

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

14 novembre 2007

---

**CONCURRENCE AU SERVICE DES CONSOMMATEURS - (n° 351)**

Commission	
Gouvernement	

**AMENDEMENT**

N° 13

présenté par  
M. Nicolas-----  
**ARTICLE ADDITIONNEL****AVANT L'ARTICLE 6, insérer l'article suivant :**

Après l'article L. 113-4 du code de la consommation, il est inséré un article L. 113-5 ainsi rédigé :

« *Art. L. 113-5* – Tout opérateur de téléphonie vocale est tenu d'adresser mensuellement à ses clients une information détaillée de son profil de consommation. Celle-ci comprend notamment le détail des appels passés vers les opérateurs de téléphonie, leur prix moyen à la minute, ainsi que le nombre, le type et le coût individualisé des transferts de données effectués.

« Un décret précise les modalités d'application du présent article. »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Il est très difficile pour le consommateur de connaître, en terme quantitatif et qualitatif, sa consommation réelle de services téléphoniques mobiles. Par exemple, sur quelle tranche horaire appelle t-il le plus ? Vers quels numéros ? Si ce dernier ne consomme pas l'ensemble de son forfait qu'elle est pour lui le coût moyen à la minute de ses communications ? Quelle est sa consommation de SMS ou MMS (transfert de données)? Or, compte tenu de l'extrême variété des offres, ces données sont essentielles pour lui permettre d'effectuer un choix éclairé. En effet, les opérateurs différencient substantiellement les tarifs en fonction de l'opérateur qui réceptionne les appels et du moment de l'appel. Pour les SMS et MMS les tarifs évoluent également en fonction de ces paramètres ainsi que de la quantité proposée, etc.

Par exemple, Orange et SFR propose des offres illimitées vers leur réseau sur certaines plages horaires. Bouygues Telecom quant à lui propose des offres illimitées vers tous les opérateurs de vingt heures à minuit. Par conséquent, un consommateur appelant essentiellement Orange à tout

---

intérêt à être chez Orange, idem pour SFR. Par contre le consommateur ayant une consommation plus hétérogène trouvera plus avantageux de contracter avec Bouygues Télécom. Le consommateur utilise également d'autres types de services, comme les SMS, les MMS ou l'accès à l'internet, qui nécessitent pareillement de détenir une information précise sur sa consommation. Par exemple, en fonction de sa consommation en SMS, est-il préférable pour le consommateur d'acquiescer les SMS au détail ou bien sous forme de lots ? Si ce dernier consomme essentiellement des SMS et qu'il appelle peu, les offres de certains MVNO, comme Virgin qui propose des SMS de manière illimitée, ne sont-elles pas préférables ?

Bien que l'information détaillée des profils de consommation des clients soient détenues par les opérateurs, elle n'est à l'heure actuelle pas mise à la disposition des consommateurs qui sont donc dans l'incapacité de déterminer l'offre la plus adaptée à leur profil de consommation.

Le présent amendement propose donc de rendre cette information disponible au consommateur afin qu'il puisse ajuster au mieux son panier de services (heures de communications sur un même réseau, heures de communication vers d'autres réseaux, heures d'appel réellement consommées et à quel prix, SMS, MMS, transfert de données, etc...) à ses besoins.

En réduisant l'asymétrie informationnelle, le présent amendement permet par ailleurs de renforcer la concurrence dans le secteur de la téléphonie mobile dans la mesure où, pour être compétitifs l'opérateur sera contraint de s'y adapter et de proposer des offres plus avantageuses à leurs clients.