



“Jusqu’à” ne suffit pas ! Les fournisseurs d’accès haut débit doivent communiquer des informations précises sur leurs produits et offres d’accès, déclare le FTTH Council Europe

Par Hartwig Tauber, Directeur General du FTTH Council Europe

Bruxelles, le 22 janvier 2013 – Que diriez-vous si en revenant du supermarché avec une bouteille de 1 litre de lait dûment payée, vous constatiez que la bouteille n’est qu’à moitié remplie ? Vous ne seriez certainement pas content ! Pourtant, les fournisseurs d’accès Internet sont autorisés à facturer les clients au prix plein pour un accès « jusqu’à X méga », qu’ils soient ou non capables de fournir réellement cette vitesse maximum de connexion Internet.

Les fournisseurs d’accès haut débit prétendent que « jusqu’à X méga » constitue pour eux la seule manière efficace de faire de la publicité pour le haut débit, étant donné la nature congestionnée de l’Internet et les restrictions techniques du réseau d’accès. Mais ces excuses sont-elles vraiment acceptables ?

Techniquement, les fournisseurs d’accès peuvent fournir les débits qu’ils promettent... à condition d’utiliser la technologie FTTH (« Fibre to the Home »). Une connexion fibre bien conçue peut physiquement supporter 100% du débit annoncé, contrairement aux câbles téléphoniques dont la capacité à transporter des signaux électroniques à haut débit diminue à mesure que s’accroît la distance entre l’utilisateur et le central, ou aux réseaux de télévision par câble qui répartissent la bande passante haut débit entre tous les usagers de la zone.

En réalité, des études ont montré que les utilisateurs FTTH bénéficient souvent de débits **supérieurs** à ceux annoncés. Le spécialiste de la performance haut débit Samknows a mesuré la vitesse des connexions Internet aux Etats-Unis pour la Federal Communications Commission (FCC). Il a constaté que durant les périodes de pointe, les débits fournis étaient en moyenne équivalents à 84% des débits annoncés pour les abonnements DSL, 99% des débits annoncés pour les abonnements câble et 117% des débits annoncés pour les abonnements FTTH.

Par ailleurs, les abonnés FTTH sont plus satisfaits de leur accès haut débit. Une enquête réalisée en 2012 par le bureau d’étude de marché RVA LLC parmi plus de 2.000 abonnés haut débit aux Etats-Unis a en effet dévoilé que le pourcentage d’utilisateurs qui se déclarent “très satisfaits” est de 74% chez les abonnés FTTH, contre 54% chez les utilisateurs de haut débit par câble et 51% chez les utilisateurs DSL. Cela démontre que lorsque le consommateur reçoit un service qui correspond à ou dépasse ce qu’il

attend, un marketing clair et transparent contribue à la satisfaction des clients, qui sont dès lors plus enclins à rester fidèles à leur fournisseur d'accès.

En Europe, la distorsion entre les hauts débits annoncés et ceux réellement fournis est encore plus flagrante. Au Royaume-Uni par exemple, selon le régulateur Ofcom, le débit moyen annoncé était de 15Mbps en mai 2011, soit quelque 8,2Mbps de plus que le débit réel moyen, qui atteint à peine 6,8Mbps. La différence entre le débit annoncé et le débit réel n'a cessé d'augmenter au fil des ans, ce qui a finalement incité l'Advertising Standards Agency à introduire de nouvelles règles pour la publicité sur les offres d'accès haut débit.

Entrée en vigueur en avril 2012, cette nouvelle réglementation stipule qu'au moins 10% des clients doivent pouvoir bénéficier des débits promis dans la publicité et que les fournisseurs d'accès Internet doivent pouvoir en fournir matériellement la preuve, données à l'appui. Les fournisseurs d'accès doivent également s'assurer que les publicités indiquent clairement aux clients qu'il peut arriver qu'ils ne reçoivent pas les débits maximum annoncés.

Cela a-t-il produit l'effet escompté ? Au Royaume-Uni, de nombreux fournisseurs d'accès Internet ont modifié leur façon de commercialiser leurs offres haut débit en abaissant les plafonds annoncés. Au lieu d'annoncer par exemple un débit « jusqu'à 24Mbps », ils annoncent désormais « jusqu'à 16Mbps ». Dans certains cas, ils ont totalement supprimé les références au débit dans leur campagne de marketing. Lorsqu'on sait que, dans ce pays, le haut débit se situe en moyenne à 9Mbps (mai 2012), on peut en déduire que pas mal d'utilisateurs de haut débit ne bénéficient en réalité toujours pas des débits qu'ils seraient en droit d'attendre.

Le Danemark a pris récemment une nouvelle initiative pour obliger les opérateurs à garantir une vitesse minimale sur leurs réseaux haut débit. Un nouvel accord élaboré par des associations de consommateurs danois avec les secteurs de l'énergie et des télécoms du territoire garantira aux consommateurs un débit équivalant à au moins 50% du débit annoncé, et ce seuil minimum devrait être accessible à tous les ménages. Tous les types de réseaux haut débit – y compris les réseaux téléphoniques à base de cuivre et les réseaux de télévision par câble – seront soumis à cette nouvelle réglementation.

Si l'on peut se réjouir de cette évolution au Danemark, le manque de transparence au niveau du marketing des offres haut débit demeure préoccupant dans le reste de l'Europe. Comment les consommateurs peuvent-ils faire des choix avisés pour leur contrat haut débit si l'information commerciale qu'ils reçoivent est confuse et inexacte ? Comment pourraient-ils exiger des services plus fiables et de meilleure qualité s'ils n'ont aucune certitude quant à ce qu'ils achètent au départ ? Pourquoi seraient-ils prêts à payer plus pour des débits plus rapides s'ils ne sont pas certains que cela changerait leur expérience Internet ?

En 2012, Neelie Kroes, Vice-Présidente de l'Agenda numérique à la Commission européenne, a promis qu'elle prendrait des mesures pour améliorer la publicité des offres d'accès haut débit pour l'ensemble des Européens et a préparé une recommandation à cet effet (document d'orientation pour les organismes de réglementation). « Les clients ont-ils réellement les moyens de faire des choix avisés ? Sont-ils conscients de ce qu'ils signent ? Je n'ai pas lu toutes les pages de mon contrat mobile et je parie

que vous ne l'avez pas fait non plus! Je pense que nous avons tous besoin de plus de transparence », a-t-elle déclaré.

Il arrive parfois que le consommateur ne soit même pas certain qu'il achète une vraie connexion par fibre optique – le terme « fibre » lui-même est utilisé par les opérateurs télécoms depuis qu'ils ont commencé à introduire un peu de fibre dans leurs anciens réseaux téléphoniques ou câbles. La technologie FTTC (Fibre to the Cabinet) repose encore pourtant sur un câblage téléphonique en cuivre entre le boîtier dans la rue et la maison, créant des goulets d'étranglement sur le dernier kilomètre de liaison vers l'utilisateur final. Le débit fourni par ce type de connexion peut encore à peu près suffire aux usagers d'aujourd'hui, mais cela sera-t-il toujours le cas d'ici cinq ou dix ans ?

Il nous semble impératif que le consommateur reçoive une information claire et précise sur les offres d'accès haut débit afin de pouvoir faire son choix en toute connaissance de cause. Ne laissez pas les consommateurs haut débit dans le noir ! Faites la lumière sur vos services !

- FIN -

Référence:

Rapport sur la performance du haut débit filaire pour le consommateur américain
FCC's Office of Engineering and Technology and Consumer and Governmental Affairs Bureau
<http://www.fcc.gov/measuring-broadband-america/2012/july>

Performance du haut débit filaire au Royaume-Uni, mai 2012
Ofcom
<http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/other/telecoms-research/broadband-speeds/broadband-speeds-may2012/>

Next steps on Net Neutrality – making sure you get champagne service if that's what you're paying for, *Neelie Kroes* (mai 2012)
<http://blogs.ec.europa.eu/neelie-kroes/netneutrality/>

Participez à la FTTH Conference 2013, ExCeL Londres, 19-21 février 2013

La dixième édition de la FTTH Conference sera consacrée à une série de thèmes parmi lesquels les services et applications qui, grâce à la technologie de la 'fibre jusqu'à l'abonné', améliorent l'expérience et la qualité de vie de l'utilisateur, et permettent aux secteurs privé et public d'accroître leur efficacité. Une attention particulière sera cette année réservée à l'industrie cinématographique.

En plus des différentes sessions prévues à l'agenda de la Conférence, le FTTH World of Applications offrira aux participants la possibilité de tester 'concrètement' des services et applications.

Gunnar Hökmark, membre du Parlement européen, Anthony Whelan, Chef de Cabinet de la Vice-Présidente Neelie Kroes, Commission européenne, et Chi Onwurah MP, Shadow Minister of Innovation, Science & Digital Infrastructure au Royaume-Uni, prendront la parole durant la cérémonie d'inauguration officielle.

Un workshop spécifiquement consacré aux investisseurs ('Investors Day') rassemblera investisseurs et porteurs de projets basés sur la fibre.

Pour une accréditation presse (gratuite), envoyez simplement un e-mail à nadia.babaali@ftthcouncil.eu.

À propos du FTTH Council Europe

Le FTTH Council Europe est une organisation professionnelle ayant pour vocation d'accélérer le déploiement des réseaux d'accès à haut débit par fibre optique, au profit du grand public et des entreprises. Le Conseil assure la promotion de cette technologie qui, en ouvrant la voie à tout un éventail de nouveaux services, sera synonyme d'avancées significatives en termes de qualité de vie, d'impact environnemental et de compétitivité. Le FTTH Council Europe compte plus de 150 entreprises membres.

Pour toute information complémentaire, rendez-vous sur www.ftthcouncil.eu (site en anglais).

Contact média

Nadia Babaali Communications Director FTTH Council Europe +33 (0) 6 20 88 72 38 nadia.babaali@ftthcouncil.eu	Florence Burhin Network Coordinator of PR Network ComUnity.pro VADEMECOM +32 (0) 2 269 50 21 fb@vademecom.be
--	---