

ASSEMBLÉE NATIONALE

17 novembre 2007

CONCURRENCE AU SERVICE DES CONSOMMATEURS - (n° 351)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 58

présenté par
M. Suguenot et M. Lezeau

ARTICLE ADDITIONNEL

APRÈS L'ARTICLE 7, insérer l'article suivant :

Après l'article L. 121-84-3 du code de la consommation, sont insérés deux articles L. 121-84-4 et L. 121-84-5 ainsi rédigés :

« *Art. L. 121-84-4.* – Si une durée minimale d'engagement, ou une disposition financière applicable à sa résiliation, conditionne la fourniture du service de communications électroniques, elle doit être objectivement justifiée dans le contrat au regard de la contrepartie octroyée au consommateur ».

« *Art. L. 121-84-5.* – La durée minimale d'engagement associée à la fourniture d'un service de communications électroniques ne peut excéder douze mois ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

L'usage de durées minimales d'engagement ou de frais de résiliation (dégressifs ou non) est quasi généralisé dans les contrats de services de communications électroniques sans que le consommateur sache vraiment à quoi ils correspondent et quelle est la contrepartie qui lui est à ce titre octroyée.

Dans un souci d'information du consommateur et de transparence tarifaire, il conviendrait donc que ces clauses soient motivées et justifiées en fonction de prestations réellement fournies par le fournisseur de services de communications électroniques au consommateur.

Dans tous les cas, au-delà de douze mois, il apparaît que la durée d'engagement n'est très certainement pas proportionnée au niveau de la contrepartie qui est offerte au consommateur. Il est

fait référence ici au secteur de la téléphonie mobile puisque dans les autres services de communications électroniques les durées d'engagement sont déjà inférieures ou égales à 12 mois.

En téléphonie mobile, la durée d'engagement est la contrepartie ou plus exactement la garantie du recouvrement de la subvention du terminal consentie au client. Durant la phase de croissance du marché, cette politique de subvention a permis d'en stimuler le développement. Toutefois, aujourd'hui, il apparaît que la généralisation des clauses d'engagement minimum pour des périodes longues constitue un facteur certain de ralentissement du jeu concurrentiel : à titre illustratif, actuellement 75% des clients de contrats « post-payés » de téléphonie mobile sont soumis au respect d'une telle clause d'engagement au 30 juin 2006 et ne sont donc pas en mesure de changer de fournisseur sans payer une indemnité au fournisseur qu'ils quittent.

Or la facture annuelle moyenne d'un client d'offre post-payée (environ 450€ HT) semble largement suffisante pour couvrir la subvention du terminal.

Le consommateur est encore moins libre de faire jouer, à son bénéfice, la concurrence qui s'exerce entre fournisseurs de services de communications électroniques dans la mesure où, en moyenne, il renouvelle son terminal tous les 20 mois. Cette durée moyenne de renouvellement cache de surcroît de fortes disparités : ainsi si les personnes de 60 ans et plus renouvellent en moyenne tous les 33 mois leur terminal mobile, la génération des 12-14 ans le renouvellent tous les 13 mois, et celle des 15-17 ans tous les 17 mois.

De plus, le consommateur ne dispose très souvent d'aucun moyen d'évaluer s'il est dans son intérêt de souscrire à une durée minimum d'engagement, de 24 mois par exemple. Ceci est d'autant plus vrai que la durée d'engagement est longue, impliquant que le consommateur soit capable d'anticiper l'évolution du marché à un horizon de 24 voire de 36 mois.

Par ailleurs, il apparaît que les durées d'engagement supérieures à 12 mois ne signifient pas davantage de subvention du terminal pour le client. Ainsi, dans une majorité d'offres, ce qui est mis en avant pour différencier les offres 12 et 24 mois ce n'est pas le montant de la subvention du terminal mais bien le prix mensuel du forfait (10 % de moins environ pour l'offre 24 mois), ce qui fait apparaître les offres 12 mois comme servant d'alibi pour inciter les clients à s'engager sur 24 mois. En outre, dans le cadre des programmes de fidélisation, le renouvellement du terminal se fait quasi-systématiquement en échange d'un réengagement de 24 mois. Pourtant, la subvention en renouvellement est moins importante que dans le cadre d'une souscription de la même offre en tant que nouveau client. En conclusion, il apparaît une décorrélation entre le niveau de subvention consenti et la durée d'engagement imposée, lorsque cette dernière est strictement supérieure à 12 mois.

Il apparaît donc que les durées d'engagement supérieures à 12 mois ne signifient pas davantage de subvention du terminal pour le client mais constituent essentiellement une pratique de verrouillage du marché qui nuit à une dynamique concurrentielle profitable au consommateur.

D'une manière générale, il est très difficile pour un consommateur, à l'occasion du choix de son offre mobile, d'évaluer aussi bien le montant de la subvention du terminal qui lui est consenti, les conditions financières du crédit associé à l'achat du terminal, que le prix du seul service mobile.

En conclusion, pour l'ensemble de ces raisons, il apparaît important, dans le cadre de la souscription d'un contrat d'un service de communications électronique, de limiter à douze mois la

durée d'engagement minimum et de veiller à ce que toute disposition financière applicable à la résiliation soit contractuellement objectivement justifiée au regard de la contrepartie octroyée au consommateur.