d'appels pris en charge en moins de 3 minutes

Les opérateurs indiquent le pourcentage de prise en charge des appels en moins de 3 minutes sur lequel ils s'engagent avec une granularité de 5%.

3- Avis de réception de la réclamation écrite (au sens du niveau 1 de l'avis litige) en moins de 48 heures

Préciser le type d'avis de réception (sms, courriel, courrier...).

4- Délai de rétablissement du service

Indiquer par type d'offre le délai de rétablissement du service lorsque celui-ci est interrompu, au-delà duquel les compensations telles que mentionnées dans les CGV sont applicables (cf. Arrêté du 16 mars 2006 relatif aux contrats de services de communications électroniques: mention des délais de mise en service, de qualité de service minimum, de rétablissement, et de réponse aux réclamations).

5- Dépannage à domicile pour l'internet fixe et le fixe RTC

Préciser les délais de dépannage à domicile quand il est proposé et les prix minimum et maximum pouvant être exigés au titre du dépannage.

² La certification *Engagement de Service* a pour objectif de faire reconnaître la qualité de vos services et d'attester de la conformité des engagements que vous prenez vis à vis de vos « clients » ; (*afnor.org*)

³ La « famille » ISO 9000 couvre par exemple un certain nombre de principes de management de la qualité, et s'assurer que les clients obtiennent des produits et services uniformes et de bonne qualité (*Iso.org*)

⁴ Le Label ALRS offre la possibilité de rendre plus transparente la relation consommateur et valorise la qualité des prestations délivrées (*alrs.asso.fr*)

Préciser s'il y a confirmation par écrit (sms, mail, ...) des rendez-vous pris pour les interventions techniques à domicile

6- Informations disponibles en ligne (en précisant pour chaque item si c'est disponible sur l'espace client web ou sur l'application smartphone ou sur les deux)

Seules les informations suivantes peuvent figurer dans le tableau :

- possibilité de réaliser des actes d'urgence : déclaration vol, code PUK, blocage ligne, etc... ;
- analyse de la consommation des dernier mois ;
- historique des contacts : Les opérateurs indiquent si un accès à l'ensemble des contacts vers le service client est possible et par quel canal (espace dédié etc.) ;
- possibilité de gestion multi-compte au sein d'un même espace ;
- accès au suivi de la réclamation : les opérateurs indiquent s'il est possible pour le client de connaître l'état d'avancement de sa réclamation dans la procédure mise en place (1er niveau – 2ème niveau – médiation) et indiquent le délai maximum de réponse.

Critères spécifiques « boutiques »

On entend par « boutiques » le réseau physique exclusif de l'opérateur gérant une ou plusieurs marques de ce dernier.

7- Paramétrage du mobile inclus dans l'offre pour profiter des services de l'opérateur

Aide au paramétrage du mobile inclus dans l'offre pour profiter des services de l'opérateur.

Prix éventuel du paramétrage du mobile si ce dernier n'est pas inclus dans l'offre commercialisée par l'opérateur.

8- Enregistrement de la réclamation

C'est-à-dire la possibilité de déposer une réclamation en boutique, cette dernière constituant le premier niveau de réclamation (au sens de l'avis litige) en tant que tel.

Remarque : les boutiques ne traitent pas les réclamations et ne sont pas habilitées à faire des gestes commerciaux.

9- Prise en charge du dysfonctionnement du matériel en boutique

L'opérateur indique également quel type de matériel est pris en charge dans ce cadre (mobile-Tablette-box...) ;

10- Préciser les actes d'administration courante liés à la gestion du compte pratiqués en boutiques

Seules les informations suivantes peuvent figurer dans le tableau :

- changement d'offres, d'options ;
- changements administratifs: changement d'adresse, de RIB ;
- possibilité de réaliser des actes d'urgence : déclaration vol, code PUK ;
- prise en charge (au sens de dépôt) des réclamations.