



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

télécopie

Question écrite n° 32155

Texte de la question

M. André Chassaigne interroge Mme la ministre déléguée auprès du ministre du redressement productif, chargée des petites et moyennes entreprises, de l'innovation et de l'économie numérique, sur les modalités de fonctionnement des plateformes téléphoniques. Nombreuses sociétés ont instauré des plates-formes téléphoniques afin de répondre à leurs clients. Peu de secteurs sont épargnés. Les sociétés d'assurances, téléphoniques, de vente en ligne, de grande distribution, ne dérogent pas à cette pratique. Si certaines plateformes démontrent leur utilité, ce n'est pas la majorité d'entre elles. Clients ou usagers sont souvent confrontés à des interlocuteurs n'étant pas en capacité de répondre à leurs besoins. Les téléconseillers ont des consignes strictes, émanant de leur employeur, qui délimitent de façon très drastique les possibilités de réponses. Fréquemment, ils se bornent à des réponses formatées, souvent déconnectées des problèmes rencontrés par les clients (produit non conforme à la commande, garantie à faire jouer, produit détérioré...). Ils sont dans l'impossibilité de passer un responsable, promettant à longueur de journée un rappel qui ne se produit jamais. Ces situations mettent les consommateurs dans un désarroi complet, sans autre moyen pour contacter la société avec laquelle ils ont contracté. Outre le fait que grand nombre de ces plates-formes sont externalisées dans des pays lointains, il paraît indispensable de légiférer afin d'encadrer leur fonctionnement afin qu'elles soient en capacité de répondre, de manière efficace, aux clients et usagers. Il lui demande quels moyens seront mis en œuvre, pour encadrer les fonctionnements des plateformes téléphoniques, afin qu'elles soient en capacité de répondre aux besoins de leurs clients.

Texte de la réponse

L'article L. 111-2 du code de la consommation prévoit une obligation générale pour tout prestataire de services de communiquer au consommateur des coordonnées qui lui permettent de le joindre rapidement. Cet article ne préjuge pas du mode de contact qui peut être utilisé : courrier papier, plateforme téléphonique, courrier électronique, chat etc. Le choix par le professionnel d'un mode de contact particulier peut entraîner des obligations spécifiques : par exemple, l'article L. 113-5 du code de la consommation interdit la surtaxation des appels vers les services assurant le traitement des réclamations ou visant à obtenir la bonne exécution du contrat. Le mode de contact mis en place par le professionnel, et le niveau de qualité du service rendu via ce dernier, influent significativement sur les coûts, en particulier salariaux, et en conséquence sur le niveau des prix facturés au consommateur. Par exemple, dans le secteur de la téléphonie mobile, de nouvelles offres sans engagement dites « low cost » sont proposées à des prix particulièrement attractifs qui pourraient être difficilement conciliables avec un service après-vente téléphonique et impliquent souvent une relation client intégralement dématérialisée. Dans ces conditions, il est particulièrement important que le consommateur puisse choisir son offre en toute connaissance de cause et, en particulier, qu'il puisse mettre en relation le prix payé et le niveau associé de qualité de la relation client. Des travaux de l'AFNOR ont permis de fixer des seuils minimaux de qualité permettant aux professionnels qui le souhaitent d'obtenir une certification et de valoriser ainsi des efforts particuliers en matière de relation client. Ces travaux montrent que la qualité de la relation client dépend de très nombreux paramètres : formation des conseillers, conditions travail de ces derniers, temps de

réponse, délai de réponse, satisfaction du consommateur, taux de résolution au premier contact etc. Ils soulignent en particulier le danger de n'agir que sur un seul de ces paramètres ce qui pourrait conduire à la dégradation des autres. Ces paramètres et leur mode de calcul dépendent d'ailleurs fortement de la nature du mode de contact utilisé : on ne peut par exemple assimiler le temps de réponse d'un contact téléphonique et celui d'un contact par courrier électronique. Ils dépendent également du secteur considéré : les exigences de qualité pesant sur le traitement d'un appel relatif à une coupure de courant ou une fuite de gaz sont fondamentalement différentes de celles relatives à un problème de facture d'une offre de téléphonie mobile. Pour toutes ces raisons, les pouvoirs publics, soucieux à la fois de l'amélioration de la qualité de la relation client et du pouvoir d'achat des consommateurs, privilégient une approche incitative sur le modèle de la certification AFNOR. Le ministre délégué en charge de la consommation, a saisi, fin 2013, le Conseil national de la consommation (CNC) de la question de l'information du consommateur sur le niveau de qualité de la relation client incluse dans les offres de communications électroniques. Le CNC a ainsi identifié un certain nombre de critères de la relation client que les associations de consommateurs et les opérateurs estiment pertinents de mettre en valeur afin que le consommateur puisse, en toute transparence, comparer les offres de communications électroniques. Les recommandations que formalisera le CNC constitueront un référentiel utile pour les opérateurs. Les services de l'Etat ne manqueront pas d'être attentifs à la prise en compte de ces recommandations et de poursuivre en tant que de besoin le dialogue qui a été engagé dans ce domaine avec les acteurs concernés.

Données clés

Auteur : [M. André Chassaigne](#)

Circonscription : Puy-de-Dôme (5^e circonscription) - Gauche démocrate et républicaine

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 32155

Rubrique : Télécommunications

Ministère interrogé : PME, innovation et économie numérique

Ministère attributaire : Économie, industrie et numérique

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [9 juillet 2013](#), page 7135

Réponse publiée au JO le : [7 avril 2015](#), page 2691