



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

téléphone

Question écrite n° 125627

Texte de la question

M. François Lamy attire l'attention de M. le secrétaire d'État auprès du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, chargé du commerce, de l'artisanat, des petites et moyennes entreprises, du tourisme, des services, des professions libérales et de la consommation, sur la durée d'engagement pour les souscripteurs d'un abonnement de téléphonie mobile. Un rapport de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) indique que la loi du 3 janvier 2008 est sans effet sur la concurrence car elle rend possible un départ après les douze premiers mois d'engagement, contre des frais qui se montent à un quart des montants restant dus. Cela constitue une barrière à la résiliation du contrat encore trop importante. De plus, une récente étude menée par l'UFC-Que choisir démontre que les opérateurs abusent des clauses de réengagement de 24 mois pour limiter la concurrence et exercent de fortes pressions sur les consommateurs pour les contraindre à accepter ces engagements. Aussi, il lui demande les dispositions que compte prendre le Gouvernement concernant la réduction des durées minimales d'engagement.

Texte de la réponse

La question de la durée d'engagement a été l'un des axes prioritaires de la loi n° 2008-3 du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs. Cette loi a introduit à l'article L. 121-84-6 du code de la consommation un plafonnement des pénalités de résiliation anticipée des contrats engageant sur plus de 12 mois. Ces pénalités sont limitées, en cas de résiliation après le douzième mois, à 25 % du montant de l'abonnement restant dû au titre de la période d'engagement. Ainsi, sous l'angle des coûts de sortie subis par le consommateur, la durée d'engagement effective est au maximum de 15 mois et de 13 mois et demi en moyenne. Toutefois cette disposition n'est applicable qu'aux contrats conclus ou modifiés après le 1er juin 2008. Si l'on prend en compte un taux de désabonnement annuel des clients mobiles au plus égal à 20 % et le fait que la disposition ne s'applique qu'après 12 mois d'engagement, l'article L. 121-84-6 n'a pas pu avoir d'effets notables avant l'été 2010. L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP), dans son rapport remis au parlement en juillet 2010, a d'ailleurs souligné son manque de recul afin d'apprécier la pleine portée de l'article 17 de la loi du 3 janvier 2008. Par ailleurs, ce rapport a mentionné d'autres barrières à la résiliation : verrouillage des téléphones, information sur les sommes à payer en cas de résiliation etc. Le gouvernement a apporté des solutions adaptées afin de limiter les impacts négatifs de ces barrières. Le 23 septembre 2010, sous l'impulsion du ministre chargé de la consommation, les opérateurs de la Fédération française des télécoms ont pris divers engagements qui allaient en ce sens : renforcement de l'information sur les sommes à payer en cas de résiliation, déverrouillage gratuits des terminaux après 3 mois et extension des dispositions de l'article L.121-84-6 du code de la consommation aux résiliations effectuées avant le 12e mois. De plus, la loi n° 2011-525 du 17 mai 2011 de simplification et d'amélioration de la qualité du droit a renforcé la portée de l'article L. 121-84-7 du code de la consommation en assimilant les frais d'activation à perception différée aux frais de résiliation. Enfin, les modalités de réengagement constituent un enjeu majeur de protection économique du consommateur. Aussi, le projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs, adopté par l'assemblée nationale le 11 octobre 2011 vise-t-il à améliorer significativement les

conditions dans lesquelles le consommateur se réengage. À son article 3, le projet de loi pose un principe clair : le consommateur doit donner son consentement par écrit sur un support durable avant tout réengagement. Cet article prévoit également qu'une procédure d'information spécifique du consommateur, notamment concernant les conséquences de son réengagement, soit définie par voie réglementaire. En outre, il prévoit d'encadrer les pratiques de fidélisation des consommateurs en interdisant de subordonner l'utilisation des points de fidélité à un réengagement.

Données clés

Auteur : [M. François Lamy](#)

Circonscription : Essonne (6^e circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 125627

Rubrique : Télécommunications

Ministère interrogé : Commerce, artisanat et consommation

Ministère attributaire : Commerce, artisanat et consommation

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 27 décembre 2011, page 13452

Réponse publiée le : 28 février 2012, page 1838