

Mobiles : l'UFC dénonce une nouvelle fois un marché de dupes

Une belle et grande pilule, assortie d'une tripotée de couleuvres. Ce serait aux yeux de l'association tout ce que les opérateurs de téléphonie mobile auraient fait avaler aux consommateurs. La conférence du jour organisée par l'UFC Que Choisir a un but clair. Démontrer par une contre-analyse, les unes après les autres, toutes les affirmations contenues dans le dernier rapport de l'AFOM (association des opérateurs). « *Un rapport qui vise à convaincre l'opinion publique et les parlementaires que le marché [des mobiles] est dynamique et concurrentiel* », estime Alain Bazot, président de l'UFC.

L'association ne manque pas de pièces d'artillerie pour pilonner les positions des opérateurs. La première note discordante que note l'association si situe au niveau du « dynamisme ». Une notion que minimise Julien Dourgnon, directeur des Etudes et de la Communication chez UFC. « *Le dynamisme invoqué par les opérateurs s'est interrompu depuis 2000 et 2002, années durant lesquelles Orange, SFR et Bouygues se sont entendus. A cela, il faut souligner le taux de pénétration relativement faible de la France par rapport à des pays équivalents en Europe. La Pologne, pays européen émergent, détient un taux de pénétration de 90%, donc de 10 points supérieur à la France* », souligne ce dernier.

Un consommateur captif

La concurrence est également pointée du doigt. Edouard Barreiro, chargé des médias, insiste sur la rivalité biaisée imposée par les 3 opérateurs. Une non-concurrence double. La première cible se trouvant être les MVNO (opérateurs virtuels). Selon Edouard Barreiro, « *les prix de gros qui leurs sont proposés manquent d'intérêts. Ils ne peuvent donc pas attirer le consommateur* ». La seconde cible de ce climat anti-concurrentiel impacte Bouygues Telecom. Les terminaisons d'appel (TA) « *surfacturées* » par les opérateurs entravent très fortement le troisième acteur du marché.

Une situation qui exaspère les défenseurs des consommateurs. L'insolente bonne santé des opérateurs et la multiplication par deux du trafic ne profitent pas aux clients, condamnés à payer des prix élevés. « *Le tarif de base des SMS n'a pas évolué depuis 1999* » affirme Julien Dourgnon. Un SMS coûte entre 10 et 15 centimes hors forfaits aux Français contre un maximum de 8 centimes dans d'autres pays européens.

En somme, rien n'est fait pour le consommateur. « *Les offres de contrat de 24 mois le retiennent captif et l'enferment* », déplore le président.

Par ailleurs, l'hypothétique apparition d'un 4^e opérateur pour la 3G, que l'association appelle de ses vœux, devrait se réaliser dans une atmosphère pour le moins difficile, les conditions tarifaires en refroidissant plus d'un.

La contre analyse présentée par l'UFC contribue à peindre un tableau très sombre. Comme le souligne le président, le constat ne se veut pas « *sévère* ». Reste qu'il est terriblement informatif.