LIMITES D'USAGE
des services d'accès à Internet mobile: informer et protéger les consommateurs

Rapport final du projet
présenté au Bureau de la consommation
d'Industrie Canada

union des consommateurs

Juin 2013

Rapport publié par :

union des consommateurs

6226, rue Saint-Hubert
Montréal (Québec) H2S 2M2

Téléphone : 514 521-6820
Sans frais : 1 888 521-6820
Télécopieur : 514 521-0736

info@uniondesconsommateurs.ca
www.uniondesconsommateurs.ca

Membres d'Union des consommateurs
ACEF Abitibi-Témiscamingue
ACEF Appalaches-Beauce-Etchemins
ACEF de l'Est de Montréal
ACEF de l'Île Jésus
ACEF Lanaudière
ACEF Estrie
ACEF du Grand-Portage
ACEF Montérégie-est
ACEF du Nord de Montréal
ACEF Rive-Sud de Québec
ACQC
Membres individuels

Rédaction du rapport
- Sophy Lambert-Racine

Direction de rédaction
- Me Marcel Boucher

ISBN 978-2-923405-54-4

Union des consommateurs est membre de l'Organisation internationale des consommateurs (CI), une fédération regroupant plus de 220 membres en provenance de 115 pays.

L'usage du masculin, dans ce rapport, a valeur d'épicène.

Union des consommateurs *a reçu du financement en vertu du Programme de contributions pour les organisations sans but lucratif de consommateurs et de bénévoles d'Industrie Canada. Les opinions exprimées dans ce rapport ne sont pas nécessairement celles d'Industrie Canada ou du gouvernement du Canada.*

© **Union des consommateurs — 2013**

TABLE DES MATIÈRES

UNION DES CONSOMMATEURS, *la force d'un réseau* **5**

INTRODUCTION **6**

1. SERVICES SANS FIL ET TRANSFERTS DE DONNÉES **9**
1.1 Services sans fil : une adoption bientôt universelle? **9**
1.2 Services sans fil : une importante source d'insatisfaction des consommateurs canadiens **12**
1.2.1 Plaintes reçues à l'étranger 13
1.3 Données mobiles : portrait d'un marché en plein essor **15**
1.3.1 Internet mobile : utilisation de la bande passante extrêmement variable 18
1.4 Données mobiles : attention aux usages gourmands **20**
1.5 Grandeurs et misères des limites d'usage **23**
1.6 Limites d'utilisation : débats à l'étranger **24**
1.6.1 Controverses liées à l'information et au suivi de l'utilisation 24

2. PERSPECTIVES DES CONSOMMATEURS ET DES FOURNISSEURS DE SERVICES **27**
2.1 Sondage maison : méthode et limites **28**
2.2 Principaux faits saillants **29**
2.2.1 Habitudes de consommation et degré de connaissance 29
2.2.2 De quelle façon les consommateurs s'informent-ils? 31
2.2.3 Après l'achat, les consommateurs surveillent-ils leur utilisation? 33
2.2.4 Sources de frustration des consommateurs 36
2.2.5 Tendances issues des commentaires individuels 38
2.3 Conclusion **39**
2.4 Réponses de l'industrie **40**
2.4.1 Perception du degré de connaissance des consommateurs 40
2.4.2 Information aux consommateurs : les pratiques systématiques 41
2.4.3 Information : à qui incombe la responsabilité? 42
2.4.4 Données terrain : les réactions des entreprises 44
2.4.5 Les perspectives quant à la standardisation 46
2.5 Réponse des organismes de règlementation **47**

3. QUE TROUVE-T-ON DANS LA DOCUMENTATION DES FOURNISSEURS : ÉTUDE DOCUMENTAIRE **48**
3.1 Certaines limites méthodologiques **49**
3.2 Analyse des données : une approche qualitative **49**
3.3 Résumé des offres de service **52**
3.3.1 Internet mobile : quelques rappels sur le fonctionnement des appareils 52
3.3.2 Internet mobile : les moyens employés pour comprendre et respecter les limites d'usage 53
3.3.3 Internet mobile : plusieurs modes de tarification 54
3.4 Évaluation de l'information offerte **56**
3.4.1 Brochures : une source d'information sans prétention 56
3.4.2 Sites Internet : information plus exhaustive, mais moins accessible 58

3.4.3 Sommaire des résultats regroupés par sujets 61
3.4.4 Au sujet du fonctionnement d'Internet mobile 92
3.4.5 Quelques progrès… 99

4. SOLUTIONS ADOPTÉES À L'ÉTRANGER 101
4.1 Union européenne : lutte aux frais d'itinérance 101
4.2 États-Unis : la lutte au «bill shock» 103
4.2.1 Bras de fer entre le régulateur et l'industrie 105
4.3 France : des dispositions novatrice (hélas mortes au feuilleton) **107**
4.3.1 Propositions pour renforcer la neutralité du net 109
4.4 Australie : comment «reconnecter» le consommateur 110
4.4.1 Code de l'industrie : forces et faiblesses 111
4.5 Conclusion 115

5. SOLUTIONS EN SOL CANADIEN 117
5.1 Changements provinciaux : adoption des principes comparables 117
5.1.1 Mesures prévues aux lois québécoises 118
5.1.2 Changements apportés aux autres lois provinciales de protection du consommateur 123
5.1.3 Réglementation : du contrat au service 126
5.1.4 Codes de conduite au Canada 127

CONCLUSION 133

RECOMMANDATIONS 137

MÉDIAGRAPHIE 144

ANNEXES

1. Réponses écrites intégrales des fournisseurs de services 153
1.1 Rogers, remises à UC le 11 avril 2013 153
1.2 Bell, remises à UC le 12 avril 2013 154
1.3 Telus, remises à UC le 12 avril 2013 155

2. Réponses écrites intégrales du crtc 156
2.1 CRTC, remises à UC le 25 mars 2013. 156

3. Liste des sources qui ont servi à l'analyse documentaire 157
3.1 Brochures écrites 157
3.2 Sites web 158

4. Réponses transmises par l'ACMA 159

5. Lexique 160

UNION DES CONSOMMATEURS, *LA FORCE D'UN RÉSEAU*

Union des consommateurs est un organisme à but non lucratif qui regroupe plusieurs Associations coopératives d'économie familiale (ACEF), l'Association des consommateurs pour la qualité dans la construction (ACQC) ainsi que des membres individuels.

La mission de l'organisme est de représenter et défendre les droits des consommateurs, en prenant en compte de façon particulière les intérêts des ménages à revenu modeste. Ses interventions s'articulent autour des valeurs chères à ses membres : la solidarité, l'équité et la justice sociale, ainsi que l'amélioration des conditions de vie des consommateurs aux plans économique, social, politique et environnemental.

La structure d'Union des consommateurs lui permet de maintenir une vision large des enjeux de consommation tout en développant une expertise pointue dans certains secteurs d'intervention, notamment par ses travaux de recherche sur les nouvelles problématiques auxquelles les consommateurs doivent faire face; ses actions, de portée nationale, sont alimentées et légitimées par le travail terrain et l'enracinement des associations membres dans leur communauté.

Nous agissons principalement sur la scène nationale, en représentant les intérêts des consommateurs auprès de diverses instances politiques, réglementaires ou judiciaires et sur la place publique. Parmi nos dossiers privilégiés de recherche, d'action et de représentation, mentionnons le budget familial et l'endettement, l'énergie, les questions liées à la téléphonie, la radiodiffusion, la télédistribution et l'inforoute, la santé, l'alimentation et les biotechnologies, les produits et services financiers, les pratiques commerciales, ainsi que les politiques sociales et fiscales.

Finalement, dans le contexte de la globalisation des marchés, Union des consommateurs travaille en collaboration avec plusieurs groupes de consommateurs du Canada anglais et de l'étranger. Elle est membre de l'*Organisation internationale des consommateurs* (CI), organisme reconnu notamment par les Nations Unies.

INTRODUCTION

«Zettaoctet»…C'est au moyen de cette unité de mesure plutôt intrigante, qui représente rien de moins que mille milliards de gigaoctets, qu'il faudra bientôt, selon une étude du géant des produits informatiques et services sans fil Cisco, mesurer le débit mondial[1].

L'entreprise estime également que le nombre de tablettes connectées au réseau mobile sera multiplié par huit et le nombre de téléphones intelligents par trois d'ici 2016. Même si plus de la moitié des connexions Internet sur le globe sont déjà sans fil, les fonctions utilisant Internet mobile continueront de gagner en popularité. Les applications de vidéo, par exemple, seront utilisées par 1,613 milliards d'utilisateurs, soit six fois plus qu'en 2011.

Cette entreprise n'est pas la seule à prévoir une évolution fulgurante des habitudes de consommation en matière d'Internet. De plus en plus de consommateurs délaissent déjà les ordinateurs traditionnels et utilisent une variété d'appareils intelligents pour naviguer sur le Web, échanger sur les réseaux sociaux, et télécharger une foule de contenus audio ou vidéo. Une occasion rêvée pour les fournisseurs de services de télécommunications de diversifier leurs activités et d'offrir l'accès à Internet par le biais de leurs infrastructures.

Nous sommes cependant très loin, sur ce plan, d'une utilisation sans souci par les consommateurs des gigaoctets de données disponibles.

En effet, pour monsieur et madame Tout-le-monde, l'accès à Internet par le biais d'un réseau cellulaire peut entraîner quelques surprises fort désagréables. Certains consommateurs se sont retrouvés aux prises avec des factures très salées, de quatre à cinq chiffres, pour avoir accédé à Internet à partir d'un réseau cellulaire[2] ; confus et contrariés, ils racontent qu'ils ont fait l'erreur de se procurer un appareil intelligent et de s'envoler pour d'autres horizons sans savoir que l'accès à Internet est activé par défaut sur ce type d'appareils, ou de penser qu'ils accédaient à Internet par le biais d'un réseau Wi-Fi, alors qu'ils étaient en réalité connectés sur le réseau cellulaire de leur fournisseur. C'est ainsi que plusieurs consommateurs ont déjà fait l'erreur de laisser leurs appareils intelligents gober plusieurs mégaoctets (ou gigaoctets !) à leur insu, des quantités de données qui sont chèrement facturées par les fournisseurs de service canadiens.

Les médias et les organismes de règlementation parlent fréquemment du phénomène de «*bill shock*» pour qualifier l'expérience négative d'un consommateur aux prises avec des frais imprévus et élevés sur sa facture de services sans fil. Si cette expérience négative est habituellement occasionnée par la facturation de l'utilisation d'un service faisant l'objet d'une limite d'usage, peu importe sa nature, elle est fréquemment associée à l'utilisation de données

[1] **CISCO.** Page «Cisco VNI Service Adoption Forecast, 2011-2016», CISCO systems inc., San Francisco, États-Unis, sans date. [En ligne] http://www.cisco.com/en/US/solutions/collateral/ns341/ns525/ns537/ns705/ns1186/Cisco_VNI_SA_Forecast_WP.html (page consultée le 24 avril 2013).

[2] Citons notamment l'histoire de ce consommateur ayant obtenu une facture spectaculaire de 22 000$ après un voyage en famille au Mexique, et de multiples cas états-uniens, tous causés par l'imposition d'une limite d'usage : **TOMLINSON, Kathy.** « Dad gets $22,000 data roaming 'shock' from Fido », CBC News British Columbia, Vancouver, Canada, 4 mars 2013. [En ligne] http://www.cbc.ca/news/canada/british-columbia/story/2013/03/01/bc-rogers-roaming.html (page consultée le 15 avril 2013).
PORTNOY, Steven et Devin DWYER. « FCC Chairman Wants Rules to Prevent Cell Phone 'Bill Shock' », ABC News, Miami, États-Unis, 13 octobre 2010. [En ligne] http://abcnews.go.com/Politics/fcc-chairman-genachowski-targets-cell-phone-bill-shock/story?id=11869354#.UZUG-8o4eLg (page consultée le 15 avril 2013).

mobiles par le biais d'appareils intelligents[3] et parfois plus spécifiquement à l'utilisation de données en itinérance[4], c'est-à-dire à l'extérieur du réseau du fournisseur.

Les consommateurs sont-ils correctement informés au sujet du fonctionnement d'Internet mobile? Connaissent-ils, avant de craquer pour le tout dernier modèle de téléphone intelligent, les limites d'utilisation fixées par leur fournisseur de services, ce à quoi elles correspondent exactement et ce qu'il en coûtera de les dépasser? Savent-ils gérer efficacement leur utilisation? Disposent-ils seulement des moyens de le faire? Bref, les consommateurs sont-ils en mesure, à l'heure actuelle, d'éviter les conséquences parfois fâcheuses occasionnées par l'utilisation d'Internet mobile et le dépassement de leur limite d'usage?

Le premier chapitre de notre rapport dressera, à partir d'une revue de littérature, un portrait de l'évolution du marché des services sans fil, et plus particulièrement du marché florissant lié à l'utilisation d'Internet mobile, tout en décrivant les principaux enjeux qui ont été soulevés ici et ailleurs au sujet de l'accès à Internet par le biais de réseaux cellulaires et au sujet de l'imposition de limites d'usage.

Le deuxième chapitre fera un survol de la perspective des consommateurs et de celle des fournisseurs de services. À partir des résultats d'un sondage maison, nous dresserons un portrait des connaissances de consommateurs avertis et de l'information à laquelle ils ont eu accès au moment de se procurer leur appareil intelligent. Nous traiterons également de leur degré d'appréciation de l'information offerte et de leurs habitudes en termes de gestion de l'utilisation des données mobiles, en plus de leurs attentes en matière d'information. Plusieurs faits saillants du sondage ont été exposés aux principaux fournisseurs de services, qui ont accepté de partager leur point de vue sur les problèmes rencontrés en sol canadien. Nous résumerons leur point de vue.

Le troisième chapitre décrira en détail l'ensemble de l'information offerte aux utilisateurs d'Internet mobile par leurs fournisseurs de services. Il dressera un portrait des services offerts au Canada, des différents modèles de tarification employés et de l'information offerte spécifiquement aux utilisateurs pour leur permettre de faire le suivi de leur utilisation. Nous analyserons l'exhaustivité et la clarté de l'information écrite qui leur est proposée, grâce à l'étude détaillée que nous avons réalisée de brochures et de sites Web des fournisseurs de services de télécommunications.

Nous examinerons par la suite si les problèmes rencontrés au Canada sont uniques ou s'y manifestent de façon particulière. Les frais supplémentaires causés par l'utilisation d'Internet mobile ayant fait l'objet d'un nombre important de plaintes ailleurs sur le globe, certaines instances étrangères ont entrepris d'agir en vue d'assurer que les fournisseurs de services donnent aux consommateurs les moyens d'être correctement informés au sujet du fonctionnement, de l'utilisation et de la tarification d'Internet mobile. Nous traiterons dans ce chapitre des solutions adoptées aux États-Unis, en Australie, et de solutions envisagées en

[3] **MOSES, Asher.** « Rogue apps causing bill shock, battery drain », Sydney Morning Herald, Sydney, Australie, 27 novembre 2012. [En ligne] http://www.smh.com.au/digital-life/mobiles/rogue-apps-causing-bill-shock-battery-drain-20121127-2a51b.html (page consultée le 15 avril 2013).

[4] **CENTRE POUR LA DÉFENSE DE L'INTÉRÊT PUBLIC/PUBLIC INTEREST ADVOCACY CENTRE (CDIP/PIAC).** Communiqué : «Les consommateurs canadiens attendent de meilleures protections contre les frais d'itinérance à l'étranger», PIAC, Toronto, Canada, 10 décembre 2012. [En ligne] http://www.piac.ca/telecom/canadian_consumers_expect_better_protections_for_international_roaming_fees (page consultée le 18 avril 2013).
Le rapport « Les consommateurs et les frais d'itinérance associés à la transmission sans fil des données » est disponible en ligne, en format pdf, au : http://www.piac.ca/files/consommateurs_wirelessroaming_final_fr.pdf

France qui visent à améliorer la transparence des offres de service sans fil, et surtout, de permettre aux consommateurs d'avoir un véritable contrôle sur leur utilisation en vue de gérer les limites d'usage qui leur sont imposées.

Le cinquième chapitre dressera un survol des éléments pertinents de certaines lois provinciales de protection du consommateur qui peuvent toucher plus spécifiquement l'utilisation d'Internet mobile. Nous enchaînerons en décrivant les récents débats qui ont eu lieu au niveau fédéral, le CRTC ayant décidé d'emboîter le pas à plusieurs décideurs étrangers et étudié la possibilité d'imposer des standards uniformes d'information au sujet des services sans fil mobiles.

Le dernier chapitre consistera en une réflexion sur les solutions envisageables en vue de régler les problèmes identifiés et de permettre aux consommateurs d'éviter les frais d'utilisation imprévus causés par l'utilisation d'Internet mobile. Ces pistes de solution seront issues notamment de commentaires émis directement par les consommateurs, par certaines autorités réglementaires ainsi que par des membres de l'industrie.

1. SERVICES SANS FIL ET TRANSFERTS DE DONNÉES

1.1 SERVICES SANS FIL : UNE ADOPTION BIENTÔT UNIVERSELLE?

La téléphonie sans fil fait l'objet d'une popularité croissante. Cette tendance est observée par de multiples autorités de surveillance des télécommunications ici et ailleurs. En France, l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP), indique que le nombre de clients de services sans fil a progressé de 59,7 à 73,1 millions, entre 2009 et le dernier trimestre de 2012[5]. Le taux de pénétration est si élevé qu'il équivaut à plus d'un appareil par personne. Le marché français connaît une transition effervescente. En effet, une dynamisation de la concurrence causée notamment par l'entrée sur le marché de l'entreprise Free Mobile, qui a forcé les concurrents « à proposer de nouvelles gammes de forfaits sans engagement et à des tarifs inférieurs[6] », a entraîné une baisse des revenus en 2012, et ce, malgré une augmentation importante de l'utilisation des données mobiles[7].

L'adoption des services sans fil aux États-Unis est généralisée : le pays abriterait plus de 300 millions d'abonnés à des services sans fil[8], avec un taux de pénétration de 102 % parmi les citoyens américains, et ce, malgré le fait que les services sans fil sont reconnus pour y être parmi les plus dispendieux au monde.

Le taux de pénétration des services sans fil n'est pas aussi spectaculaire au Canada, se situant à 78,2 %, et ce, malgré le fait que les réseaux des fournisseurs de services couvrent presque entièrement les zones habitées du Canada. Malgré tout, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) souligne que les revenus de l'industrie des télécommunications ont augmenté de 2,5 % en 2012, toutes catégories de services confondues. Les revenus attribuables aux services sans fil, et plus particulièrement ceux qui sont attribuables aux services de transmission de données, comptent pour beaucoup, avec un revenu en hausse de 12 %[9].

[5] **AUTORITÉ DE RÉGULATION DES COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES ET DES POSTES (ARCEP).** Page «Observatoire/Services mobiles – 1er trimestre 2013», ARCEP, Paris, France, 2 mai 2013. [En ligne] http://www.arcep.fr/index.php?id=35 (page consultée le 3 mai 2013).

[6] **GAZANNE, Hayat.** «Téléphone mobile : plus de clients, plus de volumes, moins de chiffre d'affaires», Le Figaro, Paris, France, 5 avril 2013 [En ligne] http://www.lefigaro.fr/societes/2013/04/05/20005-20130405ARTFIG00296-telephone-mobile-plus-de-clients-plus-de-volumes-moins-de-chiffre-d-affaires.php (page consultée le 12 avril).

[7] *Ibid.* L'Arcep parle d'une « explosion », avec une croissance annuelle des volumes de consommation de données de 70,4 % sur les trois derniers mois de 2012.

[8] **CTIA-THE WIRELESS ASSOCIATION.** Page «Wireless Quick Facts – Year End Figures», CTIA, Washington, États-Unis, sans date. [En ligne] http://www.ctia.org/advocacy/research/index.cfm/aid/10323 (page consultée le 18 avril 2013).

[9] **CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC).** «Rapport de surveillance des communications 2012», CRTC, Ottawa, Canada, 242 pages. [En ligne] http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2012/cmr2012.pdf (document consulté le 18 avril 2013).

Mentionnons le fait que les tarifs des services sans fil canadiens sont considérés comme assez élevés, à peine moins élevés que les tarifs états-uniens, selon plusieurs sources. Un rapport de l'OCDE publié en 2011 a identifié le Canada comme étant le pays où les frais d'itinérance sont les plus élevés au monde[10]. Une étude du Centre pour la défense de l'intérêt public (CDIP/PIAC) met également en lumière l'opinion défavorable des consommateurs à l'égard des frais de données en itinérance, frais que 89 % des répondants au sondage du CDIP considèrent trop élevés[11].

Certains experts identifient le Canada comme l'un des pays où les revenus moyens générés par utilisateur de service sans fil sont parmi les plus élevés au monde[12]. Selon le CRTC les revenus moyens par utilisateur canadien évoluent de façon inconstante depuis 2007, mais force est de constater que, toutes provinces confondues, ils ne baissent jamais sous la barre de 50 $ par mois par utilisateur[13]. En 2011, ils frôlaient en moyenne les 58 $, contre 56.18 $, l'année précédente.

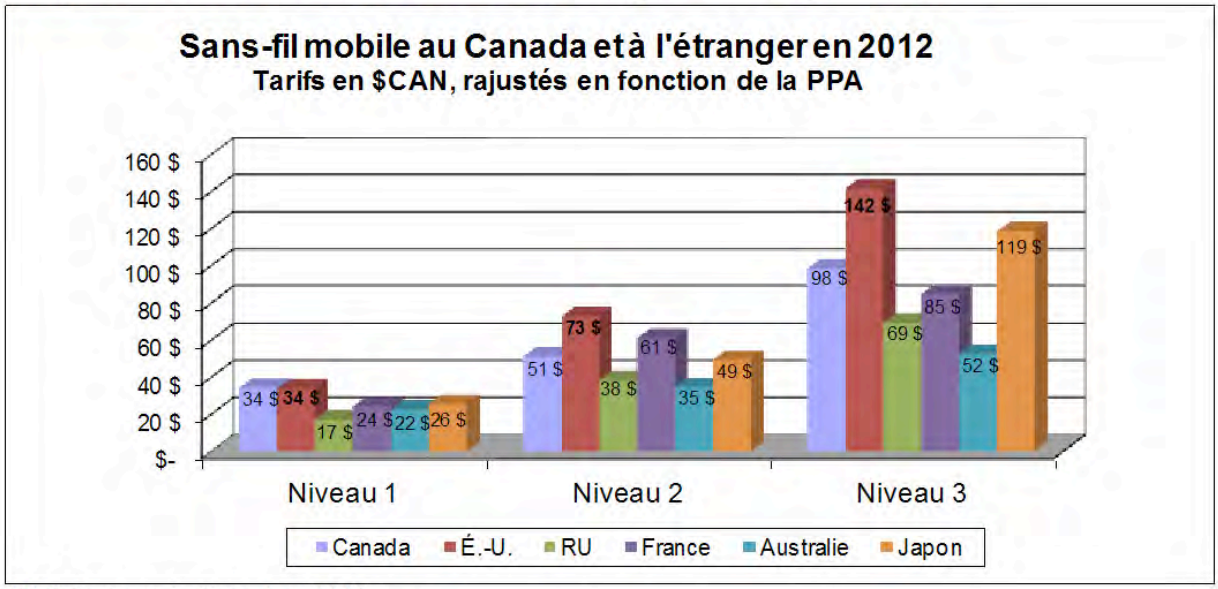
Les données comptabilisées par le CRTC semblent également indiquer que les prix des données mobiles sur le territoire canadien, s'ils ne sont pas les plus élevés au monde, sont tout de même supérieurs à ceux qui sont exigés dans plusieurs autres pays ; la première illustration ci-dessous illustre bien que le Canada offre habituellement des services plus économiques que les États-Unis et le Japon (ce dernier proposant exceptionnellement, pour le niveau 1, des prix inférieurs à ceux qui sont exigés au Canada), mais que les fournisseurs de services canadiens exigent systématiquement un prix supérieur à ceux de la France, du Royaume-Uni et de l'Australie. Soulignons également que le Canada est nez à nez avec les États-Unis en première place des prix les plus élevés pour ce qui est des forfaits considérés comme les plus économiques (niveau 1).

Nous pouvons également constater que le graphique suivant illustre de quelle façon le prix de l'accès à Internet mobile au Canada est resté stable au cours des dernières années, alors que les prix des données mobiles aux États-Unis, au Japon et en France sont à la baisse et que ceux de certains pays d'Europe connaissent une légère hausse, qui les laisse encore bien en dessous des prix exigés au Canada.

[10] **OCDE.** Page « Une concurrence plus efficace et une meilleure régulation sont nécessaires pour réduire les coûts élevés de l'itinérance pour données sur mobile, selon l'OCDE », OCDE, Paris, France, 8 juin 2011. [En ligne] http://www.oecd.org/fr/presse/uneconcurrencepluseficaceetunemeilleureregulationsontnecessairespourreduirelescoutselevesdelitinerancepourdonneessurmobileselonlocde.htm (page consultée le 25 mai 2013).
[11] **CDIP/PIAC.** *Op. cit.,* note 4.
[12] **NOWAK, Peter**. «Debunking the wireless myth busters, redux», blog WordsbyNowak, Canada, 18 mars 2013. [En ligne] http://wordsbynowak.com/2013/03/18/wireless-myths/ (page consultée le 16 mai 2013).
[13] **CRTC.** *Op. cit.,* note 9, page 170.

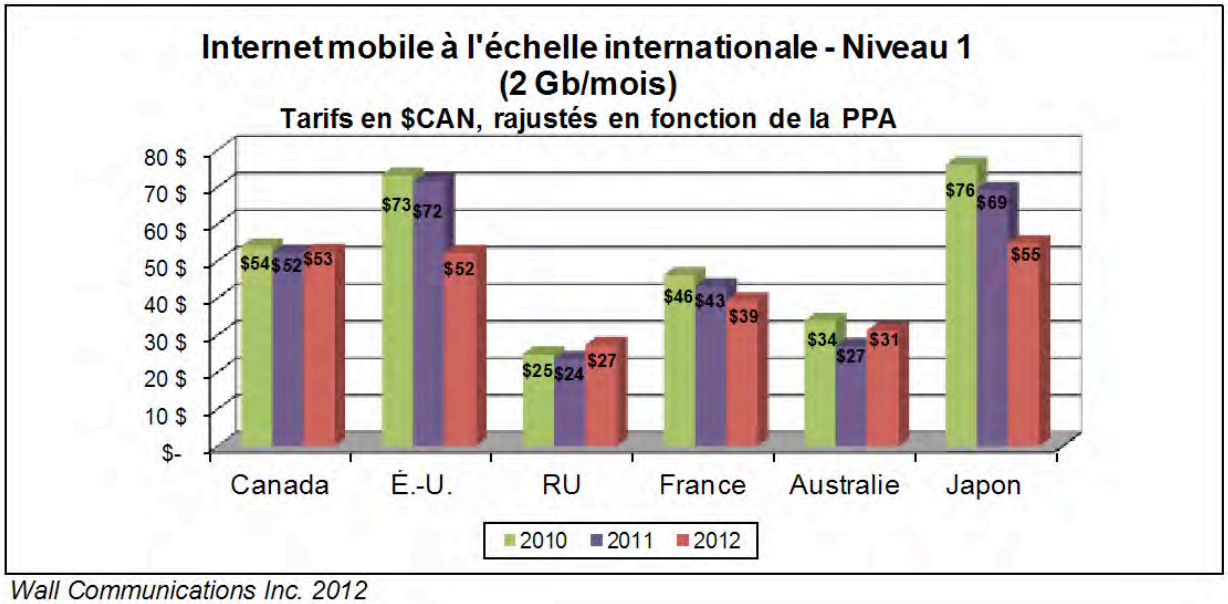
Illustration 1[14]

Comparaison des tarifs au Canada et à l'étranger – Mise à jour de 2012



Wall Communications Inc. 2012

Illustration 2[15]



Wall Communications Inc. 2012

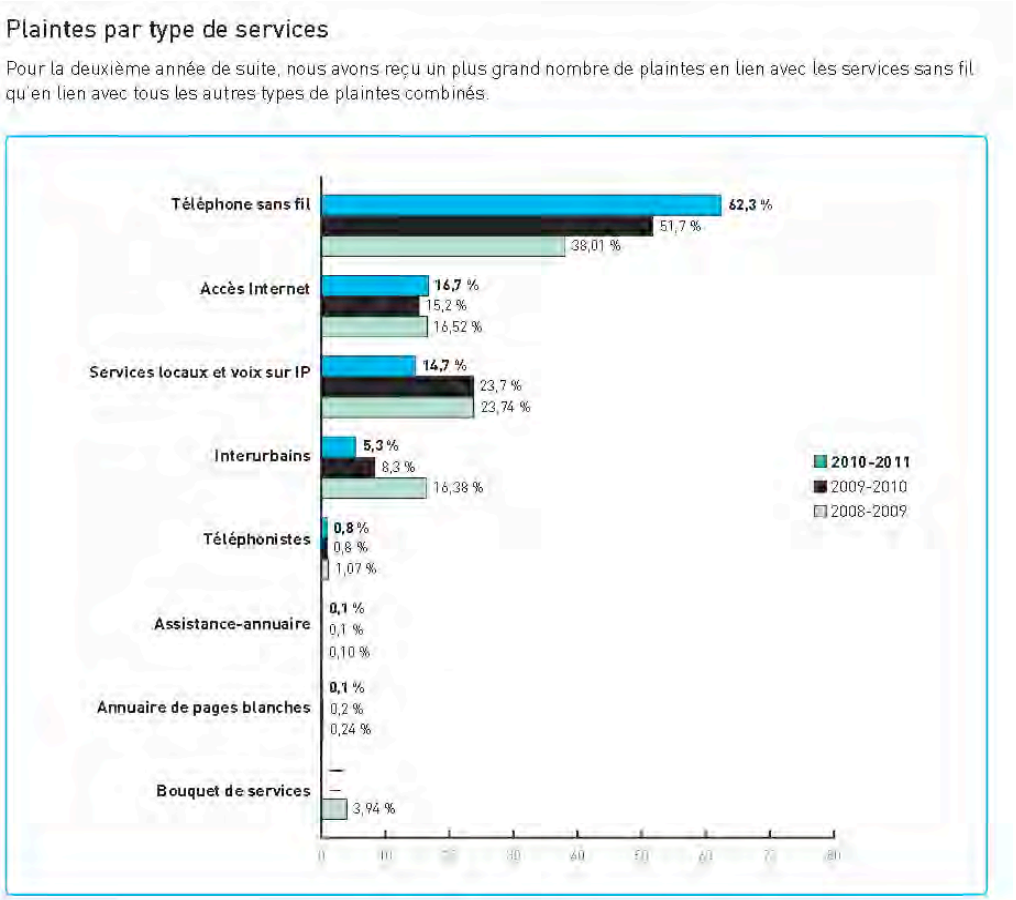
[14] **WALL COMMUNICATIONS INC.** «Comparaison des tarifs des services filaires Internet et sans fil offerts au Canada et à l'étranger», mise à jour 2012, Wall communications inc.. 6 avril 2012, Figure 4, Ottawa, Canada, 70 pages, p. 24. Disponible sur le site du CRTC [En ligne] http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp120406.pdf (document consulté le 18 avril 2013).

[15] *Ibid.* Figure 7, p. 38.

1.2 SERVICES SANS FIL : UNE IMPORTANTE SOURCE D'INSATISFACTION DES CONSOMMATEURS CANADIENS

Le nombre de plaintes de consommateurs en lien avec leurs services sans fil croît encore plus rapidement que les revenus de l'industrie. Depuis la création du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST) en 2008, le nombre de plaintes connaît une progression constante. Plus de 10 000 plaintes ont été reçues par le CPRST au cours de l'exercice 2011-2012, la majorité d'entre elles concernant des erreurs de facturation ou des différends contractuels. Notons également que plus de 60 % de ces plaintes concernaient les services sans fil, qui occupent une proportion toujours croissante des problèmes toujours plus nombreux soulevés par les consommateurs, tel que l'illustre le graphique ci-dessous.

Illustration 3[16]



[16] **COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TÉLÉCOMMUNCATIONS, (CPRST)**. «Rapport annuel 2010-2011», Statistiques détaillées sur les plaintes, CPRST, Ottawa, Canada, 2011, 45 pages, page 18. [En ligne] http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/CCTS-Rapport-Annuel-2011.pdf (Document consulté le 18 avril 2013).
Le rapport de 2011-2012 rapporte des statistiques semblables, pour l'année en cours seulement: Services sans fil: 60,2 %, Accès Internet: 18,0 %, Services locaux et voix sur IP: 17,4 % ; Interurbains: 4,7 %. Le CPRST mentionne à nouveau que «les clients se sont plaints des services sans fil plus que de tout autre service.»
CPRST. «Rapport annuel 2011-2012», CPRST, Ottawa, Canada, 2012, 48 pages, page 11. [En ligne] http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2011-2012/CPRST-Rapport-Annuel-2011-2012.pdf (Document consulté le 26 mai 2013).

Le nombre de problèmes soulevés par les consommateurs et qui concernent strictement les données mobiles semble relativement modeste par rapport au nombre total de plaintes dans le secteur des télécommunications ; le dernier rapport annuel du CPRST (2011-2012) en rapportait 264. Le CPRST a tout de même identifié les frais de données et les frais de bande passante comme étant l'une des principales sources de plaintes dans le cadre des signalements relatifs aux erreurs de facturation. On remarque également 211 plaintes pour des problèmes en lien avec les frais d'itinérance, ce qui peut vraisemblablement inclure plusieurs plaintes attribuables aux données mobiles en itinérance. Soulignons finalement 1683 plaintes en lien avec le prix des forfaits mensuels, ce qui pourrait également inclure des différends qui touchent aux tarifs applicables à Internet mobile[17].

Soulignons que le CPRST a également publié quelques données qualitatives pertinentes dans son rapport annuel de 2010, qui indique notamment que le Commissaire a reçu plusieurs plaintes liées à l'utilisation d'Internet mobile. Le CPRST explique que les consommateurs ne comprennent pas nécessairement ce que représentent les limites d'usage de leurs forfaits. Le rapport indique également que des consommateurs ne font pas confiance aux relevés d'utilisation des fournisseurs de services. Le CPRST se questionne donc également sur la pertinence de surveiller les pratiques des entreprises à cet égard, ou sur la nécessité de développer des outils d'information indépendants[18].

1.2.1 Plaintes reçues à l'étranger

Il faut prendre en considération, pour ce qui est de l'analyse des statistiques offertes par le CPRST, que l'organisme n'existe que depuis peu d'années, les consommateurs n'étant pas nécessairement au fait qu'un tel organisme peut traiter leurs plaintes. Le rapport 2011-2012 est également le premier à comptabiliser aussi précisément les plaintes des consommateurs concernant Internet mobile, ce qui peut expliquer le nombre peu élevé de plaintes rapportées à ce sujet. De plus, comme nous l'avons mentionné, le classement adopté par le CPRST fait en sorte qu'il peut être difficile de départager les sujets exacts sur lesquels portent les plaintes. Soulignons toutefois que malgré le jeune âge du CPRST, les tendances observées par le biais de ses statistiques se comparent à d'autres modèles.

Par exemple, l'ombudsman australien des télécommunications, le TIO, qui existe depuis une vingtaine d'années, et qui doit donc être davantage connu par les consommateurs, rapporte pour l'exercice 2011-2012 un total de 193 702 plaintes, soit près de 20 fois plus que celles qu'a comptabilisées le CPRST, pour une population qui ne représente que le deux tiers de celle du Canada. Le TIO rapporte 120 000 plaintes pour les services sans fil, soit 63% du total des plaintes reçues (une proportion semblable à celle que déclare le CPRST), dont 10 556 étaient en lien avec les services d'accès à Internet sur téléphone mobile, une hausse de 150% par rapport à l'année précédente[19]. De plus, un rapport de l'Australian Communications and Media Authority (ACMA) qui traite des sources d'insatisfaction des consommateurs indique que de nombreux citoyens doivent payer des montants imprévus parce qu'ils ne comprennent pas le

[17] **CPRST.** «Rapport annuel 2011-2012», CPRST, Ottawa, Canada, 2012, 48 pages, [En ligne] http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/CCTS-Rapport-Annuel-2011.pdf (document consulté le 26 avril 2013).
[18] **CPRST**. «Rapport annuel 2010-2011», «Sujets et tendances : Comprendre et mesurer l'utilisation de données», CPRST, Ottawa, Canada, 2011, 45 pages, page 25 et suivantes. [En ligne] http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/CCTS-Rapport-Annuel-2011.pdf (Document consulté le 18 avril 2013).
[19] **TELECOMMUNICATION INDUSTRY OMBUDSMAN (TIO).** «2012 Annual report, Preparing for the future», TIO, Victoria, Australie, 55 pages, page 18. [En ligne] http://www.tio.com.au/__data/assets/pdf_file/0011/107975/TIO-2012-Annual-Report.pdf (document consulté le 18 avril 2013).

mode de tarification employé par leurs fournisseurs, ou parce qu'ils sont incapables de faire un suivi efficace de l'utilisation de leurs services[20].

Il est plus difficile de trouver des statistiques précises sur les sources d'insatisfaction en France et aux États-Unis, qui ne disposent pas d'ombudsman des télécommunications publiant des rapports détaillés comme au Canada et en Australie. Les médias français ont toutefois traité à de nombreuses reprises du «bill shock» et l'ARCEP a également déjà produit des rapports sur les déficiences observées dans la concurrence pour les services de textos et de transfert de données, déplorant la rareté des forfaits de données sans limites d'utilisation et signalant que «doit *[sic]* être donné au consommateur les moyens de maîtriser sa dépense[21]». Chez nos voisins du Sud, une étude menée au sujet du «bill shock» par la Federal Communications Commission (FCC) révèle que 30 millions d'Américains, soit 17 % des adultes qui possèdent un cellulaire, auraient déjà subi une hausse du prix de leur facture mensuelle de services sans fil, sans avoir modifié leur forfait, et sans que leur fournisseur juge bon, pour environ 84 % d'entre eux, de les contacter.

> *88 % said their cell phone company did not contact them after their bill suddenly increased.*
> *84 % said their cell carrier did not contact them when they were about to exceed their allowed minutes, text messages, or data downloads[22].*

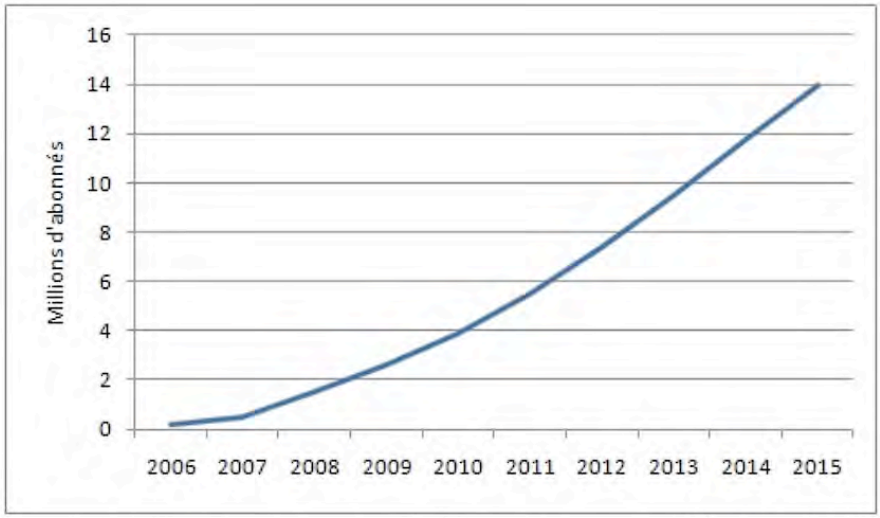
Une étude de Consumers Report menée auprès de plus de 58 000 consommateurs confirme également qu'un consommateur sur cinq aurait déjà reçu au moins une fois une facture plus élevée que prévu[23]. Le rapport de la FCC souligne les conséquences financières néfastes du «bill shock» : 67 % des consommateurs ayant porté plainte à ce sujet au FCC ont rapporté des frais de plus de 100 $, et 20 % d'entre eux des frais excédant 1000 $. L'organisme de régulation américain a identifié certaines causes fréquentes de ces hausses inattendues des factures mensuelles, notamment : les frais d'itinérance qui s'accumulent à l'insu du consommateur, les frais additionnels qu'entraîne l'utilisation excédentaire de services de voix, de textes et de données et les frais pour des options de données inclus avec l'achat de nouveaux téléphones, sans que le consommateur ne soit informé de cette inclusion[24].

[20] **AUSTRALIAN COMMUNICATIONS AND MEDIA AUTHORITY (ACMA).** « Reconnecting the Customer », ACMA, Sydney, Australie, sans date. [En ligne] http://engage.acma.gov.au/reconnecting/ (page consultée le 23 avril 2013).
[21] **AUTORITÉ DE RÉGULATION DES COMMUNICAITONS ÉLECTRONIQUES ET DES POSTES (ARCEP).** **«**Rapport sur les évolutions tarifaires des prestations de SMS et de transmission de données sur les réseaux de téléphonie mobile français», Bruxelles, Belgique, juillet 2008, 45 pages. http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/etude-tarifs-sms-juillet08.pdf (document consulté le 23 avril 2013).
[22] **HORRIGAN, John et Ellen SATTERWHITE**. «American perspectives on early termination fees and bill shock - Summary of Findings», FCC, Washington, États-Unis, 26 mai 2010, 14 pages. [En ligne] http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/DOC-298414A1.pdf (document consulté le 23 avril 2013).
[23] **CONSUMER FEDERATION OF AMERICA (CFA).** «Comments of the Center for Media Justice, Consumer Action, Consumer Federation of America, Consumers Union, Free Press, Media Access Project, National Consumers League, National Hispanic Media Coalition and New America Foundation Open Technology Initiative in response to notice of proposed rulemaking», CFA, Washington, États-Unis, 10 janvier 2011, 10 pages. [En ligne] http://www.consumerfed.org/pdfs/NCL_et_al_Bill_Shock_Comments_01102011.pdf (document consulté le 23 avril 2013).
[24] **FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION (FCC).** «Federal Communications Commission Consumer and Governmental Affairs Bureau White Paper on Bill Shock», FCC, Washington, États-Unis, 13 octobre 2010, 6 pages. [En ligne] http://transition.fcc.gov/stage/Bill-Shock-White-Paper.pdf (document consulté le 23 avril 2013).

1.3 DONNÉES MOBILES : PORTRAIT D'UN MARCHÉ EN PLEIN ESSOR

Même si le nombre important de plaintes attribuables à des factures surprises ici et ailleurs trouve notamment sa source dans l'utilisation d'Internet mobile, les consommateurs utilisent ces services dans une proportion de plus en plus grande. Selon la firme Abi Research, le transfert de données mobiles généré par le réseau 4G devrait progresser de 207 % en 2013 seulement[25]. Cette gourmandise pour les services d'accès à Internet mobiles s'observe de façon nette sur le territoire canadien. Selon un rapport produit pour le compte du CRTC, le développement du réseau mobile a eu un impact positif sur le développement de la demande des consommateurs pour les services d'accès à Internet. Le document indique que 37 % des utilisateurs de téléphones mobiles canadiens disposeraient d'un plan de données leur permettant l'accès à Internet par le biais du réseau de leur fournisseur de services sans fil. Parmi les utilisateurs de téléphones intelligents, ce chiffre grimperait à 80 %. Les projections ci-dessous sont pour le moins révélatrices de la popularité croissante de ces services :

Illustration 4
Nombre prévu d'abonnements aux services internet mobiles au Canada de 2006 à 2015[26]



Source : PricewaterhouseCoopers, *Global Entertainment and Media Outlook : 2011-2015*, juin 2011

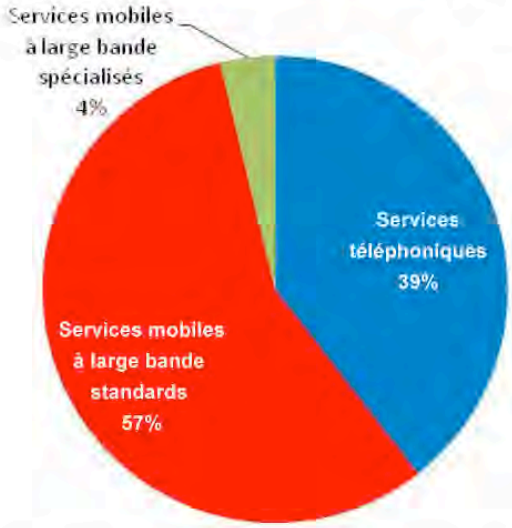
[25] **AGENCE FRANCE-PRESSE.** «Le trafic lié à la 4G multiplié par trois cette année», La Presse, Montréal, Canada, 19 mars 2013. [En ligne] http://techno.lapresse.ca/nouvelles/internet/201303/19/01-4632345-le-trafic-lie-a-la-4g-multiplie-par-trois-cette-annee.php (page consultée le 13 mars 2013).

[26] **CRTC.** «Naviguer dans les eaux de la convergence II : Tableau des changements au sein de l'industrie des communications canadiennes et des répercussions sur la réglementation», figure 8, CRTC, Ottawa, Canada, 18 août 2011. [En ligne] http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp1108.htm (page consultée le 9 avril 2013).

Les données mobiles comptent maintenant pour une part très importante des revenus que génèrent pour les fournisseurs les services sans fil. Les revenus attribuables à l'accès à Internet via le réseau mobile d'un fournisseur de services de télécommunications excéderaient désormais, selon certaines sources, les revenus générés par les services de voix[27].

Illustration 5[28]

Pourcentage des revenus des services mobiles, par forfait (2011)



- On entend par abonnés de services mobiles à large bande standards les utilisateurs propriétaires d'un téléphone intelligent, d'un concentrateur réseau (« Rocket ») ou d'un téléphone cellulaire ordinaire ayant un abonnement à un forfait téléphonique et de transmission de données. Les services mobiles à large bande standards incluent par exemple les forfaits BlackBerry (réseautage social illimité, courriel illimité, forfaits ordinaires fondés sur des tranches données ou forfaits personnalisés fondés sur des tranches données). Les forfaits de téléphonie cellulaire avec navigation seulement sont exclus.
- On entend par abonnés de services mobiles à large bande spécialisés les utilisateurs qui s'abonnent à des services de données spécialisés sur un réseau mobile et qui les achètent séparément des services de téléphonie, soit à titre de service autonome (modem ou clé électronique), soit à titre de forfait de données complémentaire au service de téléphonie, nécessitant ainsi un autre abonnement.

Source : Données recueillies par le CRTC

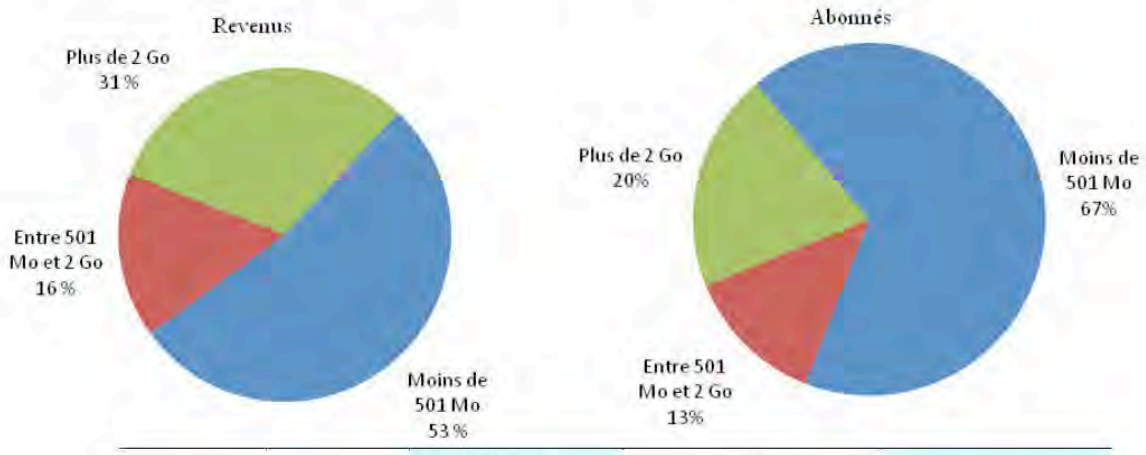
Il est également intéressant de constater que les forfaits ou options de données pour lesquelles les fournisseurs engrangent le plus de revenus sont ceux qui comportent les limites d'utilisation les plus basses, soit des forfaits moins chers, choisis par la majorité des consommateurs, mais aussi plus susceptibles d'entraîner pour les consommateurs des frais de dépassement inattendus et onéreux si le dépassement est important.

[27] **CRTC.** «Rapport de surveillance des communications 2012», *op. cit.,* note 9, graphique 5.5.10.
D'autres sources, notamment l'analyse de Peter Nowak, arrive à des estimations inférieures à 50 %. Son analyse, basée sur des données publiées par le Scotia Capital Report, indique tout de même que les revenus attribuables aux données mobiles excèdent 35 %.

[28] *Ibid.*

Illustration 6[29]

Revenus du forfait de données mobiles, des abonnements et revenus mensuels moyens par abonné et par capacité de forfait (2011)



Capacité :	Moins de 501 Mo	Entre 501 Mo et 2 Go	Plus de 2 Go
Revenus moyens par abonné par mois ($)	39	58	75

- Les forfaits de données uniquement comprennent les appareils d'accès intégrés et portables comme les concentrateurs, les clés USB, les clés électroniques, les ordinateurs portables, etc.

Source : Données recueillies par le CRTC

Si plusieurs études semblent démontrer que la large bande permet d'accroître la productivité des entreprises en plus d'être profitable pour des fins éducatives, de santé, etc.[30], les consommateurs résidentiels optent pour cette méthode d'accès à Internet essentiellement pour se divertir et pour rester en contact avec leurs proches. Le prix semble évidemment avoir une incidence sur les habitudes de consommation des utilisateurs, mais l'utilisation d'Internet sur les appareils mobiles a également tendance à croître au fur et à mesure que l'utilisateur se familiarise avec ce type de service[31].

Plusieurs utilisateurs voient un avantage certain au fait de souscrire à une option de données. L'accès à Internet par les réseaux des fournisseurs de services sans fil (FSSF) est mobile, permettant ainsi aux utilisateurs de se connecter où qu'ils soient, à condition bien sûr d'être à un endroit où l'appareil peut capter le réseau du fournisseur, ce qui s'avère moins restrictif que le fait de rechercher un réseau Wi-Fi ouvert. Mais la popularité croissante de l'utilisation d'Internet mobile est aussi attribuable au fait que les possibilités de consommation de bande passante sur les réseaux sans fil évoluent très rapidement, au fur et à mesure que les appareils

[29] **CRTC.** «Rapport de surveillance des communications 2012», *op. cit.,* note 9, graphique 5.5.7.
[30] **BROANDBAND COMMISSION.** «The State of Broadband 2012 : Achieving Digital Inclusion for All», Broadband Commission, Paris, France, septembre 2012, 100 pages. [En ligne] http://www.broadbandcommission.org/Documents/bb-annualreport2012.pdf (page consultée le 17 mai 2013).
[31] **RAHMATI, Ahmad et Lin ZHONG.** «A Longitudinal Study of Non-Voice Mobile Phone Usage by Teens from an Underserved Urban Community», Rice University, Sunnyvale, Californie, États-Unis, 2010, 10 pages. [En ligne] Disponible sur le site de la Cornell University http://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1012/1012.2832.pdf (document consulté le 19 avril 2013).

intelligents et les applications mobiles offertes gagnent en variété et en sophistication. La multiplication des appareils qui permettent l'accès à Internet peut aussi être un facteur causal de cette popularité croissante. En effet, si les téléphones intelligents sont les plus nombreux à se connecter aux réseaux mobiles, il faut aussi prendre en considération l'usage de plus en plus répandu des tablettes ainsi que la multiplication annoncée d'appareils de toute sorte qui se connecteront à un réseau et entre eux —pour la synchronisation et la domotique, par exemple— pour garantir leur efficacité[32]. Bref, au fur et à mesure que l'offre de service croît et se diversifie, la demande pour ce type de service est en augmentation, l'augmentation de la demande incite à la diversification de l'offre, le cycle de développement de ce service s'apparentant à celui d'un cercle vertueux. Par contre, la diversification des appareils qui se connectent à Internet et leur popularité croissante crée une vague de questionnements quant à leur impact sur la consommation de bande passante.

1.3.1 Internet mobile : utilisation de la bande passante extrêmement variable

Tout d'abord, il faut prendre en considération que plus un appareil est petit, plus sa consommation de bande passante se trouvera réduite. Ainsi, un ordinateur connecté au moyen d'une clé USB d'accès Internet risque de consommer plus de bande passante qu'une tablette ou qu'un téléphone portable, puisque l'ordinateur permet de s'adonner simultanément à plusieurs activités qui utilisent la bande passante – quoique la prolifération des contenus vidéo et audio en continu rend maintenant très aisée la consommation de centaines de mégaoctets sur un téléphone intelligent[33]. Une tablette connectée à un réseau sans fil utilisera vraisemblablement une quantité de données inférieure à un ordinateur connecté au moyen d'une clé USB d'accès à Internet, mais transférera tout de même habituellement trois fois plus de données qu'un téléphone intelligent[34].

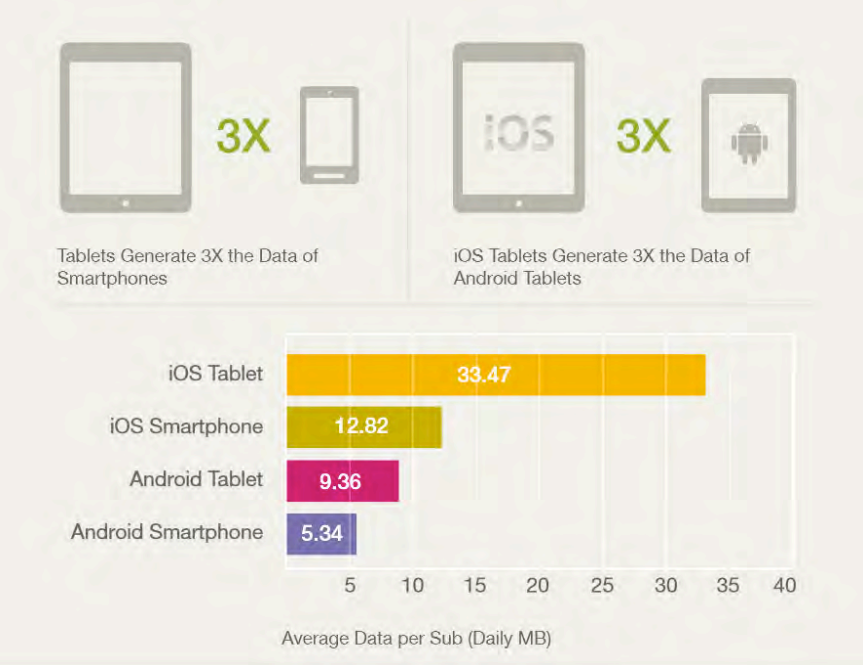
On constate également qu'à l'intérieur d'une même catégorie d'appareils, la consommation de bande passante peut varier considérablement ; la conception même de chaque téléphone intelligent et tablette a une influence sur sa consommation de données, comme le démontre le tableau illustré ci-après, qui fait une recension comparative de la consommation de données de différents appareils et d'appareils utilisant différents logiciels.

[32] **SPACE DAILY STAFF WRITERS.** «Research suggests people willing to interact with more 'smart' objects Daily», Space Daily, University Park, Pennsylvanie, États-Unis, 1er mai 2013, [En ligne] http://www.spacedaily.com/reports/Research_suggests_people_willing_to_interact_with_more_smart_objects_999.html (page consultée le 16 mai 2013).

[33] **IGR.** «New iGR Study Forecasts the Global Mobile Data Traffic Will Reach 7 Million Terabytes per Month by 2016», IGR, Austin, Texas, États-Unis, 27 juin 2012. [En ligne] disponible sur le site de MarketWire. http://www.marketwire.com/press-release/new-igr-study-forecasts-global-mobile-data-traffic-will-reach-7-million-terabytes-per-1674074.htm (page consultée le 19 avril 2013).
IGR. Compte rendu de la recherche de IGR, « Global Mobile Data Traffic Forecast, 2011 – 2016: Up, up, and up some more. », 2e trimestre, IGR, Austin, Texas, États-Unis, 2012, 8 pages. [En ligne] Disponible sur le site de MarketWired. https://igr-inc.com/Downloads/?ID=883&TOC=1 (document consulté le 26 mai 2013).

[34] **CITRIX BYTES MOBILE.** «Mobile Analytics Report.», Citrix Bytes Mobile, Sydney, Australie, février 2013, 9 pages. [En ligne] http://www.bytemobile.com/docs/Bytemobile_Mobile_Analytics_Report_Feb2013.pdf (document consulté le 19 avril 2013)

Illustration 7[35]
Consommation de données mobiles :
téléphones intelligents vs. tablettes, iOS vs. Android



Outre l'appareil et le système d'exploitation, soulignons également que la gourmandise en quantité de données de certaines applications mobiles peut varier, même pour des usages très similaires. Par exemple, l'application mobile de vidéo en continu YouTube consomme moins de bande passante que l'application de vidéo en continu Netflix, et, parmi les applications d'écoute de musique, Pandora est moins gourmande que Spotify. Pour ce qui est des réseaux sociaux, Twitter serait l'application la plus raisonnable pour ce qui est de la bande passante nécessaire au partage de photos[36].

Il n'est donc pas nécessairement facile pour le consommateur de prédire sa consommation de données mobiles. Cela l'est d'autant moins que certains usages à partir d'une connexion résidentielle ne consommeraient pas nécessairement la même quantité de bande passante que les mêmes usages à partir d'applications mobiles. Notons par exemple, que le rapport de surveillance des communications du CRTC soulignait en 2012[37] que Netflix consommerait moins de bande passante que YouTube (à des résolutions comparables), l'inverse que ce qui semble avoir été observée dans le cadre de l'étude terrain de PCWorld que nous avons mentionnée ci-haut.

[35] *Ibid.,* page 4.
[36] **ASHPARI, Zophra.** «Which Smartphone Apps are the Biggest Data Hogs?», PC World, San Francisco, Californie, États-Unis, 18 mars 2012. [En ligne] http://www.pcworld.com/article/252009/which_smartphone_apps_are_the_biggest_data_hogs_.html (page consultée le 19 avril).
[37] **CRTC.** «Rapport de surveillance des communications 2012», *op. cit.,* note 9, tableau 4.5.2.

De plus, certaines applications peuvent se connecter au réseau mobile de façon automatique, sans que l'utilisateur en soit conscient, pour faire des mises à jour ou télécharger du nouveau contenu ; ce type de transfert de données en arrière-plan semble être une cause fréquente de mauvaises surprises auprès des consommateurs qui ignorent qu'ils doivent éteindre toutes les applications qui sont susceptibles de transférer des données ou, mieux encore, désactiver l'accès au réseau mobile sur leur appareil dès qu'ils cessent de l'utiliser[38].

En effet, plusieurs détails au sujet de la consommation de données mobiles sont découverts par le nouvel utilisateur, qui constatera par exemple que l'accès à Internet mobile est activé par défaut sur les téléphones mobiles, et que certaines applications peuvent accéder automatiquement (c'est-à-dire sans aviser l'utilisateur) au réseau mobile, ce qui engendrera des frais si le consommateur n'a pas de données mobiles incluses à son forfait ou, si son forfait n'inclut qu'une quantité très limitée de données mobiles.

Soulignons de plus que le type de réseau mobile peut également avoir une influence sur la consommation de données. Une session sur un réseau 4G peut utiliser plus de données mobiles qu'un usage similaire sur le réseau 3G. De multiples facteurs peuvent expliquer cela, notamment le fait que certains usages consommeront une quantité de données qui variera et s'ajustera en fonction de la vitesse du réseau. Le fait qu'un réseau plus rapide peut logiquement accélérer l'expérience de navigation et le nombre de téléchargements dans un laps de temps donné pourra aussi, simplement, entraîner l'utilisateur à consommer plus de données.

Cela dit, notre objectif n'est pas ici d'identifier quels appareils, quelles applications ou quels comportements permettent à l'utilisateur de consommer moins de bande passante, mais plutôt de constater à quel point un nombre important de facteurs peuvent influencer la consommation de données d'un appareil et à quel point il peut ainsi s'avérer difficile d'évaluer la quantité de données utilisées en fonction des usages.

1.4 DONNÉES MOBILES : ATTENTION AUX USAGES GOURMANDS

Évidemment, impossible de parler de la consommation de bande passante sur le réseau mobile sans traiter du facteur le plus important, soit les habitudes de consommation des utilisateurs, qui sont bien sûr extrêmement variées.

Si l'accès à Internet sur un téléphone mobile avant l'essor des téléphones intelligents se résumait à une navigation sur des sites Internet au graphisme très limité et à une expérience générale plus ou moins satisfaisante et conviviale, les téléphones mobiles peuvent, à l'heure actuelle, remplacer à maints égards un ordinateur de bureau ou même, dans certains cas, la télévision. En effet, parallèlement à l'évolution des réseaux, les applications disponibles sur les appareils mobiles sont devenues de plus en plus diversifiées et sophistiquées.

Une étude réalisée au Royaume-Uni en 2011 et portant sur les applications mobiles les plus populaires offre quelques pistes de réflexion intéressantes. Par exemple : les applications mobiles (toutes catégories confondues) consommeraient en général en moyenne 0,89 mégaoctet en cinq minutes, et plus de 10 mégaoctets à l'heure. Un utilisateur modéré pourrait

[38] **TOFEL, Kevin C.** «Data Hungry Mobile Apps Eating into Bandwidth Use», Gigaom, New York, États-Unis, 19 mai 2011. [En ligne] http://gigaom.com/2011/05/19/data-hungry-mobile-apps-eating-into-bandwidth-use/ (page consultée le 19 avril).

s'attendre à consommer un peu plus d'une centaine de mégaoctets par mois, et 1,4 gigaoctet par année.

Il faut toutefois relativiser ces estimations, certaines applications étant beaucoup plus gourmandes : certaines pourront en effet consommer plus de 100 mégaoctets en une heure seulement[39]. Le type d'application et le type d'usage ont une influence capitale sur la consommation de données mobiles.

Force est de constater que l'un des usages qui consomment le plus de données est la vidéo en continu. En effet, le déploiement des réseaux LTE[40] et la remarquable résolution de l'image qui est maintenant possible sur certains appareils, notamment sur certaines tablettes, peuvent mener à la consommation excessivement rapide des données qui seront incluses dans un forfait : sur une tablette, une heure seulement de vidéo en haute définition sur le réseau 4G pourrait utiliser jusqu'à 2 gigaoctets[41] ! Une étude terrain réalisée par un média spécialisé, PCWorld, démontre que le fait de regarder 10 minutes de vidéo par jour seulement sur YouTube pourrait résulter en une consommation de 1 gigaoctet en moins d'un mois[42]. La popularité de la vidéo sur mobile pourrait, selon certaines sources, avoir un impact sur la congestion du réseau. À l'heure actuelle, même si un seul utilisateur de données mobiles sur cinq visionne de la vidéo en continu, le contenu vidéo serait tout de même responsable de plus de 50 % du trafic sur le réseau[43].

Une foule de références et de tableaux sont offerts par les fournisseurs de services sans fil (FSSF) pour aider les consommateurs à estimer leur utilisation ; notre analyse, au chapitre 3, illustrera comment ces sources d'information sont souvent trop incomplètes pour permettre à un consommateur d'évaluer efficacement ses besoins. Aux fins de référence, nous présentons tout de même ici un tableau qui vise à donner une idée approximative de la consommation de données en fonction de certains usages. Le tableau suivant est également représentatif du type de limites d'utilisation qui peuvent être imposées par les fournisseurs, des limites bien inférieures à celles qui s'appliquent à une connexion Internet résidentielle.

[39] **MCGRATH, Andrew.** « Apps driving mobile data traffic growth», Virgin Media Business, Hook, Royaume-Uni, 18 mai 2011. [En ligne] http://www.virginmediabusiness.co.uk/News-and-events/Business-blog/2011/Apps-driving-mobile-data-traff/ (page consultée le 19 avril 2013).

[40] La norme LTE (Long Term Evolution), l'évolution la plus récente en téléphonie mobile, offre, en 4e génération (G4 LTE), une vitesse maximale théorique de près de quatre fois celle des réseaux HSPA+ (Evolved High-Speed Packet Access) actuels (150 Mbit/s vs. 42 Mbit/s) ; on annonce déjà une norme 5 qui porterait la vitesse théorique à 300 Mbit/s.
Voir :
RENALD. « Dossier : tout savoir sur la 4G LTE. », Le journal du Geek, Sydney, Australie, 19 mars 2013. [En ligne] http://www.journaldugeek.com/2013/03/19/dossier-4g-lte/ (page consultée le 19 avril 2013).

[41] **DOLCOURT, Jessica**. «Caution: Streaming video will chew through your 4G iPad data», Cnet, San Francisco, États-Unis, 13 mars 2013. [En ligne] http://news.cnet.com/8301-13579_3-57396311-37/caution-streaming-video-will-chew-through-your-4g-ipad-data/ (page consultée le 19 avril 2013).

[42] **ASHPARI, Zophra.** «Which Smartphone Apps are the Biggest Data Hogs?», *op. cit.,* note 36.

[43] **CITRIX BYTES MOBILE.** «Mobile Analytics Report.», *op. cit.,* note 34.

Illustration 8[44]
Combien puis-je télécharger?

Type de fichier	Taille de fichier approximative	Plan de données 200MB Quantité	Plan de données 1GB Quantité	Plan de données 3GB Quantité	Plan de données 5GB Quantité	Plan de données 10GB Quantité
Courriel (sans pièce jointe)	3 KB	66,667	333,333	1,000,000	1,666,667	3,333,333
Document Word	70 KB	2,857	14,286	42,857	71,429	142,857
Image (basse résolution)	500 KB	400	2,000	6,000	10,000	20,000
Présentation PowerPoint	3 MB (3,000 KB)	67	333	1,000	1,667	3,333
Chanson (3 minutes)	3 MB (3,000 KB)	67	333	1,000	1,667	3,333
Vidéo YouTube (3 minutes)	15 MB (15,000 KB)	13	67	200	333	667
Téléchargement émission télé (30 minutes)	350 MB (350,000 KB)	1	3	9	14	29
Téléchargement film (2 heures)	700 MB (700,000 KB)	0	1	4	7	14
Téléchargement émission télé HD (1280P) (30 min.)	2,200 MB (2,200,000 KB)	0	0	1	2	5
Téléchargement film HD (1280P) (2 heures)	2,250 MB (2,500,000 KB)	0	0	1	2	4
Radio Web	1 MB/minute	200 minutes	1000 minutes	3,000 minutes	5,000 minutes	10,000 minutes
Téléphonie IP	5.4 MB/minute	37 minutes	185 minutes	555 minutes	925 minutes	1851 minutes

Sources: International Electrotechnical Commission (IEC), IMDB, Sprint, Amazon VOD | *GUIDE: 1,000 Kilobytes (KB) = 1 Megabyte (MB); 1 Gigabyte (GB) = 1,000 MB*

Les données très approximatives qui apparaissent au tableau qui précède permettent tout de même de constater que la consultation des courriels ne nécessite que très peu de kilooctets, à condition qu'ils ne contiennent pas de pièce jointe (on retiendra que chaque image intégrée dans un courriel – un logo ou un thème, par exemple – constituera une pièce jointe. Un consommateur dont la limite d'utilisation est plutôt basse voudra logiquement limiter l'utilisation de systèmes de voix sur IP, de la vidéo en continu et le téléchargement de musique, et voudra carrément éviter toute forme de visualisation ou de téléchargement de contenu en haute définition (HD).

En somme, une variété de critères influencent la consommation de données d'un individu : le type de réseau, le type d'appareil, le système d'exploitation employé par l'appareil, les applications utilisées, la fréquence et la durée de leur utilisation, etc. Il serait excessivement complexe d'analyser avec plus de précision la quantité de données consommées en fonction des usages. Pour le consommateur, le moyen le plus fiable et le plus facile d'avoir accès à une telle information est sans doute de recourir aux outils permettant de mesurer l'usage relativement en temps réel, qu'il s'agisse d'information disponible par le biais d'applications mobiles, ou d'information sur le site Web d'un fournisseur de service, par exemple. Cette méthode est non seulement plus fiable que le fait d'estimer son utilisation, mais également plus conviviale, puisqu'elle n'exige pas nécessairement du consommateur qu'il connaisse avec précision la quantité approximative de données consommées en fonction des usages (et qu'il

[44] **SULLIVAN, Mark.** «Mobile Data Plan Limits : How Much Can I Download?», PC World, San Francisco, Californie, États-Unis, 14 décembre 2010. [En ligne] http://www.pcworld.com/article/213587/mobile_data_plan_limits_how_much_can_i_download.html (page consultée le 19 avril 2013).

tienne le compte au fil du mois de sa consommation cumulative). C'est notamment pour cette raison que les différents législateurs et régulateurs qui ont décidé de réglementer l'information qui doit être offerte aux utilisateurs de services sans fil ont priorisé à différents degrés la standardisation des outils de gestion de l'utilisation que les fournisseurs sont tenus de mettre à la disposition de leurs abonnés, plutôt que de simplement les obliger à présenter une information documentaire plus précise qui porterait spécifiquement sur la quantité de données à prévoir pour l'utilisation de fonctions précises. Nous donnerons plus de détails sur ces outils de gestion de l'utilisation dans les chapitres qui suivent.

1.5 GRANDEURS ET MISÈRES DES LIMITES D'USAGE

Multiplication des appareils, multiplication des usages, augmentation constante de la demande ; il n'y a nul doute que le fait de gérer l'offre et la demande des services sans fil mobiles puisse être un casse-tête et une source d'anxiété pour certains fournisseurs, qui craignent la congestion du réseau. Si certaines études prêchent pour une gestion plus efficiente des ressources disponibles, au moyen de la conception d'appareils et d'applications efficaces sur le plan de la consommation de données[45], nous constatons que le fardeau financier qu'a pu entraîner le développement du réseau semble avoir été transféré aux consommateurs. Ces derniers doivent payer pour l'accès au réseau en fonction de leur utilisation, et plus particulièrement en fonction de la quantité de données transférées. L'accès à Internet mobile comporte des limites d'utilisation inférieures aux limites imposées dans le cadre de services d'accès à Internet résidentiel, et les frais d'utilisation excédentaires tendent également à être beaucoup plus élevés, ce qui peut provoquer chez les utilisateurs de fort désagréables surprises.

Ce modèle de tarification a été critiqué à maintes reprises, puisqu'il pénalise financièrement une quantité importante d'utilisateurs, même si leur usage ne provoque pas de congestion du réseau et, donc, n'entraîne pas de coûts supplémentaires importants pour le fournisseur[46]. Bref, qu'il y ait ou non embouteillage sur le réseau mobile, les fournisseurs de services ont implanté de façon généralisée une tarification des données mobiles qui semble avoir pour but de limiter, en imposant des barrières économiques, l'utilisation du réseau, et sans aucun doute de maximiser inconsidérément leurs marges de profits[47]. Si les consommateurs canadiens, dans la grande majorité des cas, ont l'habitude depuis plusieurs années de ces limites de téléchargement imposées par les fournisseurs de services, notamment sur le réseau sans fil, le plafonnement graduel de l'usage, aux États-Unis, a suscité une vague de vif mécontentement. Un survol de certains problèmes en sol américain permet de mieux comprendre certains débats entourant l'imposition et la gestion des limites d'usage d'Internet mobile.

[45] **RYSAVY RESEARCH**. «Mobile Broadband Capacity Constraints And the Need for Optimization», Rysavy Research, Hood River, Oregon, États-Unis, 24 février 2010, 31 pages. [En ligne] http://www.rysavy.com/Articles/2010_02_Rysavy_Mobile_Broadband_Capacity_Constraints.pdf (document consulté le 19 avril 2013).

[46] **HA, Sangtae et al.** «TUBE: Time-Dependent Pricing for Mobile Data», Université de Princeton, New jersey, États-Unis, 2012, 12 pages. [En ligne] http://www.princeton.edu/~chiangm/TUBEsigcomm.pdf (document consulté le 19 avril 2013).

[47] Se rapporter au tableau de l'illustration 6, page 18.

1.6 LIMITES D'UTILISATION : DÉBATS À L'ÉTRANGER

Au cours des dernières années, plusieurs consommateurs américains ayant des plans de données sans limites d'utilisation se sont plaints que leurs fournisseurs avaient tendance à réduire la vitesse du réseau après un certain seuil d'utilisation, à un point tel qu'on les soupçonnait de vouloir forcer les clients à se tourner vers des options de données avec une limite d'utilisation. La vitesse normale de navigation accessible avec un forfait illimité était en effet réduite à une vitesse inférieure à celle que permettaient les forfaits comportant de limites d'usage. Pire, les limitations de vitesse étaient appliquées à compter d'un niveau de consommation inférieur à celui qui était permis dans le cadre d'un forfait avec une limite d'usage.

Les fournisseurs invoquaient plusieurs raisons pour justifier cette pratique, notamment les préoccupations concernant la gestion du réseau[48]. Pourtant, certaines études semblent confirmer que la majorité des consommateurs abonnés à des forfaits illimités consomment à peine plus de données que ceux qui sont abonnés à des forfaits qui comportent une limite d'usage[49]. Certaines sources indiquent plutôt que les fournisseurs américains ont implanté des limites d'usage en vue de financer le développement de leurs réseaux LTE[50]. La pression exercée par les consommateurs a toutefois forcé certains fournisseurs, notamment AT&T, à réviser légèrement leur pratique et à hausser le seuil au-delà duquel la compagnie s'autorise à ralentir la vitesse de navigation de ses clients[51].

1.6.1 Controverses liées à l'information et au suivi de l'utilisation

L'usage d'un accès limité à Internet entraîne certains problèmes, causés notamment par le manque de précision des outils de mesure d'utilisation. Une étude américaine est arrivée à la conclusion que de nombreux consommateurs paient en moyenne pour une consommation 5 à 7 % supérieure à leur utilisation réelle. En effet, puisque le fonctionnement de certaines applications ne permet pas de tenir compte de la quantité de paquets perdus lors des communications de données, les utilisateurs qui consomment des contenus audio et vidéo en continu, de même que ceux qui utilisent le service dans une région où la qualité de la couverture n'est pas optimale, sont particulièrement défavorisés et paient pour une utilisation de laquelle ils n'ont pas profité[52].

[48] **GREENFIELD, Rebecca.** «The Unlimited Data Plan Dream is Dead», The Atlantic Wire, Washington DC, États-Unis, 16 mai 2012. [En ligne] http://www.theatlanticwire.com/technology/2012/05/unlimited-data-plan-dream-dead/52429/ (page consultée le 22 avril 2013).

[49] **SCOTT H.** «So, um, why exactly do carriers throttle the top 5% of data users again?», PhoneArena, Bulgarie, 23 février 2012. [En ligne] http://www.phonearena.com/news/So-um-why-exactly-do-carriers-throttle-the-top-5-of-data-users-again_id27194 (page consultée le 19 avril).

[50] **YU, Rogers.** «Verizon Wireless to End Unlimited Data Plan», USA Today, McLean, VA, États-Unis, 17 mai 2012. [En ligne] http://usatoday30.usatoday.com/tech/news/story/2012-05-16/verizon-wireless-unlimited-data/55028254/1 (page consultée le 22 avril 2013).

[51] **GOMBOSSY, George**. «AT&T Backs Away From Throttling Unlimited Data Plans», CTWatchdog, Rank, États-Unis, 1er mars 2012. [En ligne] http://ctwatchdog.com/finance/att-backs-away-from-throttling-unlimited-data-plans (page consultée le 19 avril).

[52] **PENG, Chunyi et al.** «Can We Pay for What We Get in 3G Data Access?», University of California, Los Angeles, États-Unis, août 2012, 12 pages. [En ligne] http://www.cs.ucla.edu/~chunyip/publications/mobicom12-peng-accounting.pdf (document consulté le 19 avril 2013).

Un recours collectif a été intenté contre l'entreprise AT&T, au motif que des utilisateurs d'iPad et de iPhone se voient facturer systématiquement pour une utilisation supérieure à leur consommation réelle (de surcharges de 7 à 14 %, et dans quelques cas plus rares, jusqu'à 300 %). Les plaignants ont fait la démonstration que la désactivation de tous les usages susceptibles d'accéder à l'Internet mobile sur les appareils, et ce, pendant plusieurs jours, entraînait quand même la facturation de frais de données[53]. Une situation similaire s'est produite avec le fournisseur Verizon, qui a choisi de sa propre initiative de rembourser les consommateurs qui se sont fait facturer des frais de données malgré le fait qu'ils n'avaient pas utilisé Internet mobile – un remboursement de 30 à 50 millions de dollars répartis entre les 15 millions de clients du fournisseur[54].

Ainsi, force est de constater que plusieurs éléments techniques sont à la source de frais d'utilisation non justifiés, de nombreuses plaintes provenant du fait que les techniques employées pour mesurer l'utilisation et facturer le client en conséquence peuvent aisément faire l'objet d'inexactitudes. Si l'information que nous possédons a été récoltée au moyen d'enquêtes sur les techniques des FSSF américains et non des fournisseurs canadiens, l'expérience à l'étranger nous incite à recommander la plus grande vigilance aux consommateurs canadiens.

Outre les problèmes de fiabilité liés au suivi de l'utilisation, la disponibilité des outils qui permettraient aux consommateurs de gérer leur utilisation ne semble pas suffisante pour satisfaire à la demande ou à leurs besoins. Ce type d'outil n'est pas nécessairement préinstallé dans tous les appareils ; il revient aux fabricants et aux fournisseurs de services de déterminer quels outils ils installent par défaut sur les appareils de leurs clients. Certains utilisateurs futés et nouvellement propriétaires d'un appareil intelligent connecté au réseau sans fil auront peut-être lu au sujet du fonctionnement des données mobiles et de l'importance de surveiller sa consommation, et cherché des moyens d'effectuer adéquatement cette surveillance: ils pourront tenter de trouver des solutions, par exemple, en lisant la documentation offerte par le fournisseur, des articles en ligne qui portent sur le sujet, ou en faisant une recherche dans un magasin d'applications mobiles. En somme, à l'heure actuelle, la responsabilité de doter chaque appareil d'outils fiables pour contrôler et gérer l'utilisation d'Internet mobile revient en grande partie aux consommateurs, et ce, malgré le fait que les commerçants n'informeront pas nécessairement les consommateurs de leur importance.

Indiquons également qu'une quantité imposante d'information et de modalités de service qui concernent les limites d'usage imposées pour l'utilisation d'Internet mobile doit être transmise aux consommateurs pour qu'ils puissent prendre connaissance du prix réel du service auquel ils souscrivent et des conditions qu'ils doivent accepter pour surfer sur le réseau d'un FSSF. Les problèmes relatifs à la disponibilité de cette information sont ceux qui ont retenu l'attention des régulateurs australiens. En effet, l'Australian Communications and Media Authority (ACMA) a notamment souligné que le matériel utilisé par l'industrie pour expliquer la nature des services sans fil offerts n'était pas adéquat, puisqu'il ne permettrait pas aux consommateurs de comparer efficacement les offres des différents fournisseurs, ni de comprendre les frais liés aux

[53] **MUNCHBACH, Andrew.** «AT&T accused of overcharging iPhone, iPad users for cellular data in latest lawsuit», BGR, 20 mai 2011. [En ligne] http://bgr.com/2011/05/20/att-accused-of-overcharging-iphone-ipad-users-for-cellular-data-in-latest-lawsuit-video/ (page consultée le 19 avril).
Un règlement à l'amiable est intervenu dans ce dossier :
AT&T MOBILITY, «NOTICE OF PENDENCY OF CLASS ACTION, proposed settlement and hearing», AT&T Mobility Settlement, Kensas City, Missouri, États-Unis. [En ligne] http://www.attmsettlement.com/ (page consultée le 19 avril).
[54] **AAMOTH, Doug.** «Verizon to Refund 15 Million Customers for Bad Data Charges», Time Tech, New York, États-Unis, 4 octobre 2010. [En ligne] http://techland.time.com/2010/10/04/verizon-to-refund-15-million-customers-for-bad-data-charges/ (page consultée le 22 mai 2013).

différents services qui font partie du forfait. Le régulateur australien a également déploré que, dans un contexte où les services sans fil deviennent de plus en plus complexes, les fournisseurs n'aient pas nécessairement fait d'efforts pour simplifier en conséquence la présentation de leur offre de service[55].

[55] **ACMA**. *Reconnecting the Customer*, ACMA, Sydney, Australie, 2011. [En ligne] http://www.acma.gov.au/WEB/STANDARD..PC/pc=PC_312222 (page consultée le 23 avril 2013).

2. PERSPECTIVES DES CONSOMMATEURS ET DES FOURNISSEURS DE SERVICES

Si les services sans fil sont utilisés depuis de nombreuses années par les consommateurs canadiens, nous remarquons que l'utilisation d'Internet mobile reste beaucoup plus complexe pour les consommateurs que la plupart des services de télécommunications. En effet, les consommateurs ont l'habitude d'utiliser un téléphone, d'envoyer des messages textes, d'avoir accès à Internet par le biais d'un réseau filaire ; mais l'utilisation d'Internet sur un appareil intelligent, sur le réseau cellulaire d'un fournisseur, recèle encore de nombreux mystères pour plusieurs d'entre eux. Ces derniers peuvent avoir de la difficulté à connaître, à ajuster et à contrôler leur utilisation d'un service aussi intangible, d'autant plus que les limites d'usage qui leur sont imposées et dont les dépassements peuvent entrainer des frais supplémentaires importants sont généralement beaucoup plus basses que pour les services filaires.

Il nous paraît primordial que les consommateurs puissent trouver rapidement et facilement de l'information fiable et compréhensible au sujet des multiples limites d'usage et des restrictions liées à l'utilisation d'Internet mobile, de la rapidité à laquelle peut s'épuiser l'accès auquel ils ont droit dans le cadre de leur forfait, et des coûts que peut entraîner l'utilisation excédentaire. Il est évidemment pertinent que les consommateurs soient bien informés des modalités de service et du fait que le prix de leur utilisation grimpera encore davantage lors, par exemple, d'une connexion à l'étranger. Alors que cela a une incidence énorme sur la facture mensuelle, il n'est pas nécessairement facile pour les consommateurs de distinguer l'accès à Internet assuré par le Wi-Fi de celui qui est assuré par le réseau d'un fournisseur étranger. Ainsi, les conditions que doit respecter un consommateur pour profiter d'Internet mobile sans devoir payer de frais supplémentaires sont si nombreuses que ce dernier doit absolument avoir accès à une information qui soit à la fois claire, exhaustive et accessible pour éviter les mauvaises surprises.

Il nous semblait impossible d'avoir une vue d'ensemble complète sur l'information au sujet d'Internet mobile qui respecte ces conditions sans obtenir le point de vue des consommateurs. Pour ce faire, nous avons sollicité par un sondage en ligne des consommateurs qui ont déjà utilisé un service d'accès à Internet mobile. Cette étape nous a permis d'avoir de l'information additionnelle sur le point de vue des consommateurs concernant la documentation offerte, en plus d'obtenir quelques pistes de réflexion au sujet de l'information transmise par téléphone et en magasin, en fonction du commerçant. Voici quelques tendances générales qui se sont dégagées de notre sondage.

Nous constatons de prime abord que plusieurs réponses nous amènent à la constatation que les consommateurs apprécient les services d'accès à Internet mobile et voudraient les utiliser davantage. Par contre, les consommateurs ont exprimé à maintes reprises leurs frustrations en ce qui a trait aux prix des données mobiles et des données en itinérance. Ils dénoncent également le faible niveau des limites d'usage et les difficultés qu'ils rencontrent à faire un suivi efficace de leur consommation. Notons toutefois que les consommateurs sont relativement satisfaits des différents types d'outil de suivi de l'utilisation disponibles. Plusieurs réponses semblent toutefois nous indiquer que l'information offerte par les différents commerçants avant la conclusion d'un contrat est insuffisante et mériterait d'être améliorée à maints égards.

Dans les sections qui suivent, nous exposerons d'abord notre méthodologie, pour décrire ensuite plus en détail les faits saillants du sondage.

Nous aborderons en premier lieu les habitudes de consommation des utilisateurs, pour ensuite traiter du degré de connaissance dont disposent les consommateurs au sujet d'Internet mobile avant l'achat d'un appareil qui permet d'avoir accès au réseau cellulaire. Nous rapporterons également comment les consommateurs se renseignent au sujet d'Internet mobile et à quelles sources ils se réfèrent. Nous traiterons ensuite des habitudes des consommateurs en ce qui a trait au suivi de l'utilisation et donnerons quelques détails sur le degré d'appréciation des différents outils disponibles. Finalement, nous résumerons le point de vue des consommateurs sur les éléments d'information offerts par les commerçants qui devraient faire l'objet d'améliorations.

Outre les préoccupations soulevées par ce sondage, nous avons cru pertinent d'obtenir la perspective des principales entreprises qui opèrent sur le marché ainsi que d'autorités réglementaires au sujet des données mobiles. Nous leur avons transmis quelques-uns des faits saillants du sondage afin d'alimenter leur réflexion. Certains commerçants et le CRTC ont accepté de répondre nos questions. Nous ferons à la fin du présent chapitre un survol des réponses les plus pertinentes qui nous ont été transmises.

2.1 SONDAGE MAISON : MÉTHODE ET LIMITES

Nous avons conçu un sondage en ligne comportant 31 questions, avec différentes possibilités d'enchaînements, variables en fonction des réponses des participants, selon notamment le ou les types d'appareils utilisés par les répondants, l'utilisation ou non d'Internet mobile, la souscription à un plan de données, la surveillance de leur utilisation. La majorité des questions présentaient des choix de réponse, mais certaines questions plus complexes nécessitaient de classer certaines réponses ou de consulter des tableaux, ce qui pouvaient allonger significativement le temps nécessaire pour compléter le sondage. Nous avons estimé qu'il était rempli en moyenne en un peu moins d'une vingtaine de minutes.

L'invitation à participer au sondage a été diffusée de différentes façons. Premièrement, elle a été mise en ligne sur le site Web d'Union des consommateurs, et nous en avons fait la promotion sur les réseaux sociaux. Nous avons également diffusé l'invitation à participer au sondage à la liste des abonnés à l'infolettre d'Union des consommateurs (pour un total de 9587 destinataires, dont environ le tiers a ouvert le courriel d'invitation). La majorité des répondants sont issus de cette liste. En tout, nous avons récolté le point de vue de 595 répondants. Environ 60% des répondants ont rempli le questionnaire.

Si les résultats nous ont permis d'obtenir plusieurs renseignements utiles, il pourrait tout de même s'avérer pertinent d'effectuer d'autres sondages de la sorte auprès des consommateurs. En effet, certains facteurs étaient susceptibles de causer un biais à certaines réponses ou une marge d'erreur plus élevée, notamment la taille et les caractéristiques particulières de l'échantillon. En effet, celui-ci est composé majoritairement d'individus inscrits à la liste de courriels d'Union des consommateurs. Ces individus ont probablement un intérêt plus marqué pour les enjeux de consommation que la moyenne et pourraient être plus vigilants ou mieux informés que l'utilisateur typique d'Internet mobile.

Notre échantillon est majoritairement masculin (71 %), d'un âge moyen d'environ 46 ans, et, dans une proportion importante, nos répondants détiennent un diplôme d'études supérieures (43 % ont un diplôme universitaire et 30 % un diplôme d'études collégiales). Ces répondants sont en grande majorité québécois, et une proportion importante d'entre eux habite dans la région métropolitaine.

Généralement, les études que nous avons consultées au sujet des données mobiles nous indiquent que le profil typique de l'utilisateur de données ne correspond pas nécessairement au profil sociodémographique des personnes qui ont répondu à notre sondage. Les utilisateurs les plus fréquents sont habituellement plus jeunes, et le clivage homme/femme n'est pas aussi élevé. En effet, l'Association canadienne des télécommunications sans fil (ACTS) nous indique que les utilisateurs de plan de données sont habituellement âgés de 18 à 44 ans, et sont divisés à peu près également entre hommes et femmes[56]. Les Québécois utilisent moins fréquemment les téléphones intelligents, comparativement aux résidents de l'Ouest canadien. En effet, selon l'ACTS, les Albertains seraient ceux qui utilisent le plus souvent ces appareils.

Outre les caractéristiques de l'échantillon, il faut également prendre en considération que ce sondage a été conçu avec les ressources internes d'UC et non par l'entremise d'une firme de sondage spécialisée.

Bref, nous avons utilisé les données de notre sondage maison pour dresser un portrait global des habitudes, du degré de connaissance et des attentes des consommateurs. Ces quelques tendances ont également été utilisées pour interroger le CRTC et les acteurs de l'industrie. Notons toutefois qu'il serait pertinent que les études subséquentes à ce sujet comportent de nouveaux sondages sur les habitudes des consommateurs avec un échantillon plus grand et plus représentatif de la population qui utilise des données mobiles, afin de confirmer et de préciser les tendances observées et expliquées dans le présent chapitre.

2.2 PRINCIPAUX FAITS SAILLANTS

2.2.1 Habitudes de consommation et degré de connaissance

Indiquons tout d'abord que les résultats de notre sondage sont conformes à certaines tendances que nous avons relevées dans la revue de littérature. Internet mobile est utilisé d'abord et avant tout par des propriétaires de téléphones intelligents. En effet, 76% des répondants ont indiqué avoir acheté un téléphone intelligent, contre 40% pour les tablettes, et 14% pour les clés USB d'accès Internet[57], la plupart s'étant procuré ces appareils entre 2011 et 2013. Fait intéressant, si la popularité des téléphones intelligents ne fait aucun doute, nous constatons la popularité croissante des tablettes et la potentielle décroissance des clés USB d'accès Internet[58].

Lorsqu'on leur a demandé « Quels sont les principaux usages nécessitant Internet qui vous ont convaincu d'acheter ce type d'appareil? » (Q 3), ces utilisateurs de réseaux sans fil ont indiqué vouloir profiter de ces services d'abord pour consulter leurs courriels (52 %), naviguer sur le Web (43 %), pour profiter d'un GPS (22 %), de la messagerie photo et vidéo (18 %) ou

[56] **ASSOCIATION CANADIENNE DES TÉLÉCOMMUNICATIONS SANS FIL (ACTS).** «2012 Cell Phone Consumer Attitude Study», ACTS, Ottawa, Canada, 23 avril 2012, 91 pages. [En ligne] http://cwta.ca/wordpress/wp-content/uploads/2011/08/CWTA-2012ConsumerAttitudes1.pdf (document consulté le 4 mai 2013).

[57] Les stations sans fil (ou smartstations) et les téléphones sans fil qui ne sont pas intelligents ont été exclus de l'étude.

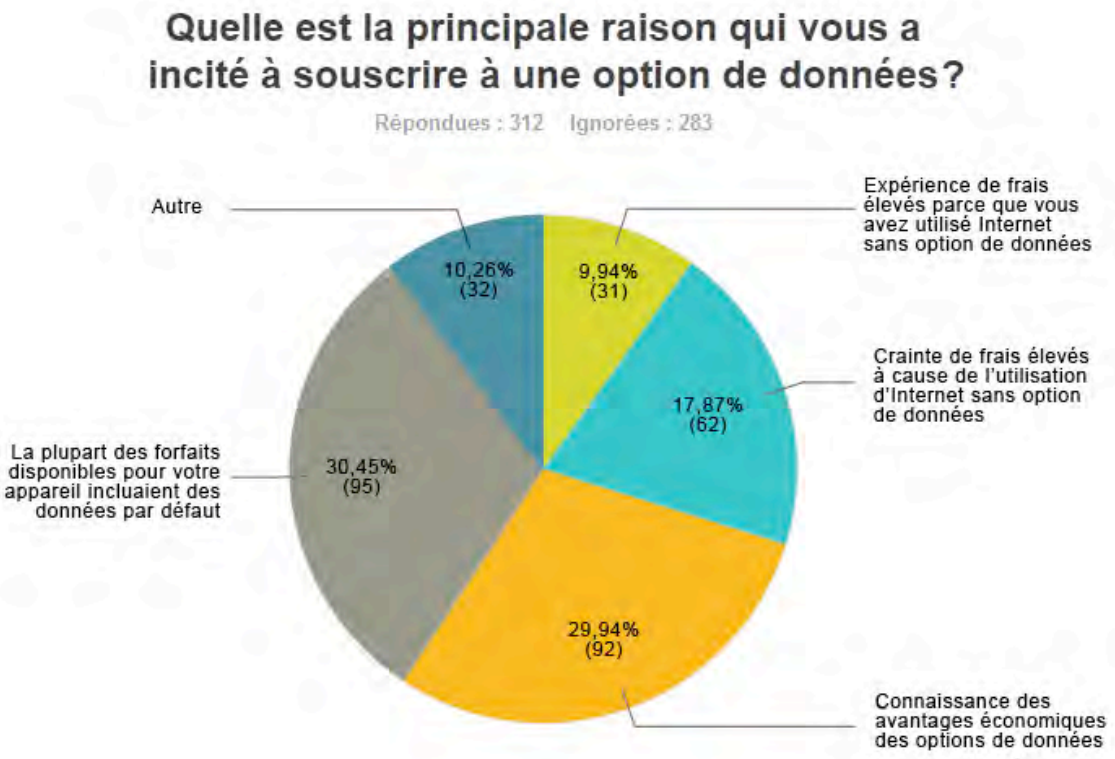
[58] Contrairement aux autres appareils, la clé Internet semble avoir connu le sommet de sa popularité en 2011, plutôt qu'en 2012 ou 2013.

fréquenter les réseaux sociaux (18 %)[59]. Une portion non négligeable de répondants a indiqué comme prioritaire au moment de l'achat l'une des options qui entraînent une grande consommation de données : entre 18 et 24 % a sélectionné la télé mobile, les jeux, les vidéos, la musique et la téléphonie sur IP.

Une proportion importante des répondants, soit 69 %, a indiqué être ou avoir déjà été abonnés à une option de données mobiles. Environ le tiers d'entre eux ont indiqué que leur forfait incluait des données mobiles par défaut. Un autre tiers a indiqué avoir souscrit à une option de données parce qu'il connaissait les avantages économiques des options de données, par opposition à l'utilisation d'Internet mobile sans forfait, habituellement facturée au mégaoctet.

Une question subséquente nous confirme que la majorité des répondants (65 %) savaient avant de conclure l'achat que le fait de souscrire à une option de données est plus économique que la facturation des données mobiles à l'usage[60]. Fait intéressant, plus du quart des répondants (28 %) ont souscrit à une option de données parce qu'ils ont dû payer des frais élevés liés à l'utilisation de données, ou parce qu'ils craignaient de devoir en payer. Ces tendances sont illustrées ci-dessous.

Illustration 9



[59] Notre question ne nommait que des usages qui nécessitent des transferts de données; la fonction GPS a donc été incluse parce que son utilisation nécessite habituellement le téléchargement de cartes. La messagerie photo et vidéo peut également provoquer des frais de données selon les circonstances, mais dans la majorité des cas, cette option n'est pas tarifée au mégaoctet comme l'est la navigation Web.

[60] À quel moment avez-vous appris qu'il est plus économique de souscrire à une option ou à un plan de données pour naviguer sur Internet avec le réseau de votre fournisseur plutôt que de payer à l'usage? Avant l'achat de l'appareil : 51,3 % ; Au moment de l'achat de l'appareil : 14,4 %.

Malgré le fait que la majorité de nos répondants ont déjà utilisé Internet mobile, nous constatons que leur niveau de connaissance est souvent limité. Près de la moitié des répondants qui utilisent un téléphone intelligent (45 % des répondants) ont su seulement après l'achat de leur appareil que l'accès aux données mobiles est habituellement activé par défaut, incluant 22 % de répondants qui ne le savaient pas avant de lire la question de notre sondage. De plus, la majorité des utilisateurs de téléphones intelligents ou de tablettes (64 %) n'ont su qu'après l'achat de leur appareil que certaines applications peuvent consommer des données en arrière-plan ; 26 % des répondants ne le savaient pas avant de lire la question.

Nous avons aussi testé le degré de connaissance des répondants au sujet de la rapidité à laquelle leurs limites d'usage peuvent selon eux être atteintes. Nous leur avons demandé notamment combien de courriels courts ils pouvaient télécharger avec 100 mégaoctets de données, combien de chansons, de films ils pouvaient télécharger avec la même limite ou combien de minutes de radio en ligne ils pouvaient écouter[61]. Sauf pour la question concernant le téléchargement de films (pour laquelle 50% des répondants ont choisi la bonne réponse), la plus grande proportion des répondants a, à chaque fois, avoué ne pas connaître la réponse. Dans la plupart des cas, plus du tiers des répondants indiquaient donner leur langue au chat (dans des pourcentages qui varient entre 33 et 58 %), entre 20 à 30 % des répondants sélectionnaient la bonne réponse, les autres étant répartis entre un choix de mauvaises réponses.

Si ces quelques questions à elles seules sont insuffisantes pour vérifier si les consommateurs sont en mesure d'évaluer facilement leur utilisation de données mobiles, elles nous permettent toutefois de constater que la majorité des répondants ne connaissent pas ou n'arrivent pas à calculer avec aisance leur consommation de données en fonction de plusieurs des usages courants. À cet effet, nous reviendrons plus loin sur la perception des consommateurs au sujet des outils de suivi de l'utilisation.

2.2.2 De quelle façon les consommateurs s'informent-ils?

Nous avons posé de nombreuses questions afin de savoir de quelle façon les consommateurs ont l'habitude de s'informer au sujet des données mobiles.

Lorsque nous avons demandé aux répondants de quelle façon ils avaient obtenu, avant l'achat, les renseignements nécessaires sur les fonctionnalités de leur appareil et sur la consommation de données, plus de 50 % ont répondu s'être renseignés auprès d'un fournisseur de services. Plus de 30 % ont indiqué ne pas s'être renseignés à ces sujets auprès de commerçants avant l'achat, ce nombre incluant donc à la fois les personnes qui se seraient renseignées auprès d'autres sources (médias, proches, etc.) et des personnes qui ne se seraient pas du tout renseignées avant de procéder à leur achat. Les consommateurs se sont renseignés en minorité auprès d'un fabricant (15 %) ou auprès d'un commerce de détail (11 %).

[61] Nb: Nous avons utilisé les valeurs indiquées par l'International Electronical Commission, rapportées dans l'article suivant:
SULLIVAN, Mark. «Mobile Data plan limits : how much can I download?», *op. cit.,* note 44.

Nous avons tenté de démystifier quels sont les sources de prédilection des consommateurs pour obtenir de l'information. Nous avons interrogé les répondants sur l'information recherchée, en fonction des différents commerçants (fournisseur, fabricant ou commerce au détail) susceptibles de l'offrir. Indiquons premièrement qu'une proportion satisfaisante de répondants (55 %) ont indiqué les renseignements qu'ils ont obtenus auprès des fournisseurs de services, mais qu'une majorité de répondants ont sauté les tableaux relatifs à l'information recherchée auprès d'un commerce de détail ou d'un fabricant[62]. Cela semble confirmer les tendances relevées plus haut : lorsqu'un consommateur se renseigne auprès d'un commerçant, il le fait le plus souvent auprès du fournisseur de services sans fil et non auprès du fabricant ou d'un revendeur.

Illustration 10
Information obtenue auprès des fournisseurs de services, classée par sujets et par sources

	Brochure du fournisseur	Auprès d'un vendeur (en personne ou par téléphone)	En ligne	Total
Vitesse de navigation avec votre appareil	21,81% 53	30,04% 73	48,15% 117	243
Capacité de stockage sur votre appareil	21,07% 55	29,89% 78	49,04% 128	261
Activation/désactivation du transfert de données	16,44% 37	36% 81	47,56% 107	225
Accès à réseaux gratuits (wi-fi)	17,11% 45	32,32% 85	50,57% 133	263
Consommation de bande passante en fonction des usages	15,35% 33	31,16% 67	53,49% 115	215
Choix du forfait ou d'option avec données	13,65% 40	49,49% 145	36,86% 108	293
Vitesse du réseau du fournisseur	15,70% 38	34,71% 84	49,59% 120	242
Prix des données payables à l'utilisation	16,60% 41	40,08% 99	43,32% 107	247
Consommation de données en arrière-plan	13,26% 24	29,83% 54	56,91% 103	181
Frais pour utilisation excédentaire de données	16,28% 42	37,21% 96	46,51% 120	258
Frais de données en itinérance	13,81% 33	35,56% 85	50,63% 121	239
Outils pour vérifier ou limiter consommation	11,06% 24	24,88% 54	64,06% 139	217

[62] Nos instructions étaient à l'effet de sauter les tableaux si aucune information n'avait été recherchée auprès d'un type de commerçant donné. « Cochez la manière (brochure, en ligne ou auprès du vendeur) utilisée pour obtenir l'information sur chaque sujet (détaillé dans la colonne de gauche) et pour chaque source consultée (fournisseur, commerce de détail et fabricant). Sautez les catégories pour lesquelles vous n'avez obtenu aucune information avant l'achat de votre appareil. Vous pouvez également sauter certains tableaux, tout dépendant auprès de quelles sources vous vous êtes renseignés. »

Dans la majorité des cas, nous constatons que plus d'un consommateur sur deux préfère, lorsqu'il recherche de l'information auprès d'un fournisseur de services[63], se renseigner en ligne, peu importe l'information recherchée. C'est particulièrement le cas, ici, pour les outils de suivi de l'utilisation. Il y a toutefois une exception à la règle : pour choisir un forfait ou une option de données, les consommateurs s'adressent de préférence directement à un vendeur, plutôt que de se référer à un site web ou à une brochure[64]. Une proportion importante de répondants (de 40 à 50 %) va également solliciter de préférence un vendeur, chez le fournisseur de services ou dans un commerce de détail, pour connaître le prix des données payables à l'usage.

En somme, soulignons que, peu importe l'information recherchée, 30 à 40 % des répondants vont se renseigner auprès d'un vendeur, mais une minorité seulement va se référer à une brochure (la proportion de gens qui consultent les brochures des fournisseurs et fabricants au sujet des données mobiles ou des appareils ne dépasse que très rarement le seuil de 20 %).

Finalement, nous avons demandé aux consommateurs quelle solution ils ont choisie pour limiter les coûts de leur utilisation de données mobiles. Environ 42 % des répondants ont simplement indiqué qu'ils ont choisi une option en fonction de la perception qu'ils avaient de leurs besoins. Près de 20 % a indiqué ne tout simplement pas utiliser le réseau cellulaire du fournisseur pour avoir accès à Internet et privilégier plutôt le Wi-Fi ou l'accès à Internet résidentiel. Plusieurs autres solutions existent pourtant sur le marché. Des fournisseurs vont par exemple permettre l'accès gratuit aux données pour un temps limité, ce qui permet aux consommateurs d'évaluer précisément leur consommation avant de souscrire à une option de données. De plus, les options de données à limites flexibles sont habituellement publicisées comme étant une solution qui permet d'éviter les frais de données excédentaires. Ces deux possibilités n'ont récolté respectivement que 4 % et 8 % des réponses. Fait intéressant, d'autres réponses sont issues de précisions apportées à la réponse «autre». Certains répondants ou indiqué utiliser le réseau cellulaire seulement lorsqu'il n'y a pas de réseaux ouverts disponibles ou l'activer seulement lorsque le besoin se présente. Un répondant a indiqué s'être tourné vers des services prépayés pour éviter les frais d'utilisation excédentaire.

2.2.3 Après l'achat, les consommateurs surveillent-ils leur utilisation?

Nous avons indiqué précédemment que le degré de connaissance des consommateurs au sujet d'Internet mobile peut laisser à désirer. Les consommateurs ont entre autres de la difficulté à évaluer aisément la consommation de données mobiles que représentent leurs usages. C'est sans doute pour cette raison que de nombreux outils ont été développés et mis en place par les fournisseurs de services ou par les créateurs d'applications mobiles en vue d'aider les consommateurs à faire un suivi de leur utilisation.

La plupart des FSSF mettent à la disposition de leurs clients un relevé de l'utilisation pour les minutes de conversations locales, les messages textes et les données mobiles, disponibles en ouvrant une session sur le site Web de l'entreprise. Certains fournisseurs offrent également des avertissements par message texte (lorsque certains seuils d'utilisation ou la limite d'utilisation mensuelle est atteinte) ou affichent sur leur site Web des calculateurs de données (qui peuvent

[63] Malgré un nombre de répondants moins significatif qui ont recherché de l'information auprès d'un commerce au détail (14 %) ou d'un fabricant (24 %), on constate chez eux le même biais généralisé en faveur de l'information en ligne.

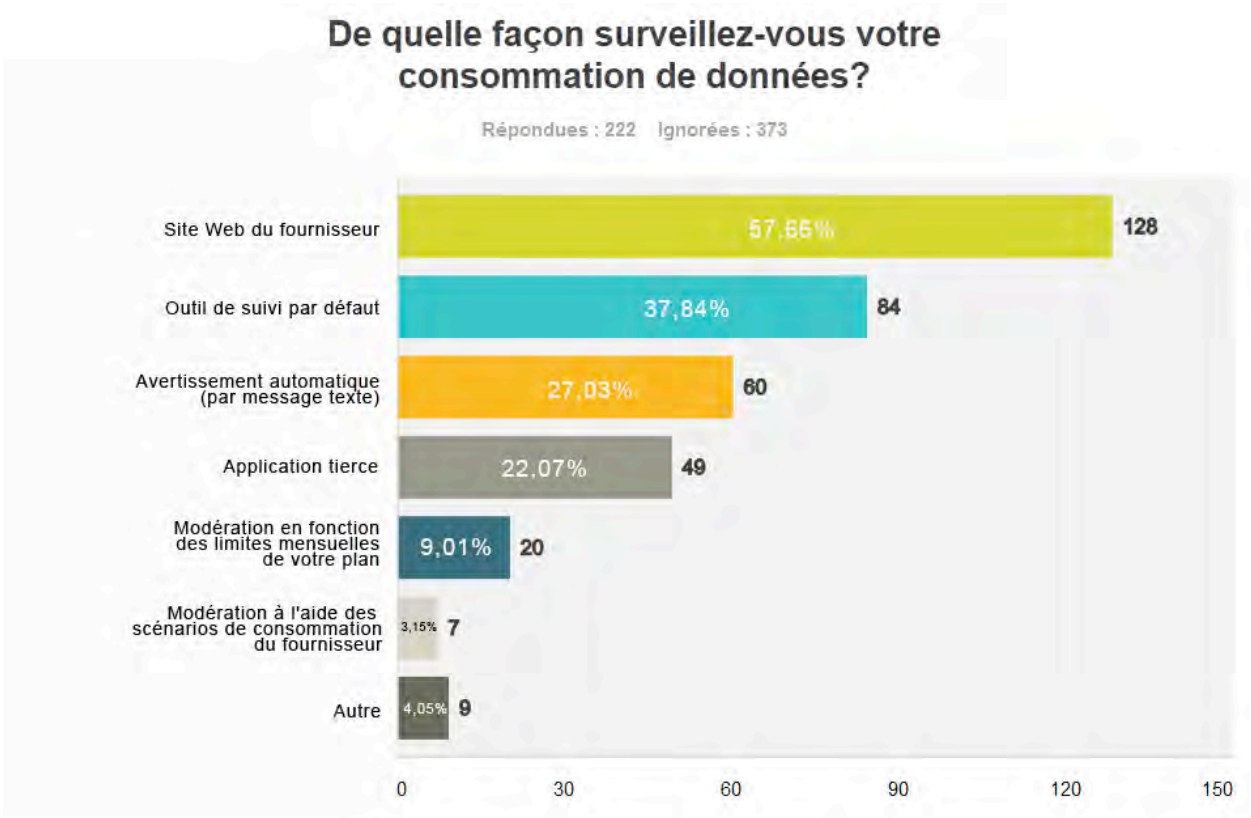
[64] Si on retrouve cette même tendance chez ceux qui s'informent auprès d'un commerce au détail, elle ne se reproduit pas chez ceux qui s'informent auprès du fabricant.

servir à obtenir des repères sur la consommation de données en fonction de certains usages, mais est davantage publicisé comme un outil servant à évaluer la consommation mensuelle avant la souscription au service). Plusieurs applications mobiles permettent en outre de faire un suivi de l'utilisation et de la contrôler en vue d'empêcher une utilisation qui aille au-delà de la limite mensuelle incluse dans le forfait.

Nous avons tenté de savoir à quel point les consommateurs surveillent leur utilisation d'Internet mobile, et nous leur avons demandé à quel point ils étaient satisfaits des outils actuellement disponibles sur le marché et qui leur permettent d'effectuer leur surveillance.

Premièrement, force est de constater que tous les consommateurs ne font pas un suivi rigoureux de leur utilisation : 60% des répondants indiquent surveiller régulièrement leur utilisation, contre 40 % qui ne le font pas régulièrement ou pas du tout.

Illustration 11



Parmi les individus qui surveillent leur utilisation de données, on constate qu'une proportion importante (58 %) utilise le relevé de l'utilisation disponible sur le site Web du fournisseur. Les autres utilisent un outil de suivi installé par défaut sur l'appareil[65], les avertissements par message texte de leurs fournisseurs ou se rabattent sur une application tierce téléchargée après la prise de possession de l'appareil. Un maigre 3 % utilise les scénarios de consommation ou autres sources indicatives sur les sites Web des fournisseurs[66]. Soulignons

[65] Tel qu'indiqué à notre revue de littérature, à l'heure actuelle, tous les appareils mobiles ne sont pas offerts avec une telle application installée par défaut.

[66] Cela pourrait être attribuable au fait que ces outils sont habituellement publicisés comme étant utiles pour évaluer les besoins du consommateur avant l'achat (et choisir un forfait en conséquences), plutôt que pour faire un suivi de l'utilisation.

que certains répondants ont précisé, à la réponse «Autre», qu'ils surveillent leur utilisation en consultant leur facture. Un autre a mentionné une application mobile offerte par un fournisseur de service[67].

Nous avons demandé aux consommateurs d'indiquer leur degré d'appréciation pour chaque type d'outils de gestion de l'utilisation les plus courants. Le constat est plutôt positif, comme l'illustre le relevé des réponses reproduit ci-dessous (la cote 1 indique le degré de satisfaction le plus élevé).

Illustration 12
L'efficacité des outils de gestion de l'utilisation

17. Les outils utilisés sont-ils efficaces? Veuillez indiquer votre degré de satisfaction d'une échelle de 1 à 7. 1 étant : très efficace, 7 étant : pas du tout efficace. (Ne répondez que pour les outils que vous avez déjà utilisés.)

	1	2	3	4	5	6	7	Nombre de classements
Outil de suivi de l'utilisation du fournisseur (en ouvrant votre session)	**36,8% (60)**	23,9% (39)	12,3% (20)	6,7% (11)	7,4% (12)	6,1% (10)	6,7% (11)	163
Outil de suivi de l'utilisation inclus par défaut sur votre appareil	**36,2% (47)**	23,1% (30)	7,7% (10)	9,2% (12)	6,2% (8)	5,4% (7)	12,3% (16)	130
Avertissement automatique envoyé par votre fournisseur	**36,3% (41)**	14,2% (16)	12,4% (14)	6,2% (7)	6,2% (7)	6,2% (7)	18,6% (21)	113
Application tierce qui permet de surveiller ou contrôler l'utilisation en temps réel	**31,0% (27)**	12,6% (11)	10,3% (9)	11,5% (10)	2,3% (2)	6,9% (6)	25,3% (22)	87
Modération de votre usage en fonction des limites de votre plan	**25,0% (23)**	18,5% (17)	17,4% (16)	15,2% (14)	4,3% (4)	5,4% (5)	14,1% (13)	92
Modération de votre usage en fonction des scénarios de consommation	22,2% (16)	13,9% (10)	9,7% (7)	18,1% (13)	2,8% (2)	9,7% (7)	**23,6% (17)**	72
Autre	12,5% (3)	0,0% (0)	8,3% (2)	16,7% (4)	4,2% (1)	4,2% (1)	**54,2% (13)**	24
							nombre de personnes ayant répondu à la question	**222**
							nombre de personnes ayant sauté la question	**373**

Ainsi, une majorité de répondants se sont déclarés satisfaits du relevé de l'utilisation des applications mobiles inclus par défaut sur l'appareil et des avertissements automatiques envoyés par messages textes. Soulignons qu'il semble y avoir une controverse pour les applications tierces, dont l'appréciation est beaucoup plus partagée. N'ayant pas demandé aux

[67] Certains fournisseurs offrent également des applications mobiles qui permettent d'avoir avoir accès au suivi de l'utilisation (application qu'il faut habituellement télécharger dans un magasin d'application); cette tendance était encore en émergence chez les différents fournisseurs lorsque le sondage a été mené.

consommateurs pour quelles raisons ils étaient insatisfaits, nous en sommes réduits à avancer des hypothèses selon lesquelles les degrés de satisfaction très partagés peuvent vraisemblablement être attribuables au fait que le rendement des différentes applications disponibles elles-mêmes peut être très variable de l'une à l'autre, et aussi au fait que les applications tierces ne mesurent pas nécessairement l'utilisation de données de la même façon que les fournisseurs de services. Ainsi, certaines personnes qui ne se fient qu'à l'application tierce peuvent être contraintes de payer quand même pour des frais de données supplémentaires, alors que l'application ne leur indiquait aucun dépassement.

Soulignons également que c'est à la réponse «Autre» que les répondants ont exprimé le plus haut degré d'insatisfaction. Encore une fois, les données que nous avons à ce sujet sont très approximatives, vu le faible taux de réponses à la question précédente, qui permettait de détailler ces « autres » outils. Puisque quelques réponses à la question précédente faisaient allusion à l'utilisation de la facture pour connaître le niveau d'utilisation, il est probable que le niveau élevé d'insatisfaction se rapporte à cette manière de gérer l'utilisation, mais les données que nous avons à ce sujet sont trop marginales pour que nous puissions en être certains.

2.2.4 Sources de frustration des consommateurs

Plusieurs des questions de notre sondage avaient pour but de cibler les principales sources de frustration des consommateurs, en vue de mettre le doigt sur les problèmes auxquels devraient s'attaquer en priorité les membres de l'industrie ou les autorités de réglementation ou d'application des lois pertinentes. Tout d'abord, nous nous sommes renseignés de façon générale sur les principales sources d'insatisfaction des consommateurs concernant l'usage d'Internet mobile. Voici les principaux éléments soulignés par les répondants :

- Une majorité écrasante (79 %) considère que le prix des données mobiles est trop élevé ;
- 45 **%** des répondants indiquent qu'il est difficile ou impossible de faire un suivi de l'utilisation en temps réel ;
- 43 **%** dénoncent le fait de ne pas recevoir d'avertissements automatiques du fournisseur (relativement à l'approche ou au dépassement des limites d'usage) ou le fait que ces avertissements, lorsqu'ils existent, ne sont pas suffisamment clairs ;
- 35 % affirment que la limite d'utilisation est atteinte plus rapidement que prévu ;
- 34 % affirment avoir rencontré des problèmes avec le réseau, ce qui inclut notamment le ralentissement d'Internet ou des coupures de connexion ;
- 32 % indiquent que l'information au sujet des données mobiles sur la facture n'est pas suffisamment claire.

Nous avons ensuite demandé aux répondants si l'information offerte par les entreprises au sujet de la consommation de données mobiles était suffisamment complète. Aucun type de commerçant n'est parfait, mais il appert clairement que les commerces de détail sont jugés le plus durement par les répondants, puisque près d'un sur deux indique être carrément insatisfait de l'information offerte. En ce qui concerne les fournisseurs de services et les fabricants, environ 40% des répondants indiquent que l'information offerte comporte quelques éléments manquants, et près du tiers souligne que l'information offerte est tout simplement insatisfaisante.

Illustration 13
Satisfaction face à l'information offerte par les commerçants

27. Est-ce que vous trouvez que l'information générale que vous a transmise votre fournisseur, votre magasin ou le fabricant au sujet de la consommation de données est suffisante ? Cochez votre degré d'appréciation. (Vous pouvez sauter les sources que vous n'avez pas consultées)

	Information satisfaisante	Quelques éléments manquants	Information insatisfaisante	Nombre de classements
Fournisseur de service	29,9% (105)	**40,7% (143)**	29,3% (103)	351
Commerce de détail	17,7% (35)	34,3% (68)	**48,0% (95)**	198
Fabricant	30,5% (68)	**39,5% (88)**	30,0% (67)	223
			nombre de personnes ayant répondu à la question	365
			nombre de personnes ayant sauté la question	230

Lorsque nous avons demandé aux répondants s'ils considéraient que l'information qui a été transmise avant l'achat était suffisamment claire et accessible pour leur permettre de choisir le forfait ou l'option de données qui correspondait le mieux à leurs besoins, ils ont été très divisés : 47 % considèrent que oui et 44 % répondent l'inverse, alors que 9 % ne savaient pas quoi répondre à la question.

Néanmoins, plusieurs tendances fortes sont ressorties aux questions subséquentes. Lorsque nous avons demandé aux répondants quels renseignements pourraient être mieux communiqués avant l'achat, seulement 8 % ont indiqué qu'aucune amélioration n'était nécessaire. Par contre:

- 70 % des répondants voudraient obtenir plus d'information au sujet du fonctionnement général d'Internet mobile ;
- 64 % voudraient obtenir plus de renseignements sur la tarification des données mobiles ;
- 64 % des répondants voudraient une information plus détaillée sur les outils qui permettent de mesurer et contrôler l'utilisation de données ;
- 57 % voudraient plus d'information sur des solutions en cas de surfacturation en lien avec la consommation de données.

Tout compte fait, les consommateurs veulent plus d'information sur tous les sujets qui étaient mentionnés dans les choix de réponses proposées.

Dans la section «Autre», soulignons que certains commentaires faisaient référence aux options de données « illimité », qui permettraient d'éviter les frais surprises, quelques-uns faisaient référence à la complexité des services offerts actuellement et d'autres soulignaient la pertinence d'utiliser le Wi-Fi lorsqu'un réseau ouvert est disponible.

Terminons avec le consensus le plus spectaculaire de notre sondage. Lorsque nous avons demandé aux répondants s'ils croyaient que les termes employés par les entreprises pour parler de l'utilisation d'Internet mobile devraient être uniformisés, 89% ont répondu par l'affirmative. C'est donc dire que les différents termes employés par les fournisseurs et autres commerçants, qui se ressemblent parfois, mais qui ne sont jamais totalement les mêmes, sont une source de frustration et de confusion pour les consommateurs.

2.2.5 Tendances issues des commentaires individuels

En fin de sondage, nous avons demandé aux répondants s'ils avaient des commentaires particuliers à exprimer au sujet des données mobiles. Puisque nous avons tout de même reçu plus de quatre-vingts réponses à cette question, nous avons cru pertinent de faire ressortir quelques tendances fortes et de citer certains des commentaires[68] qui nous ont semblé soit représentatifs d'une opinion généralisée, soit individuellement pertinents.

Indiquons d'abord que plus du quart des commentaires parlaient du prix élevé des données mobiles ou les limites basses d'utilisation comme source de frustration. Voici deux commentaires :

> *Avec le forfait de base, je suis limité aux courriels (environ de 10 à 15 par jours) et un peu de recherche sur le Web. Pas question d'écouter la télé, pas de film, très peu de You Tube, enfin pour résumer : peu, peu, pas du tout !*
>
> *Le prix des données avant et après le dépassement de la limite devrait être uniforme. Pourquoi devrais-je payer 50$ si je dépasse ma limite, mais seulement 5$ si j'achète un bloc de consommation avant le dépassement?*

Treize commentaires ont fait référence plus particulièrement aux frais d'itinérance considérés comme trop élevés. Voici un commentaire représentatif:

> *L'utilisation des données en itinérance à l'étranger pose problème. C'est excessivement cher. En comparaison avec les autres pays occidentaux, les tarifs chargés au Canada sont exorbitants.*

Huit commentaires faisaient plutôt référence au fait que le service à la clientèle et l'information offerte par les conseillers pourraient faire l'objet d'amélioration :

> *Mon fils a acheté un téléphone intelligent sans forfait de données. Nous savions qu'il avait accès au réseau Wi-Fi, mais à notre grande surprise, des frais de données nous ont été chargés parce que l'appareil se mettait à jour sur le réseau du fournisseur. Nous ne pensions pas que c'était possible. Finalement les frais nous ont été remboursés. Je me suis battu pendant plus de 18 mois avec mon fournisseur afin qu'il respecte les clauses que j'avais dans mon contrat. Quelle aventure !*
>
> *Je suis un utilisateur avancé, j'ai donc un bon bagage technique. Mais il est vrai que le langage marketing est fait pour ne pas être compris par les clients. À un certain moment je n'ai vraiment pas lâché le fournisseur pour avoir les réponses à mes questions. Ce fut facile, mais si on ne les pose pas, personne ne va vous le dire !*

[68] Nb : Les commentaires ont légèrement été édités en vue de les rendre grammaticalement correcte.

Cinq commentaires mentionnaient la pertinence de souscrire à un service d'accès à Internet sans limites d'usage ou dénonçaient la rareté de ces offres :

> *Le transfert de données devrait être illimité, comme c'est le cas aux États-Unis et ailleurs dans le monde*

Et finalement, cinq autres commentaires parlaient de la difficulté pour les consommateurs de suivre efficacement leur utilisation avec les outils qui sont offerts actuellement :

> *Il faut vraiment vérifier les données utilisées très souvent pour ne pas se faire avoir.*
>
> *On devrait obliger les fournisseurs à afficher en tout temps une barre progressive sur le coût de l'usage et le prix des données.*
>
> *Un dernier insiste sur la responsabilité qui revient au consommateur de chercher à s'informer convenablement AVANT l'achat :*
>
> *Il ne faut pas seulement attendre d'être en magasin pour s'informer. Les amis sont de bonnes sources d'information. Il est préférable de consulter les sites Internet des fournisseurs AVANT de se rendre en magasin pour acheter un appareil.*

2.3 CONCLUSION

Les sources de frustration des consommateurs sont multiples. Les prix élevés et les limites d'usage ont fait l'objet de beaucoup de commentaires de la part des répondants. Les clients ont tendance à souscrire à des options de données mobiles, même s'ils n'ont pas de connaissances détaillées au sujet de leur fonctionnement, et même s'ils n'arrivent pas à évaluer facilement leurs besoins et à calculer leur consommation mensuelle sans outils de gestion de l'utilisation.

Notons au passage que les consommateurs semblent apprécier la plupart des outils offerts sur le marché, mais déplorent toutefois qu'il soit difficile de faire un suivi de l'utilisation en temps réel. Les utilisateurs semblent également vouloir profiter d'information offerte sans qu'ils aient nécessairement à la rechercher ou la demander et souhaitent presque à l'unanimité que les termes employés par l'industrie pour parler des données soient standardisés.

En somme, il nous apparaît évident que les consommateurs souhaiteraient que les entreprises soient plus proactives en ce qui a trait à l'information offerte au sujet des données mobiles. Les consommateurs voudraient obtenir plus facilement de l'information au sujet du prix des données ou au sujet des moyens de surveiller ou de contrôler leur utilisation. Outre le prix et les outils existants pour éviter les frais d'utilisation excédentaire, plusieurs consommateurs veulent avant tout obtenir plus d'information au sujet du fonctionnement des données mobiles : être prévenus que les données sont activées par défaut avant d'utiliser un nouveau téléphone ou que des fonctions peuvent accéder à Internet automatiquement, ce qui peut engendrer des frais imprévus. Les consommateurs veulent tout simplement plus d'information et plus d'aide afin de comprendre les meilleurs moyens de profiter de ce service d'accès à Internet sans devoir subir une facture salée.

2.4 RÉPONSES DE L'INDUSTRIE

Nous avons interrogé plusieurs entreprises au sujet des tendances constatées lors de notre collecte et de notre analyse de données terrain. Cette ronde de consultation auprès de différents membres de l'industrie nous a permis d'obtenir des renseignements sur leurs plus récentes procédures d'information, sur leur perception quant à la qualité de l'information offerte et à leur part de responsabilité en vue d'informer adéquatement les consommateurs. Nous les avons également interrogés au sujet de solutions qui pourraient être adoptées afin de faciliter l'accès à l'information concernant les données mobiles.

Nous avons acheminé notre liste de questions aux principaux fournisseurs des services sans fil canadiens : Bell, Rogers, Telus, le nouvel entrant Vidéotron et l'Association canadienne des télécommunications sans fil (ACTS). Bell et Telus ont répondu à l'ensemble de notre questionnaire. Rogers a répondu en partie à notre demande, en offrant essentiellement de l'information sur les pratiques actuelles de l'entreprise. Vidéotron et l'ACTS ont ignoré notre demande.

Nous avons également sollicité deux commerces de détail spécialisés dans la vente d'appareil électronique. Un représentant de l'un d'entre eux a accepté de répondre à certaines de nos questions par une entrevue téléphonique, mais souhaite que l'entreprise ne soit pas identifiée. Nous ne nommerons pas le nom des commerces de détail qui ont été sollicités afin de minimiser les risques que l'entreprise qui a accepté de répondre soit identifiée.

Dans la présente section, nous résumons et citons les éléments de réponse les plus pertinents aux questions que nous avons posées[69]. Les réponses écrites intégrales sont jointes en annexe.

2.4.1 Perception du degré de connaissance des consommateurs

Nous avons d'abord demandé aux commerçants s'ils considéraient que les consommateurs sont correctement informés au sujet de l'usage de données mobiles.

Le représentant de Bell répond par l'affirmative :

> *Oui, Bell croit que, avec les efforts importants qu'elle déploie, les consommateurs sont bien informés pour choisir leur appareil et les services et, par la suite, pour surveiller leur utilisation. 90 % des consommateurs qui achètent un appareil et qui s'abonnent à des services sans fil au Canada le font pour au moins une 2e fois, sinon, pour plusieurs d'entre eux, une 3e fois ou plus. Nous avons donc souvent affaires [sic] à un consommateur expérimenté, à même de mieux comprendre les services.*

Les représentants de Rogers et Telus sont restés un peu plus nébuleux sur cette question. Telus indique toutefois dans une réponse fournie à une question subséquente que, selon leur expérience, la plupart des consommateurs qui achètent un téléphone intelligent, une tablette ou une clé d'accès Internet savent comment ces appareils fonctionnent et où trouver l'information

[69] Nous avons repris des citations telles que transmises ou des extraits de citations issues des réponses que nous avons reçues des entreprises. Nous nous sommes assurés de présenter l'information de telle sorte que le sens de chaque citation soit respecté. L'intégralité des réponses écrites fournies est tout de même reproduite en annexe.

quand ils en ont besoin (nous verrons plus loin en réponse à quelle question Telus avait offert ce point de vue).

Bell, Rogers et Telus ont tous trois insisté sur le fait qu'il est important que les consommateurs soient correctement informés à ce sujet et mis de l'avant certains efforts déployés par leurs entreprises respectives. L'un insiste sur les efforts des conseillers en magasin, l'autre sur les efforts d'information dans le matériel promotionnel, et le dernier sur les outils de gestion de l'utilisation. Voici respectivement les réponses de Bell au sujet des conseillers aux ventes, de Rogers au sujet du matériel promotionnel et de Telus au sujet des outils de gestion:

> *Au moment de l'achat de l'appareil et de l'abonnement aux services, le conseiller aux ventes s'enquiert des besoins du consommateur et les réponses du consommateur détermineront le type d'appareil et de forfait que le conseiller lui proposera. Le conseiller est formé pour s'adapter au niveau de connaissance du consommateur et à répondre aux questions que ce dernier pourrait avoir, notamment quant à l'utilisation de données.*
> *– Bell*

> *…consumers should be fully informed about the products and services they purchase from their wireless carriers, including all the associated fees and conditions of the services selected. […] All of Rogers' wireless brands clearly communicate in their advertising materials the details of our wireless internet plans. This includes the amount of wireless internet usage included in the plan, as well as the applicable overage rates. Our consumer brochures and websites also include legal text to advise the customer of additional charges that may result when the wireless internet allotment included in a plan is exceeded.*
> *– Rogers*

> *En fait, la nature même des appareils connectés à Internet aujourd'hui repose sur le fait que le fournisseur de services mobiles ne contrôle pas l'utilisation des appareils de consommateurs et qu'il ne peut pas le faire. Cependant, TELUS fournit des renseignements détaillés et un grand éventail d'outils afin d'aider ses clients à gérer efficacement leur utilisation de données.*
> *– Telus*

2.4.2 Information aux consommateurs : les pratiques systématiques

Nous avons également demandé aux fournisseurs de services et commerçants d'identifier les procédures mises en place en vue d'informer adéquatement le consommateur et les renseignements que doit systématiquement dévoiler le vendeur.

Bell nous réfère à des outils utilisés par l'entreprise, qui seront mentionnés dans un chapitre subséquent.

Pour ce qui est des pratiques systématiques, Bell indique transmettre des renseignements notamment au moyen des premières pages personnalisées du contrat, et au moyen d'une page d'information que le conseiller aux ventes remet systématiquement avec le contrat à tous les clients. Bell transmet aussi aux usagers des messages textes concernant le suivi de l'utilisation ou l'entrée dans une zone d'itinérance.

Telus et le commerce de détail ont offert des pistes de réponses similaires. Pour ces entreprises, la priorité au moment de l'achat semble d'abord de cibler les besoins des consommateurs. Les conseils sur l'utilisation de données sont généralement disponibles sur demande, mais ne seraient pas offerts de façon systématique au moment de l'achat :

> *Nos représentants discutent avec chaque client de ses besoins prévus en matière d'utilisation des données dans le cadre du processus visant à déterminer le forfait qui lui convient le mieux. D'autres renseignements sur l'utilisation de données en général se trouvent sur notre site web, et nos agents offrent également des conseils par téléphone. Si un client ne connaît pas bien l'utilisation de données mobiles, nous offrons des séances de formation individuelles.*
> *– Telus*

> *On leur pose des questions. Qu'est-ce que vous pensez faire [de votre téléphone?] De quelle façon comptez-vous l'utiliser? On essaie d'aiguiller le client vers le meilleur plan en fonction de ses besoins. On essaie comprendre leur utilisation, s'ils ont le Wi-Fi à la maison ou à l'université, pour éviter qu'ils achètent un accès au 3G dont ils n'ont pas besoin […] On leur donne une information neutre sur ce qui est disponible sur le marché, c'est-à-dire sur l'ensemble des téléphones et des réseaux. L'information «niveau data» est vraiment globale. À partir du moment où il y a une demande d'information, on peut y répondre, on va chercher l'information.*
> *– Commerce de détail*

Rogers répond que la compagnie s'assure d'offrir une information claire et accessible aux consommateurs et mentionne également son site Internet : «Tech Essentials», qui offre des renseignements au sujet des services sans fil.

En ce qui concerne l'information offerte systématiquement :

- *Rogers' practice is to ensure that all customers understand what they are paying for through the «Walk Out Working» program. As part of this program, Rogers' retail customer service representatives highlight all the essential elements of the WSA [Wireless Service Agreement], including the monthly price, the term length, what is included in the plan subscribed to by the customer, and any overage rates for exceeding a plan's usage allotment.*

2.4.3 Information : à qui incombe la responsabilité?

Nous avons demandé aux entreprises si elles estimaient qu'il relève de leur responsabilité d'informer adéquatement le consommateur, ou s'il ne relève pas davantage du consommateur de trouver de sa propre initiative toute l'information dont il a besoin. La plupart des entreprises s'entendaient sur le fait qu'il s'agit d'une responsabilité partagée. Bell indique explicitement que «cette responsabilité doit être partagée entre le fournisseur de services et le consommateur qui deviennent alors partenaires dans l'équation», tout en indiquant que Bell «pousse» certains renseignements aux consommateurs, alors que d'autres sont rendus disponibles pour que le consommateur puisse la «tirer» vers lui au moment souhaité.

Nous avons plus tôt cité Telus, qui exprimait sa confiance dans l'expertise des consommateurs. Selon cette entreprise, les consommateurs savent où obtenir l'information dont ils ont besoin. Voici un l'extrait qui précise le point de vue du fournisseur.

> *Selon notre expérience, la plupart des consommateurs qui achètent un téléphone intelligent, une tablette ou une clé Internet savent comment ces appareils fonctionnent et où trouver l'information quand ils en ont besoin. Les consommateurs qui ne savent pas trop comment fonctionne l'utilisation de données mobiles devraient le mentionner et le fournisseur devrait leur fournir les renseignements nécessaires à ce moment-là.*

Le consommateur qui manque d'information au sujet du fonctionnement des appareils ou des données mobiles doit le spécifier au fournisseur, qui pourra alors le renseigner en conséquence.

Dans le même ordre d'idée, nous avons demandé aux entreprises de nommer tous les acteurs à qui il incombe d'informer les consommateurs au sujet des données mobiles. Il en ressort que différents types de commerçants s'attribuent une responsabilité d'information, qui varie en fonction du type d'entreprise.

Selon Telus, les responsabilités qui reviennent aux commerçants seraient parfaitement assumées :

> *Les consommateurs sont responsables de se renseigner sur la façon d'utiliser leurs appareils, mais les fabricants et les fournisseurs devraient rendre l'information accessible pour les aider à le faire – et ils le font. Les détaillants qui ne sont pas fournisseurs peuvent avoir plus de difficulté à jouer ce rôle, mais ils devraient orienter les consommateurs vers les renseignements disponibles auprès des fabricants et des fournisseurs qu'ils représentent au détail – et ils le font.*

Le commerce de détail offre une réponse similaire, indiquant que, si leurs vendeurs font de leur mieux pour informer et aiguiller le consommateur, ils ne peuvent pas «se substituer aux fournisseurs de services en donnant de l'information. [Les vendeurs voient] à conseiller le client de façon neutre en fonction de son utilisation afin d'aiguiller le client vers le bon produit», tout en indiquant qu'ils peuvent référer le consommateur au fournisseur de services, particulièrement lorsqu'il s'agit de questions après l'achat (des questions de facturation par exemple).

Le commerce a également indiqué en cours d'entrevue que la compagnie travaille avec les fournisseurs et que si ces derniers décidaient, par exemple, de produire un document au sujet du suivi de l'utilisation ou des éléments auxquels il faut faire attention, ils pourraient alors passer l'information aux consommateurs.

Telus indique finalement que si le gouvernement ou les groupes de consommateurs décidaient de rendre disponibles des renseignements à ce sujet, la compagnie ne s'y opposerait pas, «mais il serait important de veiller à ce que cette information soit à jour et exacte.»

2.4.4 Données terrain : les réactions des entreprises

Nous avons demandé aux entreprises de réagir à certaines tendances clés relevées dans notre sondage. Nous les avons confrontées au fait qu'un consommateur sur deux ne saurait pas au moment d'acheter un téléphone intelligent que l'accès à Internet par le biais du réseau du FSSF est activé par défaut, ou que la majorité ne saurait pas que des applications peuvent consommer des données automatiquement.

Bell indique poursuivre ses efforts «afin que tel ne soit pas le cas», Telus offre un point de vue plus détaillé que nous croyons pertinent de citer intégralement :

> *Le phénomène des applications pour téléphones intelligents qui fonctionnent et qui utilisent des données en arrière-plan est courant. Toutefois, nous tenons à souligner que la nature des appareils mobiles actuels, qui constituent essentiellement de petits ordinateurs personnels, repose sur le fait que le consommateur contrôle les applications qu'il installe et la façon dont elles sont configurées. Tout comme les consommateurs maîtrisent les applications qu'ils installent sur leur ordinateur personnel et sont responsables de l'utilisation et des frais de données qui y sont associés, ils le sont également lorsqu'il est question de leurs appareils mobiles. Étant donné que les fournisseurs ne sont pas en mesure de maîtriser les applications que les consommateurs utilisent (et que les consommateurs ne souhaitent pas que les fournisseurs le fassent), les fournisseurs ne sont pas en mesure de contrôler l'utilisation de données en arrière-plan non plus. Cependant, TELUS s'efforce d'aider ses clients à comprendre leur appareil et l'utilisation des données par les applications en fournissant des tableaux de bord en ligne et sur l'appareil [NDRL : outil qui donne de l'information sur la quantité de données, textes et minutes locales utilisés], ainsi que des avis gratuits relatifs à l'utilisation de données.*

Ainsi, Telus offre une réponse qui semble insister sur la responsabilité du consommateur envers son appareil, appareil qui est configuré par défaut, à l'insu du consommateur, pour se connecter à Internet automatiquement, et pour mettre à jour, par exemple, des logiciels qui sont installés par défaut et dont le consommateur peut ignorer les modes de configuration. À une autre question, Telus offre encore une fois un point de vue semblable, en indiquant que les consommateurs sont bien informés au sujet du fonctionnement des appareils intelligents.

> *Les déclarations affirmant que les fournisseurs devraient [vendre les appareils intelligents] en désactivant la transmission de données ou suggérant que les consommateurs qui les achètent ne savent pas qu'ils sont conçus pour fournir une connectivité de transmission de données ne sont pas logiques. […] Les besoins d'un client en matière de transmission de données sont abordés au point de vente dans le cadre du processus visant à déterminer le forfait qui convient le mieux au client.*

Néanmoins, Telus a indiqué ceci, au sujet du traitement des plaintes en lien avec les données mobiles :

> *Étant donné que TELUS gère près de 8 millions de connexions mobiles, il faut dire que les problèmes liés aux frais de données mobiles sont très rares. Lorsque nous devons en facturer, nous tentons d'aider les clients autant que possible et, surtout, nous leur apprenons à éviter que de tels problèmes ne se reproduisent.*

Lorsque nous avons demandé aux entreprises si elles avaient envisagé des solutions pour s'assurer que les consommateurs connaissent les moyens de surveiller ou de contrôler leur utilisation de données et si elles avaient été mises en application, ceux qui ont répondu à la question ont fait référence aux outils qui ont déjà été mis en place (et qui seront décrits dans un prochain chapitre). Aucune solution additionnelle n'est proposée en réponse aux problèmes soulevés spécifiquement dans nos questions. Bell rappelle toutefois l'un des aspects des audiences publiques du CRTC au sujet du code sur les services sans fil, soit une mesure que le CRTC songe à imposer aux fournisseurs :

> *Tous les fournisseurs de services dont Bell étaient en faveur de transmettre des messages textes lorsque le consommateur atteint 50 %, 80 % et 100 % de la limite d'utilisation prévue par son forfait, au cours d'un cycle de facturation.*

Rogers a également fait référence à ces outils de suivi de l'utilisation.

> *At the Commission's public hearing we noted that Rogers fully supports near-real time data alerts advising customers when they are approaching the limits of their wireless internet allowances, both domestically and abroad. Such alerts will help consumers avoid bill surprises and unanticipated charges.*

Telus a également signifié dans ses réponses son appui à l'initiative du CRTC d'établir un code sur les services sans fil. Nous développerons dans une autre section sur les solutions envisagées au cours de cette instance.

Nous nous sommes également enquis auprès des entreprises de leur perception au sujet de l'information affichée au moyen de leur documentation écrite, dans leurs brochures et sur leurs sites Internet. Nous observerons dans le chapitre suivant que le fait de placer une information dans un emplacement peu visible peut certainement avoir un impact sur son accessibilité. Nous avons donc demandé aux fournisseurs s'ils considèrent que l'usage sur leurs sites de très petites polices, de sections réduites par défaut ou d'hyperliens peut avoir pour effet de dissuader les consommateurs de prendre connaissance de toute l'information qui leur serait nécessaire pour faire des choix éclairés.

Telus ne semble pas vraiment se sentir concernée :

> *TELUS s'efforce de rendre accessible aux clients potentiels toute l'information utile autant que possible. Nous souhaitons qu'ils deviennent des clients et, une fois qu'ils le sont, qu'ils demeurent des clients satisfaits. Cependant, nous ne pouvons pas parler pour les autres fournisseurs.*

Mais l'entreprise a toutefois indiqué à une question précédente les efforts qui pourraient être déployés par l'industrie pour améliorer l'information offerte :

> *Il peut être parfois difficile d'informer les clients sans les submerger de renseignements dès le début de notre relation avec eux. Il est important pour nous, cependant, que les renseignements utiles soient à la disposition des clients quand ils en ont besoin et nous sommes toujours à la recherche de moyens de rendre cette information plus accessible.*

Dans le même ordre d'idée, Bell a développé sur la nécessité de hiérarchiser l'information offerte pour que le consommateur ait rapidement accès aux renseignements essentiels.

> *Lorsqu'elle distribue de l'information, Bell s'efforce d'atteindre un équilibre entre l'information essentielle et l'information utile. Au même moment, le média utilisé impose des contraintes additionnelles. Plutôt que de ne pas fournir l'information utile, Bell utilise alors d'autres moyens pour la porter à la connaissance des consommateurs, comme au moyen d'hyperliens.*

2.4.5 Les perspectives quant à la standardisation

Les données que nous avions déjà récoltées au moment d'élaborer le sondage en ligne destiné aux consommateurs nous indiquaient que la standardisation des pratiques de l'industrie constituait une piste en vue d'aider les consommateurs à être correctement informés.

Lorsque nous avons confronté les entreprises au sujet de la majorité écrasante de répondants qui se sont exprimés en faveur d'une standardisation des termes employés pour mesurer, quantifier et décrire les données mobiles, Telus est la seule entreprise qui a répondu directement à la question :

> *TELUS ne s'oppose pas à la normalisation des unités d'utilisation de données. Une telle normalisation pourrait imposer une certaine uniformité des activités à laquelle certains fournisseurs pourraient s'opposer, mais elle serait sans doute utile pour les consommateurs. Il suffirait de s'entendre sur les modalités, un sujet difficile à aborder pour les fournisseurs eux-mêmes et sur lequel il est difficile de s'entendre pour des raisons de concurrence.*

Lorsque nous avons demandé de façon plus générale aux entreprises si l'uniformisation de certaines pratiques de l'industrie en vue d'informer le consommateur était envisageable, Bell et Telus ont accepté de répondre brièvement à la question. Telus indique qu'une telle avenue sera probablement le résultat de la décision du CRTC dans le cadre de l'élaboration du code sur les services sans fil. Bell fait plutôt des commentaires attendus sur la nature concurrentielle du marché :

> *L'industrie des télécommunications sans fil est dynamique et concurrentielle. Dans ce cadre, en réponse aux besoins des consommateurs, Bell a développé et rendu accessible [sic] des outils d'information, et ce, sans l'intervention d'une autorité gouvernementale. […] D'ailleurs, le CRTC est l'organisme indiqué pour déterminer si d'autres mesures sont requises à ce niveau.*

En somme, si Bell a insisté sur le fait que des initiatives ont été mises en place sans l'intervention d'autorité réglementaire, la compagnie a tout de même fait référence à la capacité du CRTC de rendre des décisions à ce sujet, sans toutefois faire référence aux pouvoirs des provinces.

2.5 RÉPONSE DES ORGANISMES DE RÈGLEMENTATION

Dans le cadre de cette ronde de consultations, nous avons également sondé le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications (CRTC) et le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST) afin d'obtenir leurs perspectives sur les mêmes problèmes que ceux qui ont été communiqués aux membres de l'industrie. Notre demande au CPRST est restée lettre morte. Le CRTC a répondu positivement à notre demande, malgré le fait que la décision dans le cadre de l'implantation d'un code de conduite obligatoire pour les FSSF était en délibéré au moment où nous l'avons interrogé. Puisque le Conseil n'était pas en mesure de se positionner sur toutes les questions que nous lui avons transmises, nous paraphraserons ci-dessous l'ensemble des réponses pertinentes que nous avons obtenues[70].

Le Conseil a d'abord reconnu avoir entendu de la part des consommateurs qu'ils ont besoin de plus de renseignements au sujet des données mobiles. En effet, les téléphones intelligents rendent disponibles plusieurs services qui n'étaient pas communs auparavant ; pour cette raison, l'éducation du consommateur doit évoluer de façon à suivre ces changements. Le CRTC indique toutefois que le travail d'information est essentiellement une responsabilité partagée, en affirmant que les fournisseurs sont les experts dans l'utilisation et le contrôle des données mobiles, mais que les consommateurs doivent se renseigner sur les produits qu'ils achètent pour éviter des factures surprises. Le Conseil reconnaît que les commerçants et les fournisseurs de services ont une responsabilité au moins partielle quant à l'information offerte au sujet des données mobiles au moment de l'achat. Toutefois, il indique également que «pour combler les lacunes, les organismes de défense des consommateurs ainsi que des organismes gouvernementaux peuvent assister [le consommateur] en rendant disponible d'autres ressources». Le Conseil indique d'ailleurs travailler actuellement sur des ressources d'information. Fait intéressant, si les fournisseurs de services sont restés très discrets au sujet de l'information qui devrait être impérativement offerte, le Conseil reconnaît que «toute information relative aux frais excédentaires est très importante». Puisque le fonctionnement des appareils intelligents est assez standardisé, le Conseil indique toutefois que les consommateurs ont la responsabilité de s'éduquer sur les téléphones intelligents. Finalement, le Conseil reconnaît se questionner sur l'information de base qui devrait être offerte aux consommateurs, mais reconnaît qu'une industrie concurrentielle permet aux entreprises de se différencier.

[70] Les réponses intégrales offertes par le CRTC se retrouvent en annexe.

3. QUE TROUVE-T-ON DANS LA DOCUMENTATION DES FOURNISSEURS : ÉTUDE DOCUMENTAIRE

Puisque nous disposons maintenant d'une information plus complète sur les habitudes des consommateurs, il nous est désormais possible d'orienter notre analyse documentaire vers l'information qui est la plus couramment consultée par les consommateurs : soit l'information offerte par les fournisseurs de services.

En effet, notre sondage maison nous a permis d'arriver à la conclusion qu'un consommateur qui souhaite se renseigner au sujet des données mobiles se référera le plus souvent aux fournisseurs de services de télécommunications. Cette approche est particulièrement logique, vu que les commerces de détail ont souvent tendance à rediriger le consommateur vers les fournisseurs pour les questions relatives aux données mobiles. De plus, une étude préliminaire de la documentation offerte par les fabricants et les commerces de détail nous a permis de constater que ces derniers ne cherchent pas nécessairement à informer le consommateur de façon exhaustive au sujet des services sans fil.

En fait, les commerces de détail ne produisent habituellement pas eux-mêmes les documents promotionnels au sujet des appareils intelligents et des services sans fil ; la majorité de la documentation écrite distribuée par les commerces de détail consiste en des brochures le plus souvent produites par les fournisseurs de services, et, en quelques rares occasions, des brochures produites par les fabricants au sujet de leurs appareils. Bref, puisque la présente recherche tente d'évaluer l'information offerte au sujet des services d'accès à Internet mobile, notre analyse de l'information au sujet des services sans fil se concentrera exclusivement sur la documentation écrite offerte et produite par les fournisseurs de services. En vue de procéder à cette analyse, nous avons récolté aléatoirement différentes brochures distribuées par les FSSF et qui traitent des services sans fil. Les brochures papier ont été récoltées au printemps et à l'été 2012. Notre analyse détaillée de l'information papier a porté sur une sélection de sept de ces brochures, en fonction de critères qui seront explicités dans les prochains paragraphes.

Lors de notre analyse de la documentation écrite, nous avons rapidement constaté que les brochures papier servent à donner certains renseignements au sujet des services offerts, mais n'ont pas la prétention d'offrir une information exhaustive au sujet d'Internet mobile. Au contraire, pour certains sujets, nous avons souvent constaté que les fournisseurs réfèrent le client à leur site Internet. Pour cette raison, nous avons accordé une attention particulière à l'information offerte sur les sites Internet des fournisseurs de services (d'autant plus que l'information sur Internet est celle qui, comme nous l'avons vu, est celle qui serait le plus souvent consultée par les consommateurs, et ce, pour la quasi-totalité de leurs recherches d'informations). Nous avons analysé l'information offerte sur les sites Web des fournisseurs, dans les sections les plus accessibles : notamment les sections relatives aux forfaits, aux services optionnels, aux services payables à l'utilisation ainsi que certaines sections de soutien, lorsque ces dernières sont conçues et affichées d'une façon à inciter le client à les consulter avant l'achat (ce qui n'était pas le cas sur tous les sites Web étudiés).

Aux fins de notre recherche, nous ne nous sommes intéressés qu'à l'information offerte par les principaux fournisseurs de services qui imposent des limites d'usage à leurs services d'accès à Internet mobile. Nous avons donc concentré nos recherches sur la documentation offerte par Bell, Virgin, Rogers, Fido, Telus, Koodo et Vidéotron. La documentation de certains nouveaux fournisseurs, qui ont pour politique d'offrir des services d'accès au réseau mobile sans limites

d'usage, sauf évidemment pour certaines pratiques de lissage, est donc exclue de notre recherche.

Évidemment, la majorité de l'information récoltée traite des services mobiles pour les téléphones sans fil, puisque les offres qui sont proposées par les fournisseurs pour ces appareils sont plus nombreuses et plus complexes. Nous nous sommes aussi intéressés à l'information offerte au sujet des forfaits ou options de données pour les clés d'accès Internet et les tablettes, mais les brochures et les pages Web consacrées typiquement à ces services sont nettement moins nombreuses.

3.1 CERTAINES LIMITES MÉTHODOLOGIQUES

Nous avons rapidement constaté, dès l'étape de la cueillette des données, qu'il est extrêmement difficile de conserver des données à jour au sujet des offres liées aux services sans fil. Les fournisseurs de services ont en effet tendance à modifier fréquemment leurs brochures et leurs sites Web, en fonction des changements apportés à leurs forfaits ou en fonction de leurs stratégies publicitaires. Cela est particulièrement vrai dans le cas d'Internet mobile. Nous avions constaté, en début de collecte de renseignements, que les services d'accès à Internet mobile étaient souvent offerts par le biais d'options qui peuvent être ajoutées à un forfait de services sans fil. Si plusieurs de ces services étaient offerts sous formes «d'option» additionnelle en 2012 et 2013, l'inclusion par défaut d'un accès limité à Internet mobile est désormais prévue à un nombre important de forfaits de téléphonie sans fil.

De plus, les campagnes promotionnelles qui concernent les données mobiles ont été particulièrement nombreuses et l'information offerte s'est diversifiée au fur et à mesure qu'Internet mobile était de plus en plus publicisé. Pour cette raison, il est très probable que certains faits ou renseignements relevés dans le cadre de notre recherche auront été pris dans des documents ou des pages Web qui ne seront plus disponibles au moment de la publication, et que les détails des offres auront changé. Notre analyse conserve toutefois sa pertinence, vu le fait que la majorité des problèmes remarqués au fil de notre recherche et de notre analyse des données étaient toujours présents au moment de la rédaction du présent rapport, bien que plusieurs des sources d'information proposées par les fournisseurs aient été mises à jour. L'information diffusée aux consommateurs et ce sur quoi elle porte risque bien sûr de changer encore, d'autant plus que de nouvelles réglementations relatives aux services sans fil entreront en vigueur prochainement.

3.2 ANALYSE DES DONNÉES : UNE APPROCHE QUALITATIVE

Indiquons tout d'abord que l'une de nos premières constatations au moment de notre collecte de données a porté sur le fait qu'une myriade de renseignements différents doit être assimilée par le consommateur avant que ce dernier puisse comprendre toutes les conditions applicables à l'Internet mobile, et qui lui permettront de l'utiliser adéquatement sans se retrouver aux prises avec des factures surprises. Le fait de devoir respecter une limite d'usage est l'une de ces conditions, mais le consommateur voudra également, par exemple, connaître la tarification applicable à ces limites d'utilisation, le fonctionnement de cette tarification, et aussi les restrictions à certains usages, ou la tarification différente applicable à certains usages qui nécessitent l'accès à Internet. Puisque les modalités sont relativement nombreuses, nous avons cru pertinent de ne pas limiter notre analyse de l'information offerte aux limites de transfert de données, mais de l'étendre plutôt à l'ensemble des conditions et modalités d'utilisation, afin de

vérifier s'il est possible pour le consommateur d'avoir accès, de comprendre et d'assimiler cette information avant de débuter son utilisation d'Internet mobile. Afin de compléter notre analyse de la documentation offerte par les fournisseurs de services, nous avons d'abord identifié certains éléments d'information dont il est pertinent de prendre connaissance pour bien comprendre, au plan théorique, le fonctionnement des services d'accès à Internet mobile et leur tarification.

Indiquons d'abord que nous ne formulerons pas de commentaires détaillés sur les différentes façons d'afficher les prix des services et la limite d'usage ; contentons-nous de dire que l'affichage de ces éléments est assez systématique et généralement assez visible, et donc aisément accessible. Il s'agit d'ailleurs des seuls éléments d'information que le consommateur peut, en consultant les documents promotionnels des fournisseurs, s'attendre à retrouver facilement au sujet des services permettant l'accès à Internet mobile.

Toutefois, cela ne signifie pas pour autant qu'il est possible pour le consommateur de comprendre à quoi correspondent exactement les limites d'usage présentées par les fournisseurs. Pour cette raison, nous offrirons quelques éléments d'analyse sur les outils utilisés en vue de permettre aux consommateurs de comprendre ce que représentent pratiquement les limites d'usage. Nous nous pencherons également sur les moyens par lesquels on leur propose d'évaluer leurs besoins. Nous enchaînerons ensuite sur plusieurs constatations qui découlent de notre analyse, plus spécifiquement sur la tarification d'Internet mobile et sur son fonctionnement.

Voici l'ensemble des éléments sur lesquels s'attardera notre analyse:

Au sujet du prix de l'utilisation d'Internet mobile :

- Tarification et fonctionnement des forfaits de données flexibles ;
- Tarification et fonctionnement des forfaits de données prépayés ;
- Tarification et fonctionnement des forfaits et options de données Blackberry ;
- Tarification et fonctionnement du partage de données entre appareils;
- Prix des données après le dépassement de la limite d'utilisation ;
- Prix des données utilisées hors forfait ;
- Prix des données mobiles consommées en itinérance ;
- Prix des services optionnels qui accèdent à Internet, utilisés en itinérance.

Au sujet du fonctionnement d'Internet mobile :

- Activation/désactivation des données mobiles ;
- Consommation de données en arrière-plan ;
- Information sur l'accès au Wi-Fi (et explications des différences avec les données mobiles) ;
- Information sur les outils pour vérifier ou limiter la consommation.

Lors de notre analyse, nous avons porté une attention particulière aux éléments d'information ci-haut, cherchant à voir s'ils étaient présents ou non sur les brochures et sites Web des fournisseurs et, le cas échéant, de quelle façon ils étaient présentés.

En vue de réaliser notre étude qualitative de l'information offerte, nous avons également retenu certains critères pour analyser efficacement l'information offerte, sélectionnés à la lumière d'une revue de littérature sur le sujet. Nous avons retenu principalement les critères qui peuvent être utilisés pour évaluer la qualité et l'efficacité de textes informatifs et contrats[71].

Nos critères d'évaluation

Premièrement, et sans doute le critère le plus important : l'exhaustivité de l'information présentée. Quels renseignements sont présentés dans chaque source? Le contenu est-il complet? Est-ce que des renseignements importants sont manquants? L'information présentée est-elle suffisante pour que tout un chacun puisse comprendre la nature du service et les conditions de son utilisation?

Deuxièmement : la facilité de lecture. Les termes employés sont-ils clairs et accessibles? Y a-t-il des termes ou des expressions qui peuvent nuire à la compréhension du texte? Le texte est-il présenté de façon sommaire, ou est-il long? Est-ce que la structure du texte peut nuire à sa compréhension?

Troisièmement : la présentation. Des commentaires seront formulés en fonction de l'utilisation qui est faite des titres, des tableaux, du format et de la police des caractères et de la façon dont l'information est disposée. Y a-t-il des sections et sous-sections qui sont réduites par défaut sur la page Web?

Quatrièmement : la convivialité. Si cette section est d'une importance mineure pour les brochures, elle revêt toutefois une pertinence certaine pour ce qui est des sites Internet. Ce critère est utilisé pour vérifier notamment si l'information est regroupée en un même endroit ou dispersée sur plusieurs pages ou dans plusieurs onglets. Le site utilise-t-il des liens internes? L'information est-elle localisée à un endroit logique et suffisamment accessible? A-t-on dupliqué les endroits où l'on donne une information précise, ou cette information n'est-elle disponible que sur une seule page?

Nous ajouterons quelques observations sur le ton du texte et de l'information présentée et sur l'influence que ce ton peut avoir sur l'interprétation du texte. Informe-t-on le consommateur de façon neutre, ou s'agit-il plutôt d'un texte argumentatif, ou un mélange des deux? Le sérieux que le consommateur doit porter à une information donnée est-il clairement souligné ?

[71] Afin de déterminer quels critères doivent servir à orienter notre analyse, nous nous sommes notamment inspirés de critères utilisés ou mentionnés dans les documents suivants :
DUCHESNE, Geneviève. « Les obstacles à la prise de connaissance et à la compréhension par les consommateurs des contrats de consommation», Union des consommateurs, Montréal, Canada, juin 2008, 360 pages. [En ligne] http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec_conso/contrats_consommation.pdf (document consulté le 9 janvier 2013).
CARREAU, Simon. «Information sur les produits financières et clientèles vulnérables», Union des consommateurs, Montréal, Canada, juin 2010, 134 pages. [En ligne] http://uniondesconsommateurs.ca/docu/budget/ProdFinEtConsomVulnerables.pdf (document consulté le 9 janvier 2013).
BEAUDET, Céline. «Clarté, lisibilité, intelligibilité des textes : un état de la question et une proposition pédagogique», in : Recherches en rédaction professionnelle, Vol. 1, No. 1, Université Sherbrooke, Sherbrooke, Canada, hiver 2001, 17 pages. [En ligne] http://pages.usherbrooke.ca/rrp-cb/Beaudet2.pdf (document consulté le 9 janvier 2013).

En dernier lieu : la qualité générale de la vulgarisation. Le texte est-il seulement descriptif, ou inclut-il également des explications ou des exemples pour aider le consommateur à comprendre l'information? Ces tentatives d'explication apparaissent-elles efficaces?

3.3 RÉSUMÉ DES OFFRES DE SERVICE

Avant toute chose, il nous semble pertinent de résumer de quelle façon les services d'accès à Internet mobile sont offerts au Canada, afin de pouvoir ensuite comprendre adéquatement les commentaires spécifiques aux tarifs ou modalités de service particulières. Commençons d'abord par rappeler certaines subtilités propres aux principaux appareils se connectant au réseau cellulaire, pour ensuite traiter brièvement des outils employés par l'industrie pour informer les consommateurs au sujet de leur utilisation et de leurs limites d'usage, pour ensuite terminer sur le fonctionnement de la tarification.

3.3.1 Internet mobile : quelques rappels sur le fonctionnement des appareils

A) CLÉ D'ACCÈS INTERNET

Nous rappelons le mode de fonctionnement de la clé d'accès USB pour Internet surtout pour la forme. Le consommateur doit souscrire à une option de données et se procurer cette clé, habituellement utilisée sur un ordinateur portable, qui est branchée dans un port USB pour permettre l'accès au réseau cellulaire. Les limites d'usage des options de données offertes avec les clés d'accès sont habituellement plus élevées que celles qui sont offertes pour les tablettes et les téléphones cellulaires.

B) TABLETTE ÉLECTRONIQUE

Pour utiliser le réseau cellulaire au moyen d'une tablette, le consommateur devra (comme pour une connexion par clé Internet) se procurer une carte SIM (Subscriber Identity Module), l'insérer dans son appareil et s'abonner auprès d'un fournisseur de services à un forfait d'accès à Internet mobile. Tout comme avec les téléphones cellulaires (ou n'importe quel ordinateur), le fait que l'écran soit en veille n'est pas synonyme qu'aucune bande passante n'est utilisée. Fait à signaler : il existe souvent des options de données offertes exclusivement pour les iPad, les autres étant applicables à tout autre type de tablettes, ce qui peut parfois rendre difficiles la comparaison et la différenciation entre ces forfaits.

C) TÉLÉPHONE SANS FIL

Même si l'accès à Internet est possible avec la plupart des téléphones cellulaires, les consommateurs qui utilisent Internet mobile au moyen d'un téléphone le font habituellement à partir des appareils qualifiés de téléphones intelligents. Contrairement aux clés d'accès et aux tablettes, rappelons que l'accès à Internet mobile est habituellement activé par défaut sur les téléphones intelligents, et ce, même quand aucun accès à Internet mobile n'est prévu au forfait, il est toutefois possible de désactiver cet accès en consultant les options de paramétrage de l'appareil. Le mode de fonctionnement est habituellement le même lorsqu'Internet mobile est utilisé à l'étranger; l'accès au réseau en itinérance est habituellement activé par défaut, quoique le consommateur est habituellement avisé lorsqu'il entre dans ce type de zone (sans nécessairement connaître tous les tarifs ou les conditions de services).

3.3.2 Internet mobile : les moyens employés pour comprendre et respecter les limites d'usage[72]

Outre l'affichage des renseignements au sujet des services offerts et des limites d'usage, les fournisseurs mettent généralement aussi à la disposition des consommateurs quelques outils pour leur permettre d'évaluer leur utilisation, la consommation de données en fonction de certains usages, et de quelle façon ils peuvent surveiller leur utilisation pour éviter les frais d'utilisation excédentaire. Énumérons les différents outils proposés :

A) SCÉNARIOS DE CONSOMMATION

Les fournisseurs de services appellent de différentes façons les scénarios de consommation qu'ils proposent aux consommateurs. Retenons simplement pour l'instant que certains fournisseurs affichent des tableaux expliquant des scénarios fictifs de consommation pour démontrer aux consommateurs les différentes possibilités d'usage en fonction de différentes limites d'utilisation. Ces outils sont également fréquemment utilisés pour informer les consommateurs du niveau de consommation que requièrent les différents usages. Nous évaluerons plus loin ce type d'outil.

B) CALCULATEUR DE DONNÉES

Cet outil est fort similaire au premier, sauf qu'il est habituellement interactif. Le calculateur de données permet au consommateur de sélectionner différents usages et la fréquence à laquelle il compte les utiliser au cours du mois afin d'évaluer sa consommation potentielle de données mobiles. Cet outil est davantage utilisé pour aider le consommateur à évaluer ses besoins avant de souscrire à une option, plutôt que comme un moyen de faire le suivi de l'utilisation après la souscription à une option de données. Différents calculateurs peuvent être proposés, en fonction des différents types d'appareils qui permettent l'accès aux données mobiles, et, dans certains cas, en fonction des différents systèmes d'exploitation des appareils. Les calculateurs de données au Canada tiennent rarement compte du type de réseau utilisé.

C) RELEVÉ DE L'UTILISATION

Comme indiqué à la section précédente, le relevé de l'utilisation est l'outil qui est utilisé le plus fréquemment par le consommateur pour faire le suivi de la consommation de données de son appareil. L'utilisateur doit se connecter sur le site Internet de son fournisseur et se connecter à son compte pour avoir accès à son relevé (de la même façon qu'un consommateur peut habituellement surveiller la quantité de bande passante utilisée pour les services d'accès à Internet résidentiels). Ce relevé peut également être disponible par d'autres voies : les consommateurs peuvent parfois télécharger une application mobile qui y donnera accès (application dont la connexion entraînera des frais de bande passante, lorsqu'elle se fera sur le réseau cellulaire) ou requérir l'information par téléphone ou par échange de messages textes avec leur fournisseur, tout dépendant de la compagnie.

D) AVERTISSEMENTS PAR MESSAGES TEXTES

Dorénavant, certains fournisseurs de services avisent les consommateurs de différentes façons, par messages textes, notamment, de leur usage d'Internet mobile. Les consommateurs peuvent disposer d'un nombre variable d'avertissements par SMS, qui sont habituellement envoyés lorsque la majorité de la limite d'utilisation d'Internet mobile a été utilisée ou après un certain seuil de dépassement de cette limite. Ce type d'avertissement est aussi utilisé par certains fournisseurs pour aviser leurs clients lorsqu'ils entrent dans une zone d'itinérance; les

[72] Nb : Pour savoir spécifiquement quels sont les outils employés spécifiquement par chaque entreprise, vous pouvez consulter les réponses offertes par les fournisseurs de service en annexe.

avertissements pourront parfois aviser l'utilisateur des tarifs applicables ou l'inviter à souscrire à une option de données en itinérance. Il est toutefois à noter que ces avertissements peuvent ne pas être offerts à certains utilisateurs, notamment ceux qui sont abonnés à des options prépayées.

E) BLOCAGE DE L'UTILISATION

Quelques rares fournisseurs offrent un service de blocage de l'utilisation d'Internet, qui s'applique lorsque le consommateur atteint un certain seuil de frais excédentaires. À l'heure actuelle, un fournisseur offre aussi ce service pour limiter les frais d'itinérance. Ces mécanismes sont occasionnellement utilisés aussi par mesure de précaution pour tous types de frais excédentaires, pour protéger le fournisseur, auprès d'utilisateurs qui ne disposent pas d'un historique de crédit satisfaisant.

3.3.3 Internet mobile : plusieurs modes de tarification

Rappelons premièrement que l'utilisation du réseau cellulaire pour avoir accès à Internet peut se faire de différentes façons. Le consommateur qui dispose d'un appareil intelligent peut avoir accès au réseau de son fournisseur et payer un tarif fixe, à l'usage, la facture mensuelle étant variable, en fonction de la quantité de bande passante utilisée. Cette façon de faire est la moins économique pour le consommateur, qui, de plus, ne peut que difficilement prévoir le total des frais qui lui seront facturés. Cette option est d'autant plus dispendieuse que les frais imposés pour la consommation de données facturés à l'usage sont parfois même plus élevés que les frais d'utilisation excédentaire qui, après le dépassement de la limite allouée, sont facturés aux utilisateurs qui se sont abonnés à une option de données. Pour ces raisons, les consommateurs qui souhaitent utiliser Internet mobile vont habituellement se prévaloir d'une option de données ou choisir un forfait qui prévoit une utilisation (dans la majorité des cas) limitée d'Internet mobile. Résumons brièvement les genres de plans qui sont offerts aux consommateurs.

A) OPTION AVEC LIMITES FIXES

L'option de données avec limites fixes est sans doute le mode de tarification le plus simple. Le consommateur paie pour un accès limité à Internet mobile, un montant qui reste le même chaque mois, à condition de ne pas dépasser sa limite d'utilisation, auquel cas il devra payer des frais supplémentaires pour utilisation excédentaire, calculés en fonction de la bande passante additionnelle utilisée. Notons que le prix des données utilisées après avoir dépassé la limite d'usage peut être égal ou inférieur à celui des données facturées à l'usage. Notons également que si le service d'accès à Internet mobile est offert sur une base prépayée, le service pourrait être coupé lorsque la limite d'utilisation est atteinte, de la même façon que pour les services de voix prépayés (lorsque les crédits sont épuisés).

B) OPTION DE DONNÉES FLEXIBLE

L'option de données flexible est de plus en plus répandue. Le consommateur paie un accès à Internet mobile, mais l'utilisation est tarifée par paliers. Plutôt que de se voir facturer à la pièce les utilisations excédentaires, l'utilisateur qui dépasse la limite prévue à un forfait donné se fera facturer pour ce mois seulement le tarif d'un forfait supérieur, qui comprend une limite de consommation plus élevée. Ce mode de tarification est souvent publicisé par les fournisseurs de services comme étant une façon d'éviter les frais d'utilisation excédentaire exorbitants. Notons cependant que lorsque le consommateur dépasse sa limite habituelle de téléchargement, le montant qui lui sera facturé ne sera pas proportionnel à la quantité de bande passante utilisée en supplément, ce qui peut s'avérer désavantageux lorsque le consommateur

ne dépasse que légèrement sa limite d'utilisation. De plus, lorsque la consommation de l'utilisateur atteint le palier le plus élevé prévu par les forfaits offerts par le fournisseur, il devra tout de même payer des frais d'utilisation excédentaire. Afin de simplifier le tout, voici une saisie d'écran tirée du site web de Telus, qui illustre le mode de fonctionnement global :

Tableau 14
Option de données flexible Telus[73]

Forfait Haute Vitesse Mobile Flexible

Choisissez entre deux forfaits de données flexibles, offerts à partir de 10 $ ou de 35 $ par mois. Au début de chaque mois, le tarif de base s'applique et s'ajuste automatiquement selon votre utilisation de données.

Par exemple : si vous optez pour le forfait Données de base Flex 10+, si vous utilisez 100 Mo dans une mois, nous ne payerez que 10 $.
Si vous utilisez 500 Mo le mois suivant, votre tarif s'ajustera automatiquement à 30 $.

TELUS facilite le suivi de votre utilisation en vous proposant un outil de gestion des données en ligne.

Détails des forfaits	**Forfait Données de base Flex 10+**	**Forfait Données flexibles 35+**
Tarif mensuel*	10 $	35 $
Données incluses[1] (au Canada)	jusqu'à 100 Mo - 10 $ jusqu'à 250 Mo - 20 $ jusqu'à 500 Mo - 30 $	jusqu'à **1** Go - 35 $ jusqu'à 2 Go - 45 $ jusqu'à 4 Go - 60 $ jusqu'à 6 Go - 75 $ jusqu'à 9 Go - 90 $
Données additionnelles[2] (au Canada)	+ 2¢/Mo	
	Ajouter au panier	Ajouter au panier

Pour le forfait flexible à 35$, on remarque que le prix de chaque gigaoctet de données supplémentaires varie énormément selon le forfait ; un gigaoctet supplémentaire, entre les deux premiers paliers du forfait de données flexible à 35 $ coûtera 10 $, alors que le prix des données additionnelles (après le dépassement du dernier palier) équivaut à 20 $ par gigaoctet.

De plus, il en coûte 10 $ supplémentaires entre chaque palier, soit pour 150 ou 250 mégaoctets supplémentaires, pour le forfait de base à 10 $. Toutefois, il en coûte seulement 10 $ additionnels pour 500 mégaoctets d'utilisation supplémentaires, après le dernier palier.

Si l'objectif de ce genre de forfait est justement de limiter les frais de données excédentaires, il est néanmoins complexe de déterminer quels sont les seuils d'utilisation les plus économiques pour les consommateurs. Les tarifs semblent inciter les consommateurs à se diriger vers les plus hauts paliers, mais l'utilisation de données additionnelles, surtout pour le forfait à 35 $, entraîne un tarif moins avantageux pour l'utilisation d'un gigaoctet supplémentaire.

[73] Saisie d'écran réalisée sur le site web de Telus, sous l'onglet «Forfaits», en date du 23 octobre 2012.

On notera que certains fournisseurs ont abandonné la facturation à l'usage, pour souscrire automatiquement le consommateur qui utilise Internet mobile à une option de données flexible.

C) TARIFICATION ALTERNATIVE

Il peut arriver que certains services optionnels qui nécessitent un transfert de données ne soient pas pris en compte dans la limite d'usage mensuelle allouée aux consommateurs. C'est le cas notamment des pièces jointes qui sont envoyées par message texte (photos et vidéos), ces derniers étant souvent inclus dans une option distincte de messages textes illimités, à certaines conditions que nous expliciterons ci-dessous. De plus, certains services de vidéo en continu (l'accès à certaines chaînes de télévision spécifiques, par exemple) sont tarifés à l'heure, plutôt qu'en fonction de la bande passante. D'autres options peuvent également être tarifées différemment. Dans tous les cas, on pourrait certainement et légitimement se questionner sur l'effet de telles tarifications alternatives sur la neutralité du Net…

D) PARTICULARITÉS DES APPAREILS BLACKBERRY

Les tarifications applicables aux services d'accès à Internet sur appareil Blackberry diffèrent grandement de celles qui s'appliquent aux autres appareils intelligents. En effet, plutôt que d'imposer nécessairement une limite d'usage en méga ou gigaoctets, les options pour Blackberry imposent souvent des restrictions d'usage. À titre d'exemple, une option pourra donner un accès illimité aux courriels et/ou aux réseaux sociaux, mais n'inclura pas d'autre type de navigation sur le Web. Les accès non prévus à ce type de forfait feront l'objet de modalités de service additionnelles desquelles les utilisateurs d'appareils Blackberry doivent tenir compte lorsqu'ils font le suivi de leur utilisation. La façon dont certains services Blackberry sont offerts semble indiquer, comme c'est aussi le cas pour les tarifications alternatives, que certains contenus qui nécessitent l'accès à Internet profitent d'un accès prioritaire sur les plateformes mobiles.

3.4 ÉVALUATION DE L'INFORMATION OFFERTE

Ce tour d'horizon des services d'accès à Internet mobile maintenant réalisé, nous pouvons désormais révéler nos trouvailles. En premier lieu, nous résumerons nos constatations générales au sujet de l'information offerte dans les brochures sélectionnées, pour offrir ensuite nos éléments d'analyse des sites Web des fournisseurs. Nous enchaînerons ensuite avec des observations ciblées au sujet des éléments d'information qui ont servi à orienter notre analyse. Ce compte-rendu d'analyse sera illustré d'exemples.

3.4.1 Brochures : une source d'information sans prétention

Si un mot devait être choisi pour décrire l'information offerte dans les brochures des fournisseurs de services, nous choisirions sans doute brièveté, avec toutes les forces et les faiblesses que cela implique. En effet, l'information offerte dans les brochures n'est certes pas exhaustive, mais elle n'a pas non plus la prétention de l'être.

Précisions tout d'abord, que, lorsque nous avons collecté dans différents kiosques des brochures portant sur les appareils mobiles, nous n'avons jamais trouvé de brochures ayant pour objectif premier d'expliquer le fonctionnement d'Internet mobile ou les manières de faire un suivi efficace de son utilisation. Les brochures qui sont offertes aux consommateurs consistent essentiellement en matériel promotionnel utilisé pour informer et inciter le consommateur à

devenir client de l'entreprise. Le service est expliqué sommairement, et très peu de fournisseurs se sont donné la peine dans ces brochures d'aviser le consommateur des frais imprévus qui peuvent être facturés suite à l'usage de données mobiles[74], mais lorsque les fournisseurs donnent des spécifications sur le fonctionnement des données mobiles et des outils de gestion de l'utilisation, les explications restent habituellement très sommaires. À titre d'exemple, nous n'avons trouvé aucune brochure parmi notre échantillon qui faisait référence au fait que les données mobiles sont activées par défaut sur les téléphones intelligents ou que des données peuvent être utilisées automatiquement par certaines applications. De plus, rares sont les fournisseurs qui se donneront la peine de donner des trucs pour utiliser efficacement Internet mobile, notamment le fait de profiter des réseaux Wi-Fi lorsque disponible (mais quelques fournisseurs l'ont tout de même fait) et le conseil de n'utiliser le réseau cellulaire que lorsque le Wi-Fi n'est pas disponible. C'est pourtant la solution qui est finalement choisie par plus d'un consommateur pour profiter d'un service tout en en limitant les coûts. De plus, le consommateur qui ne consulte que les brochures n'a pas vraiment les moyens de comprendre à quoi correspondent exactement les limites d'usage proposées par les différents fournisseurs, les éléments d'information à ce sujet, lorsqu'ils sont présents, étant excessivement fragmentaires, se limitant souvent à la simple mention des unités de mesure (kilooctet, mégaoctet et gigaoctet). Par contre, le consommateur pourra à l'occasion être référé à un outil en ligne qui pourrait lui permettre d'évaluer ses besoins, soit habituellement au calculateur de données de l'entreprise.

Bref, les consommateurs qui consultent les brochures papier vont essentiellement trouver quelques caractéristiques sommaires des forfaits et des options de services sans fil, quelques renseignements au sujet des modalités de service et certains tarifs applicables, mais l'objectif ne semble jamais d'inciter le consommateur à ne se fier qu'à ces brochures. Au contraire, ce dernier est invité à quelques reprises à consulter le site Internet du fournisseur pour trouver toute l'information dont il a besoin. De façon générale, les clients sont redirigés beaucoup plus souvent vers les sites Internet, plutôt qu'à un numéro de téléphone pour contacter les départements de service à la clientèle. Évidemment, le fournisseur dispose dans les brochures d'un espace plutôt limité pour présenter l'information au sujet de ses services, ce qui pourrait expliquer le fait que l'exhaustivité ne soit pas au rendez-vous.

On peut toutefois affirmer que la consultation d'une telle brochure ne représentera généralement pas pour le consommateur une opération complexe. Elles sont définitivement conçues pour être consultées par le grand public. Elles contiennent leur lot de phrases accrocheuses, d'images, de couleurs, le tout vraisemblablement conçu pour attirer l'attention du consommateur – lui rendre le produit désirable au consommateur plutôt que de le lui expliquer. On retrouve quelques phrases et paragraphes courts, peu de texte, mais beaucoup d'encadrés et de tableaux qui permettent de trouver rapidement le prix mensuel d'un service et les limites d'usage à respecter. Les termes employés sont généralement faciles à comprendre, sauf évidemment pour certaines expressions qui sont propres aux services sans fil et avec lesquelles le consommateur devra se familiariser pour comprendre l'ensemble de l'information présentée[75]. Certains termes employés semblent toutefois mal choisis. L'utilisation de l'expression «trucs légaux ennuyants» n'encourage certainement pas le consommateur à

[74] Telus et Koodo, qui utilisent les outils de gestion de l'utilisation comme argument de vente, constituent l'exception.
[75] Pensons notamment au fait d'utiliser le terme «données» pour parler de l'accès à Internet mobile sur les téléphones cellulaires. Les concepts liés à l'itinérance peuvent nécessiter une forme d'apprentissage pour les néophytes, et les arguments de vente liés à la vitesse du réseau (3G, 4G, LTE, etc.) demandent à être déchiffrés. Quelques expressions utilisées pour qualifier certaines options ne décrivent pas nécessairement efficacement le service offert : à titre d'exemple, en quoi peut bien consister une option de «Blackberry Messenger illimité»?

consulter certaines sections de petites écritures dans lesquelles on retrouve plusieurs informations importantes au sujet des services offerts.

En effet, les choses se gâteront lorsque le lecteur voudra prendre connaissance de certains renseignements spécifiques, notamment certains des tarifs applicables ou des modalités de service particulières. Plusieurs brochures comportent une très longue section de mentions légales (voir *Annexe E Lexique* du présent rapport), à un emplacement ou dans une police de caractère qui n'encourage pas nécessairement la lecture. Une partie importante de ces renseignements concerne en effet habituellement le fonctionnement, la tarification ou les modalités relatives à l'utilisation d'Internet sur un appareil mobile. Nous reviendrons plus loin sur ces questions et formulerons des commentaires sur l'accessibilité générale de l'information, décortiquée par sujets.

Évidemment, ces brochures mêlent allègrement l'information sommaire et les arguments de vente. Aucune des brochures que nous avons consultées ne présentait un ton neutre, plusieurs expressions et formulations à connotation publicitaire sont clairement visibles, au sujet des services sans fil en général[76]. En ce qui concerne la qualité de la vulgarisation, au sens où nous l'avons retenu dans le cadre de notre recherche, indiquons que lorsqu'on trouve des efforts d'explication, ils sont plutôt limités et sont souvent relayés à une section d'un aspect « légal » assez rébarbatif. En somme, l'information présentée est brève et descriptive, et ne comporte pas d'explication détaillée, les quelques conseils offerts étant généralement superficiels. Les textes sont également ponctués d'arguments de vente.

3.4.2 Sites Internet : information plus exhaustive, mais moins accessible

Puisque les brochures ont tendance à rediriger le lecteur vers le site Web du fournisseur pour plus d'information, et vu que les contraintes d'espace pour l'information offerte en ligne ne sont pas aussi importantes, nous pouvions supposer que l'utilisation de sites Internet permettrait aux entreprises de rendre disponible une information plus complète et accessible. Hélas, ce n'est pas le cas.

L'information au sujet de l'utilisation d'Internet mobile fait l'objet d'une exhaustivité et d'une clarté très variables d'un fournisseur à l'autre. Les pages d'explications des options et des forfaits avec données n'incluent généralement pas d'information sur le fonctionnement des données mobiles. On y indique habituellement, sommairement, le prix mensuel, les limites d'utilisation, le prix des données excédentaires (avec une visibilité très variable), et quelques renseignements fragmentaires sur les usages que peut faire un consommateur des données mobiles. En résumé, malgré l'importance de plus en plus grande de ce service et la place grandissante qu'il prend dans l'usage des appareils mobiles, l'information au sujet des données mobiles est parfois à peine plus détaillée que celle qui est disponible pour les autres services optionnels inclus au forfait (messages textes ou appels interurbains, par exemple).

[76] Dans la brochure de Virgin, nous avons notamment relevé les expressions suivantes : «un réseau et des téléphones extraordinaires», «forfaits bien remplis», «service aux membres primés». Dans la brochure de Bell : «Bell déploie présentement son nouveau réseau 4G LTE, la technologie mobile la plus évoluée au monde», «appareils populaires exclusifs», «contenu captivant», «le réseau Wi-Fi le plus vaste au pays». Dans la brochure de Telus : «Telus vous a écouté et vous offre maintenant un choix simplifié de forfaits qui correspondent parfaitement à votre appareil». De nombreux autres exemples pour chaque fournisseur auraient pu être cités.

De façon générale, lorsqu'un consommateur recherche des explications plus détaillées sur l'utilisation et le fonctionnement d'Internet mobile, il les trouvera souvent dans une section du type «aide» ou «soutien». Soulignons que dans ces sections de soutien, la visibilité des sous-sections traitant des données mobiles est très variable d'un fournisseur à l'autre, certains se donnant la peine de consacrer une section spécifique à Internet mobile ou d'exposer le sujet dans certains titres, alors que pour d'autres, on doit se résoudre à tenter de trouver rapidement l'information que l'on cherche à l'aide d'une recherche par mot clé. Évidemment, l'information de base au sujet des données mobiles, notamment le fait que les données sont activées par défaut et que des applications peuvent utiliser automatiquement le transfert de données pour certaines opérations, est habituellement confinée dans les sections d'«aide», pour autant même qu'elle soit disponible.

Il serait faux de prétendre que l'information offerte sur les sites Internet de fournisseurs n'est pas plus exhaustive que l'information offerte par le biais des brochures. Il ne fait aucun doute que l'information est plus détaillée. Un des problèmes qui nous a semblé des plus probants est le fait que la façon dont l'information est disposée a un impact énorme sur son accessibilité. En effet, les possibilités et les moyens de camoufler et de minimiser, sur un site Internet, la visibilité de certains renseignements importants sont quasi infinis. Les sites des fournisseurs, aussi différents qu'ils soient les uns des autres, disposent l'information de manière extrêmement variée, ce qui n'a pas toujours pour effet de rendre l'information plus claire et accessible sur un site plutôt que sur un autre. Souvent, un consommateur qui souhaite avoir plus d'information au sujet du fonctionnement et de la tarification d'Internet mobile devra éplucher soigneusement les pages Web à sa disposition. Voici plusieurs constatations générales que nous avons notées au sujet des sites, sans distinction quant aux sites individuels des fournisseurs :

- L'information est distribuée sous différents onglets, sections et sous-sections (et parfois «sous sous-section», etc.), ce qui empêche d'avoir accès rapidement à toute l'information nécessaire pour bien comprendre la tarification d'un forfait. Il arrive que certaines pages soient si longues et incluent tant de contenu au sujet de différents services qu'on peut retrouver de l'information qui semblera contradictoire ;
- La présence et l'utilisation des liens internes sont très variables : s'ils peuvent être utiles pour maximiser l'accès à certains renseignements importants, il semble parfois difficile d'assurer un juste équilibre dans leur utilisation; le consommateur ne voudra pas nécessairement lire plusieurs pages en même temps pour obtenir l'information qu'il recherche. La multiplicité d'information sur une même page pourra l'inciter à ne pas consulter tous les liens internes pertinents;
- Quelques fournisseurs font des efforts pour dupliquer les endroits où l'on peut trouver des explications au sujet des données mobiles ou les liens vers ces renseignements. Les calculateurs de données, par exemple, sont souvent annoncés sur plus d'une page, est-ce là l'information la plus utile que l'on peut dupliquer au sujet d'Internet mobile[77]?
- La majorité des sites Web étudiés utilisent de multiples références vers des notes en pied de page (mentions légales) qui s'affichent dans une police de caractères minuscules, y compris pour certains renseignements importants concernant les données. Souvent, les segments d'information additionnels en pied de page sont confinés à une section réduite par défaut, qui, parfois, ne s'affichera qu'après avoir cliqué sur une petite icône discrète. Bref, des renseignements relatifs à l'utilisation de

[77] On parle ici bien entendu d'utilité pour le consommateur. Nous comprenons aisément l'intérêt que peut trouver le commerçant à multiplier l'accès à un outil qui sert à la fois à évaluer les besoins et à exposer tous les usages duquel peut profiter un consommateur en accèdent à Internet mobile.

données semblent tout simplement être camouflés, ce qui ne permet évidemment pas de les repérer facilement;

- Dans la même veine, il arrive fréquemment qu'une même page contienne plusieurs sections pour lesquelles il est possible d'afficher des renseignements additionnels à moins de cliquer sur le titre ou l'icône appropriés. Au moment où une nouvelle section d'information additionnelle s'affiche, la dernière section consultée se réduit automatiquement, ce qui peut rendre difficile la consultation de toute l'information d'une même page;
- Certaines conditions d'utilisation ou mentions légales sont disponibles sur une page à part (parfois en format PDF), pour lesquelles l'utilisateur devra se débrouiller et trouver une solution pour en maximiser l'affichage, qu'il s'agisse d'une impression ou d'effectuer un agrandissement de la page. Dans tous les cas, les démarches requises pour avoir accès à l'information pourraient en décourager plus d'un;
- On peut remarquer que dans la majorité des cas, l'utilisateur qui cherche une information plus complète ne pourra se contenter de consulter les pages qui expliquent les différents forfaits et options de données; il devra le plus souvent se rapporter aux sections «aide» ou «soutien» s'il veut comprendre le fonctionnement des données mobiles, des sections qu'un consommateur n'aura pas nécessairement le réflexe de consulter avant d'acheter un appareil intelligent et/ou de souscrire à une option de données.

Concernant les efforts de vulgarisation, soulignons que l'information plus détaillée est souvent peu accessible et manque souvent de clarté pour monsieur et madame Tout-le-monde. Par exemple, les explications plus détaillées concernant le fonctionnement des forfaits de données (en ce qui concerne le fonctionnement des forfaits flexibles et l'application de frais excédentaires, par exemple) sont parfois brèves et difficiles, voire impossibles à comprendre. L'information au sujet des frais d'itinérance est parfois si cryptique qu'il doit forcément être difficile pour plusieurs consommateurs de comprendre les détails relatifs au fonctionnement et à la tarification que cette information est censée communiquer.

En somme, les pages qui décrivent les forfaits ou les options de données vont rarement dans le détail. De plus, l'exhaustivité de l'information au sujet des données qui se retrouve dans les sections d'aide (lorsque cette section est pertinente) varie beaucoup d'un site à l'autre. En effet, la volonté du fournisseur de vendre un service à un client semble parfois influer sur sa capacité d'offrir une information neutre et complète. Des réponses qui devraient apporter des explications plus détaillées au sujet du fonctionnement d'Internet mobile ressemblent malheureusement parfois davantage à des arguments de vente.

Notre étude de l'information offerte par les fournisseurs nous amène à la conclusion qu'un consommateur qui souhaiterait comprendre véritablement le fonctionnement des données mobiles, les limites d'utilisation et les moyens de les gérer ne pourra se fier uniquement à la documentation écrite des fournisseurs.

3.4.3 Sommaire des résultats regroupés par sujets

Afin d'illustrer nos constatations générales et les raisons pour lesquelles nous arrivons aux conclusions que nous avons précédemment formulées, nous procéderons maintenant à une présentation de notre analyse, subdivisée en fonction des sujets auxquels nous avons accordé une attention particulière. Notre analyse sera ponctuée d'images pour faciliter la compréhension.

A) INFORMATION SUR LES DONNÉES CONSOMMÉES EN FONCTION DES USAGES

Comme expliqué précédemment, les fournisseurs de services offrent aux consommateurs certains outils qui devraient les aider à cibler le niveau de consommation de données mobiles dont ils pourraient avoir besoin. Nous faisons référence aux scénarios de consommation et aux calculateurs de données. Si l'ensemble des fournisseurs fait la promotion de calculateurs de données pour aider les utilisateurs à évaluer leurs besoins, les scénarios de consommation ne sont pas utilisés de façon systématique.

i) Scénario de consommation

Il est probable que les scénarios de consommation[78] soient moins utilisés, puisqu'ils sont des outils extrêmement approximatifs et peu efficaces. En effet, ils ne sont pas nécessairement représentatifs de l'utilisation réelle des consommateurs qui ne peut pas correspondre parfaitement à l'un des usages présentés. En effet, le nombre limité de scénarios présentés n'aide pas à garantir la précision de ces outils. Soulignons également que les consommateurs n'évaluent pas nécessairement leur besoin en données mobiles avec la précision d'une machine.

Notons finalement le degré de précision variable des données présentées dans chaque tableau explicatif : certains ne font que donner des indications sur la quantité de mégaoctets nécessaires à l'utilisation de certaines fonctions, tandis que d'autres suggèrent différents forfaits en fonction des exemples proposés, sans donner nécessairement d'indication sur la quantité de données utilisées en fonction des usages. Évidemment, les fournisseurs sont également libres d'utiliser des valeurs variables pour chacun des usages proposés. Dans les exemples ci-dessous, Vidéotron utilise une valeur d'environ 20 kilooctets pour chaque courriel ouvert, tandis que Telus en calcule seulement quatre. Pour la vidéo en continu, Vidéotron calcule 3,5 mégaoctets pour une minute de visualisation, tandis que Telus calcule un peu plus de deux mégaoctets seulement. Impossible de faire le même comparatif avec Bell, qui présente plusieurs usages pour chaque scénario de consommation sans préciser les valeurs employées pour réaliser le calcul, indiquant de façon cryptique que le format des photos, courriels texte et pages Web varie grandement.

[78] Nous incluons dans cette catégorie des outils qualifiés «d'exemples d'utilisation» et de «tableaux de consommation», notamment, puisqu'ils ont tous à peu près la même vocation.

Dans tous les cas, puisqu'il n'y a que peu ou pas de précisions additionnelles sur les appareils employés (Apple, Android, Blackberry) et les types et formats de fichiers envisagés (les pages Web dont les valeurs sont estimées comportent-elles seulement du texte, ou également beaucoup d'images? Quel est le taux et le format de compression des fichiers de films ou de musique pris en compte[79] ?), il est impossible de dire lequel des outils présentés est le plus précis. Il nous semble que ces scénarios sont basés sur des valeurs très abstraites, qui ne s'appliquent pas aisément aux usages concrets faits par les consommateurs. De plus, les avertissements indiquant que ces valeurs ne sont qu'approximatives ne sont affichés que très discrètement.

Voici les trois exemples tirés de notre collecte de données.

Illustration 15
Scénarios de consommation : Vidéotron [80]

EXEMPLE D'UTILISATION MENSUELLE

Selon un bloc de données de 500 Mo sur appareil Android

	COURRIELS (TEXTE)	MESSAGES INSTANTANÉS	PAGES WEB	MINUTES DE VIDÉO EN CONTINU	APPLICATIONS	CHANSONS
Par jour	15 = 0,3 Mo	50 = 1 Mo	25 = 4,25 Mo	3 min = 10,5 Mo	1 (aux 6 jours) = 5,5 Mo	1 (aux 3 jours) = 4 Mo
Par mois	450 = 9 Mo	1 250 = 25 Mo	420 = 71,4 Mo	90 min = 315 Mo	5 = 27,5 Mo	10 = 40 Mo
En moyenne	1 courriel = 0,02 Mo	1 message instantané = 0,02 Mo	1 page Web = 0,17 Mo	1 min = 3,5 Mo	1 application = 5,5 Mo	1 chanson = 4 Mo

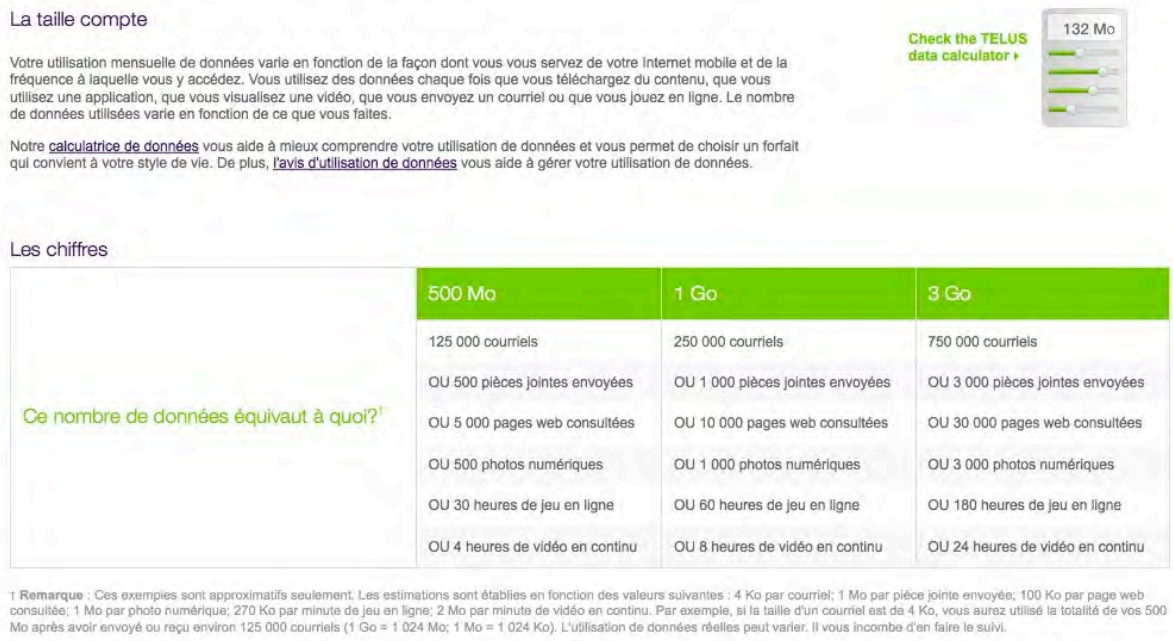
L'utilisation excédentaire est facturée selon le bloc de données choisi. Pour un bloc de 200 Mo, l'utilisation excédentaire est facturée 0,10 $ par Mo additionnel (1 Mo = 1024 Ko). Pour les blocs de 500 Mo et plus, l'utilisation excédentaire est facturée 0,05 $ par Mo additionnel. Le montant est arrondi au cent supérieur. Des frais de transmission en itinérance peuvent s'appliquer. Reportez-vous à la section Services payables à utilisation pour en savoir plus.

Pour mieux évaluer vos besoins en données, consultez l'Estimateur de données mobiles.

[79] La page Web de Telus sur laquelle apparaît un calculateur de données (au 29 mai 2013), indique que la taille d'une page Web par exemple, pèse 0,17 kilooctets. Toutefois, nous avons constaté, en téléchargeant cette page web de Telus, qu'elle pesait elle-même plus de 1,4 mégaoctets. Le même calculateur indique que le téléchargement d'une chanson équivaut à 4 mégaoctets. Toutefois, un fichier musical de 4 minutes compressé en mp3 à 320Kbits/s, par exemple, peut représenter près de 10 Mo; en flac : plus de 30 Mo. Si un vidéo en continu d'une minute sur YouTube peut correspondre à 3,5 Mo avec une définition de 360p – ce qui correspond au scénario de Vidéotron, mais représente près du double du scénario de Telus –, il pourra représenter plus de 15 Mo en HD (1080p). Ainsi, les estimations offertes par les fournisseurs se basent sur des valeurs qui ne sont pas nécessairement représentatives de tous les usages possibles, et les estimations sont généralement plus optimistes que réalistes.»

[80] Saisie d'écran réalisée sur le site Web de Vidéotron, le 27 septembre 2012.

Illustration 16
Tableau de consommation : Telus[81]



La taille compte

Votre utilisation mensuelle de données varie en fonction de la façon dont vous vous servez de votre Internet mobile et de la fréquence à laquelle vous y accédez. Vous utilisez des données chaque fois que vous téléchargez du contenu, que vous utilisez une application, que vous visualisez une vidéo, que vous envoyez un courriel ou que vous jouez en ligne. Le nombre de données utilisées varie en fonction de ce que vous faites.

Notre calculatrice de données vous aide à mieux comprendre votre utilisation de données et vous permet de choisir un forfait qui convient à votre style de vie. De plus, l'avis d'utilisation de données vous aide à gérer votre utilisation de données.

Check the TELUS data calculator ▸

132 Mo

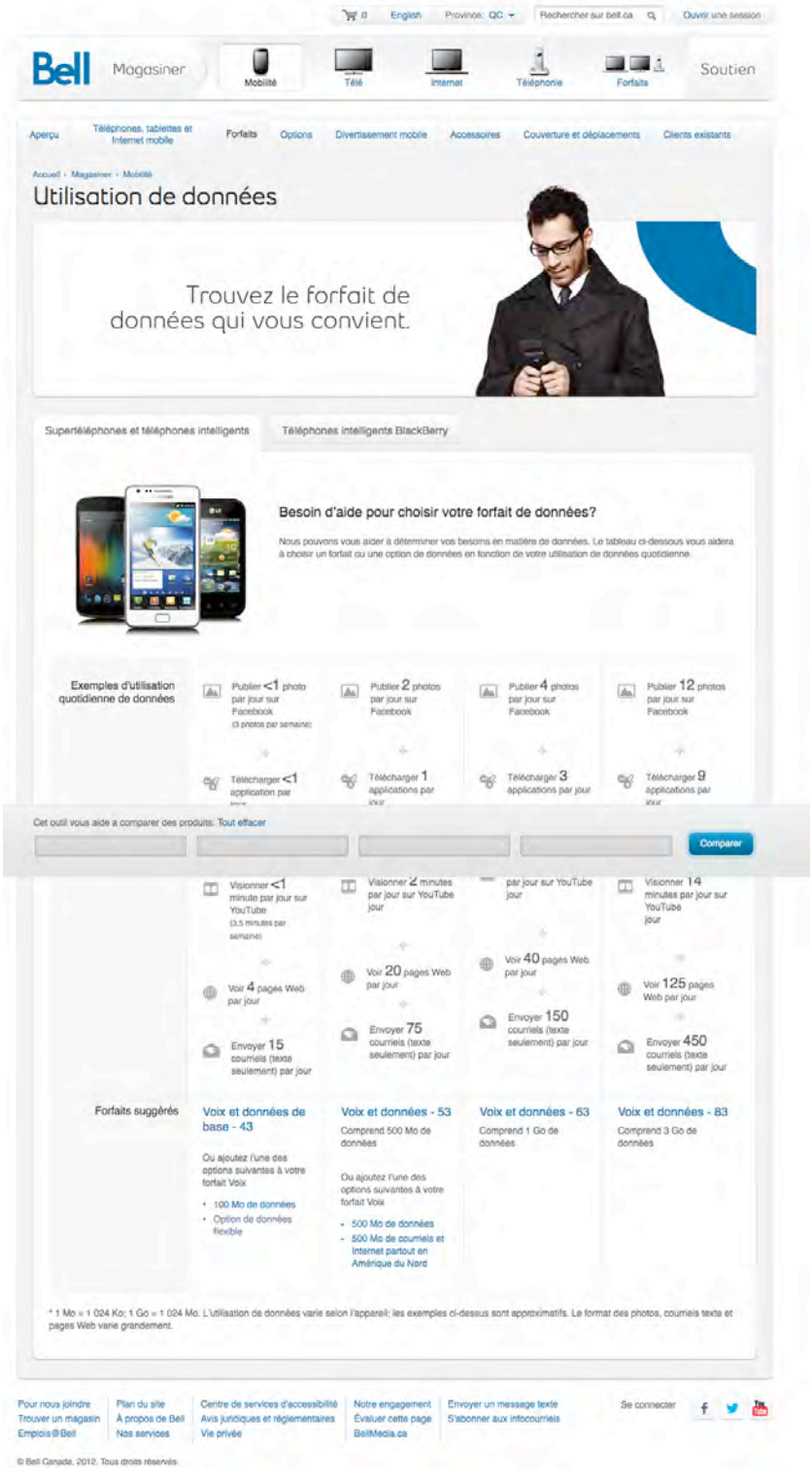
Les chiffres

Ce nombre de données équivaut à quoi?†	500 Mo	1 Go	3 Go
	125 000 courriels	250 000 courriels	750 000 courriels
	OU 500 pièces jointes envoyées	OU 1 000 pièces jointes envoyées	OU 3 000 pièces jointes envoyées
	OU 5 000 pages web consultées	OU 10 000 pages web consultées	OU 30 000 pages web consultées
	OU 500 photos numériques	OU 1 000 photos numériques	OU 3 000 photos numériques
	OU 30 heures de jeu en ligne	OU 60 heures de jeu en ligne	OU 180 heures de jeu en ligne
	OU 4 heures de vidéo en continu	OU 8 heures de vidéo en continu	OU 24 heures de vidéo en continu

† **Remarque** : Ces exemples sont approximatifs seulement. Les estimations sont établies en fonction des valeurs suivantes : 4 Ko par courriel; 1 Mo par pièce jointe envoyée; 100 Ko par page web consultée; 1 Mo par photo numérique; 270 Ko par minute de jeu en ligne; 2 Mo par minute de vidéo en continu. Par exemple, si la taille d'un courriel est de 4 Ko, vous aurez utilisé la totalité de vos 500 Mo après avoir envoyé ou reçu environ 125 000 courriels (1 Go = 1 024 Mo; 1 Mo = 1 024 Ko). L'utilisation de données réelles peut varier. Il vous incombe d'en faire le suivi.

[81] Saisie d'écran réalisée sur le site Web de Telus, le 23 octobre.

Illustration 17
Scénarios de consommation : Bell[82]



[82] Saisie d'écran réalisée le 4 novembre 2012 sur le site Web de Bell.
Nb : une fenêtre à l'apparition inopinée nous a empêché de saisir l'ensemble du tableau sans que l'information soit en partie cachée par l'intruse.

ii) Calculateur de données

Certains consommateurs pourraient logiquement être davantage attirés par les calculateurs de données, qui leur permettent de personnaliser les données affichées en fonction de leurs besoins.

Indiquons tout d'abord que, sans nécessairement être fausse, l'information offerte par l'entremise des calculateurs de données peut porter à confusion. Certes, ce type d'outil permet à tout le moins à un consommateur de constater que certains usages sont plus gourmands en bande passante que d'autres, mais il reste que ce type d'outil manque cruellement en précision pour plusieurs raisons.

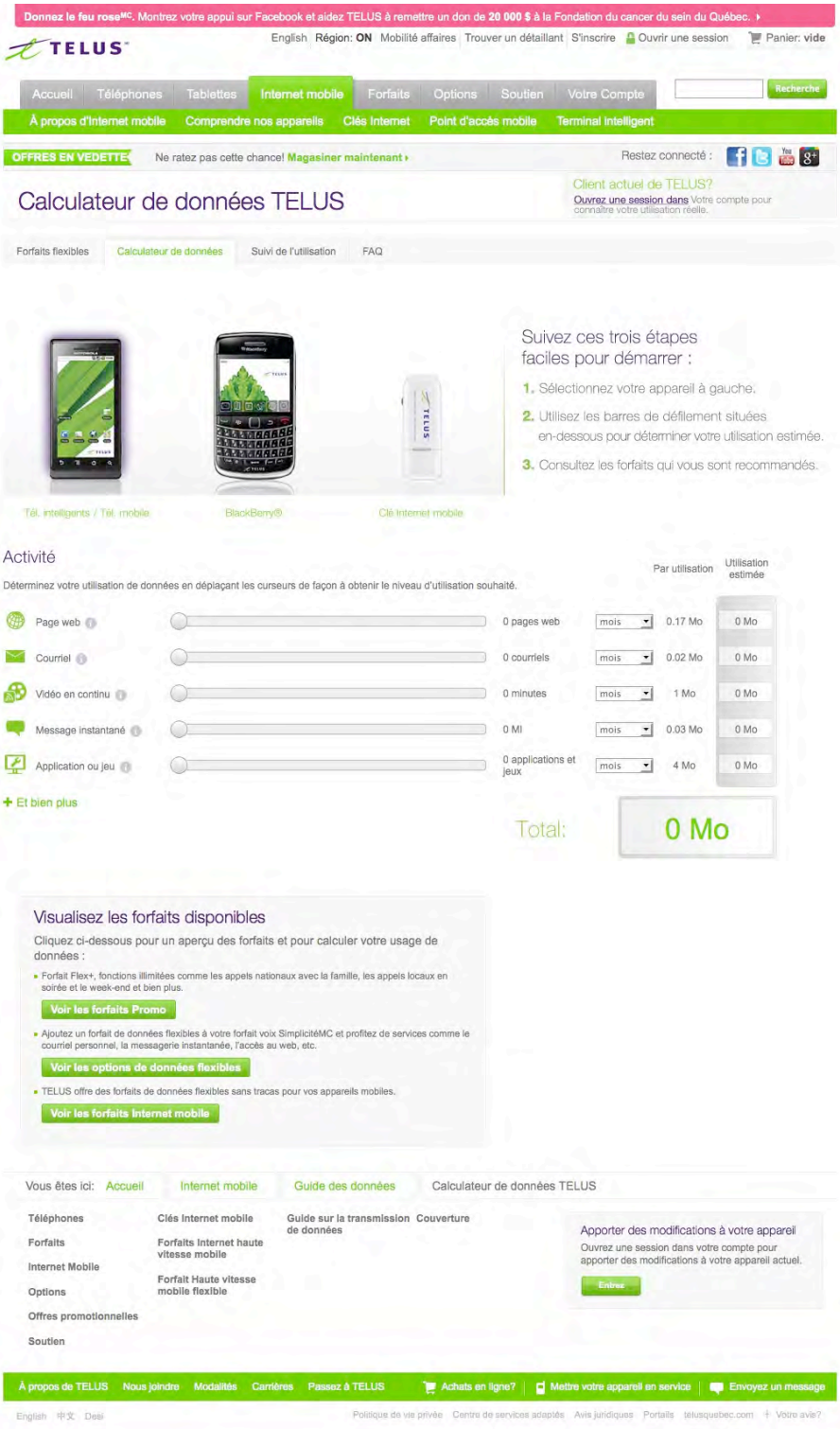
Premièrement, tous les usages ne sont pas nécessairement pris en compte par ces calculateurs. De plus, le degré de personnalisation des usages affichés est très variable, mais il ne permet généralement pas de prendre en considération toutes les résolutions, qualités ou poids possibles des fichiers audio ou vidéo, et il n'y a pas d'indication à l'effet que ces outils tiennent compte des accès involontaires à Internet mobile, c'est-à-dire de la consommation de données en arrière-plan par les applications ou fonctions. De plus, ces calculateurs ne tiennent habituellement pas compte du type de réseau cellulaire utilisé, ce qui peut pourtant avoir une influence sur la bande passante utilisée (les appareils connectés à un réseau 4G seront plus gourmands que les appareils sur le 3G, par exemple).

Notons aussi que tous les calculateurs de données ne tiennent pas compte du système d'exploitation[83], qui peut également avoir une influence sur la quantité de données utilisées. On pourra par contre concéder, en comparant les calculateurs de Rogers et Telus, que les valeurs utilisées par les fournisseurs pour chacun des usages semblent généralement plus uniformes que celles qui sont utilisées pour les scénarios de consommation mentionnés plus haut (il peut toutefois être difficile d'accéder aux valeurs employées par certains fournisseurs, alors que certains les affichent visiblement). Cette uniformité, si elle permet plus aisément de faire des comparaisons, n'est pas pour autant un gage d'exactitude ou d'applicabilité à tous les appareils et à toutes les situations. Nous verrons une fois de plus que les mentions selon lesquelles les calculateurs n'offrent qu'une information approximative ne sont pas systématiquement affichées et, lorsqu'elles le sont, ce n'est que très discrètement.

À titre indicatif, nous affichons à la suite de certains exemples de calculateurs de données canadiens, un exemple de calculateur offert par une compagnie américaine, qui semble dépasser le niveau de précision de certains calculateurs que nous avons examiné. Évidemment, même avec un niveau optimal de précision en ce qui a trait aux différents usages possibles, notre revue de littérature aura démontré qu'il n'y a aucune façon entièrement fiable d'évaluer la consommation de données d'un appareil, vu la multiplicité de facteurs qui entrent en ligne de compte.

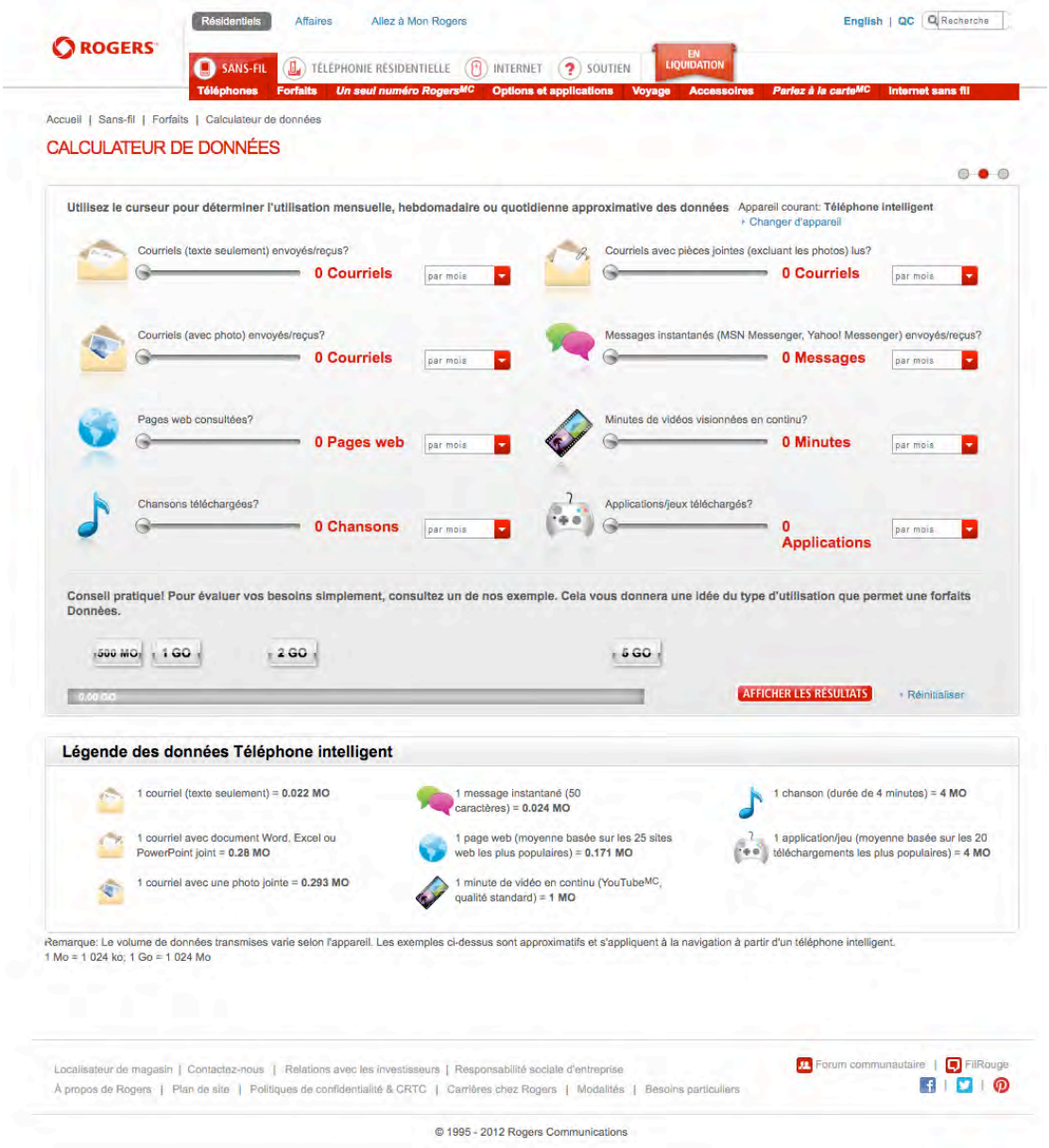
[83] Certains fournisseurs feront toutefois faire une différenciation entre différents logiciels.

Illustration 18
Calculateur de données : Telus[84]



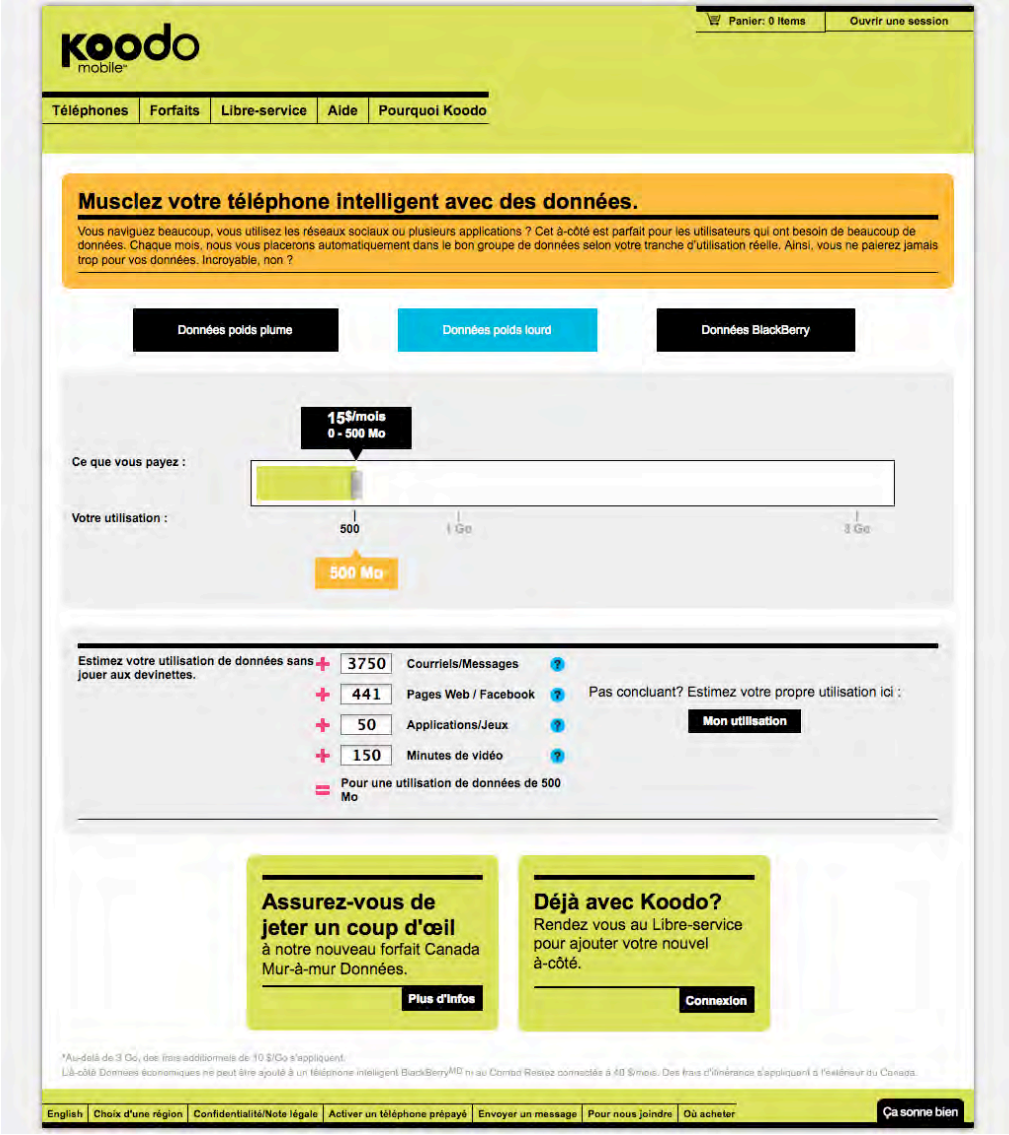
[84] Saisie d'écran réalisée sur le site Web de Telus, le 23 octobre 2012.

Illustration 19
Calculateur de données : Rogers[85]



[85] Saisie d'écran réalisée sur le site Web de Rogers, le 28 octobre 2012.

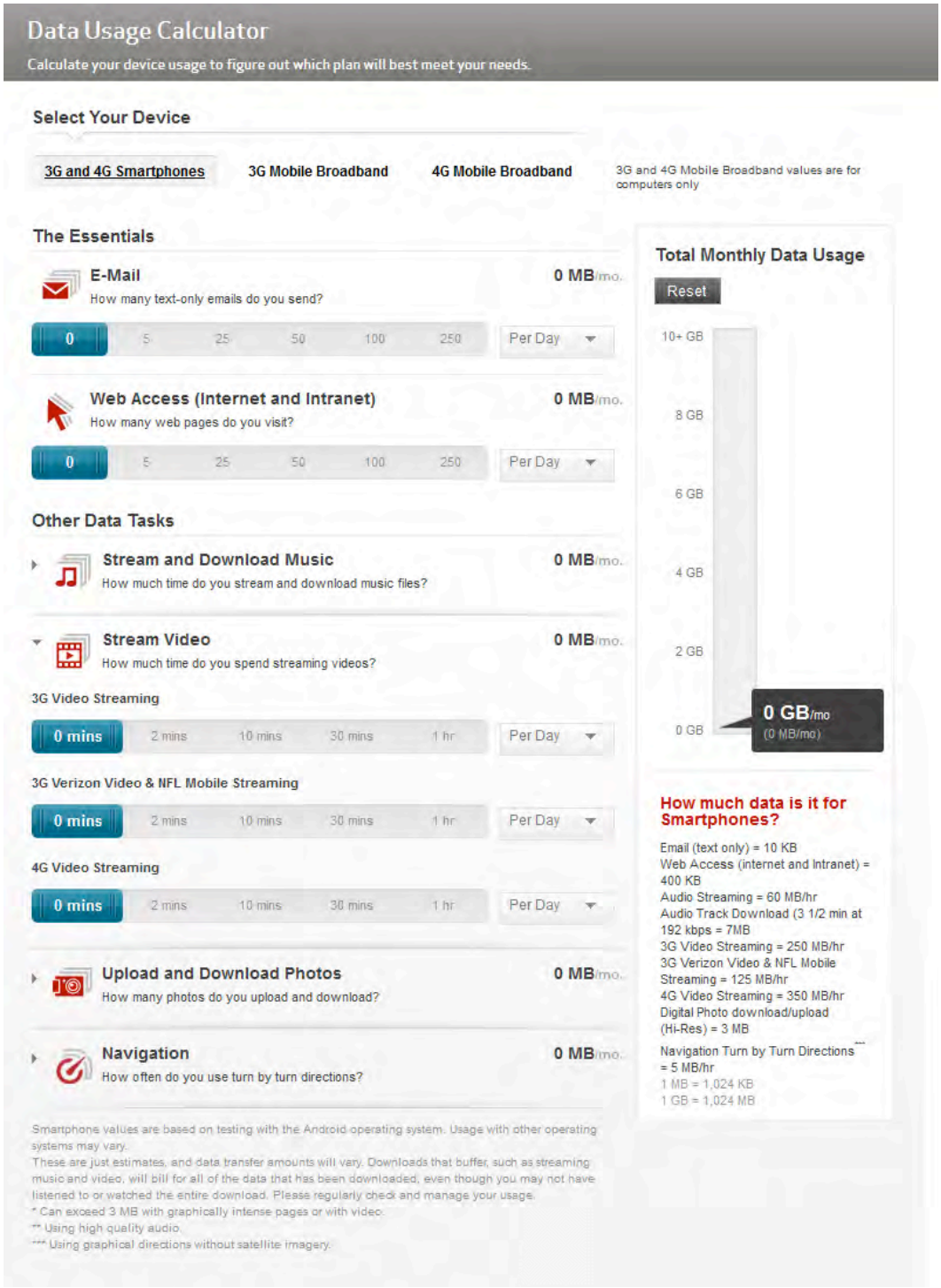
Illustration 20
Calculateur de données : Koodo[86]



Et l'exemple américain, davantage précis pour chacun des usages et chacun des réseaux, mais qui utilise néanmoins toujours des données qui ne peuvent pas s'appliquer parfaitement aux cas individuels, vu qu'il n'y a pas de différenciation en ce qui a trait aux systèmes d'exploitation, dans le cas retenu. De plus, il est intéressant de constater que si les estimations des différents fournisseurs ne sont pas nécessairement contradictoires, elles sont néanmoins toutes différentes, pour ce qui est de la taille des courriels, pages Web, de la vidéo en continu, etc. Pour la vidéo, par exemple, l'estimation présentée par Rogers est deux fois moins gourmande que la valeur la moins élevée de Verizon, mais Rogers retient une valeur plus élevée pour les courriels que le fournisseur américain.

[86] Saisie d'écran réalisée sur le site Web de Koodo, le 28 octobre 2012.

Illustration 21
Calculateur de données : Verizon[87]



[87] Saisie d'écran réalisée sur le site Web de Verizon, le 9 mai 2013.

B) INFORMATION RELATIVE À LA TARIFICATION

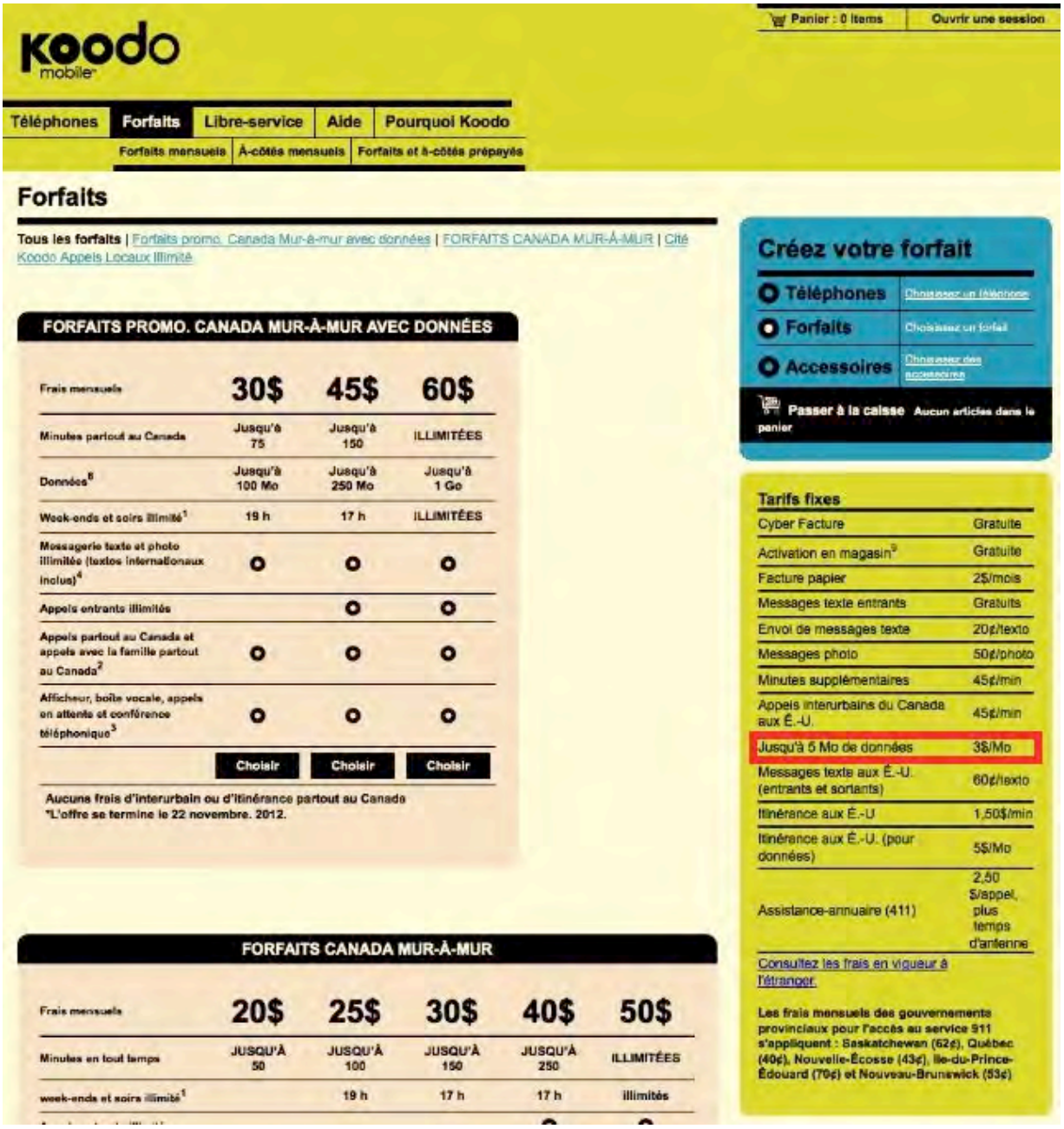
i) Prix de l'utilisation d'Internet mobile hors forfait

Le prix des données à l'usage n'est pas toujours indiqué clairement, voire même mentionné dans les brochures et sur les sites Web des fournisseurs. Évidemment, il faut prendre en considération que, pour certains types de services, il n'est pas possible pour un consommateur d'obtenir une facturation des données à l'usage (on lui facturera plutôt une option de données flexible ou dans certains cas, il n'a tout simplement pas accès à Internet mobile sans un forfait), ce qui peut justifier cet état de fait, dans certains cas. Cette justification ne peut toutefois s'appliquer à toutes les pages que nous avons examinées. Le prix de l'utilisation d'Internet mobile sans forfait ou option de données se retrouve parfois indiqué dans des sections qui énumèrent tous les services payables à l'utilisation, parfois sur des pages qui indiquent les prix des forfaits, parfois dans des sections de petites écritures en bas de page, parfois dans des encadrés relativement visibles; il est parfois carrément impossible de savoir à partir des pages Web du fournisseur le montant de ces frais ou les conditions précises de tarification.

À titre d'exemple, voici, ci-après, deux exemples de pages Web, l'une (Koodo) qui permet de cibler rapidement un tarif de base (quoiqu'on ignore, en consultant seulement cette page, les tarifs qui s'appliqueront au-delà d'une utilisation de 5 mégaoctets) et l'autre (Fido) qui réfère le client vers une très longue note de bas de page, qui ne donne en fait, aucune information sur les frais de bande passante pour l'utilisation d'Internet mobile hors forfait (à l'exception des frais en itinérance)[88]. Nous avons encadré certains passages en rouge pour indiquer la présence (ou l'absence) d'information au sujet des données mobiles payables à l'usage.

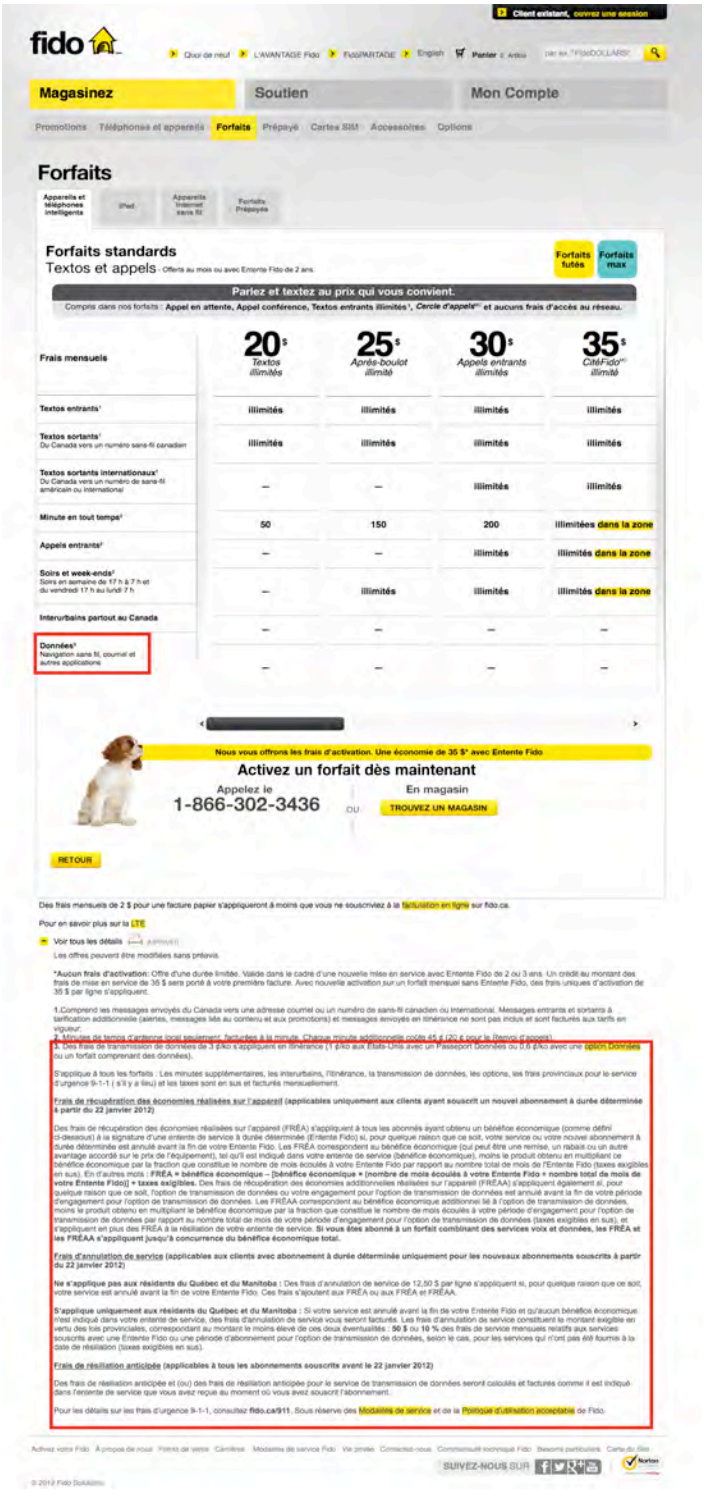
[88] Saisie d'écran réalisée le 31 octobre 2012, sur le site Web de Fido, sous l'onglet «Forfaits», dans une sous-section qui énumère certaines conditions de services. L'encadré rouge correspond à la note 3 à laquelle est fait le renvoi. On n'y trouve pourtant que la seule indication à l'effet que certains frais, notamment ceux de «transmission de données » sont en sus et facturés mensuellement en plus d'une indication sommaire des frais d'itinérance aux États-Unis.

Illustration 22
Prix de l'utilisation d'Internet mobile hors forfait : Koodo[89]



[89] Saisie d'écran réalisée le 28 octobre 2012, sur le site Web de Koodo mobile, sous l'onglet «Forfaits».

Illustration 23
Prix de l'utilisation d'Internet mobile hors forfait : Fido[90]

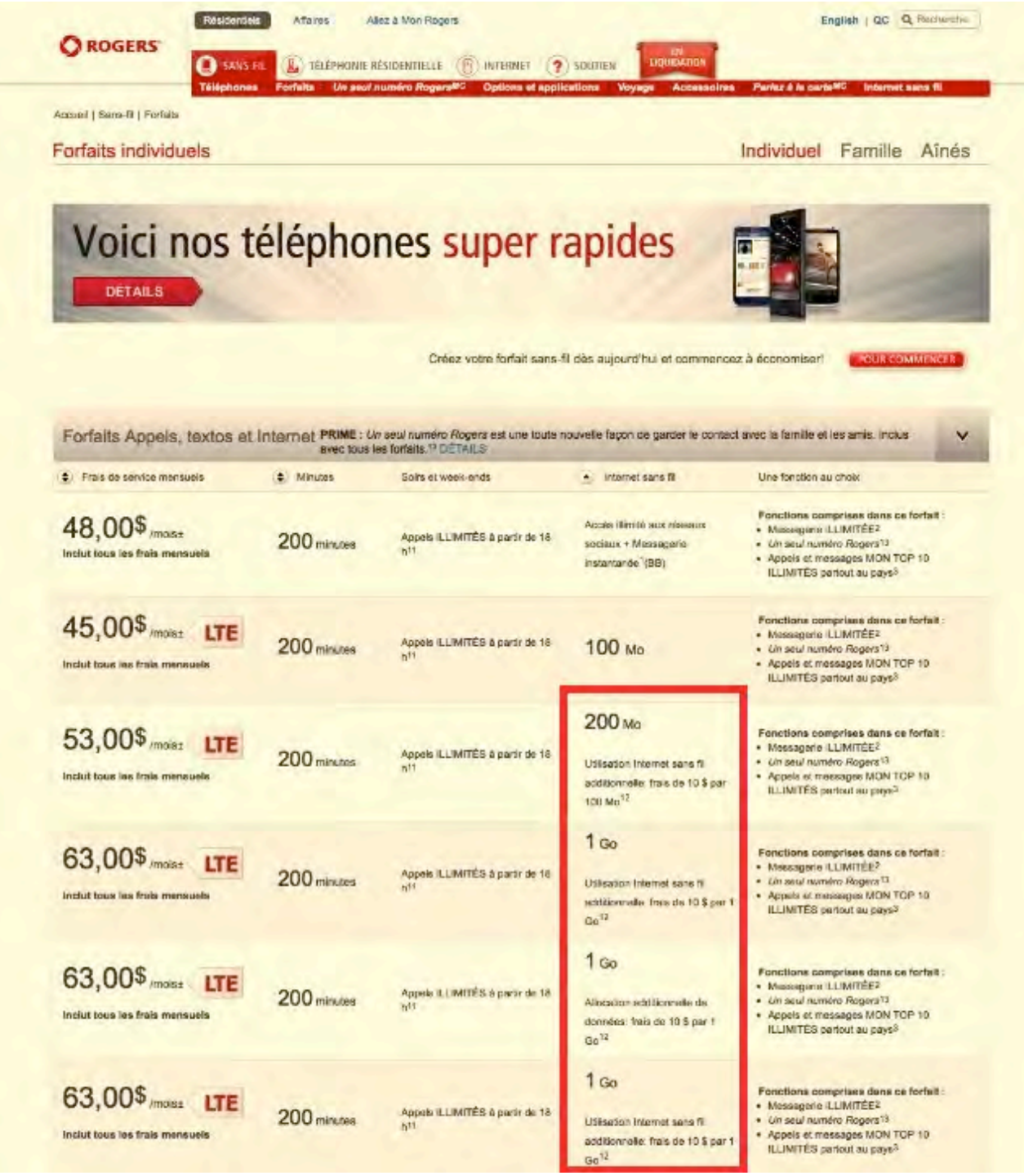


[90] *Op. cit.,* note 88.

ii) Prix des données après le dépassement de la limite d'utilisation

De façon générale, l'utilisation d'Internet mobile après le dépassement de la limite d'usage fait l'objet de frais additionnels proportionnels à la quantité de bande passante utilisée après tel dépassement. Il est difficile de dégager une tendance sur la façon dont ces renseignements sont divulgués. Ils sont parfois indiqués de façon assez visible sur les pages, dans les encadrés utilisés pour décrire les inclusions aux forfaits, mais il arrive souvent, également, que l'information soit relayée à une note de bas de page confinée avec d'autres mentions légales. Cette absence de cohérence entre les différents fournisseurs est visible à la fois dans les brochures et sur les sites Internet. On peut toutefois souligner que si les frais d'utilisation excédentaire sont révélés de façon relativement systématique, c'est plutôt l'emplacement choisi pour indiquer cette information qui est extrêmement variable et qui ne garantit pas toujours une accessibilité optimale. Nous verrons dans les illustrations suivantes un premier exemple où les tarifs sont indiqués à même un tableau expliquant les différents forfaits (quoique de façon non systématique, dans une police de caractère beaucoup plus petite que le prix et la limite d'usage), et un autre où les frais excédentaires sont indiqués à plusieurs endroits sur la page, selon le type d'option de données.

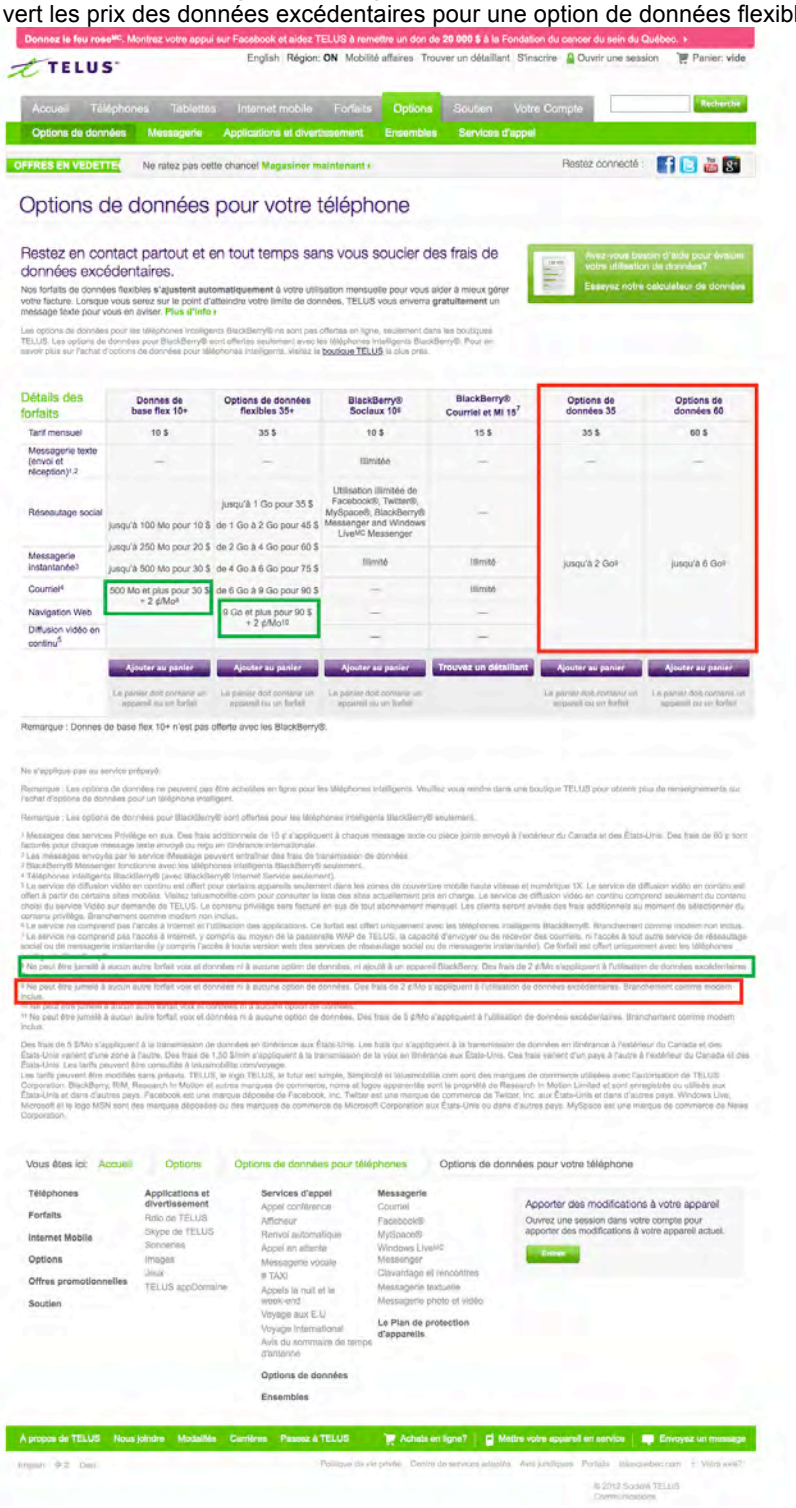
Illustration 24
Prix des données après le dépassement de la limite d'utilisation : Rogers[91]



[91] Saisie d'écran réalisée le 25 octobre, sur le site Web de Rogers, sous l'onglet «Sans fil», sous-section «Forfaits» et page «Forfaits individuels».

Illustration 25
Prix des données après le dépassement de la limite d'utilisation : Telus[92]

(Nous avons encadré en rouge les renseignements relatifs à une option de données, et en vert les prix des données excédentaires pour une option de données flexible)

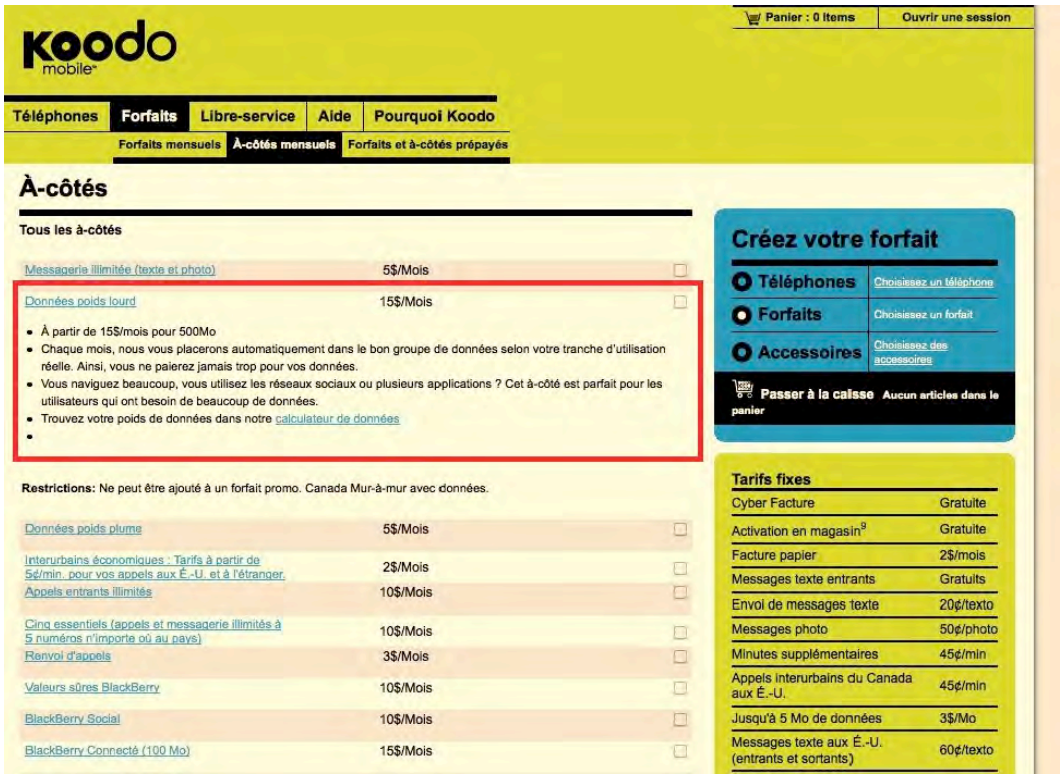


[92] Saisie d'écran réalisée sur le site Web de Telus, le 24 octobre 2012. Les annotations en rouge concernent les options de données fixes et les annotations en vert les options de données flexibles.

iii) Tarification et fonctionnement des forfaits de données flexibles

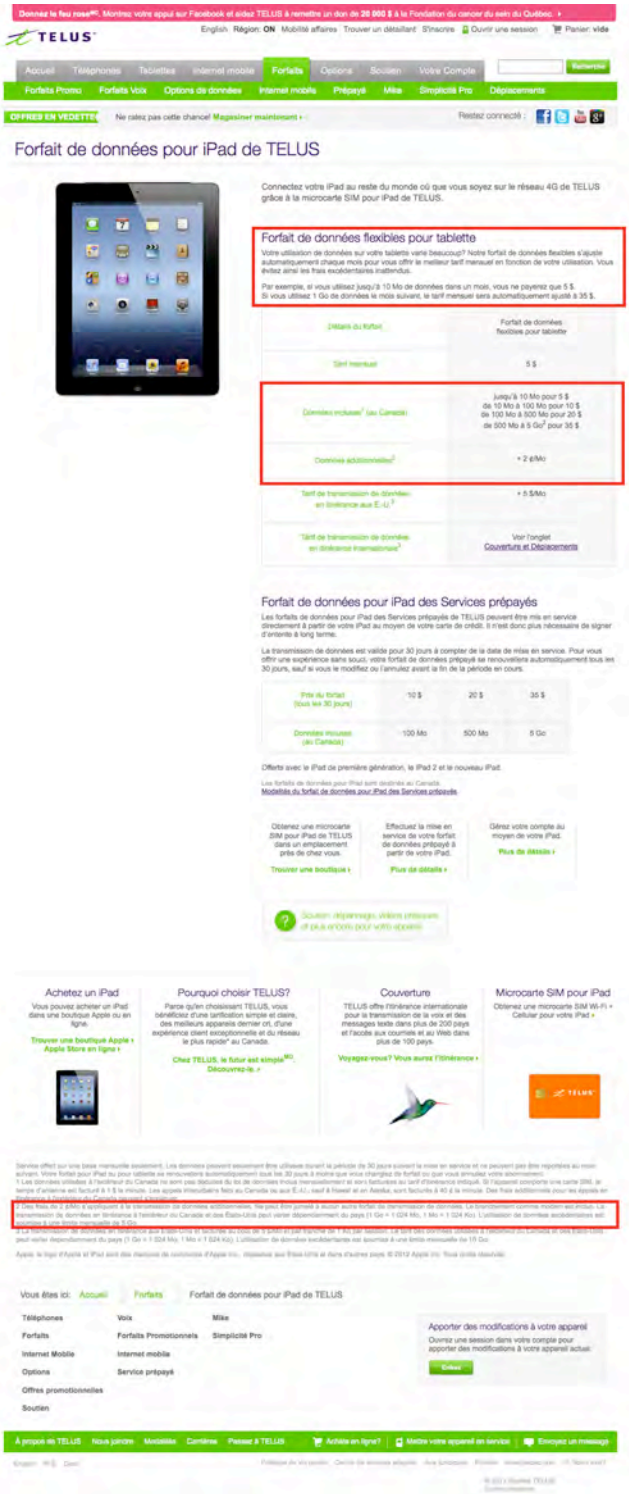
Comme nous pouvons le remarquer sur la saisie d'écran précédente et tel que nous l'avons indiqué lorsque nous avons présenté la tarification «flexible» des options de données, des frais excédentaires sont également applicables à ce type de service, la divulgation de ces frais faisant l'objet d'une visibilité variable, dépendant du fournisseur. De plus, il peut arriver que les différents paliers de tarifs ne soient pas aisément accessibles, auquel cas le consommateur pourrait n'avoir accès qu'à la divulgation de l'information qui ne porte que sur le palier le moins élevé. Ci-dessous, premièrement, un exemple où l'information est tout simplement incomplète et en dessous, un autre exemple où l'information relative aux forfaits de données flexibles est complète, c'est-à-dire que l'information relative au fonctionnement de la tarification et les frais de données applicables en toute circonstance apparaît, mais est répartie sur la page de façon plutôt complexe.

Illustration 26
Information relative aux options de données flexibles[93]



[93] Extrait d'une saisie d'écran réalisée sur le site de Koodo, le 26 octobre 2012 dans la section «Forfait», sous-section «À-côtés mensuels».

Illustration 27
Information relative aux forfaits de données flexibles pour tablette[94]



[94] Saisie d'écran réalisée sur le site de Telus, le 23 octobre, dans la section «Forfaits», sous-section «Internet mobile».

iv) Tarification et fonctionnement des forfaits de données prépayés

Les options et forfaits prépayés ont la particularité de gagner de plus en plus en diversification et complexité. Les offres de service et les modes de paiement se sont grandement diversifiés – le prélèvement automatique sur carte de crédit, par exemple, facilite le renouvellement mensuel du service. Toutefois, les tentatives de comprendre le fonctionnement et les modalités de service relatifs à l'accès à Internet mobile prépayé pourraient être couronnées de peu de succès chez certains consommateurs. En effet, le contexte dans lequel un service peut être coupé peut varier d'un fournisseur à l'autre, tout comme la possible imposition de frais excédentaires. Notons également que certains fournisseurs n'activent pas l'accès à Internet mobile par défaut pour les clients qui utilisent des services prépayés. En outre, les modalités de service des accès à Internet mobile en mode prépayé, qui changent d'un fournisseur à l'autre, font également l'objet d'une couverture très variable sur leurs sites Web, ce qui rend difficile leur compréhension.

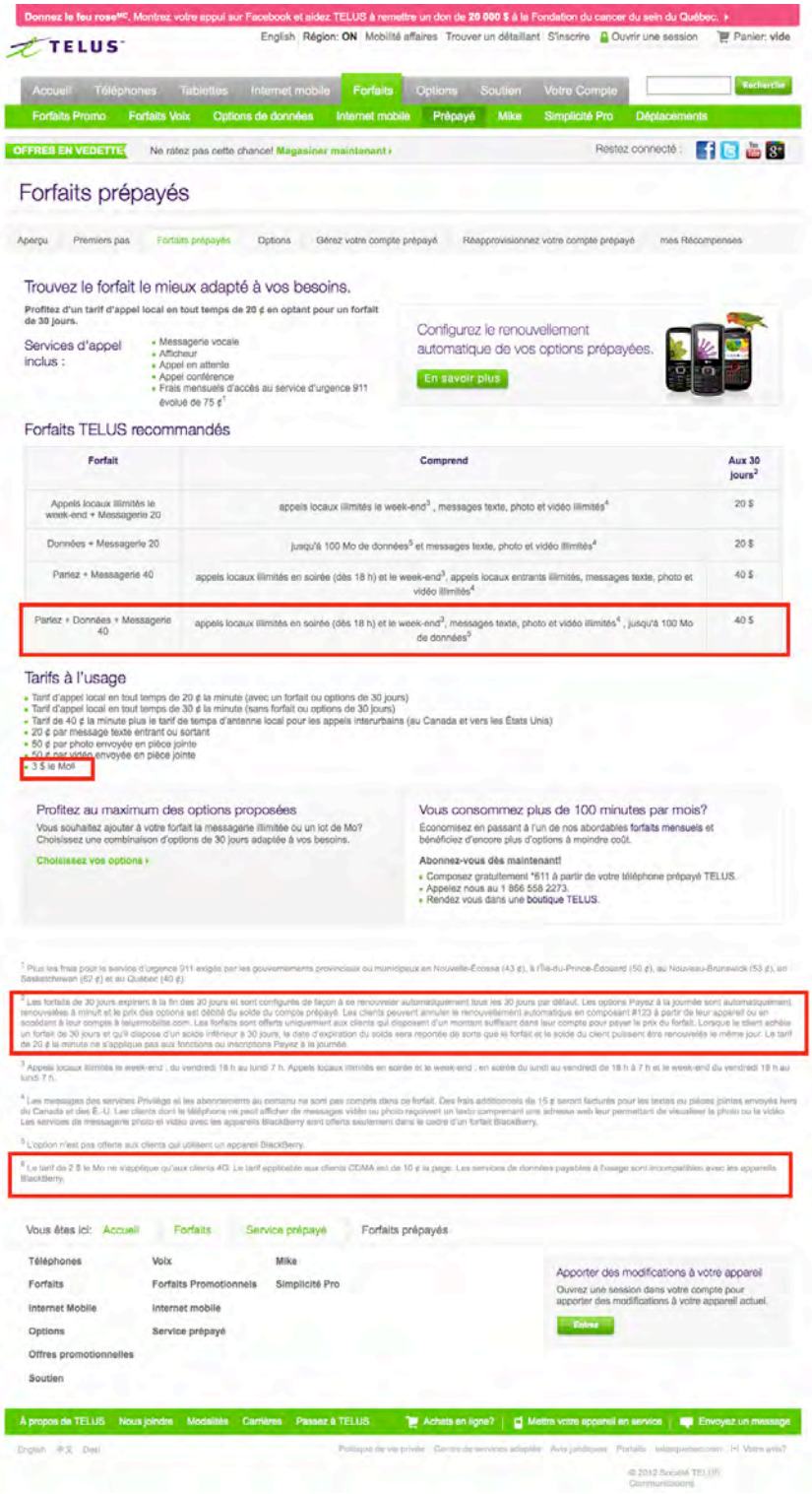
De façon générale, l'information au sujet du fonctionnement de ces services n'est pas exhaustive. Évidemment, lorsque l'information est accessible sur les pages consultées, elle l'est le plus souvent dans des sections peu visibles. Voici par exemple un extrait des modalités de service de Rogers, reproduite textuellement vu leur manque de visibilité :

> *Un appareil compatible est requis. Comprend les messages texte envoyés à partir du Canada vers des numéros sans-fil situés à l'extérieur du Canada, dans plus de 200 pays et destinations. Les messages texte entrants et sortants à tarification additionnelle (alertes, messages reliés au contenu et aux promotions) ainsi que les messages sortants en itinérance ne sont pas inclus et sont facturés selon le tarif qui s'y applique. Les frais à l'utilisation courants s'appliquent si le solde inscrit au compte ne suffit pas à couvrir les frais mensuels exigibles pour le forfait prépayé et (ou) la trousse de messagerie. Les messages texte non utilisés viennent à expiration 30 jours après leur achat*[95]*. (nos soulignés)*

Voir ci-après un exemple où, malgré la divulgation de plusieurs renseignements relatifs aux modalités, il n'est toujours pas aisé de comprendre comment les frais d'utilisation sont appliqués. Évidemment, l'objectif ici n'est pas de réaliser une recherche en parallèle sur les services sans fil prépayés, mais bien de démontrer que, dans le contexte où des services d'accès à Internet mobile sont également offerts, la façon dont l'information est divulguée au sujet de ce mode de tarification ajoute une couche de complexité pour le consommateur qui tente de comprendre le fonctionnement et les inclusions aux forfaits et options d'Internet sans fil.

[95] Tiré de «Modalité de services» téléchargé à partir du site Internet de Rogers, le 25 octobre 2012.

Illustration 28
Forfaits prépayés : Telus[96]



[96] Saisie d'écran réalisée sur le site Web de Telus, le 23 octobre 2012, dans la section «Forfaits», sous-section «Prépayé».

v) Tarification et fonctionnement des forfaits et options d'accès à Internet Blackberry

Même si le but premier de la présente recherche est d'examiner les services d'accès à Internet mobile qui comportent des limites d'usage typiques, nous considérons que la nature des services Blackberry, pour lesquels les limites sont davantage de l'ordre du contenu que de celui du niveau de bande passante consommée, méritait un traitement au moins sommaire. Tout comme pour les services prépayés, les modalités de service concernant les options de données Blackberry manquent généralement de clarté. Les mentions au sujet des restrictions d'accès sont habituellement confinées à l'intérieur de sections en bas de page ou de mentions légales.

vi) Tarification et fonctionnement du partage de données entre différents appareils

Les conditions et modalités de service relatives au partage d'un accès limité à Internet mobile entre différents appareils sont une fois de plus, extrêmement variables d'un fournisseur à l'autre. En effet, tel qu'illustré ci-après, certains fournisseurs encouragent le partage de données entre appareils pour éviter d'avoir à payer pour un nouveau forfait de données, suggérant l'utilisation du téléphone intelligent comme modem sans fil, tandis que d'autres mettent en garde le consommateur contre le risque de payer des frais de données excédentaires suite au partage de données sur différents appareils, alors que d'autres encore interdisent le partage de données entre appareils et vendent des options d'Internet mobile partagé et/ou facturent des frais additionnels pour le partage d'une option de données entre plusieurs appareils.

De façon à peu près généralisée, sur les pages Web qui expliquent les forfaits, tous les fournisseurs de services affichent ce genre de spécification (partage de données autorisé ou non, et frais additionnels applicables) dans des notes de bas de page ou des sections de mentions légales. Nous reproduisons entres autres un exemple de mention en note de bas de page (dans une section qui est réduite par défaut) d'une option de partage de données qui comporte de multiples conditions à respecter. Pour les brochures, il peut arriver que l'information ne soit pas du tout accessible. Force est de constater que, non seulement les conditions d'utilisation du partage de données sont extrêmement variable, mais la nature et les méthodes employées pour informer le consommateur à ce sujet le sont tout autant.

Illustration 29
Information au sujet des données partagées : Koodo[97]

Forfaits, à-côtés, données et autres services

Les données - L'essentiel à savoir

Est-ce que Koodo offre des forfaits de données pour tablettes et clés Internet?

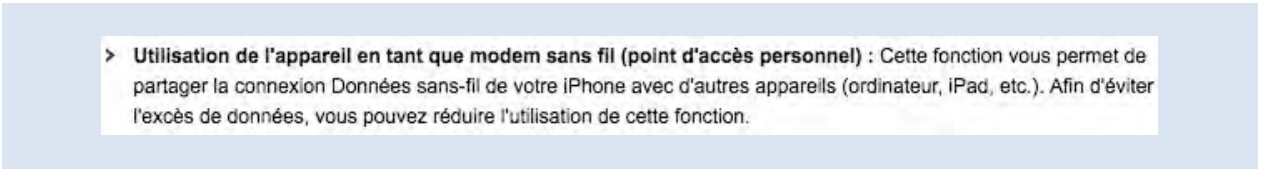
Les forfaits de données pour tablettes sont coûteux. Si vous avez un téléphone intelligent Android ou un iPhone, vous pouvez le transformer en point d'accès Wi-Fi. Ce point d'accès vous permettra de partager votre à-côté Données avec votre tablette ou votre ordinateur.

Visitez http://aide.koodomobile.com/dépannage pour savoir comment transformer votre téléphone intelligent en point d'accès Wi-Fi.

Trouvez-vous cette réponse utile ? oui non

Et cet extrait sur le site Web de Fido…

Illustration 30
Information au sujet des données partagées: Fido[98]



> **Utilisation de l'appareil en tant que modem sans fil (point d'accès personnel) :** Cette fonction vous permet de partager la connexion Données sans-fil de votre iPhone avec d'autres appareils (ordinateur, iPad, etc.). Afin d'éviter l'excès de données, vous pouvez réduire l'utilisation de cette fonction.

[97] Extrait d'une saisie d'écran réalisée sur le site Web de Koodo Mobile, le 28 octobre 2012, dans la section «Aide».
[98] Petit extrait d'une saisie d'écran réalisée sur le site Web de Fido, le 31 octobre 2012, dans la section «Soutien».

Illustration 31
Politiques de données partagées : Bell[99]

[99] Saisie d'écran réalisée sur le site Web de Bell, le 4 novembre 2012. Nous avons encadré en rouge les critères d'admissibilité et conditions de service applicable au partage d'Internet mobile, qui apparaissent dans la section réduite par défaut qui a été ouverte lors de notre navigation.

vii) Prix des données mobiles consommées en itinérance

Comme les frais de données pour utilisation excédentaire, les frais de données utilisées en itinérance et les conditions générales relatives à l'utilisation d'Internet mobile en itinérance sont indiqués au moins sommairement par les fournisseurs de services, mais la visibilité de l'information est très variable d'un fournisseur à l'autre et d'une page Web à l'autre. Évidemment, les frais de données en itinérance et les options limitées d'accès à un réseau cellulaire en itinérance sont tarifés de façon très variable, dépendant de la région dans laquelle le consommateur voyagera. Pour cette raison, lorsque la mention de frais d'itinérance est accessible sur une page qui décrit les forfaits ou options de services sans fil, on ne fait souvent référence qu'aux frais applicables aux États-Unis. Le plus souvent, il faut se référer à des notes de bas de page pour connaître l'existence même de ces tarifs.

À titre d'exemple, Rogers affiche notamment la mention ci-dessous, dans une page (réduite par défaut) qui décrit les modalités de service, qui se trouve dans sa section qui décrit les différents forfaits offerts par l'entreprise:

> ***10.*** *L'utilisation supérieure au lot de données fournies est facturée à 0,02 $ le Mo. Des frais de 0,006 $ le ko s'appliquent pour la transmission de données en itinérance aux États-Unis et de 0,03 $ le ko en itinérance internationale*[100]*.*

Un autre exemple, reproduit à la page suivante, est révélateur de la place accordée, sur les pages Web qui décrivent les services offerts, aux frais d'itinérance applicables. Ici encore, l'information était confinée à une section réduite par défaut.

[100] Nb : Noté lorsque nous avons effectué les saisies d'écran sur le site web de Rogers, le 28 octobre 2012.

Illustration 32
Données mobiles consommées en itinérance : mention de Fido [101]

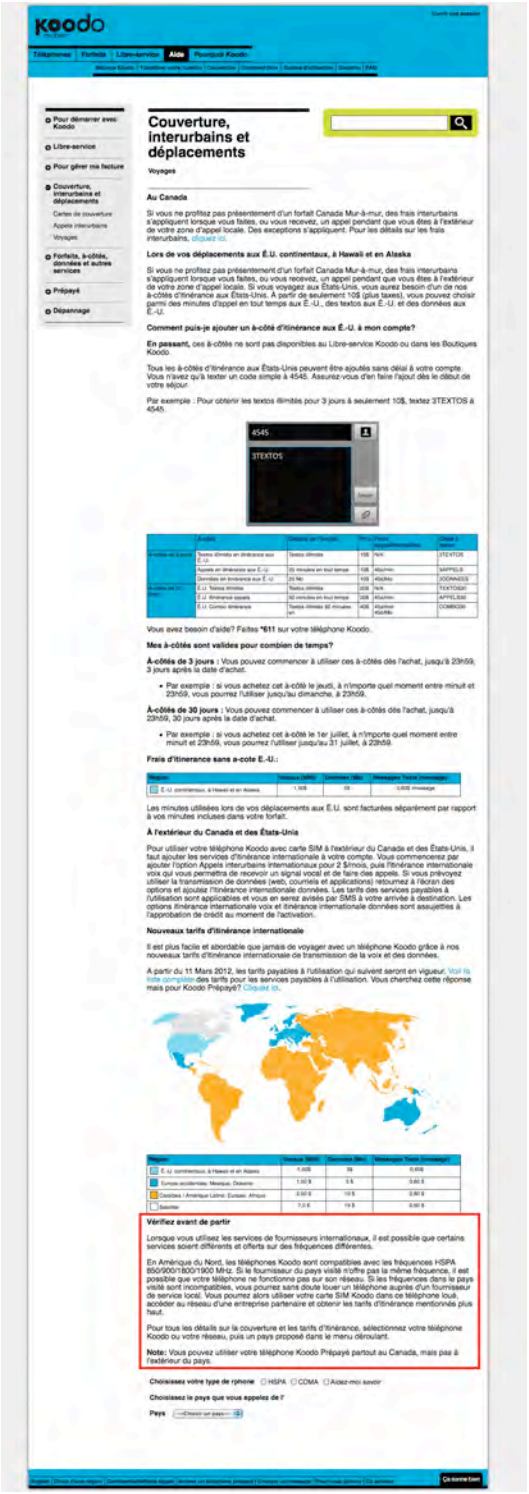
[101] Saisie d'écran réalisée le 31 octobre 2012 sur le site web de Fido, dans la section «Forfaits», sous-section «iPad».

En somme, si le consommateur ne consulte pas les sections de sites Internet qui traitent du réseau de couverture, il est fort probable qu'il n'aura pas connaissance des tarifs et conditions applicables à l'utilisation de son appareil en itinérance, et il ne sera pas avisé non plus des quelques options offertes qui pourraient limiter les frais d'itinérance, les services de type «passeport données» qui permettent un accès limité au réseau en itinérance à des tarifs plus avantageux que les tarifs par défaut. Certains fournisseurs multiplient à l'heure actuelle les initiatives qui visent à publiciser ces offres, mais, le plus souvent, ces options se trouvent encore signalées dans des sections distinctes de celle des forfaits, avec une présence variable de liens internes invitant le consommateur à y accéder.

En effet, pour avoir accès à des renseignements détaillés au sujet des tarifs et des options offertes, il faut habituellement consulter des sections qui traitent d'interurbains ou de couverture du réseau, que ces dernières soient liées aux pages qui expliquent les différents forfaits ou qu'elles se retrouvent dans les foires aux questions ou dans les sections d'aide ou de soutien. Indiquons cependant qu'il nous est arrivé de voir des suggestions qui ne servent pas nécessairement le portefeuille des consommateurs : nous reproduisons dans les illustrations suivantes un exemple éloquent, où le fournisseur fait une proposition plutôt saugrenue aux consommateurs qui souhaitent ardemment profiter des tarifs de leur fournisseur canadien à l'étranger[102]. Le fournisseur suggère en effet, aux propriétaires d'un appareil qui ne serait pas compatible avec les réseaux de fournisseurs étrangers, de louer un appareil une fois arrivé à destination, et d'insérer la carte SIM du fournisseur canadien dans ce nouvel appareil pour profiter des tarifs d'itinérance du fournisseur canadien, plutôt que de profiter des tarifs avantageux offerts par un fournisseur étranger!

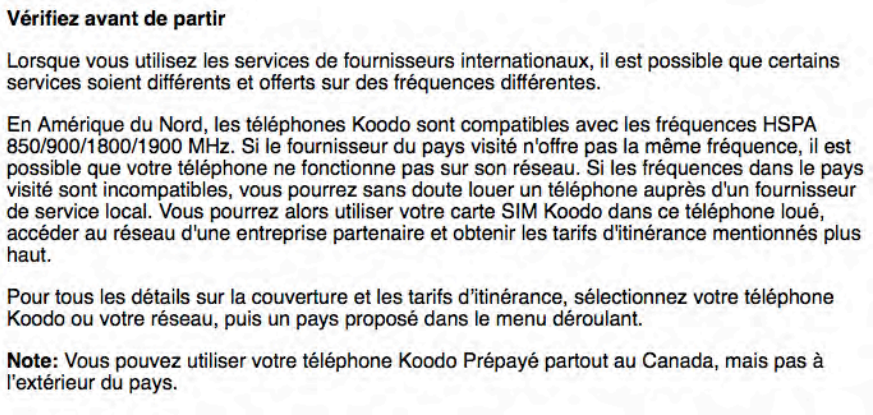
[102] Saisie d'écran réalisée sur le site de Koodo mobile, le 28 octobre 2012.

Illustration 33
Données mobiles consommées en itinérance : Koodo[103]



[103] *Ibid.*

Illustration 34
Données mobiles consommées en itinérance : Koodo (gros plan)[104]



Vérifiez avant de partir

Lorsque vous utilisez les services de fournisseurs internationaux, il est possible que certains services soient différents et offerts sur des fréquences différentes.

En Amérique du Nord, les téléphones Koodo sont compatibles avec les fréquences HSPA 850/900/1800/1900 MHz. Si le fournisseur du pays visité n'offre pas la même fréquence, il est possible que votre téléphone ne fonctionne pas sur son réseau. Si les fréquences dans le pays visité sont incompatibles, vous pourrez sans doute louer un téléphone auprès d'un fournisseur de service local. Vous pourrez alors utiliser votre carte SIM Koodo dans ce téléphone loué, accéder au réseau d'une entreprise partenaire et obtenir les tarifs d'itinérance mentionnés plus haut.

Pour tous les détails sur la couverture et les tarifs d'itinérance, sélectionnez votre téléphone Koodo ou votre réseau, puis un pays proposé dans le menu déroulant.

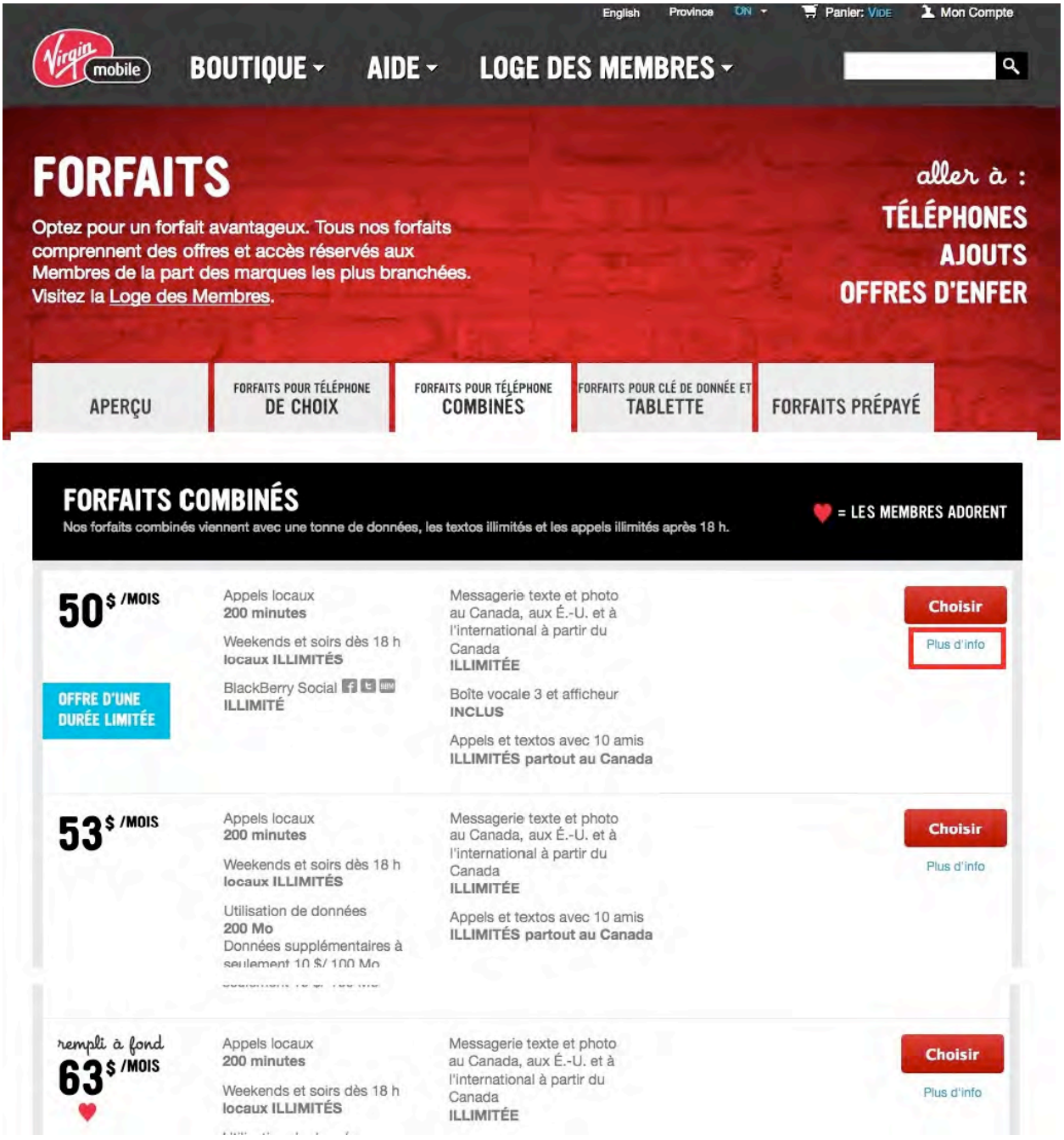
Note: Vous pouvez utiliser votre téléphone Koodo Prépayé partout au Canada, mais pas à l'extérieur du pays.

viii) Prix des services optionnels utilisant le transfert de données en itinérance

Il nous est apparu pertinent de mentionner certaines options particulières qui, en itinérance, sont tarifées différemment. En effet, comme nous le mentionnions dans notre résumé du fonctionnement de la tarification d'Internet mobile, certains services, notamment la messagerie photo et vidéo et les options de télé mobile, peuvent être tarifés différemment lorsque le consommateur utilise son appareil en itinérance. Ces services nécessitent un transfert de données. Habituellement, lorsqu'utilisés au Canada, ces services n'entraînent pas de frais de transmission de données, mais la situation est toute autre en itinérance. En effet, des options de messagerie illimitées au Canada et des options de télé mobile tarifée à l'heure sur une base mensuelle sont soudaines, lorsqu'en itinérance, tarifées à l'usage en fonction des mégaoctets consommés, ce à quoi le consommateur n'est évidemment pas habitué. Soulignons que ce genre de détails, lorsqu'ils sont indiqués par les fournisseurs, le sont dans des sections de mentions locales ou de renseignements additionnels en bas de page, ou dans des sections de pages Web qui sont réduites par défaut, ce qui rend leur consultation par un consommateur des plus improbables. Nous reproduisons ci-après certains exemples pour le moins catastrophiques.

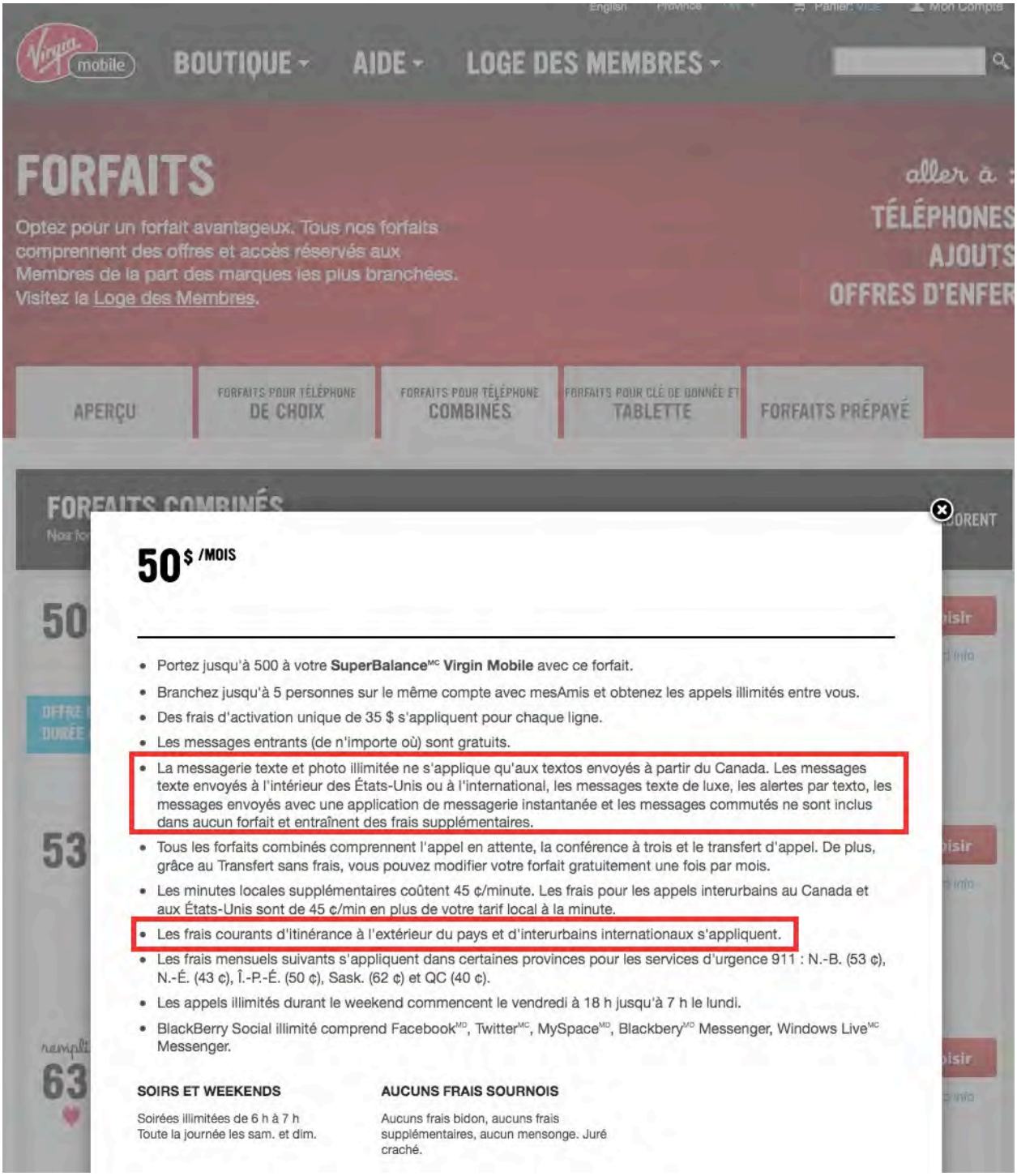
[104] *Ibid.* Détail de la saisie précédente.

Illustration 35
Services optionnels utilisés en itinérance : Virgin (page 1) [105]



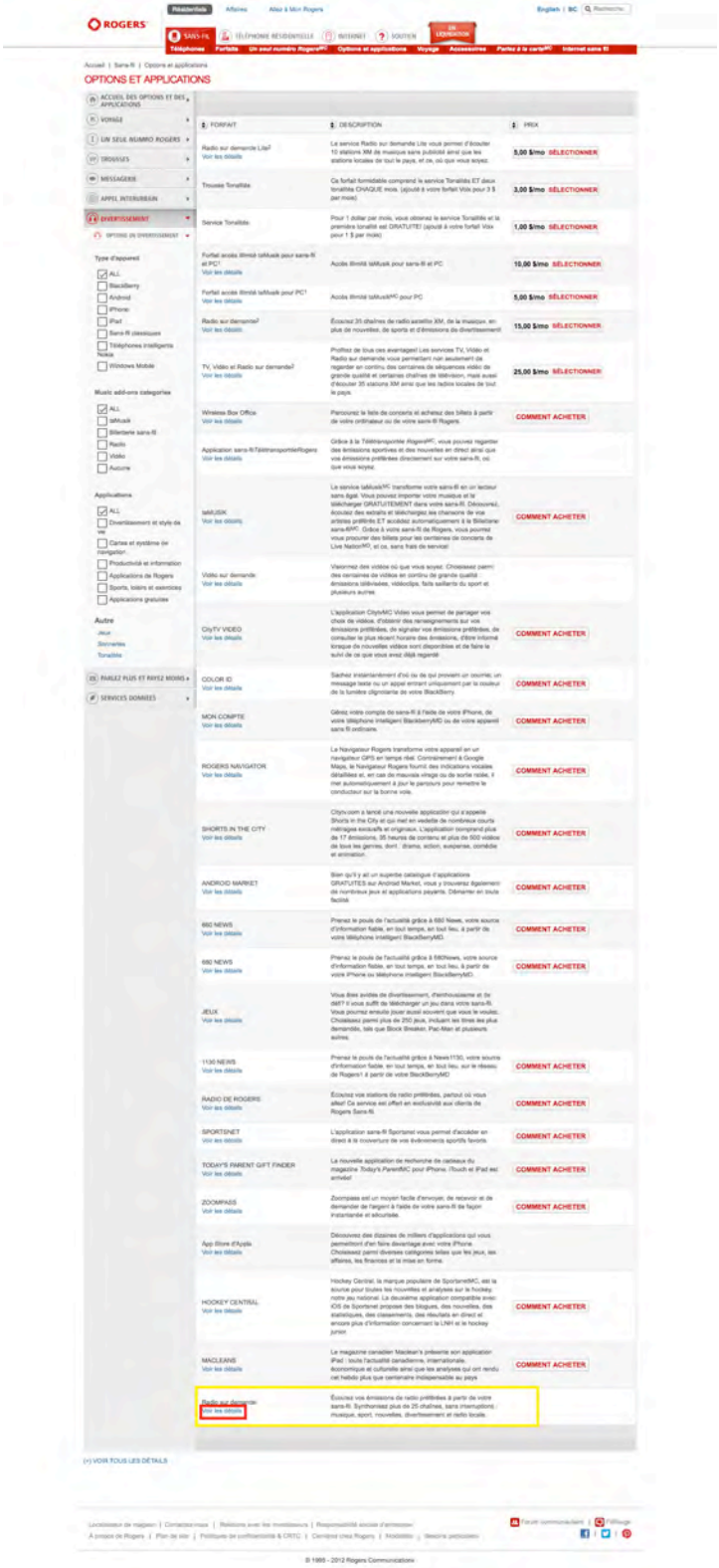
[105] Saisie d'écran réalisée sur le site Web de Virgin Mobile, le 29 octobre 2012

Illustration 36
Services optionnels utilisés en itinérance : Virgin, page 2 (Plus d'info)[106]



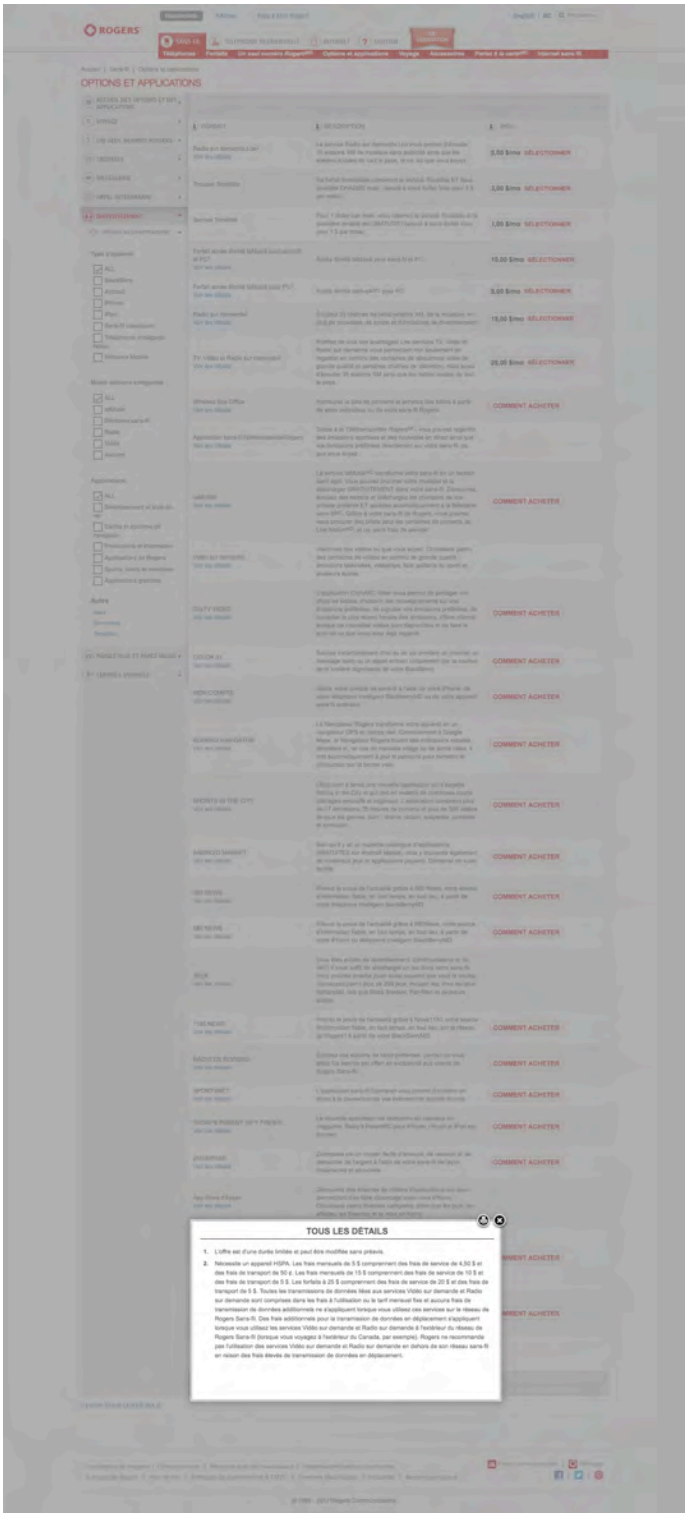
[106] *Ibid.* Fenêtre « Plus d'info ».

Illustration 37
Services optionnels utilisés en itinérance : Rogers, page 1[107]



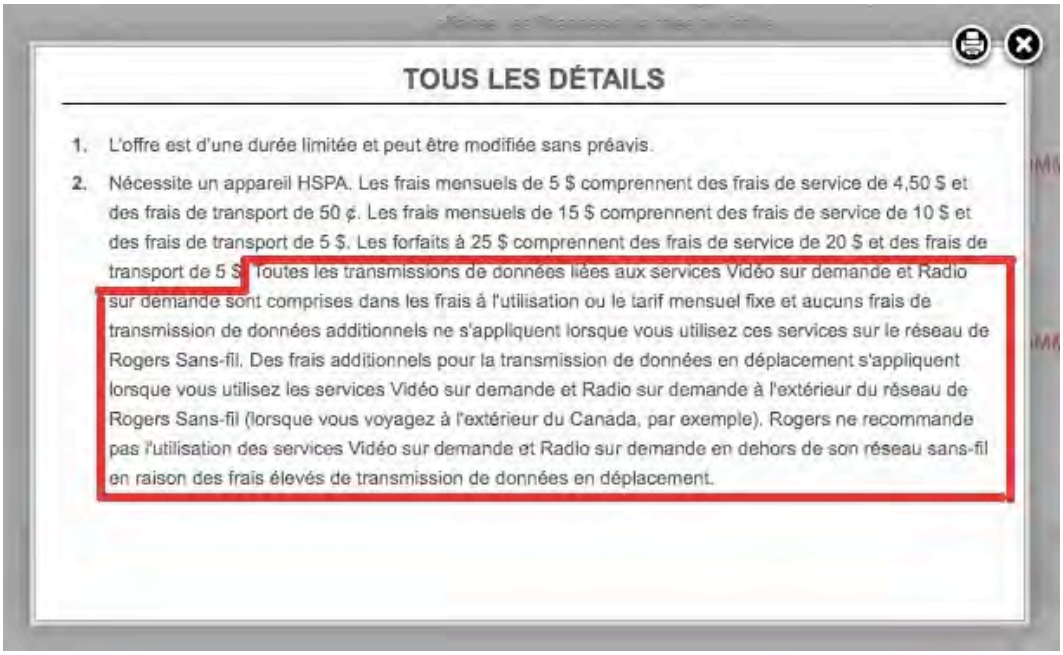
[107] Saisie d'écran réalisée sur le site Web de Rogers, le 28 octobre 2012.

Illustration 38
Services optionnels utilisés en itinérance : Rogers, page 2 (tous les détails)[108]



[108] *Ibid*. Fenêtre « tous les détails ».

Illustration 39
Services optionnels utilisés en itinérance :
Rogers, page 3 (tous les détails – gros plan) [109]



3.4.4 Au sujet du fonctionnement d'Internet mobile

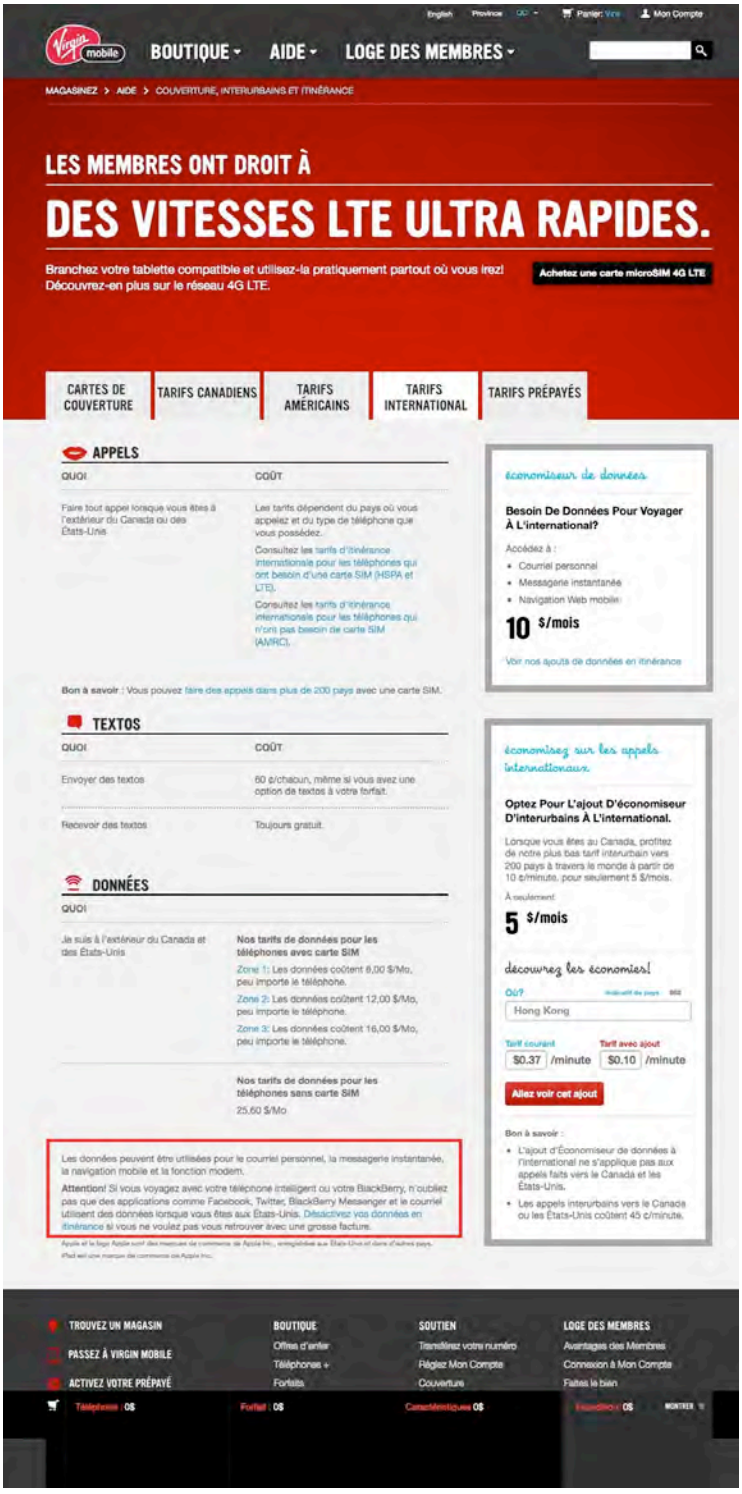
A) ACTIVATION/DÉSACTIVATION DES DONNÉES MOBILES

Dans la documentation que nous avons consultée, nous n'avons trouvé que de très rares mentions de l'activation par défaut de l'accès à Internet mobile sur les appareils. Dans la documentation papier, cette information était à peu près inexistante. Il arrive toutefois que cette information soit communiquée, sur les sites Internet, dans des sections qui proposent un *soutien* ou dans les foires aux questions. Nous nous interrogeons toutefois sur la fréquence à laquelle un consommateur va se donner la peine de consulter ces pages avant de se procurer un appareil intelligent, même s'il s'agit de son premier. De plus, même dans les foires aux questions, ce type de renseignement au sujet des données mobiles est affiché avec une visibilité très variable, certains fournisseurs référant même les consommateurs au guide d'utilisation du fabricant pour ce qui est de l'information portant sur la désactivation des données mobiles, malgré le fait que certaines instructions de base sont communes à une variété d'appareils intelligents. Il arrive aussi que cette information soit totalement occultée par les fournisseurs de services.

Nous reproduisons à cet effet un exemple de page Web où un fournisseur conseille la désactivation des données en itinérance pour éviter les factures surprises. Si l'intention est bonne, l'emplacement de l'information ne contribue toutefois pas à garantir le fait qu'elle soit assurément transmise.

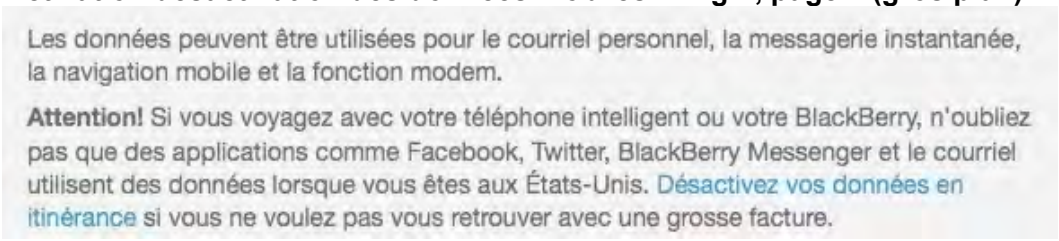
[109] *Ibid*. Gros plan de la fenêtre « tous les détails ».

Illustration 40
Activation/désactivation des données mobiles : Virgin, page 1[110]



[110] Saisie d'écran réalisée sur le site de Virgin Mobile, le 29 octobre 2012

Illustration 41
Activation/désactivation des données mobiles : Virgin, page 2 (gros plan)[111]


Les données peuvent être utilisées pour le courriel personnel, la messagerie instantanée, la navigation mobile et la fonction modem.

Attention! Si vous voyagez avec votre téléphone intelligent ou votre BlackBerry, n'oubliez pas que des applications comme Facebook, Twitter, BlackBerry Messenger et le courriel utilisent des données lorsque vous êtes aux États-Unis. Désactivez vos données en itinérance si vous ne voulez pas vous retrouver avec une grosse facture.

B) AVERTISSEMENT DE CONSOMMATION DE DONNÉES EN ARRIÈRE-PLAN

De façon générale, le consommateur sera avisé du fait que les appareils intelligents peuvent accéder à Internet mobile à son insu, mais à condition seulement qu'il pense à consulter une section d'aide ou une foire aux questions et qu'il recherche activement cette information ; et il n'est pas certain qu'il parviendra à la trouver, vu que sa visibilité à l'intérieur de ces sections est extrêmement variable. Notre recherche documentaire nous porte à croire que les fournisseurs ne souhaitent pas nécessairement que le consommateur accède à cette information avant le moment de l'achat. De plus, les conseils offerts pour minimiser le risque que des données soient consommées à l'insu du consommateur peuvent être incomplets. Pourquoi ne pas indiquer que le consommateur peut tout simplement désactiver l'accès aux données lorsqu'il a terminé d'utiliser son appareil ?

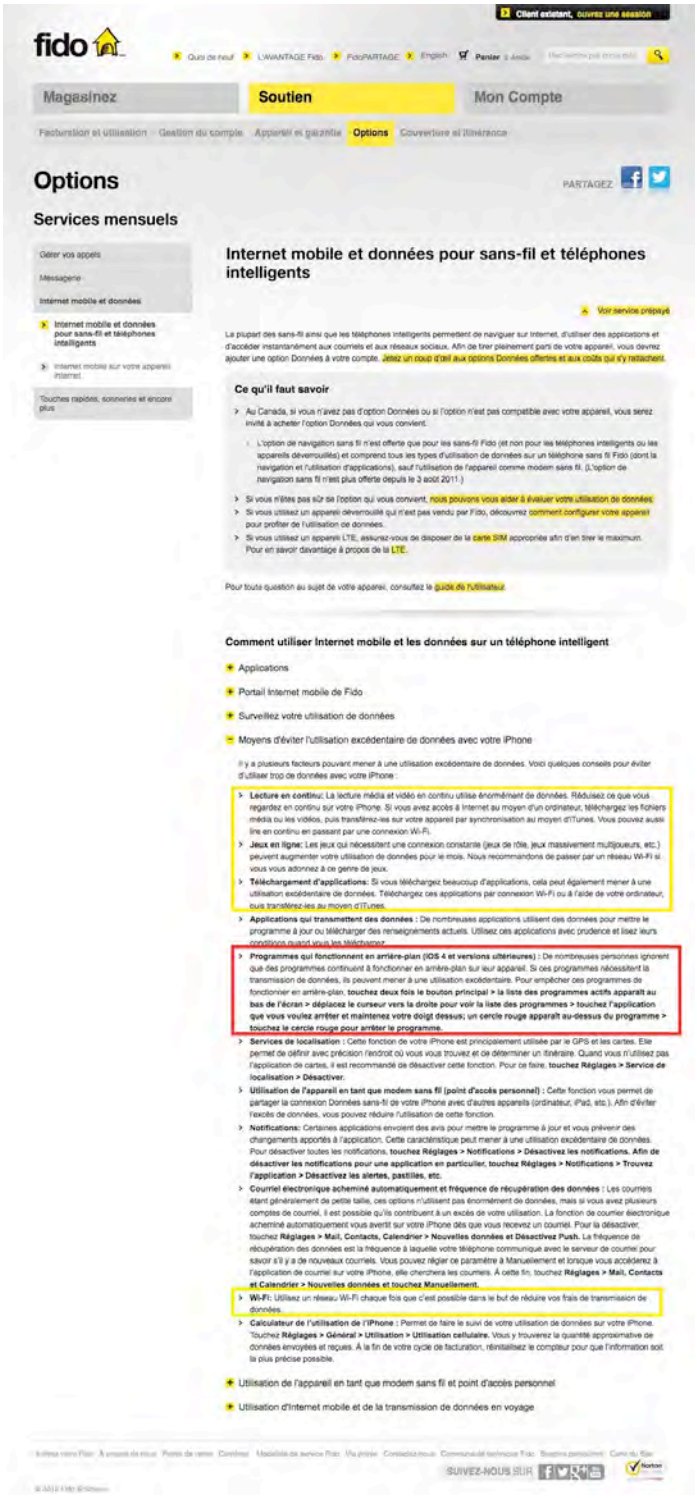
Des exemples de pages Web reproduits aux pages suivantes permettent une fois de plus de démontrer à quel point l'emplacement de tels renseignements varie d'un site à l'autre, et à quel point le choix de cet emplacement peut parfois nuire à son accessibilité. Le premier exemple montre que l'information est affichée assez visiblement, mais dans une section d'aide seulement, tandis que le second, qui se trouve également dans une section d'aide, affiche l'information dans une section qui est réduite par défaut, dans une masse d'autres renseignements au sujet d'Internet mobile (l'annotation que nous avons encadrée en rouge, qui, ironiquement, commence par : « De nombreuses personnes ignorent que des programmes continuent de fonctionner en arrière-plan sur leur appareil. », est celle qui est pertinente, et qui donne les instructions nécessaires pour stopper le fonctionnement en arrière-plan).

[111] *Ibid*. Détail de la saisie précédente.

Illustration 42
Avertissement de consommation de données en arrière-plan : Koodo[112]

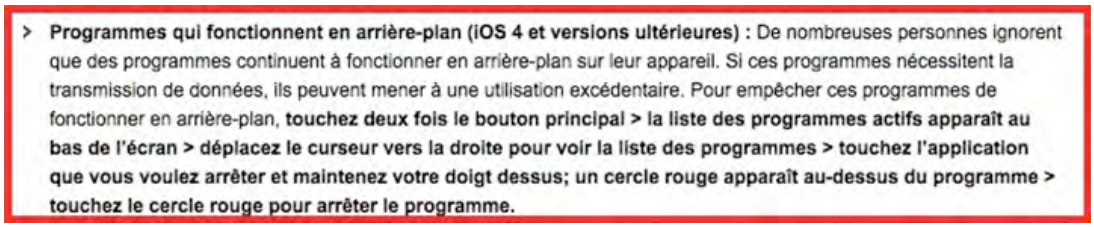
[112] Saisie d'écran réalisée sur le site Web de Koodo Mobile, le 28 octobre 2012.

Illustration 43
Avertissement de consommation de données en arrière-plan : Fido, page 1 (la mention pertinente est en rouge[113]



[113] Saisie d'écran réalisée sur le site Web de Fido, le 31 octobre 2012. Les annotations que nous avons encadrées en rouge sont celles qui portent sur la consommation en veille.

Illustration 44
Avertissement de consommation de données en arrière-plan :
Fido, page 2 (gros plan sur l'information pertinente)



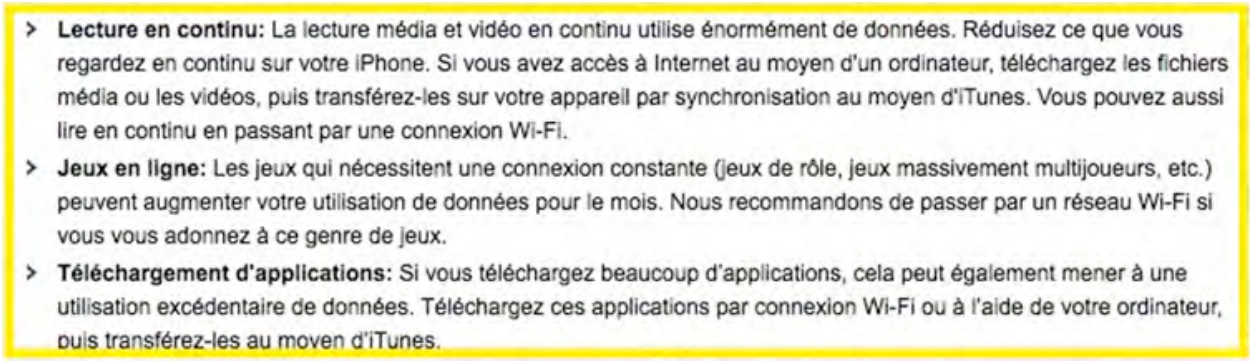
> **Programmes qui fonctionnent en arrière-plan (iOS 4 et versions ultérieures) :** De nombreuses personnes ignorent que des programmes continuent à fonctionner en arrière-plan sur leur appareil. Si ces programmes nécessitent la transmission de données, ils peuvent mener à une utilisation excédentaire. Pour empêcher ces programmes de fonctionner en arrière-plan, **touchez deux fois le bouton principal > la liste des programmes actifs apparaît au bas de l'écran > déplacez le curseur vers la droite pour voir la liste des programmes > touchez l'application que vous voulez arrêter et maintenez votre doigt dessus; un cercle rouge apparaît au-dessus du programme > touchez le cercle rouge pour arrêter le programme.**

c) Information sur l'accès au Wi-Fi (et explications des différences avec les données mobiles)

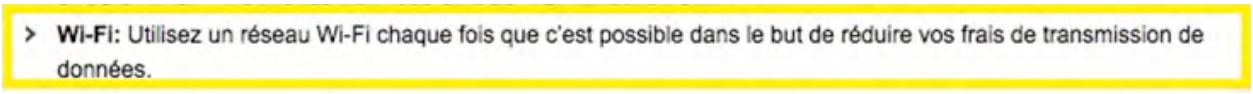
L'information offerte au sujet des réseaux Wi-Fi, auxquels les appareils peuvent se connecter pour accéder à Internet sans utiliser le réseau du fournisseur, et donc sans frais, est extrêmement variable d'un fournisseur à l'autre. Certains n'en feront mention que dans des foires aux questions, alors que d'autres n'hésiteront pas à présenter le réseau Wi-Fi comme une façon de réduire son utilisation de données mobiles en vue d'éviter d'avoir à payer des frais d'utilisation excédentaire provoquer par le dépassement de la limite d'usage.

Les annotations en jaune de la saisie d'écran précédente (et agrandie ci-dessous) montrent par exemple que Fido n'hésite pas à conseiller à ses clients d'utiliser le Wi-Fi pour limiter les frais d'utilisation de données.

Illustration 45
Avis relatifs à l'utilisation des réseaux Wi-Fi : Fido[114]



> **Lecture en continu:** La lecture média et vidéo en continu utilise énormément de données. Réduisez ce que vous regardez en continu sur votre iPhone. Si vous avez accès à Internet au moyen d'un ordinateur, téléchargez les fichiers média ou les vidéos, puis transférez-les sur votre appareil par synchronisation au moyen d'iTunes. Vous pouvez aussi lire en continu en passant par une connexion Wi-Fi.
>
> **Jeux en ligne:** Les jeux qui nécessitent une connexion constante (jeux de rôle, jeux massivement multijoueurs, etc.) peuvent augmenter votre utilisation de données pour le mois. Nous recommandons de passer par un réseau Wi-Fi si vous vous adonnez à ce genre de jeux.
>
> **Téléchargement d'applications:** Si vous téléchargez beaucoup d'applications, cela peut également mener à une utilisation excédentaire de données. Téléchargez ces applications par connexion Wi-Fi ou à l'aide de votre ordinateur, puis transférez-les au moyen d'iTunes.



> **Wi-Fi:** Utilisez un réseau Wi-Fi chaque fois que c'est possible dans le but de réduire vos frais de transmission de données.

[114] *Ibid.* Détail.

C'est également le cas de Koodo, dans sa brochure[115] ; dans sa foire aux questions de son site Web, par contre, l'entreprise affiche plutôt des avis négatifs au sujet du Wi-Fi, indiquant notamment que le réseau d'un fournisseur de service mobile a l'avantage d'être sécurisé contrairement au Wi-Fi[116], sans répéter qu'il peut s'agir d'une méthode judicieuse pour éviter les frais d'utilisation excédentaire.

Autre exemple : Bell fait mention notamment dans ses brochures[117] des réseaux Wi-Fi que l'entreprise rend disponibles gratuitement dans certains lieux publics, sans nécessairement indiquer clairement que l'utilisation de réseaux Wi-Fi peut aider à limiter les frais de consommation de données mobiles.

Bref, le traitement de ce sujet par les fournisseurs de services est très inégal, ces derniers semblant déchirés entre leurs intérêts mercantiles et leur volonté de limiter les frais imprévus de leurs clients (et de limiter du même coup les cas d'insatisfaction ou de plaintes).

D) INFORMATION SUR LES OUTILS POUR VÉRIFIER OU LIMITER LA CONSOMMATION

Comme expliqué notamment dans le chapitre qui traite de la perspective des fournisseurs de services, et dans les réponses détaillées des fournisseurs (reproduites en annexe), force est de constater que les FSSF offrent déjà différents outils en vue d'aider leurs clients à éviter l'apparition de frais imprévus sur leurs factures. Toutefois, la documentation offerte au sujet des outils gestion de l'utilisation et de leur fonctionnement connaît un niveau d'exhaustivité variable, dépendant des fournisseurs de services. Certains fournisseurs ont choisi de faire de ces outils de gestion de l'utilisation de véritables arguments de vente, tandis que d'autres se contentent d'offrir de l'information à leur sujet dans certaines sections de foire aux questions, leur objectif ne semblant pas nécessairement d'informer le consommateur au sujet de ces outils et de leur fonctionnement avant qu'il ne procède à son achat.

Mentionnons également que certains outils sont mis en évidence plus souvent que d'autres. Par exemple, les relevés d'utilisation sont souvent mentionnés par les fournisseurs, tout comme les avertissements par messages textes, lorsque disponibles, mais les outils un peu plus novateurs (pensons notamment aux plafonds de frais excédentaires pour les données en itinérance), l'information est relayée sur un moins grand nombre de pages Web.

Indiquons aussi que l'information offerte au sujet des outils de gestion de l'utilisation peut parfois être confondante, non pas seulement à cause de la façon dont l'information est divulguée, mais aussi parce que le fonctionnement précis de chaque outil peut varier d'un fournisseur à l'autre, ce qui pourrait évidemment amener une certaine confusion pour les consommateurs lorsqu'ils changent de fournisseurs de services. Évidemment, nous ne traitons ici que de la façon dont l'information est divulguée, mais nous reviendrons dans un chapitre subséquent sur certaines similitudes et différences entre les outils de gestion de l'utilisation qui sont déjà sur le marché.

[115] Koodo. «Info Koodo : Viva la mobilité libre !», brochure, valide en avril 2012, 4 pages, page 3.
[116] Information tirée du site Web de Koodo Mobile, le 28 octobre 2012, dans la section «Aide», à la question «Un des à-côté Données est meilleur que l'accès Wi-Fi. Pourquoi?»
[117] Information trouvée dans la brochure «Forfaits personnels» de Bell, valide en mai 2012, 8 pages, page 1 dans la section «Pourquoi choisir Bell?».

3.4.5 Quelques progrès…

Notre constat semble bien sévère à l'égard des fournisseurs de services –et il l'est–, mais il serait injuste de ne pas faire mention de certaines initiatives qui ont été mises en place par certains fournisseurs après que nous ayons complété notre collecte de données en vue de mieux informer leurs nouveaux clients. Soulignons notamment le fait que la compagnie Rogers, après avoir mené un sondage pour évaluer le degré de connaissance des consommateurs au sujet des nouvelles technologies[118], a lancé un site Web en vue d'aider les consommateurs à maîtriser certaines notions de base au sujet des appareils intelligents. Le site «L'essentiel TECHNO[119]» de Rogers donne notamment différentes indications au sujet des usages qui utilisent les données incluses au forfait et sur ce que représentent concrètement les différentes unités de mesure de données, offre des trucs pour limiter les frais d'itinérance et les frais d'utilisation supplémentaires causés par le dépassement de la limite d'utilisation d'Internet mobile[120].

Soulignons que, si l'initiative est certainement intéressante, l'information offerte au sujet des nouvelles technologies et sur les façons de limiter les coûts relatifs à l'utilisation de services sans fil n'est pas nécessairement exhaustive[121] et pourrait être davantage développée. De plus, nous avons remarqué que ce site Internet est plus ou moins visible pour un nouvel utilisateur. En effet, lorsque nous avons visité le site Web de Rogers, nous n'avons trouvé de référence à ce site Internet que dans la section «Soutien», et non dans les sections qui décrivent les appareils ou les forfaits offerts, sections qu'un nouveau client ou un curieux pourraient vraisemblablement avoir le réflexe de consulter avant la section soutien, qui semble davantage s'adresser aux clients actuels du fournisseur.

Finalement, Telus offre également sur son site Web une sous-section «Pour démarrer», dans la section «Soutien» qui a pour objet d'informer les nouveaux clients sur différents sujets pertinents[122] : notamment, la configuration des outils de suivi de l'utilisation, des renseignements pour comprendre sa facture, pour le paiement des forfaits prépayés, etc. Cet onglet n'était pas présent sur le site Web de Telus lorsque nous avons réalisé les saisies d'écran qui ont servi à notre analyse. Néanmoins, nous constatons que plusieurs des sujets présentés étaient déjà traités sur le site Web de Telus, sans être organisés dans une section commune, ce qui complexifiait la navigation. De plus, soulignons que, tout comme Rogers, l'information offerte n'est pas nécessairement exhaustive en ce qui a trait au fonctionnement

[118] Un sondage mené par Rogers indiquerait notamment que les Canadiens ont tendance à surévaluer leur capacité à utiliser les nouvelles technologies.
NEWS1130. «Are you really as tech-savvy as you think?», News1130, Vancouver, Canada, 14 janvier 2013. [En ligne]
http://www.news1130.com/2013/01/14/are-you-really-as-tech-savvy-as-you-think/ (page consultée le 10 mai 2013).
[119] **ROGERS.** Page « L'essentiel techno ». Rogers, Toronto, Canada, sans date. [En ligne]
http://essentieltechno.rogers.com/ (page consultée le 14 mai 2013).
[120] *Ibid.* Résumé de ce que l'on trouve dans les sections «Gérez votre budget» et «Notion de base sur Internet sans fil», sur le site L'Essentiel Techno de Rogers.
[121] On y indique par exemple que des applications peuvent consommer des données en arrière-plan et on conseille de surveiller et de désactiver ces applications, mais aucune information au sujet du fait qu'Internet mobile est activé par défaut, et ce, même pour des utilisateurs qui n'ont pas prévu s'en servir. On recommande d'activer ou de désactiver stratégiquement l'accès aux données en itinérance en fonction des besoins, mais sans mentionner que le même conseil s'applique pour l'utilisation de données en sol canadien. On n'indique pas non plus que le fait d'utiliser un réseau local à l'étranger au moyen d'un appareil déverrouillé peut s'avérer moins coûteux que l'utilisation en itinérance (évidemment, il serait surprenant qu'une entreprise suggère à son client d'utiliser les services d'un concurrent étranger). Pour limiter les frais excédentaires, on ne conseille pas non plus aux consommateurs d'avoir recours à des services prépayés.
[122] Voir la réponse complète à la deuxième question posée à Telus à l'annexe 1, question 2.

des données mobiles. Le fait de centraliser les questions qui sont susceptibles d'intéresser les nouveaux clients et de les rendre davantage visibles est également une initiative intéressante, mais qui mériterait de se pencher sur un plus grand nombre de questions concernant le fonctionnement des données mobiles.

4. SOLUTIONS ADOPTÉES À L'ÉTRANGER

Le CRTC s'apprête à mettre en place de nouvelles réglementations en vue de protéger plus adéquatement les consommateurs de services sans fil, au moyen d'un code de conduite obligatoire[123]. Avant d'examiner les propositions pour ce code, il apparaît extrêmement pertinent d'étudier d'abord les initiatives qui ont été envisagées et adoptées à l'étranger, afin de comprendre dans quel courant s'inscrivent les préoccupations du Conseil, qui, à maints égards, semble s'être inspiré des législateurs et régulateurs étrangers.

En effet, les consommateurs canadiens ne sont pas les seules victimes des «bill shocks», ces factures surprises qu'entraînent notamment l'usage d'Internet mobile à l'insu de l'utilisateur et les dépassements des limites d'usage. Plusieurs pays se sont interrogés sur les meilleurs moyens de protéger plus adéquatement les consommateurs de services sans fil qui ont manifesté leur mécontentement par leurs plaintes ou leur participation à des consultations publiques sur le sujet. Depuis 2007, différentes solutions ont été proposées par les autorités étrangères en vue de répondre aux préoccupations des consommateurs. Nous nous intéresserons plus spécifiquement à la progression d'initiatives proposée aux États-Unis par la Federal Communication Commission (FCC), par le gouvernement français de sa propre initiative ou pour répondre aux exigences de l'Union européenne, et par l'Australian Communication and Media Autority (ACMA), autorité de réglementation australienne qui a forcé les fournisseurs de services à adopter en 2012 un code de conduite duquel semble s'être inspiré plus particulièrement le CRTC.

Notons cependant que plusieurs de ces régulateurs se sont inspirés de mesures adoptées par l'Union européenne pour alimenter leurs discussions au sujet des solutions qui devraient être envisagées. Nous utiliserons donc ici une approche chronologique. Nous traiterons d'abord de certaines réglementations qui ont été adoptées en Europe et qui ont inspiré différents législateurs et régulateurs, pour ensuite résumer les dispositions envisagées et adoptées aux États-Unis, en France et en Australie. Afin de compléter l'information de la présente section, nous avons sollicité la collaboration de la FCC, de l'association américaine qui représente l'industrie des FSSF (la CTIA), de l'ARCEP et de l'ACMA en avril 2013. Pour ce faire, nous avons pris contact avec des personnes ressources dans chaque organisation et leur avons acheminé par courriel une liste de questions en vue d'obtenir des renseignements détaillés au sujet des dispositions qui ont été adoptées dans leur pays respectif. Indiquons que seule l'autorité australienne (ACMA) a offert des réponses complètes à nos questions, et que l'autorité française (ARCEP) a offert de son côté quelques éléments de réponses par téléphone. Les éléments de réponse qui nous ont semblé pertinents sont inclus dans notre analyse.

4.1 UNION EUROPÉENNE : LUTTE AUX FRAIS D'ITINÉRANCE

À partir de 2007, l'Union européenne (UE) a adopté une série de règlements en vue de limiter les frais excédentaires facturés aux consommateurs européens pour l'utilisation de leurs appareils mobiles sur un réseau en itinérance. Il est pertinent de résumer quelques-unes de ces dispositions, qui, même si elles étaient destinées strictement à mieux informer les

[123] Nb : Le code sur les services sans fil a été annoncé par le CRTC le 3 juin 2013. Puisque la recherche et la rédaction du rapport avaient déjà été complétées à cette date, le présent document ne tiendra pas compte des mesures qui ont été adoptées par le Conseil. Par contre, le prochain chapitre résumera quelques débats qui ont eu lieu dans le cadre de consultations publiques s'étant déroulées au printemps 2012 et à l'hiver 2013.

consommateurs au sujet des frais d'itinérance, ont été reprises pour discussions par d'autres autorités de réglementation, et ce, même si les discussions des autres régulateurs au sujet du «bill shock» traitaient aussi de frais imprévus facturés pour des services autres que ceux fournis en itinérance.

L'Europe s'est d'abord attaquée aux tarifs des frais d'itinérance, puisqu'elle jugeait que le jeu de la concurrence ne s'effectuait pas correctement, comme l'indique sa première décision à ce sujet.

> *Même si certains opérateurs ont récemment introduit des frais d'itinérance offrant aux consommateurs des conditions plus favorables et des prix plus bas, il n'en demeure pas moins que, manifestement, la relation entre les coûts et les prix n'est pas celle qui devrait prévaloir dans des marchés entièrement concurrentiels*[124].

Ainsi, l'UE a d'abord entrepris de plafonner les tarifs de gros et de détail des frais d'itinérance pour les appels vocaux et les messages textes à l'intérieur de la communauté européenne. Elle confirmera d'ailleurs ce choix dans d'autres décisions subséquentes, décidant également en 2012 de réglementer les tarifs applicables à Internet mobile en itinérance[125], et d'abaisser les tarifs maximums de façon graduelle pour les années suivantes.

> *À partir du 1er juillet 2012, le prix de détail (hors TVA) d'un eurotarif données qu'un fournisseur de services d'itinérance peut demander à un client en itinérance pour la fourniture de services de données en itinérance réglementés ne peut pas dépasser 0,70 EUR par mégaoctet utilisé. Le prix de détail maximal pour les données utilisées est abaissé à 0,45 EUR par mégaoctet utilisé le 1er juillet 2013 et à 0,20EUR par mégaoctet utilisé le 1er juillet 2014 et, sans préjudice de l'article 19, reste à 0,20 EUR par mégaoctet utilisé jusqu'au 30 juin 2017*[126].

Cependant, les dispositions qui semblent avoir attiré davantage l'attention des régulateurs américains et australiens sont celles qui portent sur les différents outils de gestion de l'utilisation. En 2009, l'Union européenne a imposé au fournisseur l'obligation d'aviser les consommateurs par message texte des tarifs d'itinérance applicables lorsqu'ils entrent dans une zone dans laquelle ils s'appliqueront. Le règlement prévoit également que les fournisseurs doivent offrir un service qui permette aux consommateurs d'obtenir de l'information au sujet des différents tarifs applicables, en tout temps à sa demande, par appel vocal ou SMS.

Toutefois, il ne s'agit pas là des dispositions les plus novatrices. Le règlement donne en effet le droit au consommateur de demander que soient appliqués à son compte des plafonds de dépense ou de volume, afin de limiter les frais d'utilisation de données mobiles sur un réseau étranger qui pourront lui être imposés. Le premier plafond que les fournisseurs ont l'obligation

[124] **PARLEMENT EUROPÉEN.** «Règlement No. 717/2007 du Parlement Européen et du Conseil concernant l'itinérance sur les réseaux publics de téléphonie mobile à l'intérieur de la Communauté et modifiant la directive 2002/21/CE», *Journal de l'Union européenne* , Bruxelles, Belgique, 2007, 9 pages, page 1, paragraphe (1), sur le site de l'ARCEP [En ligne] http://www.arcep.fr/fileadmin/reprise/dossiers/roaming/regle-europe-itinerance-270607.pdf (document consulté le 22 mai 2013).

[125] **ARCEP.** «Plafond de détail de l'Eurotarif», in la page *L'itinérance internationale,* ARCEP, Paris, France, 18 décembre 2012. [En ligne] http://www.arcep.fr/?id=8710 (page consultée le 22 mai 2013)

[126] **PARLEMENT EUROPÉEN.** «Règlement No. 531/2012 du Parlement Européen et du Conseil concernant l'itinérance sur les réseaux publics de communications mobiles à l'intérieur de l'Union (refonte)», *Journal de l'Union européenne*, Strasbourg, France, 2012, 26 pages, page 19. [En ligne] http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:172:0010:0035:FR:PDF (document consulté le 22 mai 2013).

d'offrir par défaut doit correspondre à un montant inférieur ou égal à 50 euros. Lorsque 80% de la limite d'utilisation de ce plafond est atteinte, le fournisseur doit en aviser son client par message texte. Il doit également le prévenir lorsque le plafond est sur le point d'être atteint et l'informer des procédures à suivre pour continuer à bénéficier du service en levant le plafond. Si le consommateur ne répond pas à cet avis, le service est interrompu et le consommateur n'aura à payer aucuns frais additionnels.

Dès mars 2010, les opérateurs européens étaient dans l'obligation d'offrir ce plafonnement des factures d'Internet mobile. Cette obligation d'offrir ce service aux consommateurs s'est ensuite transposée en une configuration par défaut que les fournisseurs devaient appliquer aux appareils des consommateurs qui n'avaient toujours pas contacté leurs fournisseurs à ce sujet.

L'Union européenne a également imposé aux fournisseurs l'obligation d'informer systématiquement leurs clients, au moment de la conclusion du contrat (et de façon régulière par la suite), sur les services d'itinérance, et sur les risques de connexion et de téléchargement de données en itinérance automatiques et incontrôlés. Les fournisseurs doivent également expliquer comment éviter ou interrompre de telles connexions[127].

4.2 ÉTATS-UNIS : LA LUTTE AU «BILL SHOCK»

L'autorité américaine de réglementation des télécommunications a commencé à s'intéresser plus sérieusement en 2010 aux façons par lesquelles les utilisateurs américains peuvent contrôler leurs frais d'utilisation de services de communication. Elle s'est notamment intéressée aux initiatives adoptées par l'Union européenne en vue de mieux informer les consommateurs de services sans fil[128].

La FCC a souligné dans un rapport que 84 % des Américains qui se voyaient facturer des frais d'utilisation excédentaire n'avaient reçu aucun avertissement de leur fournisseur pour les aviser du dépassement imminent de leur limite d'usage, et 88 % n'ont pas été avisés après le dépassement de leur limite d'usage autrement que par la réception de la facture. Plus du tiers des répondants a également indiqué que les frais imprévus dépassaient 50 $. Les personnes qui étaient le plus souvent victimes de ces frais imprévus sont les jeunes adultes et les adultes qui ont des enfants mineurs sous leur toit[129]. Ainsi, le régulateur américain a vu dans les progrès technologiques rapides une occasion d'améliorer les moyens d'informer adéquatement les consommateurs[130].

Plusieurs solutions ont été envisagées par la FCC en vue de réduire la prévalence du phénomène auprès des consommateurs américains. Toutes consistaient en différents outils de gestion de l'utilisation et en avis qui seraient envoyés aux consommateurs. L'organisme s'est

[127] **PARLEMENT EUROPÉEN.** «Règlement No. 544/2009 du Parlement Européen et du Conseil modifiant le règlement No. 717/2007 concernant l'itinérance sur les réseaux publics de téléphonie mobile à l'intérieur de la Communauté et modifiant la directive 2002/21/CE», *Journal de l'Union européenne*, Bruxelles, Belgique, 2009, 12 pages, pages 9 à 11, article 6. [En ligne] disponible sur le site de l'ARCEP http://www.arcep.fr/?id=8710 (page consultée le 13 mai 2013).

[128] **FCC**. *Comment sought on measures to assist US wireless consumers to avoid «bill shock»*, Public notice, FCC, Washington, États-Unis, 11 mai 2010, 3 pages, page 1. [En ligne] http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/DA-10-803A1.pdf (document consulté le 9 mai 2013). La FCC ne semble toutefois pas avoir manifesté un intérêt particulier pour la réglementation des frais d'itinérance.

[129] **HORRIGAN, John et Ellen SATTERWHITE.** «Americans' perspectives on early termination fees and bill shock», *op. cit.,* note 22.

[130] **FCC**. *Comment sought on measures to assist US wireless consumers to avoid «bill shock»*, *op. cit*., note 128.

notamment interrogé sur la pertinence d'imposer des avertissements vocaux ou par SMS pour aviser le consommateur, lorsqu'il est sur le point d'atteindre sa limite d'utilisation (d'appels vocaux, de messages textes ou de données mobiles) ou qu'il vient tout juste de la dépasser. L'organisme a également proposé l'imposition d'un avertissement lorsque le consommateur sort du pays afin de l'aviser qu'il sera soumis à des frais d'itinérance internationaux et que les frais mensuels pourront être plus élevés que prévu. La FCC s'est également intéressée à la possibilité d'imposer un plafond d'utilisation qui serait configuré par le consommateur, une solution inspirée par l'initiative de l'Union européenne. L'organisme a finalement souligné l'importance que ces outils soient correctement publicisés[131].

Malgré tout, certains groupes de consommateurs américains ont considéré que les outils de gestion de l'utilisation, tels que proposés par le régulateur, ne suffisaient pas pour protéger adéquatement les usagers. Ils ont fait de multiples suggestions, notamment : que le consommateur soit consulté par message texte avant la facturation de frais excédentaires au moyen d'un solide mécanisme «d'opting in». Ces groupes proposaient aussi que le plafond proposé par la FCC coupe l'accès au service si le consommateur n'acceptait pas explicitement la facturation de frais d'utilisation supplémentaire, à condition bien sûr que l'accès aux appels 911 demeure, ainsi que la possibilité de contacter le fournisseur de services[132]. Ces groupes ont également demandé à ce que les avis d'entrée en zone d'itinérance indiquent aussi les tarifs applicables à une utilisation dans cette zone, et que tous les avis d'utilisation offrent une information en temps réel. Malgré ces différentes précisions apportées, ces groupes supportaient tout à fait l'idée de forcer les fournisseurs à offrir différents avis et outils de gestion de l'utilisation.

Évidemment, la CTIA, soit, l'association représentant les fournisseurs de services de télécommunications aux États-Unis, a fait valoir un point de vue totalement opposé, dénonçant dans ses représentations le coût élevé d'implantation d'outils de suivi de l'utilisation, indiquant notamment que les infrastructures utilisées par les fournisseurs ne permettent pas toutes d'offrir facilement les outils proposés par la FCC, ni d'offrir une information «en temps réel». L'association s'est donc positionnée contre l'imposition par la FCC de tous les outils de suivi de l'utilisation proposés. La CTIA a fait valoir que tous les types d'outils proposés sont déjà offerts de différentes façons par les fournisseurs américains, y compris les plafonds de frais excédentaires, qui sont proposés dans les forfaits de Nextel. Ainsi, son argumentaire semblait insister davantage sur les coûts liés à l'implantation de ces outils (et sur les bienfaits concurrentiels et les avantages pour les consommateurs des offres différenciées des fournisseurs) que sur de réels problèmes de faisabilité technique[133].

[131] **FCC.** *Notice of Proposed Rulemaking,* FCC, Washington, États-Unis, 14 octobre 2010, 32 pages, page 2. [En ligne] http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/FCC-10-180A1.pdf (document consulté le 9 mai 2013).
[132] **CONSUMER FEDERATION OF AMERICA**. *Comments of the Center for Media Justice, Consumer Action, Consumer Federation of America, Consumers Union, Free Press, Media Access Project, National Consumers League, National Hispanic Media Coalition and New America Foundation Open Technology Initiative in response to Notice of proposed rulemaking*, *op. cit.,* note 23.
[133] **CTIA.** *Comments of CTIA, the Wireless Association*, CTIA, Washington, États-Unis, 10 janvier 2011, 51 pages, pages 10, 11 et 31. [En ligne] http://files.ctia.org/pdf/filings/110110_-_FILED_CTIA_Bill_Shock_Comments.pdf (document consulté le 22 mai 2013).

4.2.1 Bras de fer entre le régulateur et l'industrie

En parallèle, la CTIA avait annoncé des mises à jour à un code de conduite volontaire adoptée par l'industrie. En effet, l'organisme a ajouté à son code en 2010 de nouvelles obligations d'information pour les fournisseurs : l'obligation de communiquer clairement les limites d'utilisation relatives aux données mobiles, les restrictions d'accès aux services de données, s'il y a lieu, ou la prévalence de pratiques de gestion du réseau qui peuvent avoir un impact sur l'utilisation que le consommateur fait de son appareil sans fil. L'information doit être disponible aux points de vente et sur les sites Internet respectifs des entreprises. La CTIA a présenté ces changements comme étant un reflet des efforts déployés par l'industrie pour régler certains des problèmes rapportés par les consommateurs.

Néanmoins, le régulateur américain a dénoncé le fait que le code de la CTIA ne prévoit aucune obligation d'offrir des avis d'utilisation ou de services permettant le contrôle de l'usage par le consommateur. Elle indique également que ce code volontaire, qui ne prévoit aucune mesure contraignante ou sanction, est insuffisant pour régler les problèmes relatifs aux frais imprévus[134].

De plus, le régulateur a dénoncé le fait que l'utilisation des outils de gestion déjà disponibles sur le marché est limitée notamment par les frais additionnels qui seraient imposés pour leur utilisation et aussi par le fait que les usagers qui veulent en bénéficier doivent s'y abonner de leur propre initiative, et qu'ils sont en général mal publicisés. La FCC indique aussi que les outils très hétérogènes déjà offerts par les fournisseurs peuvent semer la confusion chez les consommateurs, puisque certains n'ont pour objectif que d'aviser le consommateur après que la limite d'usage ait été atteinte. La FCC insistait pour que ces avertissements soient également offerts avant que la limite d'usage ne soit atteinte[135].

Malgré les réserves initiales du régulateur américain relativement au code volontaire, la FCC n'a pas adopté de nouvelle réglementation qui aurait eu pour effet de forcer les fournisseurs de services à offrir des outils de gestion de l'utilisation. En effet, la CTIA s'est entendue avec la FCC pour ajouter à son code volontaire l'obligation de fournir gratuitement certains outils de gestion de l'utilisation[136].

Seuls quatre types d'outils ont été ajoutés au code, des outils qui peuvent être offerts aux utilisateurs de services postpayés seulement. Ces mises à jour du Consumer Code for Wireless Service du CTIA en 2011 officialisent l'obligation pour les fournisseurs membres d'envoyer un avertissement par message texte aux consommateurs lorsqu'ils sont sur le point de dépasser leurs limites d'usage et lorsqu'ils viennent de la dépasser (pour les services de voix, de messages textes et de données mobiles, aucun pourcentage d'utilisation n'est précisé dans les documents finaux), en plus d'offrir un avis lorsqu'un consommateur entre dans une zone d'itinérance et qu'il n'est pas abonné à une option ou plan d'utilisation pour limiter ses frais d'itinérance. Malheureusement, l'idée de plafonner les frais d'utilisation excédentaire, précédemment proposée par la FCC et défendue par les groupes de consommateurs, n'a pas été retenue lors de l'entente. Certains vont même jusqu'à spéculer que la CTIA a accepté

[134] **FCC.** *Notice of Proposed Rulemaking, op. cit.*, 131, paragraphe 17.
[135] **FCC.** *Notice of Proposed Rulemaking, op. cit.*, 131, paragraphe 19.
[136] **CTIA.** *Consumer code for Wireless Service,* CTIA, Washington, États-Unis, sans date. [En ligne] http://www.ctia.org/content/index.cfm/AID/10352 (page consultée le 14 mai 2013).

l'imposition de certains outils pour éviter le mécanisme de plafonnement qui aurait pu leur être imposé par voie de réglementation[137].

En somme, la formulation finale des obligations retenues par la FCC et le CTIA inclut deux avertissements d'utilisation applicables aux services pour lesquels une limite d'usage est imposée, qu'il s'agisse de limites applicables aux services de voix, messages textes ou données mobiles. De plus, les avertissements envoyés aux consommateurs qui entrent dans un réseau en itinérance ne sont réservés qu'aux clients qui n'ont pas souscrit à une option de services en itinérance. En d'autres termes, les fournisseurs n'ont pas à expédier d'avertissements à ceux qui disposent d'une option pour limiter leurs frais d'itinérance à l'étranger (passeport données, par exemple), pas plus qu'ils ne doivent les informer sur le niveau actuel d'utilisation ou du fait qu'ils ont dépassé leur limite.

Même si la FCC a fait le choix de ne pas intervenir par le biais d'une nouvelle réglementation, l'organisme de réglementation a surveillé l'implantation des outils de gestion de l'utilisation et s'est assuré que ces nouvelles obligations ajoutées au code du CTIA soient appliquées correctement. La FCC a notamment organisé des tables rondes avec les membres de l'industrie et certains représentants de groupes de consommateurs en vue de faire un suivi sur l'application des outils de gestion de l'information[138], au lendemain de la date d'échéance après laquelle tous les outils de gestion devaient être implantés par les fournisseurs. Notons que cette discussion a confirmé que les outils étaient correctement implantés, et que certains fournisseurs ont même dépassé les exigences du code du CTIA, offrant notamment des avertissements qui sont également disponibles par courriel, et certains ont indiqué qu'ils désactivaient l'accès aux données en itinérance par défaut. Certains fournisseurs, notamment Nextel, ont indiqué offrir des services sans limites d'utilisation, ce qui évite évidemment la facturation des frais d'utilisation excédentaire, en plus d'offrir systématiquement aux nouveaux clients certains renseignements au sujet de l'accès au compte et du fonctionnement de la facturation.

Dans l'ensemble, les groupes de consommateurs qui ont participé à ces consultations ont indiqué que les commentaires qu'ils ont reçus concernant les outils de gestion de l'utilisation sont positifs, mais ils se sont également engagés à poursuivre leur mandat de surveillance relativement à l'implantation de ces nouvelles obligations. Soulignons que l'ensemble des nouvelles mesures devait être implanté au plus tard en avril 2013. Il semblait difficile pour les participants aux groupes de discussion d'offrir, quelques jours après la date d'échéance d'implantation, des commentaires détaillés au sujet de ces outils. Malgré tout, un groupe représentant les consommateurs âgés, la «American Association of Retired Persons» (AARP), a soulevé le fait que certains consommateurs n'ont pas tendance à faire confiance à leur fournisseur et que les avis d'utilisation par message texte à eux seuls n'attirent peut-être pas suffisamment l'attention pour être systématiquement consultés (ou pleinement compris) par les utilisateurs. L'AARP a recommandé à la FCC d'offrir elle-même plus d'information au public, puisqu'elle bénéficie d'une plus grande crédibilité auprès de plusieurs consommateurs. Soulignons qu'à l'heure actuelle, la FCC offre déjà quelques renseignements de base en ligne pour aider les citoyens à limiter leurs frais d'utilisation excédentaire[139]. Cette information était,

[137] **NEWMAN, Jared.** «Bill Shock Be Gone : FCC, Wireless Carriers strike a deal», Time Tech, New York, États-Unis, 17 octobre 2011. [En ligne] http://techland.time.com/2011/10/17/bill-shock-be-gone-fcc-wireless-carriers-strike-a-deal/ (page consultée le 22 mai 2013)
[138] **FCC.** *Bill Shock and Cramming Workship*, FCC, Washington, États-Unis, 17 avril 2013. [En ligne] http://www.fcc.gov.edgekey.net/events/workshop-bill-shock-and-cramming (page consultée le 17 avril 2013).
[139] **FCC.** *Tips for Avoiding Bill Shock on Your Mobile Phone*, FCC, Washington, États-Unis, révisé le 16 janvier 2013. [En ligne] http://www.fcc.gov/guides/bill-shock-tips-avoiding-your-mobile-phone (page consultée le 13 mai 2013).

au moment d'écrire ces lignes, assez fragmentaire et ne peut suffire à elle seule à répondre à toutes les questions des consommateurs.

4.3 FRANCE : DES DISPOSITIONS NOVATRICES (HÉLAS MORTES AU FEUILLETON)

Même si, à l'heure actuelle, le marché français des services sans fil est fort différent des marchés canadiens et américains, vu la concurrence grandissante qui s'y exerce dans ce secteur, soulignons que le législateur français a songé à imposer par différents projets de loi de nouvelles obligations aux FSSF. À notre sens, le projet le plus pertinent pour les consommateurs de services sans fil a été «le projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information du consommateur», qui prévoyait notamment un ensemble de nouvelles obligations faites aux FSSF et pour lesquelles l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) aurait exercé un mandat de surveillance[140].

Hélas, le projet de loi, qui a franchi le cap de la deuxième lecture, est mort au feuilleton lors des dernières élections présidentielles, en 2012. Le plus récent projet de loi proposé par le gouvernement français et qui traite de la protection des consommateurs, désigné sous le nom de « projet de loi Hamon[141] », du nom du ministre de la Consommation et de l'Économie sociale et solidaire, ne reprend hélas pas les aspects qui seront décrits dans les prochains paragraphes et qui concernent plus spécifiquement les FSSF (et ce, même si les plaintes des consommateurs de services sans fil en France continueraient à l'heure actuelle de se multiplier[142]), se concentrant plutôt sur l'introduction en droit français de la consommation de l'« action de groupe ».

Lorsque nous avons contacté l'ARCEP au sujet *du projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information du consommateur*, une préposée de la direction des services fixes et mobiles nous a indiqué que les dispositions qui concernaient plus spécifiquement les services sans fil ne sont plus aussi d'actualité qu'ils l'étaient, l'arrivée de Free Mobile au pays ayant dynamisé la concurrence. De plus, certaines des propositions du projet de loi portant sur les outils de gestion de l'utilisation ont soulevé l'ire de certains membres de l'industrie et leur adoption aurait été peu probable, même si le projet de loi était allé de l'avant. Cette hypothèse est plausible, puisque notre revue de littérature semblait également indiquer que plusieurs fournisseurs de services de télécommunications en France souhaitaient des allégements réglementaires, sous prétexte notamment que l'entrée sur le marché de nouveaux concurrents exerce une pression économique importante[143].

---

[140] **ASSEMBLÉE NATIONALE**. « Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs », Assemblée Nationale, Paris, France, 1er juin 2011. [En ligne] http://www.senat.fr/dossier-legislatif/pjl11-012.html (page consultée le 13 mai 2013).
Voir en particulier les nouveaux articles 121-84-12 et suivants du code de la consommation qu'envisageait le projet de loi.

[141] **NET-IRIS**, *Renforcement des droits, de la protection et de l'information des consommateurs,* Net-iris, Clermont-Ferrand, France, 5 février 2013. [En ligne] http://www.net-iris.fr/veille-juridique/dossier/27981/renforcement-des-droits-de-la-protection-et-de-information-des-consommateurs.php (page consultée le 13 mai 2013).

[142] **ZANCHI, Jean-Sébastien.** «Mobile : les plaintes des clients en hausse», MetroNews, Paris, France, 29 mars 2013. [En ligne] http://www.metrofrance.com/high-tech/mobiles-les-plaintes-de-clients-en-hausse/mmcC!IRF1UhgTo7t8s/ (page consultée le 13 mai 2013).

[143] **CHERKI, Marc.** «Un train de mesure pour les télécoms en France», Le Figaro, Paris, France, 17 juillet 2012. [En ligne] http://www.lefigaro.fr/societes/2012/07/17/20005-20120717ARTFIG00549-un-train-de-mesures-pour-les-telecoms-en-france.php

Le projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information du consommateur prévoyait non seulement d'imposer aux fournisseurs la mise en place de certains outils de gestion de l'utilisation, mais également certaines obligations d'information et certaines obligations quant aux appellations qui peuvent être utilisés pour qualifier les services d'accès à Internet mobile (ainsi que des règles relatives au verrouillage des appareils).

Précisons tout d'abord que le projet de loi français proposait l'idée novatrice d'offrir un «guide tarifaire interactif[144]» aux consommateurs afin qu'ils puissent magasiner plus facilement leurs services sans fil, un guide qui devait être gratuit, transparent, mis à jour régulièrement et accessible pour tous. Dans l'éventualité où le marché n'aurait pas lui-même offert le service aux conditions dictées par l'ARCEP, cette dernière aurait pu l'éditer elle-même ou en confier le mandat à un organisme indépendant et impartial. Soulignons que ce type de comparateur de services existe déjà ailleurs, notamment en Australie[145].

Le projet de loi proposait également l'envoi d'avis d'utilisation systématiques et un mécanisme de blocage «de tous les services de communication compris dans l'offre souscrite» en vue de permettre aux consommateurs de maîtriser leur utilisation, avec la possibilité de paramétrer l'outil offert[146].

Soulignons que les opérateurs français sont soumis à l'obligation de plafonner les frais excédentaires causés par l'utilisation d'Internet mobile en itinérance. Toutefois, la proposition initiale du gouvernement français consistait en un plafond qui s'appliquerait à tous les services qui peuvent occasionner des frais d'utilisation excédentaire, à l'image de ce qui avait aussi fait l'objet de discussions aux États-Unis. Un survol rapide du marché français nous a toutefois permis de constater que des opérateurs offrent la possibilité de plafonner l'utilisation des services sans fil. Par exemple, Orange offre la possibilité de bloquer ou non un forfait de services sans fil et indique sur son site Web qu'«avec un forfait bloqué, aucun risque de dépassement de forfait. Votre forfait épuisé, vous restez joignable à tout instant avec la possibilité d'effectuer si besoin un rechargement[147]».

LA TRIBUNE. «Nelie Kroes allège la pression sur les opérateurs historiques», La Tribune, Paris, France, 12 juillet 2012. [En ligne] http://www.latribune.fr/technos-medias/telecoms/20120712trib000708762/telecoms-neelie-kroes-allege-la-pression-sur-les-operateurs-historiques.html et
RENAULT, Marc-Cécile. «Les télécoms ont atteint la cote d'alerte», Le Figaro, Paris, France, 1e novembre 2012. [En ligne] http://www.lefigaro.fr/societes/2012/11/01/20005-20121101ARTFIG00452-les-telecoms-ont-atteint-la-cote-d-alerte.php (pages consultées le 13 mai 2013).

[144] **ASSEMBLÉE NATIONALE**. « Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs », *op. cit.* 140, Art. L121-84-12

[145] Plusieurs sites de la sorte, qui semblent être issus d'initiatives indépendantes, existent en Australie. Notamment : **COMPARE BROADBAND**. [En ligne] http://www.comparebroadband.com.au/ (page consultée le 22 mai 2013) et **YOU COMPARE**. [En ligne] http://youcompare.com.au/homephone/plans (page consultée le 22 mai 2013)

[146] **ASSEMBLÉE NATIONALE**. « Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs », *op. cit.* 140. Art. L121-84-13

[147] Saisie d'écran réalisée sur le site d'Orange le 27 mars 2013, http://www.orange.fr/

4.3.1 Propositions pour renforcer la neutralité du net

Fait très intéressant, le projet de loi français proposait des obligations novatrices en matière d'appellations[148]. Le projet voulait interdire explicitement l'utilisation du terme «illimité» pour qualifier une offre de service qui comporte une limite d'utilisation, «pouvant avoir pour conséquence une coupure temporaire, une facturation supplémentaire des services ou une dégradation excessive de débits ou de la qualité de service». Le projet de loi faisait aussi en sorte que le terme «Internet» ne puisse être utilisé lorsque le service prévoit une limitation d'accès à quelque usage ou application utilisant Internet, une interdiction qui aurait réaffirmé le principe de la neutralité du net. Cette spécification dans le projet de loi servait sans doute à répondre à la pratique des fournisseurs qui limitent l'accès sous prétexte de diversifier les offres de service et stimuler la concurrence.

Le même article du projet de loi indiquait aussi que :

> *…les restrictions et exclusions apportées aux offres qualifiées d'« illimitées», « vingt-quatre heures sur vingt-quatre» ou d'« accès à internet» ou comportant des termes équivalents doivent être mentionnées de façon claire, précise et lisible comme rectifiant la mention principale et figurer de façon distincte des autres mentions informatives, rectificatives ou légales. Ces restrictions et exclusions sont indiquées sur la même page que la mention principale, à proximité immédiate de cette dernière, et ne sont pas présentées sous forme de note de bas de page.*

Ainsi, en vertu de ce projet de loi, les mentions légales ou les notes de bas de page n'auraient plus été des moyens acceptables d'informer un consommateur au sujet de renseignements nécessaires à sa pleine compréhension des inclusions, exclusions et modalités de l'offre de service.

Soulignons que le projet de loi proposait également de baliser l'information qui doit être indiquée dans les publicités d'offre de services prépayés. L'article L121-84-15 proposait notamment que :

> *Toute publicité relative à une offre de services de communications électroniques entièrement prépayée et mentionnant le prix de cette offre comporte une information sur […] le prix d'une session de connexion à internet exprimée dans l'unité de mesure correspondant à l'offre, lorsque cette offre permet d'accéder à ces services.*

Si l'idée d'indiquer un tarif unitaire relatif à Internet mobile pour des offres de service qui sont publicisées au moyen d'un prix global semble intéressante, soulignons tout de même que la formulation d'une telle obligation pourrait certes être plus précise. Le régulateur australien propose justement une formulation un peu plus claire, mais qui maintient tout de même un flou en ce qui a trait à la formulation exigée dans certaines publicités. Nous y reviendrons sous peu.

[148] **ASSEMBLÉE NATIONALE**. « Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs », *op. cit.* 140. Art. L121-84-15.

4.4 AUSTRALIE : COMMENT «RECONNECTER» LE CONSOMMATEUR

Ce titre traduit la formulation utilisée par l'Australian Communications and Media Authority (ACMA) pour nommer son rapport, qui résumait les points de vue obtenus au terme d'audiences publiques qui avaient comme objectif de trouver des solutions en vue de comprendre et régler les problèmes que les consommateurs rencontrent avec leurs fournisseurs de services de télécommunications. En effet, le régulateur australien a ressenti le besoin d'agir, vu le fait que le nombre de plaintes reçues par l'ombudsman des télécommunications ne cessait d'augmenter, depuis quatre années consécutives.

Au terme de plusieurs consultations publiques, l'ACMA a conclu que la majorité des problèmes étaient liés au service à la clientèle offert par les fournisseurs de services, qui était, selon l'ACMA, de mauvaise qualité[149]. L'ACMA a remarqué des problèmes au sujet de l'information offerte par les fournisseurs au sujet des produits et des services, au sujet de la facilité avec laquelle un consommateur peut joindre un fournisseur, la vitesse à laquelle les plaintes sont traitées, si le fournisseur règle ou non un problème tel que convenu avec le consommateur et de façon générale, s'il est facile de régler une plainte avec un fournisseur.

Les sujets des plaintes concernaient tous les services de télécommunications, mais les consommateurs se sont souvent plaints du fait que les publicités des fournisseurs de services ne permettent pas de comprendre en quoi consiste un service exactement. Outre la forme que prend la publicité, le régulateur australien a entendu des consommateurs se plaindre de la complexité des différents services offerts et de la complexité des factures qui rendent encore plus difficile pour eux le fait de comprendre ce pour quoi ils paient exactement. Plusieurs consommateurs ont également rapporté avoir été victimes du fameux «bill shock». L'ACMA indique que l'une des principales causes de ce problème est le fait que les consommateurs n'ont pas de moyens aisés de faire le suivi de leur utilisation[150].

Le régulateur a donc identifié différentes pistes de solution en vue de régler les problèmes des consommateurs, ces solutions incluant notamment : de clarifier dans les publicités l'information au sujet des prix des services, de faciliter la comparaison des services entre les différents fournisseurs (entre autres au sujet de la façon dont chaque compagnie traite les plaintes), et d'offrir des outils de gestion de l'utilisation des services de voix, de messages textes et de données.

À l'instar du régulateur américain, l'ACMA a demandé aux fournisseurs de services de télécommunications d'apporter les changements appropriés à un code de protection du consommateur duquel est responsable l'industrie. L'ACMA s'est tout de même réservé le droit d'adopter de nouvelles réglementations, si les changements au code de l'industrie devaient s'avérer insuffisants. À l'heure actuelle, l'ACMA a accepté les propositions de l'industrie et l'efficacité des nouvelles mesures adoptées reste à déterminer, la nouvelle version n'étant entrée en vigueur, partiellement, que depuis le 1er septembre 2012, plusieurs dispositions n'ayant été appliquées que dans l'année qui a suivi. Soulignons toutefois que le code de conduite australien, rédigé par l'industrie, comme c'est le cas aux États-Unis, permet néanmoins à l'ACMA d'en assurer l'application. Ainsi, il s'agit tout de même d'un code de conduite dont le non-respect peut entraîner des actions du régulateur en vue d'en assurer le respect par les fournisseurs. L'ACMA peut notamment émettre des avis en cas de non-respect

[149] **ACMA**. *Reconnecting the Customer*, ACMA, Sydney, Australie, 2011. [En ligne] http://www.acma.gov.au/WEB/STANDARD..PC/pc=PC_312222 (page consultée le 23 avril 2013).
[150] *Ibid.*

du code, auquel cas les fournisseurs peuvent répondre au moyen d'engagements en vue d'améliorer leur pratique. L'ACMA peut également intenter des recours civils à la Cour fédérale, si un fournisseur nie les allégations de non-conformité et ne s'engage pas à améliorer ses pratiques. Cette approche est conforme aux principes défendus dans certaines lois de télécommunications australiennes, qui encouragent dans une certaine mesure l'autoréglementation de l'industrie[151]. Le régulateur dispose toutefois d'une marge de manœuvre qui semble être supérieure à celle de la FCC pour s'assurer que le code ne résulte pas en un ensemble de vœux pieux.

4.4.1 Code de l'industrie : forces et faiblesses

Le Telecommunications Consumer Protection Code (TCP) est un long document, de près d'une centaine de pages, qui comprend un ensemble cohérent de règles de bonnes pratiques que doivent respecter l'ensemble des entreprises de télécommunication australiennes, et qui inclut notamment des règles à suivre concernant la façon de gérer la relation avec la clientèle, les services offerts, les contrats, la facturation, la gestion des mauvaises créances, le crédit et les débranchements, les règles applicables au changement de fournisseur et le traitement des plaintes[152]. Malgré la multiplicité de sujets qui font l'objet du code, il est clair dès le départ qu'il ne peut se substituer aux lois et règlements en vigueur en Australie, comme l'indique ce passage :

> *Compliance with this Code does not guarantee compliance with any legislation or the requirements of any Regulator. The Code is not a substitute for legal advice*[153]*.*

Lorsque nous nous sommes enquis de la pertinence d'inclure une telle précision au Code, l'ACMA nous a simplement répondu que les législations relatives à la protection du consommateur dans le secteur des télécommunications en Australie sont gérées par plusieurs régulateurs différents. L'ACMA mentionne notamment la compétence du Telecommunications Industry Ombudsman (TIO) pour régler les différends entre les fournisseurs et les consommateurs, et la pertinence de différentes lois, notamment la Competition and Consumer Act et l'Australia Consumer Law qui régulent notamment les clauses contractuelles injustes les pratiques trompeuses des commerçants.

Fait intéressant, le fait pour un consommateur de porter plainte contre un fournisseur au sujet du non-respect d'une obligation au code ne l'empêchera pas d'intenter parallèlement d'autres recours dont il pourrait disposer. Tout compte fait, le code de l'industrie se veut un outil qui permet de standardiser les pratiques des différents fournisseurs de services de télécommunications, mais n'a pas la prétention de se substituer à quelques lois ou réglementations existantes. Le code comprend donc plutôt un ensemble de mesures de protection pour les consommateurs qui sont utilisées en complémentarité avec les autres droits ou recours existants, d'application générale ou spécifique.

---

[151] **COMMUNICATIONS ALLIANCE.** *Telecommunications Consumer* Protection *Code (C628:2012) Explanatory* St*atement*, Communications Alliance, Milsons Point NSW, Australie, 5 pages. [En ligne] http://commsalliance.com.au/__data/assets/pdf_file/0018/33129/C628_2012-TCP-Code-Explanatory-Statement.pdf (document consulté le 23 mai 2013).

[152] **COMMUNICATIONS ALLIANCE.** *Telecommunications Consumer Protection Code,* Communications Alliance, Milsons Point NSW, Australie, 102 pages. [En ligne] http://commsalliance.com.au/__data/assets/pdf_file/0017/33128/TCP-C628_2012_May2012-Corrected-July12.pdf (document consulté le 14 mai 2013).

[153] *Ibid.*, page 8, article 1.1.7.

L'étude de ce code en particulier, même s'il ne s'agit que d'un ensemble de règles rédigées par l'industrie, est pertinente, puisqu'il inclut les mesures de protection les plus récentes. En effet, même si le code s'applique à l'ensemble des services de télécommunications, force est de constater que de nombreuses dispositions semblent viser plus particulièrement l'industrie du sans-fil.

A) SOMMAIRE DE L'OFFRE DE SERVICE

Il est particulièrement intéressant de voir à quel point certaines nouvelles dispositions répondent directement aux préoccupations manifestées par l'ACMA. Premièrement, on constate que, à l'instar de ce qui avait été envisagé en France, un outil a été prévu afin d'aider les consommateurs à comparer plus efficacement les différentes offres de service de télécommunications en Australie. Ainsi, l'article 4.1.2 du Code prévoit la transmission aux consommateurs d'un «sommaire de l'offre» destiné à leur permettre de comparer plus efficacement les offres des différents fournisseurs de services. Ce sommaire doit être transmis avant la conclusion du contrat, et ce, peu importe la façon dont le consommateur magasine ses services : en personne, par téléphone ou en ligne.

Ce sommaire d'une offre de service de télécommunications ne peut excéder deux pages, et doit comprendre des éléments d'information standardisés, de façon justement à permettre aux consommateurs d'avoir des repères communs, peu importe le fournisseur qu'ils sollicitent. Ce sommaire doit inclure notamment une description du service offert, indiquer si un appareil est fourni et financé dans le cadre de l'offre, les frais maximaux qui peuvent être exigés pour la résiliation du contrat, mentionner les inclusions et les exclusions de l'offre, le prix mensuel du service et lorsque l'offre comporte des limites d'utilisation, la limite d'utilisation du service et le prix général de cet usage, exprimé dans une unité standardisée. Par exemple, si un forfait inclut une utilisation limitée de données mobiles, l'offre doit indiquer la limite d'utilisation, et le prix de l'utilisation d'un mégaoctet. Le code ne précise pas si le prix de ce mégaoctet doit être le prix de l'utilisation dans le cadre de la limite d'usage, ou le prix des données après le dépassement de la limite. Ce sommaire d'information doit également inclure un lien qui explique les différents outils de gestion de l'utilisation offerts et un avertissement au sujet des frais applicables aux services utilisés en itinérance, en plus d'un lien pour avoir accès à plus d'information à ce sujet.

Trouvant l'idée intéressante, nous avons vérifié si ces résumés étaient en effet disponibles sur la plupart des sites Web des fournisseurs de services ; nous avons été a priori satisfaits de constater qu'ils y étaient, et qu'il était donc possible de les consulter et de les imprimer avant la conclusion d'une entente. Le fait que soient indiqués explicitement les services qui sont exclus du forfait mensuel permet de clarifier l'ensemble des limitations au service : qu'il s'agisse de limite d'usage classique ou d'information au sujet de l'exclusion de certains services optionnels pour lesquels une utilisation peut entraîner des frais supplémentaires. Bref, le résumé d'information permet de regrouper et de mettre en évidence plusieurs renseignements importants au sujet du service offert, renseignements dont certains sont encore fréquemment camouflés dans certaines mentions légales ou notes de bas de page au Canada.

Un examen plus poussé nous a, par contre, amenés à constater que le manque de clarté de certaines exigences pouvait se faire ressentir. Par exemple, nous avons remarqué que l'obligation d'indiquer le prix d'utilisation pour 1 mégaoctet est interprétée très différemment d'un fournisseur à l'autre : certains n'indiquent que le prix d'un mégaoctet en frais d'utilisation excédentaire[154], d'autres n'indiquent que le prix d'un mégaoctet avant le dépassement de la

[154] Telstra, par exemple.

limite d'usage[155], tandis que d'autres indiquent ces deux renseignements[156]. Le but ultime, qui était de permettre la comparaison des offres, n'est donc pas parfaitement atteint.

B) NOUVELLES RÈGLES POUR ENCADRER LES PUBLICITÉS

Le code de l'industrie prévoit certaines exigences quant à l'information divulguée dans le matériel publicitaire[157]. Il prévoit notamment des restrictions pour l'utilisation de certains termes et qualificatifs. À titre d'exemple, les offres ne peuvent plus être qualifiées d'«illimitées» si quelque restriction les affecte, limite de téléchargement, restriction à certains services ou autre. Le code prévoit également l'affichage obligatoire du prix pour l'utilisation d'un mégaoctet de données ; nous avons remarqué que cette exigence semble être comprise ou appliquée différemment par les fournisseurs. Puisque ce code est encore très récent, il est probable que toutes les nouvelles obligations qui y sont prévues ne soient pas nécessairement respectées à l'heure actuelle (rappelons que certaines dispositions du code n'entreront en application qu'en 2014) ou appliquées de façon uniforme. Rappelons tout de même que certains fournisseurs ont manifesté leur mécontentement ou plaidé la difficulté pour eux de se conformer aux multiples exigences du code, qualifiant notamment ces nouvelles règles d'infantilisantes[158].

Malgré tout, le régulateur australien a déjà commencé à remarquer que les fournisseurs se conforment à certaines exigences du code, notamment à celle d'offrir une information claire et exacte et de ne pas omettre des éléments d'information importants pour les consommateurs. Les fournisseurs ont notamment cessé d'utiliser à tort et à travers certains termes utilisés pour qualifier leurs offres de service, termes qui semaient la confusion chez les consommateurs et n'étaient pas représentatifs du service offert.

C) OUTIL DE SUIVI DE L'UTILISATION : L'HISTOIRE SE RÉPÈTE

Outre les différentes obligations d'information, le code de conduite australien a prévu, tout comme l'a fait celui des États-Unis, l'implantation de différents outils de gestion de l'utilisation. Le code prévoit l'envoi d'avis d'utilisation, par message texte ou par courriel, lorsque le consommateur atteint 50 %, 85 %, puis 100 % de sa limite d'usage (voix, données ou messages textes confondus). Toutefois, comme aux États-Unis, les utilisateurs de services prépayés ne peuvent malheureusement pas bénéficier de ces avis. Curieusement, les avertissements peuvent être envoyés jusqu'à 48 heures après que le consommateur ait atteint l'un des seuils prévus. Le régulateur nous a indiqué que ce délai a été autorisé pour accommoder les revendeurs, qui utilisent les infrastructures d'autres fournisseurs et ne disposent pas toujours d'une information à jour au sujet de l'utilisation de leurs clients.

TELSTRA. *Critical Information Summary,* Telstra, Brisbane, Australie, 23 avril 2013, 2 pages. [En ligne] http://www.telstra.com.au/help/download/document/personal-critical-information-summary-no-lock-in-plan-60.pdf (page consultée le 14 mai 2013).

[155] Kogan Mobile, par exemple.
KOGAN MOBILE. *Critical Information Summary,* Koogan Mobile, South Melbourne, Australie, 2 pages. [En ligne] https://www.koganmobile.com.au/sitedocs/critical_information_summary_-_access_30.pdf (document consulté le 14 mai 2013).

[156] Red Bull Mobile, par exemple.
RED BULL MOBILE. *Critical Information Summary,* Red Bull Mobile, New South Wales, Australie, sans date. [En ligne] http://www.redbullmobile.com.au/critical-information-summary/ (page consultée le 14 mai 2013).

[157] **COMMUNICATIONS ALLIANCE.** *Telecommunications Consumer Protection Code, op.cit.* 152*,* page 8, article 1.1.7, et pages 36-37, article 4.2.

[158] **COLLEY, Andrew.** «Limited version of consumer protection code mooted», Australian IT, NSW, Australie, 25 avril 2013. [En ligne] http://www.theaustralian.com.au/australian-it/telecommunications/limited-version-of-consumer-protection-code-mooted/story-fn4iyzsr-1226629337975 (page consultée le 14 mai 2013).

Soulignons également que les fournisseurs n'ont pas l'obligation d'envoyer tous les avis d'utilisation, si cela signifie qu'ils doivent envoyer plus d'un avertissement à l'intérieur d'une période de 48 heures. Cette précision a été ajoutée au code afin de répondre aux craintes des fournisseurs, qui ne voulaient surtout pas, ont-ils insisté, harceler leurs clients en les bombardant de notifications. Soulignons que le code prévoit que ces outils peuvent être désactivés, à la demande du consommateur, ou fixés à d'autres seuils d'utilisation, à condition que l'objectif du fournisseur en offrant une telle flexibilité ne soit pas d'inciter le consommateur à se désabonner de ces services.

Outre les outils mentionnés précédemment, les fournisseurs devront aussi offrir un outil de suivi de l'utilisation supplémentaire, à la discrétion de l'entreprise. La liste d'outils envisageables proposée au code est très variée, incluant même certaines propositions qui, à notre sens, peuvent difficilement être considérées comme de véritables outils de gestion de l'utilisation. À titre d'exemple, les relevés d'utilisation ou le plafonnement de l'utilisation peuvent être considérés comme des outils adéquats –ce qui nous semble juste–, mais le simple fait d'offrir des services prépayés, des conseils au sujet de la gestion de l'utilisation ou encore le fait de ralentir la vitesse de navigation une fois que la limite d'utilisation est atteinte nous apparaissent difficilement comme étant des outils valables. À cet effet, l'ACMA nous a précisé laconiquement que c'est l'industrie qui a rédigé le code et que certains choix qui ont été faits répondent davantage aux préoccupations de l'industrie que celles de l'ACMA ou des consommateurs.

Finalement, soulignons que les fournisseurs devront offrir systématiquement de l'information sur l'existence et le fonctionnement de ces outils de gestion dans les résumés d'information, mais aussi aux clients existants lorsque ces derniers décident de conclure un nouveau contrat avec leur fournisseur de services, et que ces outils n'étaient pas offerts à l'époque où le consommateur a conclu le contrat précédent. Les fournisseurs doivent également indiquer sur les factures un moyen pour le consommateur d'avoir accès au sommaire de son utilisation[159].

D) ET LA SUITE?

L'Australie, contrairement aux États-Unis et à l'Europe, ne prévoit pas dans son code, pour l'instant, d'avertissement automatique pour les services utilisés en itinérance, mais la situation devrait changer prochainement. En effet, l'ACMA travaille actuellement sur de nouvelles obligations d'information relatives aux services d'itinérance. Le régulateur a proposé un brouillon de nouvelles mesures, qui prévoit que les fournisseurs devraient envoyer rapidement un avis au consommateur lorsque ce dernier entre dans une zone d'itinérance (dans un délai de 10 minutes), qui indique notamment que des frais d'utilisation élevés sont applicables. Cet avertissement inclurait les frais d'utilisation de minutes, de textes ou de données mobiles à l'étranger, un tarif qui doit être personnalisé en fonction de la zone où se trouve le consommateur. De plus, une option devrait être offerte à ce dernier de tout simplement désactiver l'accès à l'itinérance, afin d'éviter les frais supplémentaires (le brouillon prévoit une désactivation à la demande du consommateur, plutôt qu'une désactivation automatique comme prévu en Europe). Évidemment, ces idées ne correspondent pas nécessairement à ce que sera la décision finale de l'organisme australien.

[159] **ACMA.** «Top Ten Consumer Wins», ACMA, Sydney, Australie, sans date, 1 page. [En ligne] http://www.acma.gov.au/webwr/_assets/main/lib410251/TCP_code-Top_ten_consumer_wins.pdf (document consulté le 22 mai 2013).

Le brouillon offert par l'ACMA propose ce modèle d'avis envoyé par message texte:

> *Warning – you have activated your mobile device overseas. Significantly higher charges apply. There may be delays in receiving usage data and alerts.*
>
> *Cost 2 min call to Aus = $[insert cost in dollars and cents], 2 min call within [country]=$[insert cost in dollars and cents], SMS to Australia=$[insert cost in dollars and cents], 1mb data= $[insert cost in dollars and cents]. To cease all services [insert description of opt-out mechanism]*[160]

Le brouillon prévoit également que des outils de gestion de l'utilisation doivent être offerts dans certaines circonstances, notamment des avertissements par messages textes lorsqu'un utilisateur de services postpayés atteint certains seuils de frais excédentaires (à chaque tranche de 100$), ou lorsqu'un utilisateur de services prépayés atteint certains seuils d'utilisation (à 50, 80 et 100% de la limite d'usage).

En somme, l'autorité de réglementation des télécommunications australienne a forcé les fournisseurs de services à adopter des pratiques d'information plus complètes et exhaustives et continue ses efforts afin d'améliorer le niveau d'information offert aux consommateurs de services sans fil australiens. Même s'ils ont confié à l'industrie une partie importante de la conception et de l'application de ces nouvelles obligations, il faut tout de même souligner que le code de conduite rédigé par l'industrie, s'il peut sans doute être perfectible à maints égards, offre un ensemble de règles cohérentes en vue d'offrir de nouveaux mécanismes d'information et de protection pour les consommateurs qui sont les bienvenus.

4.5 CONCLUSION

La nature particulière d'Internet mobile rend très difficile de ne se fier qu'à des outils abstraits pour estimer son utilisation. En effet, comment savoir avec quelque degré de certitude le nombre de pages Web visitées, de photos partagées, les quantités de musique et de vidéo écoutés en continu (et la taille respective exacte de tout un chacun), de jour en jour, tout au fil du mois? Comment faire une distinction et une discrimination efficaces du contenu plus lourd et comment en minimiser sa consommation alors que la nature même du service est propice à l'instantanéité et à la consommation spontanée pour lesquels il a été conçu?

Pour le FCC, la solution au «bill shock» passe essentiellement par la création d'outils d'information disponibles après la souscription à une option de données, mais l'ACMA et l'ARCEP ont également opté pour ou songé à des approches visant à améliorer l'information disponible avant et après l'achat d'un appareil mobile. L'approche qui mise sur une variété de nouvelles obligations d'information est également celle qui semble avoir été retenue par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) qui, au moment d'écrire ces lignes, était sur le point de mettre en place un code de conduite obligatoire pour les FSSF qui doit prévoir notamment de nouvelles obligations d'information applicable avant la conclusion d'un contrat de service sans fil. Le code du CRTC devrait aussi prévoir l'imposition de nouveaux outils de gestion de l'utilisation. Nous traiterons dans le prochain chapitre des différentes solutions adoptées et envisagées au Canada.

[160] **ACMA.** *Telecommunications (International Mobile Roaming) Industry Standard 2013,* ACMA, Sydney, Australie, sans date, 11 pages, page 7. [En ligne] http://www.acma.gov.au/webwr/_assets/main/lib550056/ifc50-2012-draft_imr_standard.pdf (document consulté le 14 mai 2013).

Pour conclure, nous pouvons constater que la plupart des régulateurs semblent favoriser des solutions fort semblables, soit, souvent, de laisser le libre recours au marché pour ce qui est de la nature des services offerts et leur tarification, mais d'adopter des mesures qui permettent d'améliorer l'information offerte aux consommateurs, et ce, de différentes façons, ce qui devrait leur permettre d'être correctement informés sur les multiples subtilités desquelles ils doivent prendre connaissance pour éviter les frais imprévus et gérer efficacement leur utilisation. Et peut-être même de leur donner les outils nécessaires pour, lorsqu'elle existe, faire jouer la concurrence en permettant un choix qui puisse se baser sur une comparaison honnête entre les offres.

5. SOLUTIONS EN SOL CANADIEN

Pour l'instant, très peu de solutions ont déjà été adoptées au Canada en vue de permettre aux consommateurs d'être adéquatement informés et outillés pour comprendre et gérer efficacement leur utilisation des services d'accès à Internet mobile. Toutefois, au cours des dernières années, certains changements législatifs ont été adoptés en vue de protéger plus adéquatement les consommateurs de services sans fil, de façon générale.

Ainsi, le Québec, le Manitoba, Terre-Neuve, la Nouvelle-Écosse (et bientôt l'Ontario) ont modifié leurs lois de protection du consommateur dans le but de légiférer avec plus de sévérité les ententes contractuelles proposées et conclues par les fournisseurs de services de télécommunications. Nous dresserons un bref tour d'horizon des changements législatifs récents qui sont susceptibles d'affecter la qualité de l'information en matière d'Internet mobile[161].

Outre les changements apportés aux lois provinciales, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a lancé différents appels aux observations en 2012 et 2013 en vue d'implanter de nouvelles réglementations applicables aux fournisseurs de services sans fil. Un code de conduite d'application obligatoire pour les FSSF entrera en vigueur prochainement.

Dans la présente section, nous traiterons ainsi des solutions pertinentes qui ont déjà été adoptées par les législateurs provinciaux, tout comme des changements réglementaires multiples qui ont été envisagés par le CRTC. Rappelons qu'avant l'application du Code, les services sans fil ne faisaient l'objet d'aucune réglementation par le CRTC. Avec cette nouvelle initiative, le CRTC, même s'il n'a pas officiellement remis en question le fait que les services sans fil soient concurrentiels, semble avoir repéré des lacunes au marché actuel, et souhaite ainsi mettre en place certaines dispositions en vue de mieux protéger les consommateurs. Il emboîte ainsi le pas à plusieurs autorités de réglementation étrangères, notamment la FCC et l'ACMA.

5.1 CHANGEMENTS PROVINCIAUX : ADOPTION DES PRINCIPES COMPARABLES

Au niveau provincial, de nombreux projets de loi ont été adoptés en vue de mettre à jour certaines lois de protection du consommateur afin d'inclure des dispositions qui concernent notamment les fournisseurs de services sans fil. Parfois, les nouveaux changements n'ont visé que les entreprises de télécommunication et plus spécifiquement, les services offerts par le biais de téléphones cellulaires. Si ces changements ont, à bien des reprises, soulevés l'ire des FSSF ou des associations qui représentent certains d'entre eux, qui dénonçaient la situation qu'ils ont qualifiée de véritable «courtepointe»[162] («patchwork») de lois provinciales et des

[161] D'autres lois et règlements peuvent avoir un impact sur les entreprises de télécommunications canadiennes, notamment la Loi sur la concurrence, qui encadre notamment, dans une certaine mesure, le matériel publicitaire, mais nous avons choisi de nous concentrer sur les encadrements qui visent expressément la protection des consommateurs.

[162] Plusieurs fournisseurs ont tenté de forcer le CRTC à se positionner sur la question et d'imposer un ensemble de règlementations qui viserait à mettre fin à l'application des lois provinciales aux fournisseurs de services sans fil. Un article explique la position de l'Association des télécommunications sans fil en marge des audiences publiques du

règles qui risquent de complexifier les contrats de télécommunications et d'engendrer des prix plus élevés, en plus de semer la confusion chez les consommateurs, cela n'a pas empêché les différents législateurs provinciaux d'aller de l'avant avec l'adoption de lois visant à mieux protéger les utilisateurs de services sans fil.

Si chacune des lois provinciales comporte quelques formulations ou exigences particulières et que l'harmonisation n'est pas parfaite, chacune vise : à plafonner les frais de résiliation anticipée (avec des formules à peu près identiques), à réglementer le renouvellement ou les modifications unilatérales de contrats, en plus d'imposer des standards d'information dans les contrats de télécommunications. L'objectif ici n'est pas de rappeler tous les changements aux lois provinciales de protection des consommateurs ; nous nous concentrerons plutôt sur les nouvelles règles qui peuvent toucher plus spécifiquement Internet mobile et l'information qui doit être offerte par le fournisseur.

5.1.1 Mesures prévues aux lois québécoises

Le législateur québécois a été le premier à adopter des dispositions qui visent notamment les fournisseurs de services sans fil[163]. Les changements les plus récents qui s'appliquent à ces entreprises ont été adoptés le 30 juin 2010 et concernent plus spécifiquement les contrats à exécution successive de service fourni à distance.

Les changements récents ne se sont pas faits au Québec par l'adoption de nouvelles lois, mais plutôt l'ajout de nouvelles dispositions à la Loi sur la protection du consommateur (LPC), qui inclut un ensemble cohérent de règles qui encadrent les contrats de consommation, en plus de légiférer sur certaines pratiques commerciales. La LPC détonne de certaines lois qui ont été adoptées par d'autres provinces du Canada, puisqu'elle conserve des formulations généralistes et qu'elle n'inclut pas, pour l'instant, de termes ou de spécificités qui visent uniquement les fournisseurs de services sans fil (la loi ne fait pas référence directement, par exemple, aux services de voix, de message texte ou de données mobiles, contrairement à celles d'autres provinces). C'est donc dire que l'ensemble des dispositions s'applique aussi aux services sans fil. Aux fins de la présente recherche, nous isolerons donc certains principes généraux qui font partie du droit civil québécois et qui peuvent être d'intérêt pour l'étude de l'encadrement d'Internet mobile, et plus particulièrement ceux qui pourraient être invoqués en lien avec les problèmes soulevés par les consommateurs. Nous profiterons de l'occasion pour citer au passage quelques articles du Code civil du Québec[164] (CcQ).

CRTC concernant l'implantation d'un code de conduite obligatoire aux fournisseurs de services sans fil. Nous reviendrons plus loin sur la réponse du CRTC aux demandes de l'industrie.
HOFFMAN, Perry. «Provincial Rules Patchwork would only boost costs for Canadians», CARTT, Hamilton, Ontario, Canada, 12 février 2013.
[En ligne] http://www.cartt.ca/news/15077/Cable-Telecom/Wireless-Code-Provincial-rules-patchwork-would-only-boost-costs-for-Canadians.html (page consultée le 14 mai 2013).

[163] Ainsi que d'autres types d'entreprises, notamment les fournisseurs de services de système d'alarme et les télédistributeurs. Loi sur la protection du consommateur. L.R.Q. chapitre P-40.1.
Voir : **PARLEMENT DU QUÉBEC.** Loi sur la protection du consommateur. L.R.Q. chapitre P-40.1, SECTION VII, art. 214.1 ss. [En ligne] disponible sur le site des Publications du Québec http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P_40_1/P40_1.html (page consultée le 14 mai 2013).

[164] **PARLEMENT DU QUÉBEC.** Code civil du Québec. LRQ, c C-1991. [En ligne] disponible sur le site des Publications du Québec http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/CCQ_1991/CCQ1991.html (page consultée le 14 mai 2013).

La revue de littérature aussi bien que notre sondage relèvent l'insatisfaction des consommateurs devant les factures surprises que peut entraîner l'utilisation de données mobiles, suite notamment à des transferts de données qui ont eu lieu à leur insu. Cette situation a été rapportée aussi bien au Canada qu'à l'étranger.

Les fournisseurs manquent-ils de transparence s'ils ne divulguent pas clairement au moment de l'achat ou explicitement au contrat le fait que les appareils ont accès aux données mobiles par défaut ou qu'ils peuvent consommer des données en arrière-plan aux frais de l'utilisateur? Peut-on leur reprocher, texte de loi à l'appui, ce manque de transparence ?

Les articles 228, 230 et 12 de la LPC, qui exigent une certaine transparence, pourraient vraisemblablement s'appliquer à ces situations où les consommateurs n'auraient pas été avisés du fonctionnement d'Internet mobile, des conséquences liées au dépassement de sa limite d'utilisation (s'il y a lieu) et des tarifs applicables à l'utilisation d'Internet mobile au Canada et à l'étranger.

> *228. Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, dans une représentation qu'il fait à un consommateur, passer sous silence un fait important.*
>
> *230. Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, par quelque moyen que ce soit: a) exiger quelque somme que ce soit pour un bien ou un service qu'il a fait parvenir ou rendu à un consommateur sans que ce dernier ne l'ait demandé…*
>
> *12. Aucuns frais ne peuvent être réclamés d'un consommateur, à moins que le contrat n'en mentionne de façon précise le montant.*

Au moment d'écrire ces lignes, nous avions déjà pris connaissance du fait que certains contrats de service sans fil conclus après le 30 juin 2010 n'indiquent pas explicitement certains des frais qui peuvent s'appliquer, notamment les frais de données à l'usage ou les frais de données en itinérance. Certains de ces contrats réfèrent le consommateur à un site Internet sur lequel ils peuvent trouver des compléments d'information au sujet des tarifs applicables. Il semblerait donc que certains fournisseurs n'offrent pas nécessairement une information exhaustive au sujet de tous les tarifs qui peuvent être applicables. De plus, les informations terrain que nous avons semblent indiquer qu'il est plutôt exceptionnel que le consommateur, au moment de l'achat, soit informé au sujet des frais élevés que peuvent provoquer les frais de données et les frais d'itinérance. En ce sens, il est probable que l'article 1435 du Code civil soit également pertinent :

> *1435. La clause externe à laquelle renvoie le contrat lie les parties. Toutefois, dans un contrat de consommation ou d'adhésion, cette clause est nulle si, au moment de la formation du contrat, elle n'a pas été expressément portée à la connaissance du consommateur ou de la partie qui y adhère, à moins que l'autre partie ne prouve que le consommateur ou l'adhérent en avait par ailleurs connaissance.*

La LPC prévoit, lorsque les contrats sont conclus à distance, certaines obligations d'information qui imposent aux fournisseurs de fournir explicitement ces renseignements avant la conclusion du contrat. Voici quelques passages pertinents de l'article 54.4 :

> *54.4. Avant la conclusion du contrat à distance, le commerçant doit divulguer au consommateur les renseignements suivants: […]*
>
> *e) un état détaillé du prix de chaque bien ou service faisant l'objet du contrat, des frais connexes qu'il exige, de même que du coût de tout droit exigible en vertu d'une loi; […]*
>
> *g) le total des sommes que le consommateur doit débourser en vertu du contrat et, le cas échéant, le montant des versements périodiques, le tarif applicable pour l'utilisation d'un bien ou d'un service accessoire de même que les modalités de paiement; […]*
>
> *l) toutes les autres restrictions ou conditions applicables au contrat.*
>
> *Le commerçant doit présenter ces renseignements de manière évidente et intelligible et les porter expressément à la connaissance du consommateur; lorsqu'il s'agit d'une offre écrite, il doit présenter ces renseignements de façon à ce que le consommateur puisse aisément les conserver et les imprimer sur support papier. (Nos soulignés)*

La LPC semble toutefois prévoir plus de flexibilité en ce qui a trait aux contrats écrits en matière de contrats à exécution successive de service fourni à distance[165]. L'article 214.2 énumère tous les renseignements qui doivent être divulgués au contrat. Parmi les éléments qui doivent obligatoirement y être mentionnés :

> *d) la description détaillée de chacun des services faisant l'objet du contrat;*
>
> *e) le tarif mensuel de chacun des services faisant l'objet du contrat, y compris le tarif mensuel des services optionnels, ou son coût mensuel si le tarif est calculé sur une base autre que mensuelle;*
>
> *f) le tarif mensuel de chacun des frais connexes ou son coût mensuel si le tarif est calculé sur une base autre que mensuelle; […]*
>
> *h) le cas échéant, les restrictions d'utilisation de chacun des services faisant l'objet du contrat ainsi que les limites géographiques à l'intérieur desquelles ces services peuvent être utilisés; […]*
>
> *n) la manière d'obtenir aisément les renseignements relatifs au tarif d'utilisation des services qui ne font pas l'objet du contrat et des services qui sont utilisés au-delà des restrictions et des limites prévues au paragraphe «h».*
>
> *(Nos soulignés)*

[165] Terre-Neuve-et-Labrador semble au contraire plus sévère pour les indications prévues au contrat que pour les divulgations précontractuelles.

Rien n'indique que les fournisseurs de services sans fil ne respectent pas les articles 54.4 et 214.2. En effet, les fournisseurs communiquent habituellement l'information relative aux tarifs applicables à leur contrat, ou donnent aux consommateurs les moyens de prendre connaissance de ces renseignements. Soulignons cependant qu'il peut arriver à l'occasion qu'une telle flexibilité – la possibilité de ne donner que *la manière d'obtenir aisément les renseignements* – puisse nuire au consommateur. À titre d'exemple, les services optionnels, les frais d'itinérance ou les frais à l'usage, notamment, ne sont évidemment pas toujours indiqués au long à l'intérieur d'un contrat. Pourtant, certains de ces frais peuvent rapidement être facturés, si le consommateur ne comprend pas exactement comment fonctionne son appareil. À l'heure où Internet mobile ne cesse de gagner en popularité, nous nous demandons si la complexité grandissante des services sans fil, de leur fonctionnement et de leur tarification, ne sont pas un signal qui indique qu'il faut préciser certaines dispositions de la LPC afin de clarifier la façon dont le droit du consommateur à être informé doit être concrètement appliqué. S'il est vrai que les fournisseurs renseignent les consommateurs au sujet du prix mensuel du forfait ou de l'option ainsi que de la limite mensuelle d'utilisation, devrait-on également prévoir une obligation de fournir des explications plus complètes en ce qui a trait aux limites d'usage d'un service et des frais de dépassement? Devrait-on prévoir un avertissement systématique que certains usages peuvent entraîner le dépassement rapide des limites d'utilisation, auquel cas des frais d'utilisation excédentaire sont applicables? Devrait-on informer plus clairement le consommateur de la pléiade de frais qui peuvent être applicables lors de l'utilisation d'Internet mobile? Une telle possibilité nous semble, à tout le moins, logique, et conforme à l'intention exprimée par le législateur.

La LPC prévoit de nombreux autres articles qui visent à encadrer la quantité et l'exactitude des renseignements présentés par les commerçants. Des dispositions interdisent notamment aux commerçants d'exiger pour un bien ou un service un prix supérieur à celui qui est annoncé ou d'exiger un paiement pour un service qui n'a pas été demandé (les articles 224 c) et 230 LPC). Une disposition à portée générale interdit toute représentation trompeuse : «219. Aucun commerçant, fabricant ou publicitaire ne peut, par quelque moyen que ce soit, faire une représentation fausse ou trompeuse à un consommateur.» Le caractère trompeur d'une représentation sera déterminé en tenant compte, notamment «de l'impression générale qu'elle donne et, s'il y a lieu, du sens littéral des termes qui y sont employés» (218 LPC). Les appellations « illimité » pour des services qui comportent des limites pourraient vraisemblablement, entre autres, être attaquées en vertu de cette disposition.

L'article 228 de la Loi interdit en outre aux commerçants d'omettre de mentionner un fait important. Le fait que l'accès aux données mobiles est activé par défaut sur les téléphones intelligents pourrait-il être interprété comme constituant un fait important au sens de la LPC, attendu que la méconnaissance de ce fait peut entraîner pour les consommateurs des frais inattendus? Le fait que des appareils utilisent le transfert de données à l'insu des consommateurs, risquant ainsi de causer des dépassements des limites d'usage ou d'entraîner des frais imprévus pourrait-il donner matière à des recours sur la base de ces dispositions?

Dans notre analyse documentaire, nous avons traité brièvement des services prépayés et de la diversification des modalités de ces services, qui peuvent rendre assez complexe pour le consommateur le fait de comprendre de quelle façon il doit payer ces types de services et dans quelles circonstances il peut se faire imposer des frais excédentaires (par rapport à une coupure de service). Il serait peut-être pertinent de veiller à ce que la LPC couvre également les consommateurs de services prépayés, qui ne dispose que de peu de protection en ce qui a trait aux obligations d'information. Nous faisons en particulier référence à l'article 187.2 :

> *Avant de conclure un contrat de vente de carte prépayée, le commerçant doit informer le consommateur des conditions d'utilisation de la carte de même que de la manière dont le solde pourra en être vérifié. Lorsque l'information exigée au premier alinéa n'apparaît pas sur la carte, le commerçant doit la fournir par écrit au consommateur.*

Rappelons que l'utilisation de services prépayés n'implique plus nécessairement le fait de racheter physiquement des crédits prépayés, ces transactions peuvent généralement être réalisées électroniquement, au moyen de prélèvements automatiques. De quelle façon pourra-t-on alors protéger les utilisateurs de services prépayés, s'ils n'utilisent pas le moyen classique de payer, le seul qui fait l'objet d'une mention explicite à la loi ?

Les articles qui suivent ne concernent pas spécifiquement l'information offerte aux consommateurs, mais, puisque de nombreux consommateurs, dans le cadre de notre sondage, se sont plaints des frais élevés pour l'utilisation d'Internet mobile et pour les frais de données en itinérance, nous nous sommes interrogés sur les articles de la législation québécoise qui pourraient être invoqués pour contester de tels frais.

Soulignons premièrement la pertinence que pourrait présenter dans ces situations l'article 8 de la LPC et l'article 1437 du Code civil du Québec :

> *8. Le consommateur peut demander la nullité du contrat ou la réduction des obligations qui en découlent lorsque la disproportion entre les prestations respectives des parties est tellement considérable qu'elle équivaut à de l'exploitation du consommateur, ou que l'obligation du consommateur est excessive, abusive ou exorbitante.*
>
> *1437. La clause abusive d'un contrat de consommation ou d'adhésion est nulle ou l'obligation qui en découle, réductible. Est abusive toute clause qui désavantage le consommateur ou l'adhérent d'une manière excessive et déraisonnable, allant ainsi à l'encontre de ce qu'exige la bonne foi; est abusive, notamment, la clause si éloignée des obligations essentielles qui découlent des règles gouvernant habituellement le contrat qu'elle dénature celui-ci.*

La teneur de ces dispositions demeure très générale et leur interprétation ainsi que leur possible application à ce type de problématique mériteraient d'être clarifiées par les tribunaux. Ils en auront peut-être justement l'occasion, puisque ces articles ont été cités dans une demande de recours collectif déposée par un cabinet montréalais, qui concerne plus particulièrement les frais d'itinérance, jugés trop élevés par le requérant[166].

[166] **BERGERON, Maxime.** «Un recours collectif se dessine contre Bell, Telus et Rogers», La presse, Montréal, Canada, 11 janvier 2013. [En ligne] http://affaires.lapresse.ca/economie/canada/201301/11/01-4610303-un-recours-se-dessine-contre-bell-telus-et-rogers.php (page consultée le 9 mai 2013).

Parmi les autres plaintes des consommateurs, on trouve celles qui ont trait au fait que les limites d'usage qu'ils doivent respecter pour l'utilisation d'Internet mobile restreignent de façon importante la possibilité de profiter pleinement du service offert ; cela nous amène à nous questionner sur la possible applicabilité des garanties prévues à la LPC :

> *41. Un bien ou un service fourni doit être conforme à une déclaration ou à un message publicitaire faits à son sujet par le commerçant ou le fabricant. Une déclaration ou un message publicitaire lie ce commerçant ou ce fabricant.*
>
> *42. Une déclaration écrite ou verbale faite par le représentant d'un commerçant ou d'un fabricant à propos d'un bien ou d'un service lie ce commerçant ou ce fabricant.*

S'il semble plus difficile d'appliquer l'article 37 à la situation des services sans fil (puisqu'il semble concerner uniquement le bien et non le service)…

> *37. Un bien qui fait l'objet d'un contrat doit être tel qu'il puisse servir à l'usage auquel il est normalement destiné.*

Il en reste néanmoins que les services sans fil et les biens qui y sont associés sont à ce point indissociables qu'il pourrait s'avérer pertinent de repenser cet article, dans une optique où plusieurs biens ne peuvent malheureusement pas être utilisés à leur plein potentiel, vu les limites d'usage restrictives qui y sont parfois associées.

Puisque certains fournisseurs de services font régulièrement la promotion de la vitesse et de la qualité de leur réseau mobile, le fait que certaines limites d'usage dont sont assortis les forfaits semblent empêcher certains consommateurs de profiter pleinement des possibilités multiples de leur appareil pourrait-il être considéré comme une infraction aux garanties prévues à la LPC? En effet, si un consommateur décide d'acheter un téléphone intelligent parce qu'il a lu dans un document publicitaire d'un fournisseur que les données mobiles permettent d'avoir un accès rapide et sécurisé à Internet, peu importe le lieu où le consommateur se trouve, les frais imprévus qu'engendrent l'utilisation de données mobiles après le dépassement de la limite allouée peuvent-ils empêcher le consommateur de profiter pleinement de son appareil ? Le service est-il véritablement conforme à l'information véhiculée dans le cadre d'une publicité ? Bref, l'appareil peut-il servir réalistement à l'usage auquel il serait destiné en vertu des publicités et documents promotionnels des fournisseurs de services, et ce, peu importe la limite d'usage imposée par le fournisseur?

5.1.2 Changements apportés aux autres lois provinciales de protection du consommateur

Suite aux changements apportés à la loi sur la protection du consommateur du Québec en 2010, plusieurs autres provinces ont, chacune à leur tour, emboîté le pas pour tenter d'encadrer notamment certains aspects contractuels de la téléphonie mobile. Plutôt que de souligner les différences entre les différentes lois provinciales, nous nous concentrerons sur les dispositions qui nous semblent plus particulièrement pertinentes pour les utilisateurs d'Internet mobile. En effet, les modifications apportées aux lois de protection du consommateur au Manitoba, à Terre-Neuve-et-Labrador, en Nouvelle-Écosse et bientôt en Ontario comportent toutes quelques dispositions qui diffèrent de l'approche du législateur québécois, mais qui n'en sont pas moins intéressantes.

Rappelons que la LPC couvre, d'une part, tous les contrats de consommation, et que les modifications apportées à sa section sur les contrats à exécution successive, d'autre part, touchent les contrats de télécommunications, mais aussi tout autre type de contrat à exécution successive de service fourni à distance. Ce ne fut pas l'approche retenue par l'ensemble des législateurs provinciaux, certains ayant préféré adopter des dispositions qui ne concernent explicitement que la téléphonie sans fil.

Évidemment, si le besoin de clarifier l'information offerte aux consommateurs de téléphonie sans fil est particulièrement grand, puisque ces derniers doivent tenter de comprendre des offres de service plus diversifiées et complexes que la majorité des offres de service de télécommunications, soulignons tout de même que le besoin de clarifier l'ensemble de l'information relative aux limites d'usage, tarifs et conditions applicables est valide aussi pour les plans et options de données. Cela dit, nous nous concentrerons aux fins de notre analyse sur certaines dispositions qui peuvent s'appliquer à la téléphonie sans fil comme aux plans de données au sens large, sans nous attarder sur les subtilités des approches retenues par les législateurs quant à la portée de l'application des lois.

Premièrement, soulignons que les lois provinciales ont encadré et détaillé l'information qui doit être transmise aux consommateurs dans divers contextes, notamment l'information qui doit apparaître au contrat et l'information qui doit être communiquée au consommateur avant la conclusion d'un contrat.

Certains législateurs ont retenu des approches similaires à celle du Québec pour ce qui est de l'information offerte dans le cadre du contrat de service sans fil. Toutefois, certaines dispositions prévues par les autres provinces incluent des obligations plus explicites que celles que l'on retrouve dans la législation québécoise. Les lois du Manitoba et de Terre-Neuve-et-Labrador incluent par exemple parmi les éléments qui doivent apparaître aux contrats certaines obligations d'information relatives à la tarification d'Internet mobile. En effet, la loi manitobaine, par exemple, exige explicitement une mention des limites d'usage, une mention au sujet du montant des frais de données excédentaires possibles et une manière pour le consommateur d'obtenir des renseignements plus détaillés à leur sujet, en plus d'information sur la manière dont les frais relatifs à des services payables à l'usage (services optionnels) seront calculés[167].

> *185 (1) Le fournisseur fait en sorte que les renseignements énoncés ci-après figurent bien en vue et soient donnés d'une façon claire, intelligible et jugée satisfaisante par le directeur sur la ou les premières pages du contrat : […]*
>
> *(i) une mention de l'utilisation maximale de chacun des services de base que peut faire le client avant d'être tenu de payer des frais non inclus dans le coût mensuel minimal (les « frais d'utilisation supplémentaires »),*
>
> *(ii) les restrictions concernant les services de base, notamment celles ayant trait aux heures du jour, aux jours de la semaine ou à la région géographique, qui entraîneront des frais non inclus dans le coût mensuel minimal,*
>
> *(iii) une indication de la façon dont le client peut obtenir d'autres détails sur les services de base ainsi que sur les frais et les restrictions s'y rapportant;*
>
> *h) les tarifs s'appliquant aux frais d'utilisation supplémentaires visés au sous-alinéa g)(i) — notamment pour les minutes supplémentaires ou pour l'utilisation de* ***données***

[167] **PARLEMENT DU MANITOBA.** Loi modifiant la Loi sur la protection du consommateur (contrats de téléphonie cellulaire), L.M. 2012, c. 25, Lois du Manitoba, 16 juin 2011. [En ligne] http://web2.gov.mb.ca/laws/statutes/2011/c02511f.php (page consultée le 22 mai 2013).

supplémentaires *— et des renseignements concernant la façon dont le client peut obtenir d'autres détails sur ces tarifs;*
i) la nature des services de téléphonie cellulaire qui sont offerts au titre du contrat et que le client peut choisir d'utiliser, mais qui ne sont pas inclus dans le calcul du coût mensuel minimal (les « services optionnels »), y compris :
(i) une explication quant à la façon dont le coût de chaque service optionnel sera calculé,
(ii) les restrictions concernant les services optionnels qui entraîneront une augmentation des coûts si le client les utilise,
(iii) une indication de la façon dont le client peut obtenir d'autres détails sur les services optionnels ainsi que sur les frais et les restrictions s'y rapportant;
(Nos soulignés)

La loi de protection du consommateur de Terre-Neuve-et-Labrador prévoit des obligations explicites similaires, pour ce qui est des informations qui doivent être divulguées dans la copie d'un contrat de service à distance : obligation d'indiquer les limites d'usage, le fait que des frais d'itinérance peuvent être facturés et des renseignements au sujet des frais à l'usage[168].

35.2 (1) A supplier shall disclose the following information to a consumer:
[…]
(f) the total amount the consumer must pay each month;
(g)the applicable restrictions on the use of the services and the geographical limits, including local service coverage areas, long distance areas and roaming areas, within which they may be used; […]
(q) rates for exceeding usage limits, where applicable; […]
(t) with respect to distance service contracts for cell phones
(i) notification that roaming charges may apply,
(ii) notification of the number of included airtime minutes and ***data usage****, where applicable, and*
(iii) per use charges for incoming text messages, emails, and subscription text messages, where applicable; […]
(w) a statement that unauthorized or incorrect charges will be reversed within 30 days of notification by the consumer to the *supplier.*
(Nos soulignés)

[168] **PARLEMENT DE TERRE-NEUVE.** *AN ACT RESPECTING CONSUMER PROTECTION AND BUSINESS PRACTICES,* SNL2009 CHAPTER C-31.1, House of Assembly, St John's, Terre-Neuve, Canada, 1er décembre 2009. [En ligne] http://assembly.nl.ca/legislation/sr/statutes/c31-1.htm#35_2 (page consultée le 23 mai 2013).

La loi de protection du consommateur de la Nouvelle-Écosse a également récemment mis à jour au moyen de dispositions réglementaires à portée générale, les obligations en ce qui a trait à l'information relative aux services optionnels qui doit être indiquée au contrat, ces ajouts au règlement s'apparentent davantage à l'approche inclusive utilisée au Québec[169].

> *Description of optional services*
> *… the description of optional services must include all of the following:*
> *(a) for each optional service that the customer agrees to subscribe to at the time the contract is entered into*
> *(i) a description of the optional service,*
> *(ii) an explanation of how the cost of the optional service will be calculated, and*
> *(iii) a description of any restrictions on the optional service that will result in an increase in cost to the customer for the use of the optional service;*
> *(b) the manner in which the customer can obtain further details on the optional services subscribed to and the costs and restrictions of those services;*
> *(c the manner in which the customer can obtain details on any optional services in addition to the ones subscribed to and the costs and restrictions of those services.»*

Le gouvernement ontarien a également présenté un nouveau projet de loi en vue de mieux protéger les consommateurs de services sans fil. Le projet de loi n'avait toujours pas été présenté en première lecture au moment d'écrire ces lignes, mais le gouvernement a toutefois annoncé qu'il va prévoir l'obligation pour les fournisseurs d'informer les clients sur les inclusions au forfait, sur les services qui peuvent engendrer des frais supplémentaires, et sur les limites et exclusions de ces options. Les entreprises devront également offrir des renseignements sur les frais d'itinérance et leur mode de calcul[170].

Indiquons finalement que quelques lois provinciales prévoient des dispositions précises qui interdisent au commerçant de facturer des services que le consommateur n'a pas sollicités.

5.1.3 Réglementation : du contrat au service

Force est de constater que les législateurs provinciaux étaient conscients des problèmes de plus en plus nombreux en matière de téléphonie mobile lorsqu'ils ont entrepris d'apporter des changements à leurs lois de protection du consommateur respectives, agissant dans le cadre de leur compétence en matière contractuelle contre les irritants observés. Ainsi, les lois provinciales comportent de nouvelles exigences concernant les contrats de consommation, pour ce qui est des renseignements qui doivent être divulgués, aussi bien dans les offres que dans les contrats. Certains législateurs exigent plus explicitement un standard minimal d'information en ce qui a trait à Internet mobile, à ses limites d'usage, aux services optionnels ou à l'itinérance, en plus de prévoir l'interdiction pour les fournisseurs de s'attendre à ce que le consommateur ait à payer pour des services qu'il n'a pas demandés ou utilisés. Mais toutes celles qui sont intervenues tentent de forcer les fournisseurs à offrir un maximum d'information

[169] **PARLEMENT DE LA NOUVELLE-ÉCOSSE.** *Cellular Telephone Contract Regulations*, N.S. Reg. 59/2013, Nouvelle-Écosse, Canada, 26 mars 2013. [En ligne] disponible sur le site Registry of Regulations http://www.gov.ns.ca/just/regulations/regs/cpcellular.htm (page consultée le 23 mai 2013).
[170] **MINISTRY OF CONSUMER SERVICES.** «Strengthening Protections for Wireless Consumers», gouvernement de l'Ontario, Ministère des services aux consommateurs, Toronto, Ontario, Canada, sans date. [En ligne] http://news.ontario.ca/mcs/en/2013/04/strengthening-protections-for-wireless-consumers.html (page consultée le 26 avril 2013).

fiable et complète, du moins en ce qui concerne les éléments importants de l'offre ou du contrat. Malheureusement, il semble que l'absence d'obligation explicite relative à Internet mobile, et plus spécifiquement aux limites d'usage dans certains cas, permettent à certaines entreprises d'offrir à ce sujet, comme nous l'avons vu plus haut, des niveaux d'information extrêmement variables.

Le CRTC, qui a les compétences nécessaires pour intervenir sur la fourniture des services de télécommunications et imposer des conditions de services aux FSSF, a lui aussi pris conscience des nombreux problèmes liés à la téléphonie et aux données mobiles. Fort de ses pouvoirs, il a entrepris de s'attaquer à certaines de ces problématiques.

5.1.4 Codes de conduite au Canada

A) CODE DE CONDUITE DE L'INDUSTRIE

Il existe déjà au Canada un code de conduite relatif aux services sans fil. En effet, l'Association canadienne des télécommunications sans fil (ACTS) a adopté un nouveau code de conduite volontaire en 2009[171], qui prévoit certains standards d'information, portant notamment, lors de l'offre aux consommateurs au point de vente ou sur Internet, sur l'information relative aux frais de base du forfait, aux inclusions au forfait, aux frais pour l'utilisation additionnelle de données, prévoyant aussi un avis spécifiant que des frais d'itinérance pourraient être en vigueur au Canada ou à l'étranger. De plus, au moment de conclure un contrat, le fournisseur doit révéler «Tous les frais applicables, leur fréquence de facturation, ce à quoi ils sont associés et comment ils sont calculés[172].»

Ces exigences, dont certaines se retrouvent aussi aux lois provinciales de protection du consommateur, sont, sur certains points, nettement inférieures à ce que prévoient les codes de conduite adoptés par l'industrie des services sans fil aux États-Unis, ou par l'industrie des télécommunications en Australie. De plus, le code de l'ACTS consiste en un engagement volontaire des fournisseurs de services ; son application ne semble par ailleurs faire l'objet d'aucune surveillance ; nous n'avons en effet trouvé aucune statistique spécifique au sujet des plaintes de consommateurs au sujet de fournisseurs qui ne respecteraient pas les principes prévus au code. L'association n'a non plus aucun pouvoir de sanction contre les éventuels délinquants. Le CPRST de son côté ne comptabilise pas de plaintes spécifiquement en lien avec ce code, son mandat limitant son examen à la conformité au contrat des pratiques dénoncées par les consommateurs.

B) OUTIL DE GESTION : RÉSUMÉ DES SERVICES OFFERTS

Contrairement à la démarche qui a été menée aux États-Unis et en Australie, le code de conduite de l'industrie canadienne n'a pas fait pour l'instant l'objet de révision visant à prévoir des obligations spécifiques concernant des outils de suivi et de gestion de l'utilisation. Plusieurs fournisseurs ont tout de même mis en place de leur propre initiative des outils de gestion de l'utilisation, qui ne sont pas nécessairement uniformes d'un fournisseur à l'autre. Afin de comprendre les préoccupations du CRTC à cet effet, faisons un bref survol des outils qui étaient offerts avant la mise en place du code sur les services sans fil.

[171] **ACTS.** *Nouveau Code de conduite : les fournisseurs canadiens de services sans fil solidifient leur engagement à faire preuve d'excellence en matière de service à la clientèle,* ACTS, Ottawa, Ontario, Canada, 1er septembre 2009. [En ligne] http://cwta.ca/fr/blog/2009/09/01/canada%E2%80%99s-wireless-service-providers-further-commitment-to-customer-service-excellence-with-new-code-of-conduct/ (page consultée le 21 mai 2013).

[172] **ACTS.** *Code de conduite,* ACTS, Ottawa, Ontario, Canada, 13 août 2009. [En ligne] http://cwta.ca/fr/for-consumers/code-of-conduct/ (page consultée le 7 mai 2013).

Premièrement, indiquons que la majorité des fournisseurs de services offrent un relevé de l'utilisation d'Internet mobile, qui est mis à jour de façon régulière et qui est disponible aux utilisateurs lorsqu'ils ouvrent une session personnalisée sur le site Web de leur fournisseur. Ces derniers offrent également, pour la plupart, des applications mobiles (ou d'autres moyens[173]) qui permettent au consommateur d'accéder à ce relevé et habituellement d'apporter des changements à leurs services.

De plus, la majorité des fournisseurs offrent des avertissements par message texte relativement à l'utilisation de données mobiles. Le moment où ces avertissements sont envoyés peut varier. Par exemple, Bell envoie actuellement un avertissement lorsque le consommateur atteint 90 % de sa limite d'usage, Rogers lorsque l'utilisateur atteint 75 %, puis 100 % de sa limite, tandis que Telus prévoit l'envoi de message texte aux seuils de 75 % puis de 95 % d'utilisation, ou, lorsque le consommateur utilise des services payables à l'usage, lorsque les frais d'utilisation atteignent 10 $, puis 50 $.

La plupart des fournisseurs envoient également des avertissements par message texte lorsqu'un consommateur entre dans une zone d'itinérance, indiquant habituellement les tarifs d'itinérance applicables ; ici encore, le degré d'exhaustivité de l'information offerte semble varier d'un fournisseur à l'autre. Un fournisseur va un peu plus loin que les autres ; il indique qu'il utilise un mécanisme de plafond qui permet de bloquer l'usage des données mobiles à partir de 200 $ d'utilisation en itinérance, à moins que le consommateur n'indique explicitement par message texte qu'il souhaite poursuivre son utilisation. Le fournisseur confirme de nouveau la volonté du consommateur d'utiliser le service à plusieurs reprises lorsque le consommateur atteint de nouveaux seuils de dépense.

Un tel plafond de dépense peut également être imposé par certains fournisseurs en guise de substitution à l'exigence d'un dépôt. Dans tous les cas, lorsqu'un consommateur atteint un certain montant d'utilisation non payé, l'accès aux principales fonctions du téléphone est bloqué, sauf pour l'accès aux appels d'urgence (911). Des frais de réactivation du téléphone peuvent être applicables.

Nous avons remarqué que les fournisseurs ont commencé à offrir des outils de gestion de l'utilisation, et cette offre semble s'être bonifiée au cours de la dernière année. Cependant, les outils offerts sont tous différents, et leur publicisation très variable d'un fournisseur à l'autre, tel que nous l'avons indiqué dans notre analyse sur la documentation qu'ils offrent.

Dans le code de conduite qu'il a proposé, le CRTC a songé à uniformiser cette offre et à imposer aux fournisseurs l'obligation d'offrir gratuitement différents outils de suivi de l'utilisation, afin de donner à tous les consommateurs une chance égale de faire un suivi de leur usage. Nous y reviendrons plus loin.

c) NOUVEAU CODE SUR LES SERVICES SANS FIL

Indiquons que le code de conduite de l'ACTS n'a pas fait l'objet de discussions élaborées lors des instances qui se sont déroulées au CRTC au sujet de l'implantation de nouvelles règles dans le secteur du sans fil. Contrairement aux États-Unis, les opérateurs canadiens, lors des audiences publiques du CRTC, se sont majoritairement positionnés en faveur d'un code de

[173] Certains fournisseurs offrent par exemple cette information sur demande, par message texte ou par service téléphonique automatisé.

conduite obligatoire, à défaut d'être nécessairement d'accord avec le contenu proposé. Il faut savoir que certains fournisseurs avaient même contribué à lancer l'idée.

Nous avons indiqué précédemment que les principaux FSSF[174] s'élèvent contre le fait qu'ils doivent se conformer à un ensemble de lois provinciales dont les règles ne sont pas nécessairement identiques en tous points. Cette préoccupation a amené les fournisseurs à demander que soit élaboré un ensemble de règles fédérales, qui, idéalement, rendraient inapplicables aux FSSF les législations provinciales existantes. Ces préoccupations des entreprises avaient d'abord été exprimées ouvertement notamment dans un appel aux observations lancé au printemps 2012[175]. Plusieurs intervenants ont également profité de cet appel aux observations pour souligner certaines faiblesses concernant les services sans fil canadiens et avaient identifié des secteurs qui pourraient bénéficier d'une réglementation, notamment les messages textes à tarification supplémentaire et les frais d'itinérance.

À la suite de cette période de consultation, le CRTC est arrivé à la conclusion que les services sans fil sont concurrentiels[176], mais que les consommateurs ne disposent pas de l'information nécessaire pour profiter pleinement des services offerts au sein du marché canadien. Pour cette raison, le CRTC a lancé une audience publique en vue d'établir un code de conduite obligatoire applicable aux fournisseurs de services sans fil mobiles, avec comme trame de fond la volonté de protéger adéquatement les consommateurs de services sans fil, et de mettre en place certains standards uniformes en ce sens. Le code de conduite annoncé par le CRTC se veut obligatoire ; le CRTC irait alors un plus loin que la FCC, puisqu'il n'a pas exprimé l'intention de confier exclusivement à l'industrie la responsabilité d'élaborer et d'appliquer ces nouvelles règles.

i) Obligations d'information au contrat

Cette nouvelle audience du CRTC devait servir à déterminer de quelle façon le Conseil devrait réglementer en vue de la normaliser l'information offerte aux consommateurs de services sans fil, notamment par l'entremise des contrats[177]. Indiquons que les propositions du Conseil concernant les renseignements qui devraient être inclus au contrat devraient permettre une plus grande transparence sur certains éléments importants.

Parmi les éléments qui devront, vraisemblablement, être inclus au contrat en fonction des exigences du CRTC, mentionnons ; la description des services, le prix du coût mensuel total, les limites d'utilisation, s'il y a lieu, les moyens d'obtenir les renseignements sur les tarifs pour un paiement à l'utilisation[178], des exigences qui ressemblent de près à celles qui sont prévues aux différentes lois provinciales. L'inclusion de ces règles à un code fédéral permettrait effectivement, comme l'ont souligné plusieurs intervenants devant le CRTC, d'établir des standards de service qui profiteraient à l'ensemble des consommateurs canadiens et, pour ce

[174] Cela exclut les nouveaux entrants sur le marché canadien.
[175] Cité notamment dans la décision de télécom 2012-556.
CRTC. «Décision sur l'instance visant à déterminer si les conditions dans le marché du sans-fil mobile ont suffisamment changé pour justifier l'intervention du Conseil à l'égard des services sans fil mobiles», CRTC, Ottawa, Canada, 11 octobre 2012, 9 pages, au paragraphe 10. [En ligne] http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-556.pdf (page consultée le 23 mai 2013).
[176] *Ibid.* Rappelons que l'un des arguments du CRTC était la popularité croissante des services sans fil offerts par les fournisseurs indépendants. Soulignons cependant qu'au moment d'écrire ces lignes, des rumeurs circulent à l'effet que certains de ces fournisseurs pourraient être rachetés par des empires canadiens.
[177] Une approche que semble vouloir retenir par le Conseil, malgré les réserves de certains intervenants, notamment l'Office de la protection du consommateur.
[178] **CRTC.** «Avis de consultation 2012-557-3», CRTC, Ottawa, Canada, 11 octobre 2012, article D1.2 [En ligne] http://crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-557-3.htm (page consultée le 18 juin 2013).

qui est des règles qui porteraient sur des sujets pour lesquels certaines lois provinciales garantissent déjà certaines protections, d'offrir des protections équivalentes aux résidents des provinces dans lesquelles aucune législation provinciale particulière n'a été adoptée. Certaines règles proposées par le CRTC pourraient aussi avoir pour effet de préciser les règles existantes qui apparaissent aux lois provinciales de manière parfois trop vague, et de ce fait, d'application difficile.

ii) Nouveauté au Canada : obligation d'offrir un résumé de l'offre

Outre l'obligation d'inclure certains renseignements aux contrats, le Conseil a également ouvert la porte à un ensemble de questions additionnelles d'une grande pertinence, dont plusieurs concernent directement l'information offerte au consommateur au sujet d'Internet mobile. Citons notamment le fait de prévoir, à l'image de ce qui a été fait en Australie, un résumé personnalisé de l'information présentée aux consommateurs avant la signature du contrat, et qui inclurait notamment le prix du forfait mensuel, ses limites d'usage, les services optionnels ajoutés et une mention à l'effet que des frais additionnels peuvent être facturés pour l'utilisation de services qui ne sont pas inclus au forfait, avec le moyen d'obtenir des renseignements additionnels au sujet de ces frais. Le résumé comporterait également une section qui rappelle aux consommateurs certains de leurs droits et une description des outils de surveillance et de gestion de l'utilisation offerts par le fournisseur[179].

iii) Outils de gestion de l'utilisation et information systématique

Le Conseil souhaite également par ce code normaliser les outils de gestion de l'utilisation. Dans son ébauche du code, le Conseil a notamment proposé d'inclure l'obligation pour les fournisseurs d'offrir un relevé de l'utilisation sur leur site Web, d'expédier des avis d'utilisation gratuits par message texte, pour tous les services qui incluent une limite d'usage (voix, messages textes et données mobiles). Une proposition vise aussi la protection des consommateurs qui utilisent un service qui n'est pas inclus à leur forfait ; en vertu de l'ébauche proposée par le Conseil, le consommateur serait avisé par message texte du coût de l'utilisation de ce service, lorsqu'il l'utilise pour la première fois.

Des avertissements par message texte ont également été proposés pour les consommateurs qui accèdent à un réseau en itinérance ; ces avis devaient mentionner les tarifs applicables dans cette zone pour les services de voix, de messages textes et de données. Le Conseil s'est aussi interrogé sur la pertinence de proposer un plafond aux frais excédentaires, pour tous types de services confondus, fixés à 50 $. Après avoir atteint ce plafond, les services du consommateur seraient interrompus jusqu'au prochain cycle de facturation, ou jusqu'à ce que le consommateur accepte explicitement de payer des frais supplémentaires[180]. Ainsi, le Conseil a ouvert la porte à une question qui a été débattue par de multiples régulateurs étrangers.

Le Conseil s'est aussi interrogé sur la pertinence de prévoir certaines obligations additionnelles pour les fournisseurs, comme la désactivation de l'accès aux données sur les téléphones lorsque les consommateurs souscrivent à des services qui n'incluent pas l'accès à Internet mobile. Le Conseil a également proposé de donner au consommateur la possibilité de faire désactiver sur son appareil l'accès à certains services optionnels qui peuvent entraîner des frais d'utilisation supplémentaires[181].

[179] *Ibid.* article D1.4 du code.
[180] **CRTC.** «Avis de consultation 2012-557-3», *op. cit.* 178, article D5.2 du code.
[181] *Ibid*.

iv) Réponse des parties à l'instance

Certaines propositions du Conseil ont reçu un accueil favorable par une proportion importante des parties à l'instance. L'obligation d'offrir un relevé d'utilisation, chose que font déjà tous les principaux fournisseurs, n'a pas fait l'objet de débats importants. L'idée d'offrir un résumé personnalisé de l'information a également été acceptée par la plupart des parties à l'instance. Certains fournisseurs ont toutefois demandé à ce que leur soit laissé un maximum de flexibilité quant au contenu de ce résumé personnalisé, insistant aussi pour que l'obligation ne porte que sur une remise obligatoire du résumé après la conclusion du contrat. Certains ont demandé que l'obligation de remettre un tel résumé ne s'applique qu'à la demande expresse du consommateur. Plusieurs groupes de défense des consommateurs ont toutefois insisté pour que cette information, standardisée, soit plutôt offerte à tous les consommateurs, avant la conclusion du contrat, afin qu'ils puissent magasiner plus facilement leurs services sans fil ; cette dernière approche correspond par ailleurs au modèle qui a été adopté par l'Australie.

Les propositions qui portaient sur les outils de gestion de l'utilisation ont connu une réponse inégale. Soulignons que les fournisseurs étaient généralement d'accord avec l'idée d'offrir des avis d'utilisation par message texte en ce qui concerne l'utilisation d'Internet mobile, mais certains étaient plutôt réfractaires à l'idée de faire de même pour les autres services qui font l'objet de limites d'utilisation, sous prétexte que certains de ces outils seraient coûteux ou difficiles à mettre en place, ou tout simplement parce que les consommateurs, selon certains représentants de l'industrie, ne souhaitent pas recevoir autant d'avis[182].

L'outil proposé dans l'ébauche du Conseil qui a été, de loin, l'objet de la plus grande controverse est l'obligation d'offrir un outil qui plafonnerait les frais excédentaires. Cette idée a d'abord été présentée par certains intervenants à l'instance, qui s'inspiraient du modèle européen mis en place pour limiter les frais d'Internet mobile en itinérance[183]. D'autres groupes ont par la suite soulevé l'idée qu'un tel outil pourrait être pertinent à tous les services sans fil qui peuvent provoquer des frais d'utilisation excédentaire[184]. Tous les groupes de défense des consommateurs et de l'intérêt public se sont positionnés en faveur d'un tel outil de gestion de l'utilisation, qu'il soit mis en place pour gérer les frais excédentaires dans leur ensemble ou pour ne gérer que les frais d'itinérance. Les fournisseurs de service, de leur côté, se sont opposés à cette proposition, certains indiquant qu'il ne valait pas la peine d'investir des sommes dans un outil que les consommateurs trouveraient dérangeant (et ce, malgré le fait qu'un fournisseur de

---

[182] Cet avis a notamment été communiqué par l'ACTS, dans ses observations écrites finales soumises au Conseil le 1er mars 2012.
CANADIAN WIRELESS TELECOMMUNICATIONS ASSOCIATION. *Re: Telecom Notice of Consultation 2012 - 557 Proceeding to establish a mandatory code for mobile wireless services – Final written comments*, CRTC, Gatineau, Canada, 1er mars 2013, 12 pages. [En ligne] https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Default-Defaut.aspx?en=2012-557&dt=f&lang=f (page consultée le 23 mai 2013).

[183] Le Centre pour la défense de l'intérêt public a notamment versé au dossier public sa recherche sur les frais de données en itinérance.
PIAC. *Les consommateurs et les frais d'itinérance associés à la transmission sans fil des données*, PIAC, Ottawa, Canada, 10 décembre 2012, 62 pages. [En ligne] http://www.piac.ca/telecom/canadian_consumers_expect_better_protections_for_international_roaming_fees/ (page consultée le 23 mai 2013).

[184] Nb. : Ce fut notamment le cas d'Union des consommateurs qui a soulevé cette préoccupation dans certains de ses mémoires. Nos principales revendications sont disponibles en ligne.
UNION DES CONSOMMATEURS, *Allocution prononcée par Sophy Lambert-Racine devant le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes le lundi 11 février 2013* et *Observations finales, remises au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, Union des consommateurs, Montréal, Canada, 11 février 2013, 40 pages. [En ligne] http://uniondesconsommateurs.ca/wp-content/uploads/2013/02/120210-UC-CRTC-observations-F3.pdf (page consultée le 4 juin 2013).

service offre déjà ce type d'outil pour limiter les frais excédentaires causés par l'utilisation du réseau en itinérance[185]).

Rappelons finalement que, si l'objectif de certains intervenants était de trouver un moyen de pouvoir substituer le code fédéral aux lois provinciales de protection du consommateur, le Conseil a pour sa part proposé plutôt une clause qui confirmerait la coexistence pacifique des règles édictées par les différentes instances :

> *A4. Le Code sur les services sans fil doit être interprété en faveur du consommateur et ne doit en aucun cas empêcher le consommateur de bénéficier d'une loi ou d'un règlement fédéral ou provincial qui soient plus avantageux pour lui*[186]*.*

On remarquera toutefois que cette approche proposée par le Conseil, si elle constitue sans aucun doute une épine dans le pied des principaux fournisseurs de services sans fil, est semblable à celle qui a été prévue et incluse, à l'article 1.1.7, au code de conduite de l'industrie des fournisseurs de services de télécommunications en Australie. Cette approche est également conforme aux préoccupations soulevées par plusieurs groupes de consommateurs qui ont participé à l'instance, qui ont milité pour une coexistence des recours disponibles pour les consommateurs et qui ont également dénoncé les dangers de réduire la portée des lois provinciales, qui, contrairement aux remèdes prévus par le biais du CPRST, permettent la défense collective des droits des consommateurs.[187]

[185] **RENNIE, Steve.** «Rogers, Telus urge telecom watchdog to scrap proposed cap on data usage», Maclean's, Toronto, Canada, 12 février 2013. [En ligne] http://www2.macleans.ca/2013/02/12/rogers-telus-urge-telecom-watchdog-to-scrap-proposed-caps-on-data-usage/ (page consultée le 23 mai 2013).
[186] **CRTC.** «Avis de consultation 2012-557-3», *op. cit.* 178, article A4 du code.
[187] Nb : Union des consommateurs, le Service de protection et d'information du consommateur et la Clinique d'intérêt public et de politique d'Internet du Canada Samuelson Glushko, ainsi que quelques nouveaux entrants dans le marché des services sans fil ont défendu la pertinence de concevoir un code de conduite appliqué en complémentarité des lois provinciales existantes. Tous les mémoires des intervenants sont disponibles sur le site du CRTC, au dossier télécom 2012-557.

CONCLUSION

Internet est désormais utilisé par l'ensemble de la population, non seulement pour surfer sur «l'autoroute de l'information», mais également pour télécharger les contenus les plus variés, pour échanger avec les proches, pour visualiser des vidéos et des films en continu, etc. Pour plusieurs consommateurs, Internet a un potentiel énorme, car il pourrait remplacer tous les services de communication traditionnels. Mode de communication privilégié et plateforme universelle de contenu, un nombre toujours grandissant de consommateurs souhaite désormais y avoir accès en tout temps, peu importe où ils se trouvent.

Les fournisseurs de services de télécommunications dépendent du revenu généré par les services d'accès à Internet par leur réseau mobile, qui outrepasse maintenant, selon certaines estimations, les profits générés par les appels téléphoniques. Internet mobile est définitivement le nouvel or noir des FSSF et ces derniers en sont très conscients. Certes, les consommateurs canadiens n'utilisent pas aussi fréquemment les appareils mobiles que les Français ou les Américains, mais les appareils intelligents sont utilisés par une proportion d'utilisateurs qui croit rapidement. En effet, rares sont désormais les consommateurs qui souhaitent se procurer un appareil mobile avec la seule intention de n'utiliser que les fonctions téléphoniques.

Au contraire, les consommateurs qui se procurent le type d'appareil qui donne accès à Internet mobile sont fort probablement séduits par ces fonctions étendues. Sans savoir, pourtant, dans bien des cas, ce que ces fonctions étendues pourront représenter en frais additionnels. Les consommateurs qui feront l'erreur, après l'achat de leur appareil, de ne se fier qu'aux tableaux prévisionnels des fournisseurs qu'ils auront pu consulter pour évaluer leur besoin réaliseront rapidement le caractère approximatif de l'information qui leur a été divulguée au moment de l'achat. Facture salée ou dépassement de la limite plus rapidement que prévu pourrait bien être au rendez-vous.

Le fait que l'accès à Internet par le biais des réseaux mobiles est offert depuis déjà quelques années par les fournisseurs n'est pas gage d'une connaissance satisfaisante des consommateurs au sujet de ces services. En effet, la popularité de ces services est toute récente, suivant de près l'offre d'appareils intelligents. Une proportion importante de consommateurs a toujours des connaissances limitées au sujet du fonctionnement d'Internet mobile et de ses modes de tarification. De plus, certaines des notions de base que possèdent de nombreux consommateurs au sujet des services d'accès à Internet traditionnels, c'est-à-dire par réseau filaire ou par câble, ne s'appliquent tout simplement pas à l'utilisation d'un appareil mobile et d'un réseau cellulaire. En effet, ces services sont à l'heure actuelle beaucoup plus coûteux et assujettis à de limites d'usage beaucoup plus restrictives que les services d'accès à Internet résidentiel. Les conditions d'utilisation différentes et plus restrictives peuvent avoir pour effet d'entraîner des frais surprises, les consommateurs ayant parfois de la difficulté à comprendre à quoi correspond exactement leur limite d'usage, et de quelle façon ils peuvent éviter de dépasser cette limite.

Notre sondage semble indiquer que les consommateurs se fient le plus souvent aux différents fournisseurs de services de télécommunications pour obtenir de l'information au sujet d'Internet mobile. Dans tous les cas, l'information offerte en ligne serait de loin la plus consultée lorsque les consommateurs magasinent leurs appareils intelligents et leurs services sans fil.

Hélas, aucune source n'est idéale pour le consommateur. En effet, les utilisateurs ici et ailleurs ont manifesté leur mécontentement au sujet de l'information qui leur est offerte. Même chez ceux pour qui l'utilisation du service est très répandue, certains renseignements de base au sujet d'Internet mobile restent méconnus. Il nous apparaît ainsi évident que le manque d'information des consommateurs et la rareté des ressources fiables et exhaustives à leur disposition les empêchent de profiter pleinement d'un service qui est en train de transformer le marché des services d'accès à Internet.

Notre étude terrain a illustré les nombreuses difficultés que sont susceptibles de rencontrer les consommateurs à la recherche d'information sur les différents services et forfaits disponibles et sur leurs conditions d'utilisation. En effet, non seulement le degré d'exhaustivité de l'information offerte est très variable d'un fournisseur à l'autre, d'un moyen de communication à l'autre et même d'une page à l'autre, mais nous avons également remarqué que l'information importante pour les consommateurs est affichée et répartie de façon anarchique, ce qui en réduit son accessibilité et les comparaisons possibles. L'information sur les modalités de service ou les tarifs se retrouve souvent confinée à des sections qui ne seront pas aisément ou spontanément accessibles et la documentation servant à expliquer à quoi correspondent exactement les limites d'usage proposées ne donne qu'une information extrêmement approximative au sujet d'un service qui est pourtant complexe à maîtriser. De plus, lorsque des outils de gestion de l'information sont disponibles, leur publicisation est souvent insuffisante pour permettre aux consommateurs de connaître d'emblée les moyens de gérer efficacement leurs dépenses.

Même si les fournisseurs multiplient les initiatives en vue de mieux informer les consommateurs au sujet du fonctionnement d'Internet mobile, force est de constater que cette information est souvent confinée à certaines sections moins visibles ou non intuitives, qui ne seront pas spontanément consultées par un consommateur avant de se procurer un appareil ou de commencer son utilisation d'Internet mobile. Pourtant, certains renseignements au sujet du fonctionnement d'Internet mobile semblent essentiels, vu l'impact possible de leur méconnaissance sur la vitesse à laquelle les limites d'usage imposées par les fournisseurs seront atteintes par l'utilisateur, et sur les montants qui pourront leur être facturés.

Outre le problème de l'accessibilité physique de l'information, on remarque aussi un problème d'accessibilité au vocabulaire utilisé. La terminologie propre aux services sans fil n'est pas nécessairement bien maîtrisée par les consommateurs, qui réclament dans une proportion importante la normalisation des termes employés par les fournisseurs. Soulignons finalement que, dans certains cas, les consommateurs ont indiqué qu'ils ne font pas confiance aux fournisseurs. Cette méfiance relève peut-être de la prudence : notre étude terrain nous a indiqué qu'il peut être difficile de trouver de la part des fournisseurs une information qui soit désintéressée et qui ne confonde pas l'information objective aux arguments de vente.

Soulignons que les fournisseurs sont maîtres des services qu'ils offrent et de la façon de les tarifer ; les services sans fil sont toujours largement déréglementés au Canada. Cette liberté leur impose également un important fardeau de responsabilité. S'ils affichent fièrement leurs différentes initiatives, certains se refusent à reconnaître quelque pertinence à l'idée d'être proactifs. Il revient aux consommateurs, selon eux, de s'informer, de demander ou de rechercher les renseignements dont ils pourraient avoir besoin (et ce, même s'ils ignorent ce sur quoi ils devraient tenter de se renseigner). Certains d'entre eux ont affirmé que la majorité des consommateurs sait comment fonctionnent les appareils intelligents et les services sans fil. Les résultats détaillés de notre sondage tendent plutôt à démontrer l'inverse…

Il est certes vrai que les consommateurs ont également la responsabilité de s'informer. Les FSSF et le CRTC ont manifesté ce point de vue, mais ils auront par contre reconnu, à différents niveaux, la pertinence de l'adoption de nouvelles réglementations visant à normaliser l'information offerte aux consommateurs de services sans fil, admettant ainsi que les consommateurs n'ont pas les moyens, à l'heure actuelle, d'être adéquatement informés au sujet de leurs services sans fil.

Évidemment, les préoccupations soulevées ici ne sont pas exclusives qu'au Canada ; notre étude aura démontré qu'elles ont aussi été soulevées à l'étranger, et ce, plusieurs années avant que le Canada ne commence à s'interroger sérieusement sur les meilleurs moyens d'informer les utilisateurs de services sans fil. Il s'agit d'un fait généralement admis : les consommateurs ont beaucoup de difficulté à gérer efficacement l'utilisation d'un service aussi abstrait que l'accès à Internet mobile à l'intérieur de limites qui peuvent leur sembler tout aussi abstraites. Tant de facteurs peuvent influer sur la consommation de données mobiles que des législateurs et des régulateurs en sont arrivés à la conclusion que les consommateurs ont absolument besoin d'outils fiables pour faire un suivi de leur utilisation et éviter les « bill shocks ».

Les outils qui ont été proposés spontanément par l'industrie n'ont pas permis de répondre à tous les besoins des consommateurs ; les régulateurs étrangers ont choisi de normaliser les différents outils de gestion de l'utilisation. On a pu constater que les standards qui ont été adoptés aux États-Unis, en Australie et en Europe sont très inégaux : si certains ont favorisé des mesures très souples qui s'appuient sur la responsabilisation des fournisseurs de services (É.-U.), d'autres sont plutôt arrivés à la conclusion que des mesures austères s'imposaient : l'Europe impose une réglementation sévère des tarifs et l'Australie impose des obligations d'information particulièrement pointues.

Les projecteurs sont désormais tournés vers le Canada, où différents intervenants ont partagé une multiplicité de points de vue et tentent de défendre des intérêts, qui, malgré ce qu'ils peuvent en dire, ne sont vraisemblablement pas ceux des consommateurs.

Différents législateurs provinciaux se sont positionnés sur la question et ont mis à jour leurs lois de protection du consommateur respectives en vue de les adapter aux pratiques des fournisseurs de services sans fil et aux particularités de ce service qui fait l'objet d'un nombre de plaintes important. Le code de conduite du CRTC entrera en vigueur sous peu. Dans tous les cas, il n'y a aucun doute que les solutions qui ont été envisagées ou adoptées ne sont que le premier pas d'une réflexion qui devra constamment être réalimentée afin de suivre les progrès technologiques effrénés du secteur des services sans fil. Déjà, des dispositions qui sont entrées en application au Québec il y a à peine trois ans mériteraient quelques rafraîchissements.

Les besoins d'information des consommateurs au sujet des services sans fil sont multiples, vu la complexité des services actuels. Les consommateurs ont besoin d'obtenir plus d'information sur le fonctionnement des appareils intelligents, d'Internet mobile, sur leur tarification et sur le moyen de contrôler leur utilisation, tant et aussi longtemps que des limites à la consommation sont imposées. Ainsi, la barre est haute pour l'industrie, les législateurs et les régulateurs, qui doivent trouver un juste équilibre dans les mesures qui seront adoptées, en vue de réduire le niveau d'insatisfaction des consommateurs. Et les commerçants devront plus que jamais offrir systématiquement aux consommateurs toute l'information pertinente à une utilisation adéquate des services, et ce, avant l'achat d'un appareil permettant l'accès au réseau sans fil, au moment de conclure un contrat et après sa conclusion.

Dans tous les cas, les premiers pas qui ont été entamés par les différents législateurs, régulateurs et membres de l'industrie vont dans la bonne direction. Notre étude aura toutefois permis de relever certains enjeux et problèmes, de même que certaines solutions novatrices qui peuvent être envisagées au Canada. Nous avons étudié de nombreuses solutions qui ont été adoptées à l'étranger, qui sont toutefois relativement récentes et qu'il faudra réétudier avec plus de recul au cours des prochaines années. Indiquons cependant que le fait, pour le Canada, de pouvoir s'inspirer de mesures étrangères lui donne l'avantage de pouvoir choisir le meilleur de chaque solution adoptée, et de devenir un modèle en matière de protection des consommateurs de services sans fil.

Soulignons finalement que d'autres études devront être réalisées en vue d'appuyer les résultats de cette recherche. En effet, nous nous sommes concentrés plus particulièrement sur les documents informatifs et promotionnels offerts par les fournisseurs de services de télécommunications, mais des études plus approfondies pourraient être réalisées sur l'information offerte par d'autres sources. Une étude plus scrupuleuse de l'information offerte par les fabricants d'appareils intelligents, les créateurs d'application mobiles, ou même par les sources d'information indépendante, fréquemment consultées par les consommateurs, mériterait d'être réalisée.

De plus, nous croyons nécessaire d'insister sur le fait que les problèmes relatifs aux limites d'usage ne sont pas l'apanage unique des services d'accès à Internet mobile. Les solutions adoptées ici et ailleurs pour mieux informer les consommateurs devraient également tenir compte des autres services qui peuvent entraîner des frais excédentaires, notamment les appels téléphoniques, la messagerie textuelle, la messagerie photo ou visuelle, tous les types de services facturés en itinérance, etc.

Finalement, si nous avons constaté certaines lacunes, au sujet de l'information relative aux limites d'usage et des conditions d'utilisation d'Internet mobile, nous avons constaté que le manque de clarté et d'exhaustivité de l'information offerte semble endémique dans le secteur des télécommunications. Des recherches qui s'intéressent à des sujets circonscrits comme Internet mobile ne permettront pas d'évaluer la qualité de l'information offerte d'un point de vue global. Nous considérons qu'il est primordial que soient recensées toutes les lacunes à l'information offerte au sujet des services de télécommunications, et plus particulièrement les services sans fil, afin de trouver des moyens de préciser et bonifier l'information, de sorte que les consommateurs puissent véritablement effectuer des choix éclairés. Il s'agit là, selon nous, d'une condition sine qua non à un retour de balancier en faveur des consommateurs de services de télécommunications, qui ont subi trop longtemps les effets d'une concurrence anémique sur laquelle les régulateurs ont malheureusement fermé les yeux.

RECOMMANDATIONS

- Attendu que, depuis qu'elles sont comptabilisées par le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST), on constate que les plaintes des consommateurs en lien avec les services sans fil ne cessent d'augmenter ;
- Attendu que les services d'accès à Internet mobile connaissent une popularité croissante auprès des utilisateurs ;
- Attendu que les services d'accès à Internet mobile sont une source importante de profits pour les FSSF canadiens, et que le revenu moyen généré par utilisateur de services sans fil canadien est l'un des plus élevés au monde ;
- Attendu que les forfaits d'accès à Internet mobile avec les limites d'usage les plus basses sont ceux qui permettent aux fournisseurs d'accumuler les revenus les plus importants ;
- Attendu que les consommateurs canadiens ont généralement de la difficulté à comprendre comment fonctionnent les services d'accès à Internet mobile, à quoi correspond exactement leur limite d'utilisation et comment faire le suivi de cette utilisation ;
- Attendu que certaines fonctions ou applications peuvent accéder à Internet mobile à l'insu de l'utilisateur et entraîner des frais supplémentaires ;
- Attendu que les consommateurs ne disposent pas de suffisamment d'outils leur permettant d'effectuer un suivi et un contrôle efficace de leur utilisation ;
- Attendu que différents outils de suivi de l'utilisation sont déjà offerts ou utilisés par différents fournisseurs canadiens et étrangers ;
- Attendu que les seuls arguments de l'industrie pour refuser des mesures de protection additionnelles pour les consommateurs sont des arguments financiers, la technologie permettant la mise en place de ces mesures ;
- Attendu que les consommateurs doivent être en mesure de comparer les offres qui leur sont faites par les différents fournisseurs ;

Union des consommateurs recommande au CRTC :

1. D'imposer aux fournisseurs de services l'obligation d'aviser les consommateurs, à la conclusion du contrat ou avant, que certaines fonctions ou applications peuvent accéder à Internet mobile à leur insu et entraîner des frais supplémentaires, d'identifier ces fonctions et applications et de fournir la référence à une source qui indique clairement comment limiter cette consommation de bande passante;
2. D'imposer aux fournisseurs de services l'obligation d'offrir au consommateur de désactiver l'accès aux données sur leur nouvel appareil ;
3. D'adopter les mesures suivantes comme envisagé dans le cadre des audiences portant sur le code du CRTC sur les services sans fil, et de les imposer aux fournisseurs de services :

Résumé personnalisé de l'information

3.1 Un résumé de l'offre du fournisseur, personnalisé selon les options choisies par le consommateur, doit être fourni au consommateur avant la conclusion du contrat ;

3.1.1 Le résumé personnalisé de l'information doit être disponible électroniquement ou en version papier, au choix du consommateur ;

L'information offerte dans le résumé personnalisé doit être normalisée, tant dans sa forme que dans son contenu, de façon à faciliter pour les consommateurs la comparaison des différentes offres de service. Le résumé personnalisé doit indiquer notamment :

- La limite d'usage du forfait choisi pour utiliser Internet mobile;

- Le prix par mégaoctet de l'accès à Internet, tant pour la capacité incluse au forfait choisi, que pour un mégaoctet supplémentaire ou hors forfait ;

- Une liste exhaustive des services payables à l'usage qui ne sont pas inclus au forfait choisi, avec leurs tarifs applicables ;
- Une mention explicite que les frais d'utilisation en itinérance sont plus élevés que les frais d'utilisation dans la zone de couverture du fournisseur, pour chaque service dont les frais sont plus élevés, avec un moyen d'obtenir facilement plus d'information sur tous les tarifs applicables ;
- Une information exhaustive au sujet des outils de suivi et de gestion de l'utilisation offerts par le fournisseur ;

Outils de gestion de l'utilisation

3.2 Les fournisseurs de services doivent fournir à tous leurs abonnés, dans les situations énumérées, les avis d'utilisation et les outils de gestion de l'utilisation suivants :
- Un avis d'utilisation par messages textes pour les services qui comportent une limite d'usage. Tel avis, expédié lorsque l'usage atteint x%, y%, puis z% de la limite d'usage prévue au forfait, doit indiquer les conséquences liées à l'atteinte ou à un éventuel dépassement de la limite : interruption du service ou imposition de frais d'utilisation excédentaire, montant des frais excédentaires, mesures à prendre, le cas échéant, pour autoriser le dépassement;
- Un avis de tarifs applicables en itinérance par message texte, dès l'entrée dans une zone où ces tarifs sont applicables, ou lors de toute entrée dans une zone où les tarifs diffèrent ;
- Un avis par message texte lorsqu'un service qui n'est pas inclus au forfait est utilisé pour la première fois, qui précise les frais applicables pour l'utilisation de ce service ;
- Le plafonnement des frais excédentaires pour les services auxquels s'applique une limite d'usage.

Le Conseil doit s'assurer qu'aucun des outils de gestion de l'utilisation n'a pour effet de priver l'utilisateur de composer un appel d'urgence (911), de recevoir des appels ou de joindre son fournisseur de services pour réactiver son appareil ;

Les avis doivent offrir une information à jour et être disponibles pour tous les appareils qui accèdent à Internet par réseau cellulaire, et ce, par message texte ou par courriel, tant pour les services postpayés que prépayés ;

4. De vérifier si les outils de gestion de l'utilisation prévus au Code sur les services sans fil et offerts sur le marché sont efficaces et répondent aux besoins des consommateurs, de façon à être en mesure d'apporter au Code, au moment de sa révision, les modifications adéquates ;

- Attendu que plusieurs autorités étrangères ont déjà trouvé et adopté différentes solutions en vue de minimiser le risque de «*bill shock*», soit en réglementant certains tarifs, ou en assurant que l'information offerte aux consommateurs soit complète et précise avant l'achat, ainsi qu'avant et après la conclusion d'une entente;
- Attendu que certains organismes de réglementation étrangers ont mis sur pied des initiatives en vue d'offrir aux consommateurs certaines pistes d'information au sujet des services sans fil afin de les aider à limiter leurs frais d'utilisation excédentaire ;
- Attendu que le CRTC a créé en 2012 un poste de Dirigeante principale de la consommation, dont le rôle est de mieux comprendre les préoccupations des consommateurs, notamment au moyen d'activités de recherche, et de les porter à l'attention du Conseil ;
- Attendu qu'aucune étude approfondie n'a été menée sur le «bill shock» en matière de services sans fil au Canada ;

Union des consommateurs recommande au CRTC :

5. De confier à la Dirigeante principale de la consommation le mandat de mener des études plus approfondies sur le degré de connaissance des consommateurs au sujet des services d'accès à Internet mobile, sur leur degré de compréhension des offres de service sans fil canadiennes et de porter à l'attention du Conseil les problèmes de compréhension et d'information des consommateurs ;
6. De déterminer, suite au rapport de la Dirigeante principale, les mesures qu'il serait nécessaire de prendre pour simplifier les offres de service canadiennes, ou pour assurer qu'elles soient compréhensibles pour l'ensemble des consommateurs ;
7. De confier à la Dirigeante principale de la consommation le mandat de mener des études plus approfondies sur l'impact financier des frais d'utilisation imprévus liés à l'utilisation des services sans fil, ainsi que sur l'ensemble des facteurs qui peuvent causer des frais surprises aux consommateurs en matière de services sans fil;
8. D'assurer qu'est offerte aux consommateurs canadiens une information neutre et exhaustive au sujet du fonctionnement des services d'accès à Internet mobile et des services sans fil, sur les limites d'utilisation et sur les moyens de limiter les frais liés à ces services :
   - 8.1 En imposant de nouvelles obligations d'information aux fournisseurs;
   - 8.2 En tenant des consultations en vue de la mise en place d'un outil comparateur neutre et exhaustif des offres de service sans fil et des services d'accès à Internet mobile, qui permettrait de comparer les différentes offres de tous les fournisseurs en fonction de critères communs et déterminer à quelle instance impartiale et indépendante doit être confié le mandat de produire et de garder à jour cet outil;

Union des consommateurs recommande au Bureau de la consommation d'Industrie Canada :

9. De préciser, compléter et de publiciser son document «Choix de cellulaires pour les Canadiens : Un Guide pratique pour naviguer sur le marché canadien du cellulaire», de sorte que les consommateurs puissent obtenir plus facilement une information détaillée au sujet du fonctionnement d'Internet mobile sur différents appareils sans fil et sur les moyens de gérer les dépenses liées à l'utilisation de ce service.

- Attendu que les fournisseurs de services ont des façons très diversifiées d'informer les consommateurs au sujet d'Internet mobile et que l'information offerte est souvent imprécise;
- Attendu que les différences dans les termes employés par les fournisseurs pour qualifier les services utilisant Internet mobile, et pour quantifier et calculer l'utilisation de ces services empêchent les consommateurs de comparer adéquatement les offres qui leur sont faites et d'utiliser efficacement les services qu'ils choisissent ;
- Attendu que les fournisseurs de services constituent la source d'information privilégiée des consommateurs qui veulent se renseigner au sujet d'Internet mobile ;

Union des consommateurs recommande au CRTC :

10. De se pencher sur la pertinence d'assurer la normalisation des termes employés dans l'industrie des services sans fil pour qualifier, quantifier et calculer les différents services qui peuvent engendrer des frais supplémentaires en matière de téléphonie sans fil et d'Internet mobile ;
11. De consulter les Canadiens, dans le cadre de cet examen, au sujet des termes employés dans le secteur de services sans fil, et ce, en vue d'une normalisation efficace ;
12. De déterminer à quelle instance, le cas échéant, devait revenir la tâche de réaliser cette normalisation ;

- Attendu que la facturation erronée d'Internet mobile représente un tel problème que plusieurs recours collectifs ont été intentés à ce sujet à l'étranger ;
- Attendu que l'accès à Internet par réseau mobile offre une expérience de navigation très différente de celle qu'offre un ordinateur, et que les entreprises œuvrant dans ce secteur peuvent proposer certains contenus à des tarifs avantageux, les favorisant ainsi par rapport à l'ensemble des contenus offerts sur le Web ;
- Attendu que l'accès à Internet en itinérance fait l'objet d'un nombre important de plaintes au Canada ;
- Attendu que la possibilité de réglementer ces tarifs liés à l'itinérance n'a pas été abordée lors des audiences devant mener à l'élaboration d'un code de conduite pour les fournisseurs de services sans fil ;

Union des consommateurs recommande au CRTC :

13. De vérifier de quelle façon les fournisseurs calculent l'utilisation d'Internet mobile par les consommateurs, afin d'assurer que les méthodes employées n'entraînent pas de surestimation et de surfacturation ;
14. De confier à la Dirigeante principale de la consommation le mandat de mener des recherches et, le cas échéant et en fonction de ses recommandations, tenir des consultations publiques sur la diversité des modes de tarification des services utilisant l'accès à Internet mobile et d'en mesurer les impacts sur la neutralité du Net ;
15. De lancer un appel aux observations sur l'état de la concurrence en ce qui concerne les frais d'itinérance.

- Attendu que les documents offerts par les fournisseurs de services ne permettent pas aux consommateurs de trouver rapidement l'information au sujet du fonctionnement et de la tarification des services d'accès à Internet mobile avant d'acheter un appareil ou de conclure une entente ;
- Attendu que les documents offerts par les fournisseurs de services pour aider les consommateurs à évaluer leurs besoins, notamment sous forme de tableaux de consommation ou de calculateurs de données, ne permettent pas à eux seuls d'offrir une information précise et exacte au sujet de l'usage réel que peut faire un consommateur d'un accès limité à Internet mobile ;
- Attendu que les mises en garde des fournisseurs au sujet des frais imprévus qui peuvent être facturés du fait de l'utilisation d'Internet mobile ou de son activation par défaut sont minimalistes ;
- Attendu que certaines autorités étrangères ont imposé certaines obligations d'information aux fournisseurs de services au sujet d'Internet mobile ;
- Attendu que les problèmes liés à la facturation sont la cause la plus fréquente de plaintes enregistrées par le CPRST ;

Union des consommateurs recommande aux fournisseurs de services sans fil:

16. De simplifier les offres de services sans fil en réduisant la prévalence des limites d'usage ;
17. D'offrir de façon proactive aux nouveaux et anciens clients l'information la plus récente au sujet d'Internet mobile et sur les façons de gérer leur utilisation ;
18. De veiller à sensibiliser adéquatement les consommateurs, lors de la souscription à un service qui permet l'accès à Internet mobile, quant aux conséquences du dépassement des limites d'usage et de sensibiliser également les clients actuels, minimalement lorsqu'un contrat est modifié ou renouvelé ;
19. De s'assurer que l'ensemble des limites d'usage, conditions de service ou frais additionnels applicables soit indiqué explicitement au matériel promotionnel, et plus spécifiquement :
    - 19.1 D'éviter que les restrictions au service ou quelque mention de frais additionnels ne se retrouvent uniquement que dans des sections moins accessibles ou visibles;
    - 19.2 De prévoir dans chaque brochure d'information et chaque page Web qui portent sur des services sans fil incluant l'accès à Internet mobile une information exhaustive au sujet du service offert, qui dévoile notamment : les limites d'usage, les restrictions d'utilisation et toutes formes de frais additionnels applicables ;
20. De veiller à ne laisser croire aux consommateurs qu'ils peuvent profiter à plein de toutes les fonctions utilisant Internet mobile, si des limites d'usage ne leur permettent pas de le faire sans payer de frais d'utilisation excédentaire importants;
21. De regrouper, sur leurs sites Internet, l'information relative à l'Internet mobile et de multiplier les liens internes qui y donnent accès, pour qu'elle soit la plus accessible possible ;
22. D'indiquer le plus visiblement et le plus clairement possible aux consommateurs (dans leur documentation promotionnelle) de quelle façon ils peuvent surveiller et gérer leur utilisation d'Internet mobile ;
23. De multiplier et compléter les initiatives (de toute sorte) en vue d'informer exhaustivement les consommateurs au sujet des usages d'Internet mobile et sur les moyens de limiter le dépassement des limites d'usage et la facturation de frais d'utilisation supplémentaire ;
24. D'indiquer le plus visiblement possible, dans les tableaux de consommation ou les calculateurs de données, que l'information offerte n'est qu'approximative, de mentionner clairement les spécificités sur lesquelles se basent les calculs de données et de détailler le plus possible les différents tableaux et calculateurs pour en améliorer la précision ;

25. D'améliorer l'accessibilité et la lisibilité des factures mensuelles et d'en clarifier le contenu afin de permettre au consommateur de repérer rapidement les frais qui leur sont facturés pour une utilisation excédentaire et les fonctions qui ont entraîné ces frais (ex. : appels locaux, interurbains, messages textes ou données).

- Attendu que plusieurs autorités provinciales ont décidé d'adopter des lois en vue de baliser plus précisément les contrats de consommation, notamment dans le secteur des services sans fil ;
- Attendu que certaines de ces lois provinciales ne visent que les cellulaires ;
- Attendu que plusieurs autorités provinciales interdisent certaines pratiques qui consistent notamment à passer sous silence des faits importants ou à faire des publicités trompeuses;
- Attendu que les consommateurs ignorent bien souvent plusieurs des éléments de l'offre des fournisseurs de services qui sont susceptibles de leur entraîner des frais supplémentaires ;
- Attendu que les services sans fil évoluent très rapidement et que les services d'accès à Internet mobile et leurs limites d'usage peuvent échapper à certaines dispositions générales prévues aux lois provinciales ;

Union des consommateurs recommande aux autorités provinciales responsables de la réglementation et des lois de protection du consommateur de réviser, le cas échéant, leur réglementation afin:

26. D'assurer que leurs lois ou réglementations respectives tiennent compte d'Internet mobile, et plus spécifiquement :
    - 26.1 Que l'ensemble des lois de protection du consommateur provinciales inclut des dispositions qui protègent tous les consommateurs de services sans fil, et non seulement les utilisateurs de téléphones cellulaires ;
    - 26.2 Que les lois imposent l'indication claire, au contrat : des limites d'usage, des exclusions aux limites d'usage, des frais d'utilisation excédentaire, et des frais des services tarifés à l'usage ;
    - 26.3 Que les lois obligent les fournisseurs de services et les commerçants à aviser les consommateurs, au moment de la conclusion du contrat ou de l'acquisition d'un appareil sans fil que l'accès aux données est activé par défaut sur l'appareil, le cas échéant, et de leur fournir la référence à une source permettant de connaître le moyen de désactiver aisément cet accès ;
27. Que le contrat de service sans fil indique dans quelles circonstances les frais d'itinérance sont applicables, que ces frais sont plus élevés que les frais d'utilisation sur le réseau de couverture et le moyen d'accéder à plus d'information au sujet de l'ensemble des tarifs applicables ;
28. D'assurer que dans toutes circonstances le consommateur est en mesure de refuser des frais imposés pour un service d'Internet mobile qu'il n'a pas consenti à utiliser ou dont on ne lui a pas dévoilé clairement et de façon opportune les conditions d'utilisation ;

Union des consommateurs recommande en outre aux organismes provinciaux chargés de l'application des lois :

29. D'enquêter sur les pratiques d'information des fournisseurs de services et revendeurs de services sans fil, afin de vérifier notamment si sont passés sous silence avant ou au moment de la conclusion d'un contrat portant sur Internet mobile des faits importants ;
30. D'enquêter sur les pratiques publicitaires des fournisseurs de services et revendeurs de services sans fil afin de déceler les pratiques commerciales trompeuses auxquelles ils sont susceptibles de se livrer au sujet des services sans fil, incluant l'information offerte au sujet des limites d'usage ou des services qualifiés d'illimités ;
31. D'utiliser les moyens coercitifs qui sont à leur disposition pour voir à ce que, le cas échéant, soit corrigée la situation ;

- Attendu que le Bureau de la concurrence a déjà manifesté une opinion défavorable concernant la mobilité des consommateurs de services sans fil et que des poursuites ont été intentées contre les principaux fournisseurs pour indications trompeuses;
- Attendu que certains moyens employés par les fournisseurs de services pour informer leurs clients et éventuels clients au sujet d'Internet mobile ne permettent pas aux consommateurs de comprendre facilement l'ensemble des conditions applicables au service offert ou de différencier facilement les différentes offres de service sur le marché ;
- Attendu que le matériel promotionnel et les publicités des fournisseurs de services restent flous sur les usages réels d'Internet mobile qui peuvent être faits sans risque d'occasionner de frais d'utilisation excédentaire importants ;

Union des consommateurs recommande au Bureau de la concurrence :

32. D'enquêter sur les pratiques publicitaires des fournisseurs de services et revendeurs de services sans fil afin de déceler les pratiques commerciales trompeuses auxquelles ils sont susceptibles de se livrer au sujet d'Internet mobile ;
33. D'utiliser les moyens coercitifs qui sont à sa disposition pour veiller, le cas échéant, à ce que soit corrigée la situation.

MÉDIAGRAPHIE

AAMOTH, Doug. «Verizon to Refund 15 Million Customers for Bad Data Charges», Time Tech, New York, États-Unis, 4 octobre 2010.
http://techland.time.com/2010/10/04/verizon-to-refund-15-million-customers-for-bad-data-charges/

AGENCE FRANCE-PRESSE. «Le trafic lié à la 4G multiplié par trois cette année», La Presse, Montréal, Canada, 19 mars 2013.
http://techno.lapresse.ca/nouvelles/internet/201303/19/01-4632345-le-trafic-lie-a-la-4g-multiplie-par-trois-cette-annee.php

ASHPARI, Zophra. «Which Smartphone Apps are the Biggest Data Hogs?», PC World, San Francisco, Californie, États-Unis, 18 mars 2012.
http://www.pcworld.com/article/252009/which_smartphone_apps_are_the_biggest_data_hogs_.html

ASSEMBLÉE NATIONALE. « Projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs », Assemblée Nationale, Paris, France, 1er juin 2011.
http://www.senat.fr/dossier-legislatif/pjl11-012.html

ASSOCIATION CANADIENNE DES TÉLÉCOMMUNICATIONS SANS FIL (ACTS). Ottawa, Canada.

2012 Cell Phone Consumer Attitude Study, 23 avril 2012, 91 pages.
http://cwta.ca/wordpress/wp-content/uploads/2011/08/CWTA-2012ConsumerAttitudes1.pdf

Code de conduite, 13 août 2009.
http://cwta.ca/fr/for-consumers/code-of-conduct/

Nouveau Code de conduite : les fournisseurs canadiens de services sans fil solidifient leur engagement à faire preuve d'excellence en matière de service à la clientèle, 1er septembre 2009.
http://cwta.ca/fr/blog/2009/09/01/canada%E2%80%99s-wireless-service-providers-further-commitment-to-customer-service-excellence-with-new-code-of-conduct/

AT&T MOBILITY, «NOTICE OF PENDENCY OF CLASS ACTION, proposed settlement and hearing», AT&T Mobility Settlement, Kensas City, Missouri, États-Unis.
http://www.attmsettlement.com/

AUSTRALIAN COMMUNICATIONS AND MEDIA AUTHORITY (ACMA). Sydney, Australie.

Reconnecting the Customer, ACMA, Sydney, Australie, 2011. http://www.acma.gov.au/WEB/STANDARD..PC/pc=PC_312222

Telecommunications (International Mobile Roaming) Industry Standard 2013, ACMA, Sydney, Australie, sans date, 11 pages. http://www.acma.gov.au/webwr/_assets/main/lib550056/ifc50-2012-draft_imr_standard.pdf

Top Ten Consumer Wins, ACMA, Sydney, Australie, sans date, 1 page. http://www.acma.gov.au/webwr/_assets/main/lib410251/TCP_code-Top_ten_consumer_wins.pdf

AUTORITÉ DE RÉGULATION DES COMMUNICAITONS ÉLECTRONIQUES ET DES POSTES (ARCEP). Bruxelles, Belgique.

Page «Observatoire/Services mobiles – 1er trimestre 2013», ARCEP, Paris, France, 2 mai 2013. http://www.arcep.fr/index.php?id=35

Plafond de détail de l'Eurotarif, in la page *L'itinérance internationale,* ARCEP, Paris, France, 18 décembre 2012. http://www.arcep.fr/?id=8710

Rapport sur les évolutions tarifaires des prestations de SMS et de transmission de données sur les réseaux de téléphonie mobile français, juillet 2008, 45 pages. http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/etude-tarifs-sms-juillet08.pdf

BEAUDET, Céline. «Clarté, lisibilité, intelligibilité des textes : un état de la question et une proposition pédagogique», in : Recherches en rédaction professionnelle, Vol. 1, No. 1, Université Sherbrooke, Sherbrooke, Canada, hiver 2001, 17 pages. http://pages.usherbrooke.ca/rrp-cb/Beaudet2.pdf

BERGERON, Maxime. «Un recours collectif se dessine contre Bell, Telus et Rogers», La presse, Montréal, Canada, 11 janvier 2013. http://affaires.lapresse.ca/economie/canada/201301/11/01-4610303-un-recours-se-dessine-contre-bell-telus-et-rogers.php

BROANDBAND COMMISSION. «The State of Broadband 2012 : Achieving Digital Inclusion for All», Broadband Commission, Paris, France, septembre 2012, 100 pages. http://www.broadbandcommission.org/Documents/bb-annualreport2012.pdf

CANADIAN WIRELESS TELECOMMUNICATIONS ASSOCIATION. *Re: Telecom Notice of Consultation 2012 - 557 Proceeding to establish a mandatory code for mobile wireless services – Final written comments*, CRTC, Gatineau, Canada, 1er mars 2013, 12 pages. https://services.crtc.gc.ca/pub/ListeInterventionList/Default-Defaut.aspx?en=2012-557&dt=f&lang=f

CARREAU, Simon. «Information sur les produits financières et clientèles vulnérables», Union des consommateurs, Montréal, Canada, juin 2010, 134 pages. http://uniondesconsommateurs.ca/docu/budget/ProdFinEtConsomVulnerables.pdf

CENTRE POUR LA DÉFENSE DE L'INTÉRÊT PUBLIC/PUBLIC INTEREST ADVOCACY CENTRE (CDIP/PIAC). Toronto, Canada.

Communiqué : «Les consommateurs canadiens attendent de meilleures protections contre les frais d'itinérance à l'étranger», 10 décembre 2012.
http://www.piac.ca/telecom/canadian_consumers_expect_better_protections_for_international_roaming_fees

Les consommateurs et les frais d'itinérance associés à la transmission sans fil des données, 10 décembre 2012, 62 pages.
http://www.piac.ca/telecom/canadian_consumers_expect_better_protections_for_international_roaming_fees/

Rapport « Les consommateurs et les frais d'itinérance associés à la transmission sans fil des données », 10 décembre 2012, 62 pages.
http://www.piac.ca/files/consommateurs_wirelessroaming_final_fr.pdf

CHERKI, Marc. «Un train de mesure pour les télécoms en France», Le Figaro, Paris, France, 17 juillet 2012.
http://www.lefigaro.fr/societes/2012/07/17/20005-20120717ARTFIG00549-un-train-de-mesures-pour-les-telecoms-en-france.php

CISCO. Page «Cisco VNI Service Adoption Forecast, 2011-2016», CISCO systems inc., San Francisco, États-Unis, sans date.
http://www.cisco.com/en/US/solutions/collateral/ns341/ns525/ns537/ns705/ns1186/Cisco_VNI_SA_Forecast_WP.html

CITRIX BYTES MOBILE. «Mobile Analytics Report.», Citrix Bytes Mobile, Sydney, Australie, février 2013, 9 pages.
http://www.bytemobile.com/docs/Bytemobile_Mobile_Analytics_Report_Feb2013.pdf

COLLEY, Andrew. «Limited version of consumer protection code mooted», Australian IT, NSW, Australie, 25 avril 2013.
http://www.theaustralian.com.au/australian-it/telecommunications/limited-version-of-consumer-protection-code-mooted/story-fn4iyzsr-1226629337975

COMMISSAIRE AUX PLAINTES RELATIVES AUX SERVICES DE TÉLÉCOMMUNCATIONS, (CPRST). Ottawa, Canada,

Rapport annuel 2010-2011, «Statistiques détaillées sur les plaintes», 2011, 45 pages.
http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/CCTS-Rapport-Annuel-2011.pdf

Rapport annuel 2010-2011, «Sujets et tendances : Comprendre et mesurer l'utilisation de données», CPRST, 2011, 45 pages.
http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/CCTS-Rapport-Annuel-2011.pdf

Rapport annuel 2011-2012, 2012, 48 pages.
http://www.ccts-cprst.ca/wp-content/uploads/pdfs/fr/2011-2012/CPRST-Rapport-Annuel-2011-2012.pdf

COMMUNICATIONS ALLIANCE. Communications Alliance, Milsons Point NSW, Australie.
Telecommunications Consumer Protection *Code (C628:2012) Explanatory* Statement, 5 pages, sans date.
http://commsalliance.com.au/__data/assets/pdf_file/0018/33129/C628_2012-TCP-Code-Explanatory-Statement.pdf

Telecommunications Consumer Protection Code, 102 pages, sans date.
http://commsalliance.com.au/__data/assets/pdf_file/0017/33128/TCP-C628_2012_May2012-Corrected-July12.pdf

CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES (CRTC). Ottawa, Canada.
Avis de consultation 2012-557-3, 11 octobre 2012.
http://crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-557-3.htm

Décision sur l'instance visant à déterminer si les conditions dans le marché du sans-fil mobile ont suffisamment changé pour justifier l'intervention du Conseil à l'égard des services sans fil mobiles, 11 octobre 2012, 9 pages.
http://www.crtc.gc.ca/fra/archive/2012/2012-556.pdf

Naviguer dans les eaux de la convergence II : Tableau des changements au sein de l'industrie des communications canadiennes et des répercussions sur la réglementation, figure 8, 18 août 2011.
http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp1108.htm

Rapport de surveillance des communications 2012, CRTC, Ottawa, Canada, 242 pages.
http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/policymonitoring/2012/cmr2012.pdf

CONSUMER FEDERATION OF AMERICA (CFA). Comments of the Center for Media Justice, Consumer Action, Consumer Federation of America, Consumers Union, Free Press, Media Access Project, National Consumers League, National Hispanic Media Coalition and New America Foundation Open Technology Initiative in response to notice of proposed rulemaking», CFA, Washington, Etats-Unis.10 janvier 2011, 10 pages.
http://www.consumerfed.org/pdfs/NCL_et_al_Bill_Shock_Comments_01102011.pdf

CTIA-THE WIRELESS ASSOCIATION. CTIA, Washington, Etats-Unis.
Comments of CTIA, the Wireless Association, 10 janvier 2011, 51 pages.
http://files.ctia.org/pdf/filings/110110_-_FILED_CTIA_Bill_Shock_Comments.pdf

Consumer code for Wireless Service, sans date.
http://www.ctia.org/content/index.cfm/AID/10352

Page «Wireless Quick Facts – Year End Figures, sans date.
http://www.ctia.org/advocacy/research/index.cfm/aid/10323

DOLCOURT, Jessica. «Caution: Streaming video will chew through your 4G iPad data», Cnet, San Francisco, États-Unis, 13 mars 2013.
http://news.cnet.com/8301-13579_3-57396311-37/caution-streaming-video-will-chew-through-your-4g-ipad-data/

DUCHESNE, Geneviève. « Les obstacles à la prise de connaissance et à la compréhension par les consommateurs des contrats de consommation», Union des consommateurs, Montréal, Canada, juin 2008, 360 pages.
http://uniondesconsommateurs.ca/docu/protec_conso/contrats_consommation.pdf

FEDERAL COMMUNICATIONS COMMISSION (FCC). Washington, Etats-Unis.

Bill Shock and Cramming Workship, 17 avril 2013.
http://www.fcc.gov.edgekey.net/events/workshop-bill-shock-and-cramming

Comment sought on measures to assist US wireless consumers to avoid «bill shock», Public notice, 11 mai 2010, 3 pages.
http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/DA-10-803A1.pdf

Federal Communications Commission Consumer and Governmental Affairs Bureau White Paper on Bill Shock, 13 octobre 2010, 6 pages.
http://transition.fcc.gov/stage/Bill-Shock-White-Paper.pdf

Notice of Proposed Rulemaking, 14 octobre 2010, 32 pages.
http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/FCC-10-180A1.pdf

Tips for Avoiding Bill Shock on Your Mobile Phone, révisé le 16 janvier 2013.
http://www.fcc.gov/guides/bill-shock-tips-avoiding-your-mobile-phone

GAZANNE, Hayat. «Téléphone mobile : plus de clients, plus de volumes, moins de chiffre d'affaires», Le Figaro, Paris, France, 5 avril 2013.
http://www.lefigaro.fr/societes/2013/04/05/20005-20130405ARTFIG00296-telephone-mobile-plus-de-clients-plus-de-volumes-moins-de-chiffre-d-affaires.php

GOMBOSSY, George. «AT&T Backs Away From Throttling Unlimited Data Plans», CTWatchdog, Rank, États-Unis, 1er mars 2012.
http://ctwatchdog.com/finance/att-backs-away-from-throttling-unlimited-data-plans

GREENFIELD, Rebecca. «The Unlimited Data Plan Dream is Dead», The Atlantic Wire, Washington DC, États-Unis, 16 mai 2012.
http://www.theatlanticwire.com/technology/2012/05/unlimited-data-plan-dream-dead/52429/

HA, Sangtae et al. «TUBE: Time-Dependent Pricing for Mobile Data», Université de Princeton, New jersey, Etats-Unis, 2012, 12 pages.
http://www.princeton.edu/~chiangm/TUBEsigcomm.pdf

HOFFMAN, Perry. «Provincial Rules Patchwork would only boost costs for Canadians», CARTT, Hamilton, Ontario, Canada, 12 février 2013.
http://www.cartt.ca/news/15077/Cable-Telecom/Wireless-Code-Provincial-rules-patchwork-would-only-boost-costs-for-Canadians.html

HORRIGAN, John et Ellen SATTERWHITE. «American perspectives on early termination fees and bill shock - Summary of Findings», FCC, Washington, États-Unis, 26 mai 2010, 14 pages.
http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/DOC-298414A1.pdf

IGR. IGR, Austin, Texas, Etats-Unis.
Compte rendu de la recherche de IGR, « Global Mobile Data Traffic Forecast, 2011 – 2016: Up, up, and up some more., 2e trimestre, 2012, 8 pages.
https://igr-inc.com/Downloads/?ID=883&TOC=1

New iGR Study Forecasts the Global Mobile Data Traffic Will Reach 7 Million Terabytes per Month by 2016, 27 juin 2012.
http://www.marketwire.com/press-release/new-igr-study-forecasts-global-mobile-data-traffic-will-reach-7-million-terabytes-per-1674074.htm

KOGAN MOBILE. *Critical Information Summary,* Koogan Mobile, South Melbourne, Australie, 2 pages.
https://www.koganmobile.com.au/sitedocs/critical_information_summary_-_access_30.pdf

LA TRIBUNE. «Nelie Kroes allège la pression sur les opérateurs historiques», La Tribune, Paris, France, 12 juillet 2012.
http://www.latribune.fr/technos-medias/telecoms/20120712trib000708762/telecoms-neelie-kroes-allege-la-pression-sur-les-operateurs-historiques.html

MCGRATH, Andrew. « Apps driving mobile data traffic growth», Virgin Media Business, Hook, Royaume-Uni, 18 mai 2011.
http://www.virginmediabusiness.co.uk/News-and-events/Business-blog/2011/Apps-driving-mobile-data-traff/

MINISTRY OF CONSUMER SERVICES. «Strengthening Protections for Wireless Consumers», gouvernement de l'Ontario, Ministère des services aux consommateurs, Toronto, Ontario, Canada, sans date.
http://news.ontario.ca/mcs/en/2013/04/strengthening-protections-for-wireless-consumers.html

MOSES, Asher. « Rogue apps causing bill shock, battery drain », Sydney Morning Herald, Sydney, Australie, 27 novembre 2012.
http://www.smh.com.au/digital-life/mobiles/rogue-apps-causing-bill-shock-battery-drain-20121127-2a51b.html

MUNCHBACH, Andrew. «AT&T accused of overcharging iPhone, iPad users for cellular data in latest lawsuit», BGR, 20 mai 2011.
http://bgr.com/2011/05/20/att-accused-of-overcharging-iphone-ipad-users-for-cellular-data-in-latest-lawsuit-video/

NET-IRIS*, Renforcement des droits, de la protection et de l'information des consommateurs,* Net-iris, Clermont-Ferrand, France, 5 février 2013.
http://www.net-iris.fr/veille-juridique/dossier/27981/renforcement-des-droits-de-la-protection-et-de-information-des-consommateurs.php

NEWMAN, Jared. «Bill Shock Be Gone : FCC, Wireless Carriers strike a deal», Time Tech, New York, États-Unis, 17 octobre 2011.
http://techland.time.com/2011/10/17/bill-shock-be-gone-fcc-wireless-carriers-strike-a-deal/

NEWS1130. «Are you really as tech-savvy as you think?», News1130, Vancouver, Canada, 14 janvier 2013.
http://www.news1130.com/2013/01/14/are-you-really-as-tech-savvy-as-you-think/

NOWAK, Peter. «Debunking the wireless myth busters, redux», blog WordsbyNowak, Canada, 18 mars 2013.
http://wordsbynowak.com/2013/03/18/wireless-myths/

OCDE. Page « Une concurrence plus efficace et une meilleure régulation sont nécessaires pour réduire les coûts élevés de l'itinérance pour données sur mobile, selon l'OCDE », OCDE, Paris, France, 8 juin 2011.
http://www.oecd.org/fr/presse/uneconcurrencepluseficaceetunemeilleureregulationsontnecessairespourreduirelescoutselevesdelitinerancepourdonneessurmobileselonlocde.htm

PARLEMENT DE LA NOUVELLE-ÉCOSSE. *Cellular Telephone Contract Regulations*, N.S. Reg. 59/2013, Nouvelle-Écosse, Canada, 26 mars 2013.
http://www.gov.ns.ca/just/regulations/regs/cpcellular.htm

PARLEMENT DE TERRE-NEUVE. *AN ACT RESPECTING CONSUMER PROTECTION AND BUSINESS PRACTICES,* SNL2009 CHAPTER C-31.1, House of Assembly, St John's, Terre-Neuve, Canada, 1er décembre 2009.
http://assembly.nl.ca/legislation/sr/statutes/c31-1.htm#35_2

PARLEMENT DU MANITOBA. Loi modifiant la Loi sur la protection du consommateur (contrats de téléphonie cellulaire), L.M. 2012, c. 25, Lois du Manitoba, 16 juin 2011.
http://web2.gov.mb.ca/laws/statutes/2011/c02511f.php

PARLEMENT DU QUÉBEC. Gouvernement du Québec, Québec, Canada.

Code civil du Québec. LRQ, c C-1991.
http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/CCQ_1991/CCQ1991.html

Loi sur la protection du consommateur. L.R.Q. chapitre P-40.1, SECTION VII, art. 214.1 ss.
http://www2.publicationsduquebec.gouv.qc.ca/dynamicSearch/telecharge.php?type=2&file=/P_40_1/P40_1.html

PARLEMENT EUROPÉEN. Bruxelles, Belgique.

Règlement No. 531/2012 du Parlement Européen et du Conseil concernant l'itinérance sur les réseaux publics de communications mobiles à l'intérieur de l'Union (refonte), Journal de l'Union européenne, 2012, 26 pages.
http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:172:0010:0035:FR:PDF

Règlement No. 544/2009 du Parlement Européen et du Conseil modifiant le règlement No. 717/2007 concernant l'itinérance sur les réseaux publics de téléphonie mobile à l'intérieur de la Communauté et modifiant la directive 2002/21/CE, Journal de l'Union européenne, 2009, 12 pages.
http://www.arcep.fr/?id=8710

Règlement No. 717/2007 du Parlement Européen et du Conseil concernant l'itinérance sur les réseaux publics de téléphonie mobile à l'intérieur de la Communauté et modifiant la directive 2002/21/CE, Journal de l'Union européenne, 2007, 9 pages.
http://www.arcep.fr/fileadmin/reprise/dossiers/roaming/regle-europe-itinerance-270607.pdf

PENG, Chunyi et al. «Can We Pay for What We Get in 3G Data Access?», University of California, Los Angeles, États-Unis, août 2012, 12 pages.
http://www.cs.ucla.edu/~chunyip/publications/mobicom12-peng-accounting.pdf

PORTNOY, Steven et Devin DWYER. « FCC Chairman Wants Rules to Prevent Cell Phone 'Bill Shock' », ABC News, Miami, États-Unis, 13 octobre 2010.
http://abcnews.go.com/Politics/fcc-chairman-genachowski-targets-cell-phone-bill-shock/story?id=11869354#.UZUG-8o4eLg

RAHMATI, Ahmad et Lin ZHONG. «A Longitudinal Study of Non-Voice Mobile Phone Usage by Teens from an Underserved Urban Community», Rice University, Sunnyvale, Californie, Etats-Unis, 2010, 10 pages.
http://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1012/1012.2832.pdf

RED BULL MOBILE. *Critical Information Summary,* Red Bull Mobile, New South Wales, Australie, sans date.
http://www.redbullmobile.com.au/critical-information-summary/

RENALD. « Dossier : tout savoir sur la 4G LTE. », Le journal du Geek, Sydney, Australie, 19 mars 2013.
http://www.journaldugeek.com/2013/03/19/dossier-4g-lte/

RENAULT, Marc-Cécile. «Les télécoms ont atteint la cote d'alerte», Le Figaro, Paris, France, 1e novembre 2012.
http://www.lefigaro.fr/societes/2012/11/01/20005-20121101ARTFIG00452-les-telecoms-ont-atteint-la-cote-d-alerte.php

RENNIE, Steve. «Rogers, Telus urge telecom watchdog to scrap proposed cap on data usage», Maclean's, Toronto, Canada, 12 février 2013.
http://www2.macleans.ca/2013/02/12/rogers-telus-urge-telecom-watchdog-to-scrap-proposed-caps-on-data-usage/

ROGERS. Page « L'essentiel techno ». Rogers, Toronto, Canada, sans date.
http://essentieltechno.rogers.com/

RYSAVY RESEARCH. «Mobile Broadband Capacity Constraints And the Need for Optimization», Rysavy Research, Hood River, Orégon, États-Unis, 24 février 2010, 31 pages.
http://www.rysavy.com/Articles/2010_02_Rysavy_Mobile_Broadband_Capacity_Constraints.pdf

SCOTT H. «So, um, why exactly do carriers throttle the top 5% of data users again?», PhoneArena, Bulgarie, 23 février 2012.
http://www.phonearena.com/news/So-um-why-exactly-do-carriers-throttle-the-top-5-of-data-users-again_id27194

SPACE DAILY STAFF WRITERS. «Research suggests people willing to interact with more 'smart' objects Daily», Space Daily, University Park, Pennsylvanie, États-Unis, 1er mai 2013.
http://www.spacedaily.com/reports/Research_suggests_people_willing_to_interact_with_more_smart_objects_999.html

SULLIVAN, Mark. «Mobile Data Plan Limits : How Much Can I Download?», PC World, San Francisco, Californie, États-Unis, 14 décembre 2010.
http://www.pcworld.com/article/213587/mobile_data_plan_limits_how_much_can_i_download.html

TELECOMMUNICATION INDUSTRY OMBUDSMAN (TIO). «2012 Annual report, Preparing for the future», TIO, Victoria, Australie, 55 pages.
http://www.tio.com.au/__data/assets/pdf_file/0011/107975/TIO-2012-Annual-Report.pdf

TELSTRA. *Critical Information Summary,* Telstra, Brisbane, Australie, 23 avril 2013, 2 pages.
http://www.telstra.com.au/help/download/document/personal-critical-information-summary-no-lock-in-plan-60.pdf

TOFEL, Kevin C. «Data Hungry Mobile Apps Eating into Bandwidth Use», Gigaom, New York, États-Unis, 19 mai 2011.
http://gigaom.com/2011/05/19/data-hungry-mobile-apps-eating-into-bandwidth-use/

TOMLINSON, Kathy. « Dad gets $22,000 data roaming 'shock' from Fido », CBC News British Columbia, Vancouver, Canada, 4 mars 2013.
http://www.cbc.ca/news/canada/british-columbia/story/2013/03/01/bc-rogers-roaming.html

UNION DES CONSOMMATEURS, *Allocution prononcée par Sophy Lambert-Racine devant le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes le lundi 11 février 2013* et *Observations finales, remises au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, Union des consommateurs, Montréal, Canada, 11 février 2013, 40 pages.
http://uniondesconsommateurs.ca/wp-content/uploads/2013/02/120210-UC-CRTC-observations-F3.pdf

WALL COMMUNICATIONS INC. «Comparaison des tarifs des services filaires Internet et sans fil offerts au Canada et à l'étranger», mise à jour 2012, Wall communications inc.. 6 avril 2012, Figure 4, Ottawa, Canada, 70 pages.
http://www.crtc.gc.ca/fra/publications/reports/rp120406.pdf

YU, Rogers. «Verizon Wireless to End Unlimited Data Plan», USA Today, McLean, Virginie, États-Unis, 17 mai 2012.
http://usatoday30.usatoday.com/tech/news/story/2012-05-16/verizon-wireless-unlimited-data/55028254/1

ZANCHI, Jean-Sébastien. «Mobile : les plaintes des clients en hausse», MetroNews, Paris, France, 29 mars 2013.
http://www.metrofrance.com/high-tech/mobiles-les-plaintes-de-clients-en-hausse/mmcC!IRF1UhgTo7t8s/

ANNEXE 1. RÉPONSES ÉCRITES INTÉGRALES DES FOURNISSEURS DE SERVICES

1.1 ROGERS, REMISES À UC LE 11 AVRIL 2013

Rogers Communications

333 Bloor Street East
Toronto, Ontario M4W 1G9
Tel. (416) 935-7211
Fax (416) 935-7719
rwi_gr@rci.rogers.com

Dawn Hunt
Vice-President
Regulatory

April 11, 2013

Sophy Lambert-Racine,
Analyst for Telecommunications, Broadcasting,
Information Highway and Privacy
Union des consommateurs
6226 Saint-Hubert
Montreal, Quebec
H2S 2M2

Sent via email: SLambert-Racine@uniondesconsommateurs.ca

Dear Ms Lambert-Racine:

Rogers is in receipt of Union des consommateurs letter dated March 28, 2013, regarding a study on Internet access services for mobile devices. The following is Rogers' view regarding providing consumers with information about wireless internet and making tools available to monitoring wireless internet usage.

As you are aware, most of the information you are seeking in your questionnaire was provided during the CRTC hearing regarding establishing a national consumer code for wireless services. We invite you to review Rogers' submissions and our testimony from the public hearing. We have therefore limited our responses to additional information that may be useful to your study.

1) Providing information about wireless internet

Rogers agrees that consumers should be fully informed about the products and services they purchase from their wireless carriers, including all the associated fees and conditions of the services selected. As part of this, advertising should by clear and easy to understand so that consumers can make informed purchasing decisions. We also ensure that our advertising includes "all-in pricing" of the monthly recurring fee.

All of Rogers' wireless brands clearly communicate in their advertising materials the details of our wireless internet plans. This includes the amount of wireless internet usage included in the plan, as well as the applicable overage rates. Our consumer

brochures and websites also include legal text to advise the customer of additional charges that may result when the wireless internet allotment included in a plan is exceeded. Attached as Appendix A is Rogers most recent consumer “Talk, text & wireless internet plans” demonstrating how this information is disclosed to the consumer.

As well, Rogers tries to draft our Wireless Service Agreements (WSAs) in simple, understandable language that sets out all the important features of the services subscribed to by the customer. This includes details of the wireless internet usage that is included in a specific plan and any overage rates. In addition, upon activation or renewal of a service, Rogers’ practice is to ensure that all customers understand what they are paying for through the “Walk Out Working” program. As part of this program, Rogers’ retail customer service representatives highlight all the essential elements of the WSA, including the monthly price, the term length, what is included in the plan subscribed to by the customer, and any overage rates for exceeding a plan’s usage allotment.

Finally, Rogers recently launched a website called Tech Essentials, to help our customers make the most of their communications services. The website provides free information to help consumers choose the right wireless plan, It also provides consumers with a free online calculator for consumers wishing to better understand wireless internet usage. While the calculator only provides directional information, it allows consumers to input a variety of wireless internet uses to help understand approximately how much of a specific activity can be done with a given amount of data. The website also provides consumers with tips about how to manage their monthly bills in order to avoid extra charges.

More information is available online at http://techessentials.rogers.com/ and http://essentieltechno.rogers.com/.

2) Monitoring wireless internet usage

In addition to having the information necessary to make informed choices when purchasing a wireless internet plan, Rogers is committed to ensuring our customers have a worry free wireless experience. For example, last fall we launched simplified pricing plans, and more recently we announced new data roaming rates to simplify U.S. data roaming and provide consumers price predictability.

Rogers also provides our customers with support tools to monitor usage and avoid any bill surprises.

Rogers’ customers can either go online or use the free Rogers MyAccount application available for smartphones, to monitor local voice calling, and domestic messaging and

data usage. These tools include a tracking meter, which turns from green to yellow when the customer reaches 75% of his or her usage allowance and from yellow to red once the customer exceeds 100%.

As Rogers publicly stated at the recent CRTC public proceeding regarding a national wireless consumer code, we are aware that despite the precautions offered to our customers some remain concerned about usage of wireless internet services and overage fees. At the Commission's public hearing we noted that Rogers fully supports near-real time data alerts advising customers when they are approaching the limits of their wireless internet allowances, both domestically and abroad. Such alerts will help consumers avoid bill surprises and unanticipated charges.

Furthermore, some of Rogers wireless internet plans adjust automatically. For example, when a customer who subscribes to one of Rogers' flexible data plans exceeds the plan's data cap, instead of charging for excess usage, the plan automatically resets itself to a larger cap. The plan then resets itself to the original size the following month. These flexible plans help to minimize any bill surprises that may occur from additional wireless data usage or overage fees.

Conclusion

Rogers appreciates the opportunity to provide our views about wireless internet, including specific positioning about how information about wireless internet is provided to our customers and tools we offer customers to monitoring wireless internet usage.

We are committed to ensuring that consumers are fully informed when making purchasing decisions, and that our customers have all the necessary tools to manage their monthly bills.

Regards,

Dawn Hunt
DH/de
Attach.

ROGERS

WIRELESS

talk, text & internet plans

How much wireless internet do you need?

150 MB – OCCASIONAL "My wireless device is mostly for emergencies… and it's comforting to know I have anytime internet access just in case."

Light Browsing

1 GB – SOCIAL "I need to access my apps and be on social media whenever I'm on the go."

Some Browsing | **Some** Uploads | **Some** App Downloads | **Some** Email | **Some** Social Media

3 GB – STREAMER "Streaming music and videos, uploading photos and my latest status on Facebook… I use my phone to do it all."

More Browsing | **More** Uploads | **More** App Downloads | **More** Email | **More** Social Media | **More** Video | **More** Music

5 GB – CONNECTED "I'm online all the time, and having the ultimate wireless internet plan saves me from having to track my usage or curb my lifestyle."

Most Browsing | **Most** Uploads | **Most** App Downloads | **Most** Email | **Most** Social Media | **Most** Video | **Most** Music

The guidelines above are intended as estimates only. The download/upload frequency and size of photos, videos, web pages, file attachments, applications, and other wireless internet usage varies widely and could result in wireless internet usage exceeding allotment. For more information about wireless internet usage and for our wireless internet calculator, please visit rogers.com/calculate

Talk, Text & Wireless Internet Plans

Upgrade your minutes to Canada-wide long distance for an additional $10/mo.

For Individuals

Ideal for those who want it all! Voice minutes, texts and internet so that you can download, surf and stay connected.

	OCCASIONAL	SOCIAL (SHARE READY)	STREAMER (SHARE READY)	CONNECTED (SHARE READY)
MONTHLY SERVICE FEE Includes all monthly fees▲	$55	$70	$80	$100
Wireless Internet	150 MB	1 GB	3 GB	5 GB
Minutes	1,000 Local Weekday[1]	**UNLIMITED** Local[1]	**UNLIMITED** Local[1]	**UNLIMITED** Canada-wide[2]
Features	NEW! **INCLUDES** Call Display & Voicemail[20] **UNLIMITED** Text, Picture, and Video Messaging[3] **UNLIMITED** Evenings & Weekends from 6pm to 7am[1] **UNLIMITED** Canada-wide Calling from your computer or tablet – *Rogers One Number*™[12]			Ask about Device Protection Services
Share Ready Wireless Internet Overage	—	$0.02/MB	$0.02/MB	$0.02/MB
Non Share Ready Wireless Internet Overage[4]	$10/200 MB*	$15/GB*	$15/GB*	$10/GB*

*If you exceed the amount of wireless internet included in your plan, you will be charged in $0.02, $10 or $15 increments.[4]
No term contract required. Available on a monthly or 3-yr. term.

Talk, Text & Wireless Internet Plans

Upgrade your minutes to Canada-wide long distance for an additional $30/mo.

For Families

Parents can email and call, while kids can text and use social networks. One affordable plan that keeps everyone happy and connected.

MONTHLY FEE FOR 2 LINES[5] Includes all monthly fees▲	$110 FOR 2 LINES	$140 FOR 2 LINES	$160 FOR 2 LINES	$200 FOR 2 LINES
MONTHLY FEE FOR 3rd, 4th, or 5th LINE Includes all monthly fees▲	$35/line	$45/line	$45/line	$55/line
Wireless Internet	300 MB to share	2 GB to share	6 GB to share	10 GB to share
Minutes	2,000 Local Weekday to share[1]	**UNLIMITED** Local[1]	**UNLIMITED** Local[1]	**UNLIMITED** Canada-wide[2]
Features	NEW! **INCLUDES** Call Display & Voicemail[20] **UNLIMITED** Canada-wide Calling between plan members **UNLIMITED** Text, Picture, and Video Messaging[3] **UNLIMITED** Evenings & Weekends from 6pm to 7am[1] **UNLIMITED** Canada-wide Calling from your computer or tablet – *Rogers One Number*™[12]			Ask about Device Protection Services
Wireless Internet Overage[4]	$0.02/MB	$0.02/MB	$0.02/MB	$0.02/MB

No term contract required. Available on a monthly or 3-yr. term.

All plans include[6]: 2,500 Call Forwarding minutes, Call Waiting, Group Calling and Online Billing
Additional usage: Voice: $0.45 per minute

Share Ready Access Plans

Share the wireless internet included in your Share Ready smartphone plan[4] with up to 4 other devices. Add a tablet, mobile hotspot, or internet stick to your smartphone plan using one of the options below.

MONTHLY SERVICE FEE Includes all monthly fees▲	PERFECT FOR:	TERM
$12	Adding a tablet that you already own (eg. iPad)	Monthly
$17	Adding a tablet with a **FLEXtab**™ agreement.	2- or 3-yr[19]

If you exceed the amount of wireless internet in your plan you will be charged $0.02 per MB.

Value Pack

Enjoy super savings on all your favourite add-ons.

MONTHLY SERVICE FEE	$5
SAVINGS	SAVE $25/mo + FIRST MONTH FREE[8]
Name Display[9] EXCLUSIVE TO ROGERS	✓
Visual Voicemail Plus[10] EXCLUSIVE TO ROGERS	✓
WhoCalled™	✓
U.S. & International Text Messaging[11]	UNLIMITED

Visit rogers.com/valuepacks to learn more.

ROGERS

Why Choose Rogers?

Rogers One Number™

Now use your mobile number to manage everything from your computer or tablet.[12]

- Talk & send texts Canada-wide from your computer or tablet without deducting from your wireless plan
- One unified inbox and contact list
- Exclusively for Rogers wireless customers

Register and learn more by visiting **rogersonenumber.ca**

Experience Canada's First LTE Network

We were the first to launch LTE in Canada – the fastest wireless network technology on the planet. Now you can stream live HD sports instantaneously, or download movies, music and work files in the blink of an eye. We're currently expanding our network coast to coast. Rogers LTE network is just one way we're fulfilling our commitment to Canadians.[16]

Rogers Anyplace TV

Now TV goes where you go! With Rogers Anyplace TV, you can keep your family entertained, wherever you are.[17] Watch live sports including hundreds of live Barclays Premier League & UEFA Champions League matches, select NHL & NBA games, Blue Jays games & Sportsnet coverage. Keep your kids entertained with kid-friendly programming from Treehouse & YTV.

To learn more visit **rogers.com/mobiletv**

FLEXtab™

You'll always have the latest superphones with FLEXtab™. Upgrade anytime you want, just pay off your remaining balance.[18]

RW413539

Q412-101-51-00
ROG-6216-NTL 11/12

APPROVED _____ DATE _____

studio mhz

NOTE: We have done our best to ensure that this file is correct. Please proofread and make sure all copy is correct.
Keep in mind that this proof is not accurate colour representation of the final printed piece.
NO TRAPPING HAS BEEN DONE ON THIS FILE.

DATE: January 10, 2013
DOCKET: 4888
CLIENT: Rogers
FILE NAME: ROG-6526_Consumer Brochure_P6.indd
PHASE: 6

PROJECT: Consumer Plans Brochure
SKU/PIECE: 12 panel brochure
DIE/DIMENSIONS: 24" x 8"
PRINTING PROCESS: Litho
WEIGHT STATEMENT: N/A

DESIGNED BY: Marlene
PREPARED BY: Joe
SCAN: 300dpi
UPC: N/A
COLOURS: CMYK

Process Cyan
Process Magenta
Process Yellow
Process Black

Talk & Text Plans

Upgrade your minutes to Canada-wide long distance for an additional $10/mo.

For Individuals

Functional and affordable. Perfect for individuals who like to stay in touch with friends via text, and make or take the occasional phone call.

MONTHLY SERVICE FEE Includes all monthly fees▲	$35	$42
Minutes[1]	200 Local Weekday	1,000 Local Weekday
Features	**NEW! INCLUDES** Call Display & Voicemail[20] **UNLIMITED** Text, Picture, and Video Messaging[3] **UNLIMITED** Evenings & Weekends from 6pm to 7am[1] **UNLIMITED** Canada-wide Calling from your computer or tablet – *Rogers One Number*™[12]	Ask about Device Protection Services

No term contract required. Available on a monthly or 2-yr. term.

Upgrade your minutes to Canada-wide long distance for an additional $30/mo.

For Families

For on the go families who like to stay in touch, even when it's just a quick call or text to "check up" or "check in."

MONTHLY FEE FOR 2 LINES[5] Includes all monthly fees▲	$70 FOR 2 LINES	$84 FOR 2 LINES
MONTHLY FEE FOR 3rd, 4th, or 5th LINE Includes all monthly fees▲	$25/line	$25/line
Minutes[1]	400 Local Weekday to share	2,000 Local Weekday to share
Features	**NEW! INCLUDES** Call Display & Voicemail[20] **UNLIMITED** Canada-wide Calling between plan members **UNLIMITED** Text, Picture, and Video Messaging[3] **UNLIMITED** Evenings & Weekends from 6pm to 7am[1] **UNLIMITED** Canada-wide Calling from your computer or tablet – *Rogers One Number*™[12]	Ask about Device Protection Services

No term contract required. Available on a monthly, 2- or 3-yr. term.

All plans include[6]**:** 2,500 Call Forwarding minutes, Call Waiting, Group Calling and Online Billing
Additional usage: Voice: $0.45 per minute

Wireless Internet Plans

Tablet, Mobile Hotspot & Stick Flex Rate Plans

Get the freedom of fast, reliable wireless internet on the go. Flex Rate Plans begin at the lowest tier then automatically adjust based on your actual usage, offering flexibility and savings on potential overage rates.

MONTHLY SERVICE FEE Includes all monthly fees per line▲	WIRELESS INTERNET INCLUDED Ideal for activating a device you already own
$5	**10 MB** If usage is greater than 10 MB, $10 will be charged
$10	**100 MB** If usage is greater than 100 MB, $20 will be charged
$20	**500 MB** If usage is greater than 500 MB, $40 will be charged
$40	**5 GB** If usage is greater than 5 GB, $10 per additional GB will be charged

No term contract required. Available on a monthly term.

MONTHLY SERVICE FEE Includes all monthly fees per line▲	WIRELESS INTERNET INCLUDED Ideal for activating a new device with a FLEXtab™ agreement.
$25	**200 MB** If usage is greater than 200 MB, $45 will be charged
$45	**3 GB** If usage is greater than 3 GB, $65 will be charged
$65	**6 GB** If usage is greater than 6 GB, $85 will be charged
$85	**10 GB** If usage is greater than 10 GB, $10 per additional GB will be charged

Available on a 2- or 3-yr. term.[19]

Hub Flex Rate Plans

Activate your hub for either **Internet & Phone** service (select models) or **Internet Only** with the option to include the Speed Plus feature for the LTE model. With this feature, extend maximum download speeds up to 100 Mbps[14] (LTE typical speeds 12-40 Mbps).

Internet Only (with or without Speed Plus)

INTERNET ONLY **DOWNLOAD SPEEDS UP TO 21 Mbps**[14] **MONTHLY SERVICE FEE** Includes all monthly fees per line▲	WIRELESS INTERNET INCLUDED	**INTERNET ONLY WITH SPEED PLUS** **DOWNLOAD SPEEDS UP TO 100 Mbps**[14] **MONTHLY SERVICE FEE** Includes all monthly fees per line▲
$60	**5 GB** If usage is greater than 5 GB, you'll move to the next tier	$70
$75	**10 GB** If usage is greater than 10 GB, you'll move to the next tier	$85
$90	**20 GB** If usage is greater than 20 GB, $10 per additional GB will be charged	$100
Features Included	• 3 email addresses • Rogers Online Protection security suite[13]	

Internet & Phone Service

DOWNLOAD SPEEDS UP TO 21 Mbps[15] **MONTHLY SERVICE FEE** Includes all monthly fees per line▲	WIRELESS INTERNET INCLUDED
$75	**5 GB** If usage is greater than 5 GB, $90 will be charged
$90	**10 GB** If usage is greater than 10 GB, $105 will be charged
$105	**20 GB** If usage is greater than 20 GB, $10 per additional GB will be charged
Features Included	• Unlimited local calling, enhanced voicemail, caller ID & call waiting • 3 email addresses, Rogers Online Protection security suite[13]

No term contract required. Available on a monthly, 1-, 2-, or 3-year term.
Online billing included in all plans.

Hub services are available for use from within Canada only.
Long distance calls to Canada or U.S. are charged at $0.20/minute or choose from the following long distance calling add-ons:
- **$20/month – unlimited long distance calls within Canada**
- **$25/month – unlimited long distance calls to Canada and the U.S.**[15]

APPLICABLE TO ALL PLANS:

▲A one time Activation Fee of up to $35 (varies by province) also applies. Where applicable, additional airtime, wireless internet, long distance, roaming, options and taxes are extra and billed monthly.

Device Savings Recovery Fee (applicable to term commitment customers only for any new term entered into on or after January 22, 2012)
A Device Savings Recovery Fee (DSRF) applies if you have been granted an Economic Inducement (as defined below) upon entering your new term, and if, for any reason, your wireless service or your new term is terminated prior to the end of the term of your Service Agreement (Service Agreement Term). The DSRF is the amount of the economic inducement (which may take the form of a discount, rebate or other benefit granted on the price of your Equipment), as stated in your Service Agreement (Economic Inducement), less the amount obtained by multiplying such Economic Inducement by a fraction representing the number of months elapsed in your Service Agreement Term as compared to the total number of months of your Service Agreement Term (plus applicable taxes). In other words, **DSRF = Economic Inducement – [Economic Inducement × (# months elapsed in your Service Agreement Term ÷ Total # months in your Service Agreement Term)] + applicable taxes.** An Additional Device Savings Recovery Fee (ADSRF) also applies if, for any reason, your wireless data service, or your data plan's commitment term (Data Term), is terminated prior to the end of your Data Term. The ADSRF is the additional Economic Inducement you received for subscribing to your wireless data service, less the amount obtained by multiplying such Economic Inducement by a fraction representing the number of months elapsed in your Data Term as compared to the total number of months of your Data Term (plus applicable taxes), and applies in addition to the DSRF for termination of your Service Agreement. **If you subscribe to a plan combining both voice and data services, both the DSRF and the ADSRF apply, up to the total Economic Inducement.**

Service Deactivation Fee (applicable to term commitment customers only for any new term entered into on or after January 22, 2012)
Not applicable to Residents of Manitoba, Residents of Newfoundland for any new term entered into on or after September 27, 2012, or Residents of Québec: A Service Deactivation Fee of **$12.50** per line applies if, for any reason, your wireless service is deactivated prior to the end of your Service Agreement Term. This fee is in addition to any applicable DSRF or DSRF and ADSRF. For greater clarity, **if you are a Resident of Newfoundland** and you entered into a new term on or after January 22, 2012 but before September 27, 2012, this $12.50 Service Deactivation Fee applies to that term.
Applicable only to Residents of Manitoba, Residents of Newfoundland for any new term entered into on or after September 27, 2012, or Residents of Québec: If your wireless service is deactivated prior to the end of your Service Agreement Term and there is no Economic Inducement stated in your Service Agreement, then you will be charged a Service Deactivation Fee. The Service Deactivation Fee is an amount permitted under provincial legislation, being the lesser of **$50** or **10%** of the monthly service fees for the services that you have subscribed to on a Service Agreement Term and Data Term, as applicable, but not provided as of the termination date (plus applicable taxes).

FULL OFFER DETAILS

Rates and offers are effective February 5, 2013 for new activations only and are subject to change without notice.

1 Local calls only, excluding calls made through Call Forwarding, Video Calling or similar services. For plans that include Evening & Weekend calling, Evenings are from 6 pm to 7 am and Weekends are from 6 pm Friday to 7 am Monday. **2** Unlimited Canada-wide calls on the Rogers network. International long distance, text to landline and roaming charges extra. Only 10-digit Canadian-based numbers eligible (excludes customers' own wireless number, voice mail retrieval number and special numbers like 1-800/1-900). **3** Includes unlimited Extreme Text/picture/video messages sent from Canada to Canadian wireless number and received texts from anywhere. Sent/received premium texts (alerts, messages related to content and promotions), sent international texts and sent/received Extreme Text/picture/video/IM/email (as applicable) while roaming not included and charged at applicable rates. To learn more about Extreme Text go to rogers.com/extremetextmessaging. **4** Wireless internet usage is measured in kilobytes (kB), rounded to the next full kB. Usage exceeding the wireless internet allotment provided for the $45 Talk & Text plan for Individuals will be charged at a rate of $10/100 MB. Outside North America, wireless internet usage is rounded up to the next 20kB. U.S. wireless internet roaming is $0.006/kB and International wireless internet roaming is $0.03/kB. **5** All members on same account must activate on same plan with same features selected. Minimum of 2 to a maximum of 5 lines. Lines may be added at any time. New lines added require that the primary line be renewed for the same period. **6** Call Forwarding included automatically. Additional Call Forwarding minutes charged at $0.10/minute. **7** Share Ready Access plans available to new and existing customers with eligible share ready plans. Full details at rogers.com/shareready. Max. 5 shared devices. Primary device must be a smartphone; each added device must be a mobile internet device (excluding Rocket hub). **8** One-time offer applicable to new Value Pack subscriptions only. **9** Compatible device required. Not all numbers can be identified. **10** By subscribing, user accepts that messages will be processed outside of Canada. **11** Includes text messages sent from Canada to the U.S. or Internationally. Sent text/picture/video messages while roaming are not included and are charged at applicable roaming rates. **12** Available with use of the *Rogers One Number* web phone only. Compatible computer/tablet with internet access required. *Rogers One Number* service only compatible with iPad and Android tablets. Requirements for Android operating system of 3.01 or higher. Regular local and long distance charges under your Rogers wireless plan apply when using your wireless phone. Includes text/picture/video messages sent from *Rogers One Number* web phone to Canadian wireless numbers; incoming messages will be charged as per your wireless plan and current pay-per-use rates (as applicable). Use of the *Rogers One Number* service may cause you to use additional internet data depending on your internet data usage allowance; internet service charges and overage rates (if applicable) apply in accordance with your Rogers or third party internet service package. Intended for personal use only, based on a total of 44,640 minutes available in a 31-day month. Subject to the Rogers Terms of Service and Acceptable Use Policy available at rogers.com/terms. **13** For PC users only. Visit rogers.com/getprotected for full details. Does not guarantee protection against all possible threats. **14** Refers to maximum theoretical speeds. Rogers LTE network offers typical download speeds of 12 to 40 Mbps. Outside of Rogers LTE coverage areas, LTE devices will seamlessly fallback to 4G HSPA+ or EDGE. Actual speeds may vary based on plan selected, device, network access type and spectrum, topography and environmental conditions, network congestion and other factors. **15** Plan applies to calls originating in Canada on the Rogers wireless network and terminating in Canada or the Continental U.S. (calls to Alaska, Hawaii, Puerto Rico are not included). **16** To access the Rogers LTE network, customers must have an LTE-ready device with LTE enabled SIM card and be in the Rogers LTE coverage area. Rogers LTE Network available in select Canadian cities. Visit rogers.com/coverage for details. **17** Compatible device and wireless internet plan required. Rogers Anyplace TV Live downloadable from applicable app stores. Recurring $5/mo charge applies for 5 hours content viewing during applicable month (no carry over) and overage of $1/hr applies thereafter (overage waived for limited time). Visit rogers.com/mobiletv for details and compatible devices. **18** FLEXtab balance corresponds to the sum of the Device Savings Recovery Fee and the Additional Device Savings Recovery Fee. **19** 2-year term is only available for sticks & mobile hotspot. 3-year term is only available for tablets. **20** Call Display is a service that allows you to see the number of incoming callers even if they are not in your address book. Voicemail is a service that allows you to receive up to 3 messages each up to 3 minutes in length and you can save each one for up to 3 days.

™Rogers & Mobius Design, *Rogers One Number,* WhoCalled and *Call Manager* are trademarks of or used under license from Rogers Communications Inc. or an affiliate. © 2013 Rogers Communications

APPROVED _____ DATE _____

studio mhz

NOTE: We have done our best to ensure that this file is correct. Please proofread and make sure all copy is correct.
Keep in mind that this proof is not accurate colour representation of the final printed piece.
NO TRAPPING HAS BEEN DONE ON THIS FILE.

DATE: January 10, 2013
DOCKET: 4888
CLIENT: Rogers
FILE NAME: ROG-6526_Consumer Brochure_P6.indd
PHASE: 6

PROJECT: Consumer Plans Brochure
SKU/PIECE: 12 panel brochure
DIE/DIMENSIONS: 24" x 8"
PRINTING PROCESS: Litho
WEIGHT STATEMENT: N/A

DESIGNED BY: Marlene
PREPARED BY: Joe
SCAN: 300dpi
UPC: N/A
COLOURS: CMYK

Process Cyan
Process Magenta
Process Yellow
Process Black

1.2 BELL, REMISES À UC LE 12 AVRIL 2013

union des consommateurs

Usage des données mobiles par les consommateurs

QUESTIONNAIRE

1. De façon générale, considérez-vous que les consommateurs sont correctement informés au sujet de l'usage de données mobiles, lorsqu'ils achètent un téléphone intelligent, une tablette, ou une clé USB d'accès Internet?

Oui, Bell croit que, avec les efforts importants qu'elle déploie, les consommateurs sont bien informés pour choisir leur appareil et les services et, par la suite, pour surveiller leur utilisation.

90 % des consommateurs qui achètent un appareil et qui s'abonnent à des services sans fil au Canada le font pour au moins une 2e fois, sinon, pour plusieurs d'entre eux, une 3e fois ou plus. Nous avons donc souvent affaires à un consommateur expérimenté, à même de mieux comprendre les services.

Par ailleurs, les téléphones intelligents sont sophistiqués et offrent une multitude de fonctionnalités dont l'utilisation de données. Il peut arriver que le consommateur souhaite acheter un téléphone intelligent pour utiliser des fonctionnalités autres que les données, comme les appels vocaux ou encore, la messagerie texte. Néanmoins, au moment de l'achat de l'appareil et de l'abonnement aux services, le conseiller aux ventes s'enquiert des besoins du consommateur et les réponses du consommateur détermineront le type d'appareil et de forfait que le conseiller lui proposera. Le conseiller est formé pour s'adapter au niveau de connaissance du consommateur et à répondre aux questions que ce dernier pourrait avoir, notamment quant à l'utilisation de données.

En revanche, la décision d'acheter un appareil qui est conçu pour une seule utilisation soit, par exemple, l'utilisation de données, laisse supposer que c'est bien l'utilisation que le consommateur souhaite en faire. Ce sera le cas des tablettes ou des clés USB d'accès Internet. Mais encore ici, l'agent prend soin de s'enquérir des besoins du consommateur avant que ce celui-ci achète un appareil et active les services.

2. Est-ce que votre organisation offre aux consommateurs des renseignements au sujet des données mobiles? Si oui, veuillez expliquer sommairement le type d'information qui est divulgué, et le mode de divulgation?

Bell offre une multitude d'informations aux consommateurs quant aux données mobiles et leur utilisation. Ainsi, Bell fournit la description des services de données des manières suivantes :

6226, rue Saint-Hubert, Montréal (Québec) Canada H2S 2M2
T : 514 521 6820 | Sans frais : 1 888 521 6820 | F : 514 521 0736
union@consommateur.qc.ca | www.consommateur.qc.ca/union

(1) Dans toute la documentation, tant électronique sur internet (p. ex. bell.ca) ou imprimée (p. ex. brochures et publicités);

(2) Dans les premières pages personnalisée du contrat entre Bell et le consommateur;

De plus, le conseiller aux ventes remet systématiquement avec le contrat à tous les consommateurs une page d'information. Une copie de cette page est attachée ici, soit la version utilisée avant le 13 avril 2013 (« Bienvenue chez Bell ») et depuis le 13 avril 2013 (« Merci d'avoir choisi Bell Mobilité »).

Une fois abonné, Bell envoie un message texte au consommateur lorsqu'il atteint 90 % de la limite d'utilisation de son forfait ou son option. Bell envoie aussi un message texte dès que le consommateur utilise son appareil à l'extérieur du Canada, l'informant des tarifs en vigueur.

Finalement, Bell rend accessible au consommateur, qui peut le consulter en tout temps et sans frais, un libre-service :

(1) À partir de n'importe quel ordinateur connecté sur Internet, en ouvrant une session « Mon Bell » sur le site bell.ca;

(2) À même l'appareil, en utilisant l'Internet mobile, sur le site bell.mobi, ou en installant l'application du libre-service de Bell sur l'appareil;

(3) Par messagerie texte, en textant à infoT (46368);

(4) En appelant le service à la clientèle.

3. Appliquez-vous des procédures précises sur la façon d'informer vos clients concernant l'accès aux données mobiles (en magasin et/ou par téléphone)? Est-ce que vous vous assurez par exemple que certains renseignements soient systématiquement divulgués par le vendeur? Si oui, quels sont ces renseignements?

Oui, tel qu'expliqué à nos réponses aux questions 1 et 2.

Dans le cadre de notre sondage, nous avons demandé aux répondants de nous indiquer auprès de quelle source ils s'étaient renseignés au sujet des données mobiles avant de procéder à leur achat. La moitié d'entre eux (50,5 %) ont indiqué s'être renseignés auprès de leur fournisseur de service. Une minorité s'est renseignée auprès du fabricant de leur appareil, ou auprès d'un vendeur dans un magasin grande surface (les deux catégories regroupent 26,7 %). Le tiers des répondants (30,9 %) ont indiqué ne pas s'être renseignés auprès de commerçants.

4. **Considérez-vous qu'il est de la responsabilité des commerçants d'informer les clients de façon diligente et complète au sujet de l'utilisation, de la surveillance et du contrôle des données mobiles, ou qu'il relève plutôt de la responsabilité du consommateur de se renseigner lui-même?**

   Nous croyons que cette responsabilité doit être partagée entre le fournisseur de services et le consommateur qui deviennent alors partenaires dans l'équation. Ainsi, Bell mise sur une combinaison d'outils où, d'une part, Bell prend des actions positives pour « pousser » l'information vers le consommateur, comme la page de bienvenue remise avec le contrat ou encore, l'envoi d'avis lorsque certains seuils d'utilisation sont atteints, et, d'autre part, rend l'information disponible au consommateur qui peut la « tirer » vers lui au moment souhaité comme le libre-service (voir notre réponse à la question 2 pour plus de détails).

5. **Veuillez nommer tous les acteurs à qui incombe selon vous, la responsabilité d'informer correctement le consommateur sur la façon d'utiliser et de surveiller la consommation de données. Cela peut inclure notamment les fournisseurs de services, commerces de détail, fabricants, organismes gouvernementaux, etc.**

   Nous vous référons à notre réponse à la question 4.

6. **Êtes-vous souvent confrontés à des consommateurs qui se sont plaints de factures qu'ils jugent trop élevées du fait de l'usage de données mobiles? De façon générale, de quelle façon avez-vous tenté de régler leurs problèmes (le cas échéant)?**

   Nous trouvons important de mettre en perspective le nombre de plaintes quant à la facturation. Ainsi, il y a 26 millions d'abonnés aux services sans fil au Canada. Chaque abonné reçoit 1 facture par mois, pour un total de 312 millions de factures par année. Si 10 % des factures étaient jugées trop élevées par les consommateurs ou qu'elles comportaient des erreurs, cela équivaudrait à 31,2 millions de plaintes, alors que 1 % équivaudrait à 3,12 millions, 0,1 % à 312 000 et 0,01 % à 31 200. Pour l'année 2011-2012, le CPRST rapporte avoir reçu 3 928 plaintes pour les erreurs de facturation dans les services sans fil, ce qui correspond à 0,001 %.

   Cela dit, nous estimons que ce nombre est encore trop élevé et nous sommes déterminés à ce que le nombre de plaintes soit 0. Bell travaille donc fort à rendre ses communications avec les consommateurs aussi claires que possibles, afin que ces derniers comprennent bien leur forfait, leurs limites et soient en mesure de prendre des décisions éclairées quant à leur utilisation. Chaque plainte est examinée au cas par cas et Bell prend à cœur de les régler au meilleur de ses capacités.

Les rapports annuels du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST) font état des nombreuses plaintes de consommateurs relativement aux services sans fil. Le rapport 2010-2011 souligne les difficultés que les consommateurs rencontrent lorsqu'il s'agit de surveiller, calculer et comprendre leur utilisation de données. Le rapport indiquait notamment que beaucoup de consommateurs dépassaient leur limite permise de données, du fait que certaines applications fonctionnent en arrière-plan et que les clients n'ont pas «conscience de l'importante consommation de données générée par les opérations régulières effectuées par ces applications».

Les réponses à deux questions de notre sondage semblent confirmer cette tendance. Nous avons demandé aux répondants à quel moment ils avaient appris que certaines applications pouvaient consommer des données en arrière-plan. La majorité (63,8 %) des répondants ne le savaient pas au moment d'acheter leur appareil intelligent. De plus, la moitié seulement des répondants (50,4 %) ont indiqué qu'ils savaient déjà au moment de l'achat que l'accès aux données est habituellement activé par défaut sur les téléphones intelligents.

7. Trouvez-vous qu'il est préoccupant que plusieurs consommateurs ignorent ces renseignements de base au sujet de l'usage de données?

Bell poursuit ses efforts afin que tel ne soit pas le cas et nous vous référons à nos réponses aux questions 1 et 6 pour les solutions que nous avons mises en place.

8. Avez-vous envisagé des solutions pour vous assurer que les consommateurs soient correctement informés sur le fonctionnement de leurs appareils mobiles et du transfert de données? Si oui, quelles sont-elles? Les avez-vous mises en application?

Nous vous référons à notre réponse à la question 2.

9. Avez-vous envisagé des solutions pour éviter que les consommateurs adhèrent à des plans de données sans en connaître les limites concrètes d'utilisation? Si oui, quelles sont-elles? Les avez-vous mises en application?

Bell s'assure que la capacité de données incluse avec un forfait ou une option soit indiquée clairement dans le matériel publicitaire (qu'il soit électronique ou imprimé) et dans les premières pages personnalisées du contrat avec le consommateur. Pour les options de données, la capacité fait même partie du nom de cette option, comme par exemple, l'option « 100 Mo de données – Supertéléphones et téléphones intelligents ».

Une fois abonné, le consommateur peut aussi ajuster son forfait ou son option après avoir observé son utilisation grâce au libre-service ou suite au message de Bell reçu une fois qu'il a attient 90 % de la capacité d'utilisation totale. Nous vous référons à notre réponse à la question 2 pour plus de détails.

Durant la consultation tenue par le CRTC sur la proposition d'un code obligatoire pour les fournisseurs de services sans fil, tous les fournisseurs de services dont Bell étaient en faveur de transmettre des messages textes lorsque le consommateur atteint 50 %, 80 % et 100 % de la limite d'utilisation prévue par son forfait, au cours d'un cycle de facturation.

Bell est d'avis que ces initiatives permettent aux consommateurs de sélectionner un forfait qui corresponde à ses besoins.

10. Avez-vous envisagé des solutions pour vous assurer que les consommateurs connaissent les moyens de surveiller ou contrôler leur utilisation de données? Si oui, quelles sont-elles? Les avez-vous mises en application?

Nous vous référons à nos réponses aux questions 2 et 9.

La majorité des répondants de notre sondage ont indiqué qu'il trouvait que l'information offerte par les fournisseurs de services et les commerces de détail pouvait être améliorée. Plus de 60 % des répondants ont indiqué vouloir obtenir plus d'information sur le fonctionnement de l'utilisation et du transfert de données, sur la tarification des données et sur les outils qui permettent de surveiller ou contrôler leur utilisation. De plus, une proportion importante de répondants (44,1 %) ont répondu par la négative, quand nous leur avons demandé si l'information qui leur a été transmise avant et au moment de l'achat était suffisamment claire et accessible pour choisir le forfait ou l'option de données qui correspond le mieux à leurs besoins.

11. Un plus grand travail d'information pourrait-il être envisagé par l'industrie? Par certaines autorités règlementaires?

Bell est confiante que l'industrie et le CRTC poursuivent leurs efforts en ce sens.

Certains types d'information concernant l'accès à Internet sur un appareil intelligent peuvent avoir une incidence sur le comportement des consommateurs : information au sujet de l'activation/désactivation des données, information sur la consommation de données en arrière-plan, information sur l'ensemble des usages qui consomment des données, information sur les réseaux wi-fi, les frais de données à l'usage, les frais d'utilisation excédentaire, les frais de transmission de données en itinérance, les façons de surveiller l'utilisation de données, etc. Certains des éléments mentionnés ci-haut font l'objet d'une visibilité très inégale, dans la documentation offerte par les fournisseurs de services. Par exemple, certains des renseignements disponibles en ligne se trouvent dans des sections des sites Internet qui ne seront pas nécessairement consultées par le client avant que celui-ci ne procède à l'achat et commence à utiliser son appareil.

12. Selon vous, quels renseignements devraient impérativement être offerts et indiqués visiblement par le fournisseur ou le commerçant de détail, sur les sites Internet et les brochures, afin de minimiser les frais de données imprévus?

Bell fournit déjà cette information et nous vous référons à nos réponses aux questions 2 et 9.

13. Est-ce que le fait que certains renseignements ne sont affichés qu'en taille très petite, que certains paragraphes par défaut sur une page Web soient masqués ou que l'information ne soit accessible que par le biais de multiples hyperliens (ou d'adresses de sites Internet, dans les cas des brochures) vous semble problématique? Êtes-vous d'avis que ces pratiques peuvent inciter les consommateurs à ne pas prendre connaissance de toute l'information qui leur serait nécessaire pour faire des choix éclairés?

Lorsqu'elle distribue de l'information, Bell s'efforce d'atteindre un équilibre entre l'information essentielle et l'information utile. Au même moment, le média utilisé impose des contraintes additionnelles. Plutôt que de ne pas fournir l'information utile, Bell utilise alors d'autres moyens pour la porter à la connaissance des consommateurs, comme au moyen d'hyperliens.

Le site internet bell.ca se veut une ressource où une foule d'informations peut être consultée. Cela dit, les conseillers aux ventes demeurent accessibles en magasin, au téléphone et sur Internet, pour répondre aux questions plus pointues que le consommateur pourrait avoir.

En outre, au moment de son abonnement, Bell prend soin d'indiquer par écrit les informations indispensables quant aux services dans les premières pages personnalisées du contrat et ces pages sont systématiquement revues avec le consommateur.

Vous n'êtes sans doute pas sans savoir que plusieurs termes différents sont employés pour parler d'accès à Internet via le réseau d'un fournisseur de services sans fil mobile. «Données», «Internet mobile», «transmission» et «utilisation» de données, «blocs» de données, «options» de données, les qualificatifs concernant le réseau sont également très techniques. Les unités de mesure employées (Ko, Kb, KB, Mo, Mb, Go) et la façon dont est calculée et expliquée la tarification des données varie également d'un fournisseur à l'autre.

Nous avons demandé à nos répondants s'ils trouvaient que les termes employés pour parler des données devaient être uniformisés : une majorité écrasante de 89,2 % a répondu par l'affirmative.

14. Selon vous, le fait d'uniformiser les termes employés pour mesurer, quantifier et décrire les données est-il faisable et souhaitable pour les consommateurs?

Bell prend beaucoup de soin à utiliser les unités de mesures appropriées pour exprimer les capacités de données soit « Mo » et le « Go », que cette capacité d'utilisation fasse partie d'un forfait ou d'une option.

15. Certaines entreprises de télécommunications sont plus proactives que d'autres quand il est question d'informer les consommateurs au sujet de l'usage de données sur leur appareil. L'uniformisation des pratiques de l'industrie en ce qui a trait à l'information offerte aux consommateurs pour choisir leurs options de données et surveiller leur consommation devrait-elle être une solution envisageable?

L'industrie des télécommunications sans fil est dynamique et concurrentielle. Dans ce cadre, en réponse aux besoins des consommateurs, Bell a développé et rendu accessible des outils d'information, et ce, sans l'intervention d'une autorité gouvernementale. À cet effet, nous vous référons à notre réponse à la question 2 pour la description de ces outils. D'ailleurs, le CRTC est l'organisme indiqué pour déterminer si d'autres mesures sont requises à ce niveau.

Certaines pistes de solutions font l'objet de réflexion auprès d'autorités règlementaires, notamment devant le CRTC. L'ébauche du code obligatoire pour les services sans fil suggère notamment la désactivation obligatoire des données sur les appareils des consommateurs qui n'ont pas souscrit à une option de données. Le code suggère également des notifications obligatoires lorsque le consommateur atteint certains seuils de sa limite d'utilisation et suggère également des plafonds configurables au-dessus desquels l'accès aux données sera bloqué.

16. La voie règlementaire semble actuellement être une solution envisagée par le CRTC. Selon vous, une réglementation élaborée par le Conseil est-elle la meilleure façon de régler les problèmes concernant l'information offerte aux consommateurs? Quelle est, selon vous, la meilleure solution pour régler les problèmes rencontrés par les consommateurs?

Depuis le début des démarches entreprises par le CRTC dans la mise en place d'un code obligatoire pour les fournisseurs de services sans fil mobiles, Bell estime que ce code doit mettre un terme à la confusion résultant de l'élaboration de règles par différentes juridictions. En effet, ce code devrait instaurer une réglementation unique, avec une portée nationale, au bénéfice des consommateurs et des fournisseurs de services.

En conclusion

Nous n'avons pas de question sur ce sujet précis dans notre sondage, mais certains répondants nous ont confié ne pas se renseigner auprès de commerçants, et ce, parce qu'ils ont de la

difficulté à leur faire confiance. Dans un même ordre d'idée, le rapport annuel 2010-2011 du CPRST mettait en lumière le fait que certains consommateurs ne font pas confiance aux outils de mesure de données des fournisseurs.

17. **Vous semble-t-il important que les consommateurs fassent confiance aux fournisseurs de services et autres commerçants? Si oui, comment créer un lien de confiance et le maintenir?**

    La viabilité de l'industrie des télécommunications sans fil dépend de la confiance des consommateurs. Dans ce contexte, Bell déploie des efforts considérables afin de se mériter cette confiance en offrant des services qui sauront répondre aux attentes des consommateurs.

18. **Entre temps, croyez-vous que la création d'outils et de documentation indépendante pourrait aider les consommateurs à être correctement informés sur l'utilisation et la gestion des données mobiles? À titre d'exemple, est-ce que l'usage d'une source indépendante permettant de comparer les prix des différents services mobiles ou une source indépendante permettant de surveiller la consommation de données serait des solutions envisageables, à la fois pour pallier le manque de confiance des consommateurs et pour faciliter leur compréhension de l'information offerte?**

    Nous sommes confiants qu'avec les initiatives déjà mises en place par Bell, et les mesures du CRTC que nous avons appuyées, les consommateurs sont et continueront d'être bien informés sur l'utilisation et la gestion des données mobiles.

Nous vous remercions de votre collaboration.
Veuillez nous retourner le questionnaire complété à :

UNION DES CONSOMMATEURS
Sophy Lambert-Racine, analyste télécommunications, radiodiffusion, inforoute et vie privée
T : 514 521-6820 poste 253
C : Slambert-racine@uniondesconsommateurs.ca

Bienvenue chez Bell

Merci d'avoir choisi Bell comme fournisseur de services. Vous trouverez ci-dessous des informations utiles qui vous aideront à utiliser tous vos services dès maintenant. Un conseiller aux ventes se fera un plaisir de les regarder avec vous.

La base

Centre de messages

Rien de plus facile que de configurer votre Centre de messages (messagerie vocale). Il vous suffit de maintenir enfoncée la touche 1 de votre téléphone mobile et de suivre les commandes vocales. Si vous souhaitez le configurer à partir d'une ligne résidentielle, vous aurez besoin du mot de passe temporaire que vous trouverez sur votre entente de service. Pour en apprendre davantage sur le Centre de messages, visitez bell.ca/guidededemarrage.

Courriel

Si votre forfait comprend l'utilisation de données, vous pouvez configurer votre courriel personnel avec Windows Live^MC Hotmail, Yahoo^MD Mail, Gmail^MC et plus encore. La configuration de courriel varie selon l'appareil. Pour plus d'information sur la configuration de courriel spécifique à votre appareil, visitez bell.ca/guidededemarrage.

Gérez votre compte en tout temps

Téléchargez l'application

Gérez votre compte de partout grâce à l'application Libre-service de Bell. Vous pourrez ainsi mettre à jour votre solde, payer des factures, modifier vos contacts du forfait Mes Cinq ou Mes Dix ou ajouter des options directement de votre téléphone. Recherchez l'application dans toutes les boutiques d'applications en ligne en utilisant le mot clé « Bell ».

Gérez votre compte en ligne

Vous pouvez également créer votre compte Mon Bell en ligne et obtenir plus d'options libre-service. Vous pourrez ainsi visionner votre historique mensuel de facturation et votre utilisation non facturée, gérer vos services et plus encore. Pour vous inscrire, visitez bell.ca/monbell.

Encore plus de façons de gérer votre compte

Par exemple: 1) à partir du navigateur mobile sur votre téléphone, 2) en envoyant sans frais un message texte au 46368 (INFOT) ou 3) en appelant nos services aux clients pendant les heures normales d'ouverture. Pour en savoir plus sur ces options, visitez bell.ca/optionslibreservice.

Conseils à conserver

Première facture

Le montant de votre première facture peut être plus élevé que prévu car celle-ci peut inclure des frais uniques que vous ne retrouverez pas sur vos factures subséquentes.
Votre première facture peut inclure:

- Des frais uniques d'activation.
- Les frais de votre forfait et de vos options pour le mois suivant.
- Des frais partiels ou calculés au prorata. Ceux-ci sont applicables sur la période allant de la date d'activation de votre appareil, jusqu'à la date de facturation.

Pour plus d'information, visitez bell.ca/facturesansfil.

À l'étranger

Avec Bell, vous profitez d'une couverture dans plus de 200 pays. Pour en savoir davantage sur l'utilisation de votre appareil lorsque vous voyagez ou pour de plus amples renseignements sur le service et la couverture et savoir comment économiser sur vos frais d'itinérance, visitez bell.ca/couverture. Avant de partir à l'étranger, veuillez communiquer avec nous en composant *611 depuis votre appareil ou encore le 1 800 667-0123 afin d'obtenir la confirmation que votre service d'itinérance internationale est activé.

Garantie

Chaque appareil mobile de Bell est offert avec une garantie du fabricant de 12 mois. Pour prolonger votre couverture, vous pouvez opter pour le programme de garantie accrue du plan Entretien de téléphone mobile/intelligent lorsque vous achetez votre appareil. Votre facture constitue votre preuve d'achat si des réparations sont requises. Veuillez en conserver une copie pour vos dossiers. Pour plus de détails, visitez bell.ca/garantie.

Pour plus d'information sur ce que vous pouvez faire avec votre appareil, visitez bell.ca/guidededemarrage.

Microsoft^MC, Windows Phone, Windows Live^MC et Hotmail sont des marques de commerce du groupe d'entreprises Microsoft. Gmail est une marque déposée de Google Inc.

Bell

Merci d'avoir choisi Bell Mobilité.

Voici quelques conseils pratiques pour vous aider à profiter au maximum de votre expérience mobile.

Gérez votre compte depuis votre appareil.

L'application Libre-service est facile à utiliser et peut vous aider à faire ceci :

- Modifier les renseignements sur votre compte
- Vérifier votre utilisation des services voix, de données et de messagerie texte
- Ajouter des options à votre compte
- Vérifier les renseignements sur votre forfait

Cliquez simplement sur l'icône Libre-service préinstallée sur votre téléphone ou téléchargez-la gratuitement de votre boutique d'applications en tapant le mot-clé « Bell ».

Vous avez besoin d'aide pour obtenir l'application Libre-service? Rendez-vous à l'adresse **bell.ca/applicationlibreservice**

Familiarisez-vous avec votre appareil.

Découvrez comment utiliser votre téléphone grâce à nos ressources en ligne utiles, y compris des tutoriels pas à pas et des guides de l'utilisateur. Rendez-vous à l'adresse **bell.ca/soutienappareil**

GÉREZ VOTRE COMPTE EN LIGNE

Inscrivez-vous simplement sur le portail MonBell et vous pourrez faire ceci :

- Modifier votre forfait
- Vérifier votre solde
- Vérifier votre utilisation des services voix, de données et de messagerie texte

Configurer votre compte en ligne, c'est facile :

- Rendez-vous à l'adresse **bell.ca/inscription**
- Entrez votre numéro de compte ou votre numéro de téléphone mobile
- Suivez les instructions à l'écran

VOS RENSEIGNEMENTS DE FACTURATION

Le montant de votre premièrefacture sera plus élevé que celui des factures subséquentes. Voici pourquoi :

- Les frais mensuels et tous les services ajoutés sont facturés un mois à l'avance
- Votre facture comportera également des frais partiels calculés à partir du jour de l'activation de votre service, jusqu'à la date de facturation
- S'il y a lieu, des frais pour la facture papier s'appliqueront

Conseil : vous pouvez contribuer à protéger l'environnement et économiser 2 $/mois en demandant la facturation sans papier une fois que votre compte sera inscrit sur le portail MonBell

Pour en savoir plus sur votre première facture, rendez-vous à l'adresse **bell.ca/guidededemarrage** puis cliquez sur « Votre facture Mobilité ».

POUR FAIRE UN PAIEMENT

Bell vous offre plusieurs moyens faciles de faire un paiement :

- En ligne avec MonBell
- Depuis votre appareil avec l'application Libre-service
- Par prélèvements automatiques sur carte de crédit
- Au moyen du service bancaire en ligne – inscrivez votre compte comme étant une facture à payer et faites des paiements mensuels (vous aurez besoin de votre numéro de client Bell Mobilité, qui figure dans le coin droit supérieur de votre facture)

Pour en savoir plus sur les paiements, rendez-vous à l'adresse **bell.ca/paiement**

1.3 TELUS, REMISES À UC LE 12 AVRIL 2013

union des consommateurs

Consumer Use of Mobile Data

QUESTIONNAIRE

1. Generally, do you think consumers are correctly informed about the use of mobile data when buying a smart phone, a tablet, or a USB Internet access key?

Les consommateurs achètent des téléphones intelligents, des tablettes ou des clés Internet parce qu'ils veulent profiter des avantages que procure le service de données mobile. Ils décident du type d'appareils à acheter et de la façon dont ils l'utilisent. En fait, la nature même des appareils connectés à Internet aujourd'hui repose sur le fait que le fournisseur de services mobiles ne contrôle pas l'utilisation des appareils de consommateurs et qu'il ne peut pas le faire. Cependant, TELUS fournit des renseignements détaillés et un grand éventail d'outils afin d'aider ses clients à gérer efficacement leur utilisation de données, comme nous l'expliquons ci-dessous.

2. Does your organization offer consumers information about mobile data? If so, please summarize the type of information disclosed and the method of disclosure.

TELUS offre aux consommateurs des renseignements sur la transmission de données mobile grâce à trois moyens principaux : en magasin, en ligne et à l'aide de la plus vaste gamme d'outils de gestion de l'utilisation de l'industrie.

1. En magasin – Nos représentants discutent avec chaque client de ses besoins prévus en matière d'utilisation de données dans le cadre du processus visant à déterminer le forfait qui lui convient le mieux. Si un client (qu'il soit nouveau ou existant) ne connaît pas bien l'utilisation des données mobiles, nous offrons des séances de formation individuelles de 45 minutes dans nos Centres de formation en magasin (https://www.telusmobility.com/fr/QC/Learning-Centre).

2. En ligne – TELUS fournit des renseignements détaillés sur son site web, notamment :

- Du soutien – Pour démarrer – Comprend de l'information sur l'utilisation de l'appareil et sur la façon de gérer l'utilisation des données, et fournit des liens vers des renseignements détaillés et propres à chaque appareil dans le Centre de formation en ligne (y compris un accès pratique aux guides de l'utilisateur du fabricant) http://www.telusmobility.com/fr/QC/Getting_started/whb_post_using_your_device.shtml.

- Un calculateur de données – Afin d'aider les clients à évaluer leur utilisation de données, nous proposons un calculateur de données convivial pouvant être personnalisé selon l'appareil du client, par exemple un téléphone intelligent, un appareil BlackBerry ou

6226 Saint-Hubert, Montreal, Quebec, Canada H2S 2M2
T: 514 521 6820 | Toll free: 1 888 521 6820 | F: 514 521 0736
union@consommateur.qc.ca | www.consommateur.qc.ca/union

une clé Internet : http://www.telusmobility.com/fr/QC/mobile_internet_guide/data_calculator.shtml. Une autre page montre ce que les différents forfaits permettent de faire en matière d'utilisation de données mobiles : http://www.telusmobility.com/fr/QC/mobile_internet_guide/descr1.shtml. Nous fournissons des renseignements similaires pour aider les clients qui voyagent à l'étranger à évaluer leur utilisation de données : www.telusmobility.com/fr/QC/International/TELUS-D-internat-data-use-guide.shtml.

3. Outils de gestion de l'utilisation de données – TELUS offre une gamme d'outils en ligne et sur l'appareil afin d'aider ses clients à gérer leur utilisation des données mobiles, tant au Canada qu'à l'étranger.

Mon compte TELUS – Les clients de TELUS peuvent accéder à leur utilisation de la transmission de la voix, de la messagerie texte et des données en ligne ou directement à partir de leur téléphone intelligent à l'aide de notre application Mon compte TELUS (http://www.telusmobility.com/fr/QC/TELUS-Mobile-Account/index.shtml). Au lancement de l'application, l'utilisateur voit d'abord l'icône Utilisation. En cliquant dessus, il accède à un écran très simple comportant trois sections : Données, Messagerie et Minutes de temps d'antenne. L'utilisation de données est exprimée en mégaoctets (Mo) utilisés et affiche tout montant exigible (c.-à-d. pour l'utilisation excédentaire, le cas échéant). Les clients qui souhaitent consulter régulièrement la somme de leur utilisation de données n'ont qu'à télécharger et à installer cette application gratuite pour la consulter lorsqu'ils le souhaitent. Les mêmes renseignements sont également accessibles à l'aide d'un navigateur web s'il est plus pratique pour le client de les consulter de cette façon.

Avis d'utilisation de données – Pour aider les clients à éviter des frais excédentaires, nous envoyons une série de messages texte lorsqu'ils atteignent certains seuils d'utilisation. TELUS envoie un message texte à tout utilisateur d'un téléphone mobile ou intelligent ou encore d'une clé Internet mobile dès l'instant où il s'apprête à dépasser l'utilisation de données comprise dans son forfait ou les options de données dont il dispose. (http://www.telusmobility.com/fr/QC/Data-Notifications/).

- Les avis d'utilisation de données permettent aux clients de gérer leur utilisation afin qu'ils puissent ajuster leur ensemble de transmission de données s'il y a lieu.
- Si le client a opté pour un forfait à utilisation de données, nous l'aviserons lorsqu'il aura utilisé 75 % et 95 % (le cas échéant) de son lot de données afin qu'il puisse changer son forfait de données ou rectifier son utilisation en conséquence.
- Si le client a opté pour la transmission de données payable à l'utilisation, nous l'aviserons lorsqu'il aura atteint une valeur de 10 $, puis, le cas échéant, de 50 $. Il pourra alors décider d'augmenter sa limite de données ou de modifier son utilisation en conséquence.
- Les avis d'utilisation des données sont gratuits.
- Les avis d'utilisation des données sont compatibles avec tous les appareils 3G et 4G de TELUS.

- Le client peut refuser de recevoir des avis. Pour ce faire, il peut accéder à son compte TELUS. S'il n'a pas de compte, il peut en ouvrir un.
- Le service d'avis d'utilisation de données sera activé par défaut à moins que le client ait opté pour un forfait Valeur sûre ou un forfait Haute vitesse mobile flexible ou encore une option de fusion ou de partage de données.
- Si son forfait comprend un lot de données au Canada seulement, le client recevra un avis lorsqu'il aura utilisé 75 % et 95 % (le cas échéant) du lot de données qui lui est alloué.
- Si son forfait comprend un lot de données, le client sera avisé lorsqu'il aura atteint une valeur de 10 $ et de 50 $ au-delà de sa limite d'utilisation de données.
- Si le client utilise une clé Internet mobile, il recevra des avis dans son gestionnaire de connexion.
- Si le client est sur le point d'atteindre sa limite d'utilisation de données, il peut songer à changer de forfaits ou d'options de transmission de données.
- La quantité de données envoyées et reçues au moyen de l'appareil est mesurée en kilo-octets (Ko) et indiquée en méga-octets (Mo) sur la facture. 1024 Ko = 1 Mo. 1 024 Mo = 1 Go.

Pour les clients qui le souhaitent, nous proposons des forfaits de données flexibles qui éliminent les frais d'utilisation excédentaire traditionnels. En effet, quand un client abonné à un forfait de données flexible dépasse la limite normale de données dans un mois donné, son forfait passe à la tranche tarifaire suivante pour ce mois seulement et revient ensuite à sa tranche habituelle le mois suivant. De plus amples renseignements se trouvent à la page suivante : http://www.telusmobility.com/fr/QC/mobile_internet_guide/data_flex.shtml.

TELUS offre également une vaste gamme d'avis et de protections aux clients qui voyagent à l'extérieur du Canada. De plus amples renseignements sur les seuils d'utilisation auxquels sont envoyés les avis se trouvent à la page suivante : http://www.telusmobility.com/fr/QC/International/enhanced-data-notifications-and-international-data-blocking.shtml. TELUS va plus loin que la plupart des fournisseurs et bloque l'utilisation des données à certains seuils. Le client doit alors confirmer qu'il souhaite continuer d'utiliser le service en itinérance. Comme un père de Vancouver, Matt Buie, l'a récemment découvert à la dure, non seulement le tarif des services d'itinérance payables à l'usage de TELUS au Mexique est six fois inférieur à ceux de Fido, mais TELUS aurait bloqué l'utilisation des données de son fils à 200 $, ce qui aurait empêché les frais de M. Buie d'atteindre 22 000 $ et la facture de 2 200 $ qu'il a reçue à son retour (consultez l'article à : http://www.cbc.ca/news/canada/british-columbia/story/2013/03/01/bc-rogers-roaming.html).

3. Do you apply specific procedures for informing your customers (in store and/or by phone) about access to mobile data? For example, do you ensure that some information is systematically disclosed by salespersons? If so, what information?

Nos représentants discutent avec chaque client de ses besoins prévus en matière d'utilisation des données dans le cadre du processus visant à déterminer le forfait qui lui convient le mieux. D'autres renseignements sur l'utilisation de données en général se trouvent sur notre site web, comme nous l'avons mentionné plus haut. Si un client ne connaît pas bien l'utilisation de données mobiles, nous offrons des séances de formation individuelles de 45 minutes dans nos Centres de formation, comme nous l'avons expliqué précédemment.

As part of our survey, we asked respondents to tell us where they got their information about mobile data before making their purchase. Half of them (50%) said they received their information from their service provider. A minority were informed by their device manufacturer or by a salesperson in a department store (both categories totalling 26.7%). One third of respondents (30.9%) said they obtained no information from merchants.

4. Do you think that merchants are responsible for informing customers diligently and fully about the use, monitoring and control of mobile data, or rather that consumers are responsible for obtaining information on their own?

Selon notre expérience, la plupart des consommateurs qui achètent un téléphone intelligent, une tablette ou une clé Internet savent comment ces appareils fonctionnent et où trouver l'information quand ils en ont besoin. Les consommateurs qui ne savent pas trop comment fonctionne l'utilisation de données mobiles devraient le mentionner et le fournisseur devrait leur fournir les renseignements nécessaires à ce moment-là. Comme nous l'avons indiqué ci-dessus, non seulement TELUS communique un large éventail de renseignements, mais elle consacre également 45 minutes avec les consommateurs qui souhaitent en apprendre davantage sur leur appareil mobile.

Nous tenons à souligner que pour être statistiquement significatif, le chiffre de 30,9 % cité ci-dessus devrait être réparti entre les consommateurs qui ont eu besoin de recevoir cette information et ceux qui n'en ont pas eu besoin. On pourrait considérer ces derniers comme « n'ayant obtenu aucune information auprès des commerçants » parce qu'ils ne l'ont peut-être pas demandé. La plupart des utilisateurs de téléphones intelligents sont expérimentés et, soit n'ont pas besoin d'être informés sur les données mobiles par le fournisseur ou le fabricant, soit peuvent trouver l'information dont ils ont besoin sur Internet. En excluant ces consommateurs du chiffre de 30,9 %, ceux qui n'auraient reçu aucune information ne seraient que très peu nombreux. En ce qui concerne ces consommateurs, le problème n'est probablement pas un manque d'information accessible auprès des commerçants (ce n'est certainement pas le cas de TELUS), mais plutôt le fait de ne pas savoir que ces renseignements sont accessibles. Le client n'a qu'à demander à être dirigé vers cette information.

Cette question suppose que la connectivité aux données mobiles soit une chose à craindre, mais comme nous l'avons indiqué plus haut, cette connectivité est exactement ce que recherchent les acheteurs de téléphones intelligents, de tablettes et de clés Internet. Le fait de traiter chaque acheteur de ce type d'appareils comme s'il ne savait pas les utiliser conduirait probablement à une grande insatisfaction de leur part.

5. **Please name all those you think are responsible for correctly informing consumers about the way to use and monitor data consumption. Those actors may include service providers, retailers, manufacturers, government organizations, etc.**

Les consommateurs sont responsables de se renseigner sur la façon d'utiliser leurs appareils, mais les fabricants et les fournisseurs devraient rendre l'information accessible pour les aider à le faire – et ils le font. Les détaillants qui ne sont pas fournisseurs peuvent avoir plus de difficulté à jouer ce rôle, mais ils devraient orienter les consommateurs vers les renseignements disponibles auprès des fabricants et des fournisseurs qu'ils représentent au détail – et ils le font. Si le gouvernement ou les groupes de défense des consommateurs décidaient de jouer un rôle dans l'accessibilité de ces renseignements, TELUS ne s'y opposerait certainement pas, mais il serait important de veiller à ce que cette information soit à jour et exacte.

6. **Are you often confronted by consumers complaining about bills they find too high regarding mobile data usage? Generally, how have you tried to solve their problems (if applicable)?**

Étant donné que TELUS gère près de 8 millions de connexions mobiles, il faut dire que les problèmes liés aux frais de données mobiles sont très rares. Lorsque nous devons en facturer, nous tentons d'aider les clients autant que possible et, surtout, nous leur apprenons à éviter que de tels problèmes ne se reproduisent.

[REMARQUE : Est-ce que quelqu'un peut ajouter une touche Les clients d'abord ici?]

The annual reports of the Commissioner for Complaints for Telecommunications Services (CCTS) point out the many consumer complaints regarding wireless services. The 2010-2011 report emphasizes the difficulties encountered by consumers in monitoring, calculating and understanding their data usage. The report notably indicates that many consumers exceeded their allowed data usage, because some applications operate in the background, "with the customer having no idea that these applications were regularly conducting operations that consumed significant amounts of data."

The answers to two of our survey's questions appear to confirm this trend. We asked respondents when they learned that some applications could consume data in the background. The majority (63.8%) of respondents did not know this when buying their smart phone. In addition, only half (50.4%) of respondents said they already knew at the time of purchase that data access is usually activated by default on smart phones.

7. Are you concerned that many consumers are not aware of this basic information about data use?

Comme nous l'avons remarqué lors de l'audience traitant du code sur les services sans fil du CRTC, le phénomène des applications pour téléphones intelligents qui fonctionnent et qui utilisent des données en arrière-plan est courant. Toutefois, nous tenons à souligner que la nature des appareils mobiles actuels, qui constituent essentiellement de petits ordinateurs personnels, repose sur le fait que le consommateur contrôle les applications qu'il installe et la façon dont elles sont configurées. Tout comme les consommateurs maîtrisent les applications qu'ils installent sur leur ordinateur personnel et sont responsables de l'utilisation et des frais de données qui y sont associés, ils le sont également lorsqu'il est question de leurs appareils mobiles. Étant donné que les fournisseurs ne sont pas en mesure de maîtriser les applications que les consommateurs utilisent (et que les consommateurs ne souhaitent pas que les fournisseurs le fassent), les fournisseurs ne sont pas en mesure de contrôler l'utilisation de données en arrière-plan non plus. Cependant, TELUS s'efforce d'aider ses clients à comprendre leur appareil et l'utilisation des données par les applications en fournissant des tableaux de bord en ligne et sur l'appareil, ainsi que des avis gratuits relatifs à l'utilisation de données.

8. Have you considered solutions to ensure that consumers are correctly informed about the operation of their mobile devices and about data transfer? If so, what solutions? Have you implemented them?

Comme nous l'avons indiqué ci-dessus, TELUS a investi dans de nombreux outils afin d'aider les consommateurs à se renseigner sur leur appareil et leur utilisation des données.

9. Have you considered solutions to prevent consumers from subscribing to data plans without knowing their actual usage limits? If so, what solutions? Have you implemented them?

Les téléphones intelligents, les tablettes et les clés Internet sont des appareils électroniques pour consommateurs naturellement axés sur la transmission de données. Les déclarations affirmant que les fournisseurs devraient les vendre en désactivant la transmission de données ou suggérant que les consommateurs qui les achètent ne savent pas qu'ils sont conçus pour fournir une connectivité de transmission de données ne sont pas logiques. Comme nous l'avons indiqué plus haut, les besoins d'un client en matière de transmission de données sont abordés au point de vente dans le cadre du processus visant à déterminer le forfait qui convient le mieux au client.

10. Have you considered solutions to ensure that consumers know about ways to monitor or control their data usage? If so, what solutions? Have you implemented them?

Voir ci-dessus.

The majority of respondents to our survey opined that the information offered by service providers and retailers could be improved. Over 60% of respondents said they wanted to obtain more information about data usage, transfer and pricing, and about tools for monitoring and controlling data usage. In addition, a substantial proportion of respondents (44.1%) answered in the negative when asked if the information they received before and during a purchase was sufficiently clear and accessible for choosing the package or data option that would best meet their needs.

11. Should the industry, or certain regulatory authorities, work harder to ensure better consumer information?

TELUS s'intéresse toujours à ce type de commentaires, et les gens concernés au sein de l'entreprise en ont été informés. Il peut être parfois difficile d'informer les clients sans les submerger de renseignements dès le début de notre relation avec eux. Il est important pour nous, cependant, que les renseignements utiles soient à la disposition des clients quand ils en ont besoin et nous sommes toujours à la recherche de moyens de rendre cette information plus accessible.

Consumer behaviour can be affected by certain types of information about Internet access on a smart device – for example, information about: data activation/deactivation, background data consumption, all uses that consume data, Wi-Fi networks, data usage charges, overage charges, roaming data charges, ways of monitoring data usage, etc. Some of this information is hardly visible in the documentation offered by service providers. For example, some online information is found in website sections that will not necessarily be consulted by a customer before making a purchase and starting to use a device.

12. In your view, what information definitely must be offered and indicated visibly by the provider or retailer, on websites and brochures, to minimize unforeseen data charges?

Il est clair que les différents médias, comme la publicité, l'affichage et la documentation en magasin ou encore les sites web, offrent diverses possibilités pour communiquer l'information. Les lois sur la publicité énoncent déjà les renseignements importants qui doivent être fournis. Comme nous l'avons indiqué, les brochures sont souvent à la disposition des clients dans les points de vente au détail, mais il fait nul doute que la tendance s'éloigne du papier et se tourne vers l'information en ligne. En fait, plusieurs consommateurs préfèrent l'information en ligne. Étant donné que le sujet dont il est question, soit l'utilisation de données, est intrinsèquement lié à Internet et aux appareils pouvant être utilisés pour accéder à Internet, la préférence des consommateurs et la convenance des deux parties sont en faveur de l'information en ligne.

Dans le cas où un consommateur achète un téléphone intelligent et qu'il ne connaît pas bien la façon dont ce type d'appareils fonctionne, TELUS lui offre une séance individuelle de 45 minutes afin de lui montrer comment tirer le maximum de son appareil et de répondre à ses questions. Cela dit, TELUS ne demande pas aux représentants d'offrir cette formation à tous les clients. Nous croyons qu'il s'agit d'un bon équilibre entre le fait de rendre l'information accessible et celui de laisser les consommateurs choisir la quantité d'information à laquelle ils souhaitent accéder et à quel moment ils souhaitent le faire.

13. Do you find it problematic that some information is displayed only in very small characters, that some paragraphs are masked by default on a Web page, or that information is only accessible through multiple hyperlinks (or website addresses, in the case of brochures)? Do you think these practices can induce customers not to acquire all the information that would be necessary for them to make informed choices?

TELUS s'efforce de rendre accessible aux clients potentiels toute l'information utile autant que possible. Nous souhaitons qu'ils deviennent des clients et, une fois qu'ils le sont, qu'ils demeurent des clients satisfaits. Cependant, nous ne pouvons pas parler pour les autres fournisseurs.

No doubt you know that a variety of terms is used for referring to Internet access through a service provider's wireless network: "data," "mobile Internet," data "transmission" and "usage," "data blocks," "data options"; the terms referring to the network itself are also very technical. The units of measurement used (Ko, Kb, KB, Mo, Mb, Go, Gb) and the way of calculating and explaining data pricing also vary from one provider to another.

We asked our respondents if they thought the terms used for referring to data should be made uniform; an overwhelming majority of 89.2% answered in the affirmative.

14. In your view, would uniformity among the terms used for measuring, quantifying and describing data be feasible and in consumers' interest?

TELUS ne s'oppose pas à la normalisation des unités d'utilisation de données. Une telle normalisation pourrait imposer une certaine uniformité des activités à laquelle certains fournisseurs pourraient s'opposer, mais elle serait sans doute utile pour les consommateurs. Il suffirait de s'entendre sur les modalités, un sujet difficile à aborder pour les fournisseurs eux-mêmes et sur lequel il est difficile de s'entendre pour des raisons de concurrence.

15. Some telecommunications companies are more proactive than others for informing consumers about data usage on their device. Should standardizing industry

practices be considered as a solution, regarding information offered to consumers for choosing their data options and monitoring their data consumption?

De telles pratiques découleront probablement de l'instance du CRTC sur l'établissement d'un code sur les services sans fil, une initiative que TELUS appuie.

Some possible solutions are being considered by regulatory authorities, particularly the CRTC. The draft mandatory code for wireless services notably suggests mandatory deactivation of data on devices used by consumers who have not subscribed to a data option. In addition, the code suggests mandatory notices when a consumer attains certain levels toward his usage limit; it also suggests configurable ceilings beyond which data access will be blocked.

16. **The regulatory path currently seems to be a solution considered by the CRTC. In your view, are CRTC regulations the best way to solve consumer information problems? What do you think is the best solution for solving the problems encountered by consumers?**

Comme nous l'avons indiqué, un processus du CRTC est en cours. Le CRTC constitue l'organisme national de réglementation des services de télécommunications et se prononcera bientôt sur les renseignements qui doivent être fournis (portant sur plusieurs préoccupations des consommateurs, pas seulement l'utilisation de données). Les fournisseurs seront libres d'aller au-delà des règles de base que le CRTC mettra au point et TELUS s'attend à ce qu'ils le fassent.

In conclusion

Our survey contains no question on this specific subject, but some respondents admitted that they don't request information from merchants due to lack of trust. In the same vein, the annual CCTS report for 2010-2011 pointed out that some consumers don't trust providers' data measurement tools.

17. **Do you think it important that consumers trust service providers and other merchants? If so, how could a relationship of trust be created and maintained?**

Oui. La confiance se gagne avec le temps et dépend d'interactions positives. Les fournisseurs concurrents doivent bâtir cette confiance avec leurs clients ou alors ceux-ci passeront à un autre fournisseur. Comme dans tout secteur d'activité, les fournisseurs qui ne s'intéressent pas à l'établissement de cette confiance peuvent s'attendre à souffrir sur le marché.

18. **Meanwhile, do you think that an independent creation of tools and documentation could help consumers be properly informed about the use and management of mobile data? For example, should using an independent source for comparing the**

prices of different mobile services, or for monitoring data consumption, be considered as possible solutions, both to compensate for consumers' lack of trust and to facilitate their understanding of the information provided?

TELUS ne s'opposerait pas à l'élaboration d'outils et de documents indépendants sur l'utilisation des données mobiles, mais il serait important qu'ils soient fondés sur des renseignements à jour et exacts.

Thank you for your cooperation.
Please return the completed questionnaire to:

UNION DES CONSOMMATEURS
Sophy Lambert-Racine,
analyst for telecommunications, broadcasting, information highway and privacy
Tel.: 514 521-6820 ext. 253
E-mail: Slambert-racine@uniondesconsommateurs.ca

ANNEXE 2. RÉPONSES ÉCRITES INTÉGRALES DU CRTC

2.1 CRTC, REMISES A UC LE 25 MARS 2013.

union des consommateurs

Usage des données mobiles par les consommateurs

QUESTIONNAIRE

1. **De façon générale, considérez-vous que les consommateurs sont correctement informés au sujet de l'usage de données mobiles, lorsqu'ils achètent un téléphone intelligent, une tablette, ou une clé USB d'accès Internet?**
   Dans le cadre de l'instance portant sur l'élaboration d'un code obligatoire pour les services sans fil, le conseil a entendu des consommateurs qu'ils ont besoin de plus de renseignements sur ce sujet.

2. **Est-ce que votre organisation offre aux consommateurs des renseignements au sujet des données mobiles? Si oui, veuillez expliquer sommairement le type d'information qui est divulgué, et le mode de divulgation?**
   Le Conseil travaille en ce moment sur des ressources informationnelles, mais actuellement nous n'avons pas de renseignements disponibles.

Dans le cadre de notre sondage, nous avons demandé aux répondants de nous indiquer auprès de quelle source ils s'étaient renseignés au sujet des données mobiles avant de procéder à leur achat. La moitié d'entre eux (50,5 %) ont indiqué s'être renseignés auprès de leur fournisseur de service. Une minorité s'est renseignée auprès du fabricant de leur appareil, ou auprès d'un vendeur dans un magasin grande surface (les deux catégories regroupent 26,7 %). Le tiers des répondants (30,9 %) ont indiqué ne pas s'être renseignés auprès de commerçants.

3. **Considérez-vous qu'il est de la responsabilité des commerçants d'informer les clients de façon diligente et complète au sujet de l'utilisation, de la surveillance et du contrôle des données mobiles, ou qu'il relève plutôt de la responsabilité du consommateur de se renseigner lui-même?**
   La responsabilité doit être partagée entre le consommateur, le fournisseur de service et le commerçant (si ce dernier est une tierce partie). Les fournisseurs de service sont les experts dans l'utilisation et le contrôle des données mobiles; en revanche, les consommateurs doivent poser des questions sur ce qu'ils achètent afin de bien comprendre comment éviter des factures surprises.

4. **Veuillez nommer tous les acteurs à qui incombe selon vous, la responsabilité d'informer correctement le consommateur sur la façon d'utiliser et de surveiller la consommation de données. Cela peut inclure notamment les fournisseurs de services, commerces de détail, fabricants, organismes gouvernementaux, etc.**
   Le moment de l'achat est la première occasion pour le consommateur d'être bien informé; la responsabilité reste au moins en partie avec le fournisseur de service ainsi

6226, rue Saint-Hubert, Montréal (Québec) Canada H2S 2M2
T : 514 521 6820 | Sans frais : 1 888 521 6820 | F : 514 521 0736
union@consommateur.qc.ca | www.consommateur.qc.ca/union

que le commerce où l'achat a eu lieu. Pour combler les lacunes, les organismes de défense des consommateurs ainsi que des organismes gouvernementaux peuvent assister en rendant disponible d'autres ressources.

5. **Êtes-vous souvent confrontés à des consommateurs qui se sont plaints de factures qu'ils jugent trop élevées du fait de l'usage de données mobiles? De façon générale, de quelle façon avez-vous tenté de régler leurs problèmes (le cas échéant)?**
   Les plaintes au sujet des données mobiles sont traitées par le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST). Le Conseil encourage les consommateurs de contacter leur fournisseur de service en premier lieu, et faire le suivi avec le CPRST s'ils ne sont toujours pas satisfaits.

Les rapports annuels du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST) font état des nombreuses plaintes de consommateurs relativement aux services sans fil. Le rapport 2010-2011 souligne les difficultés que les consommateurs rencontrent lorsqu'il s'agit de surveiller, calculer et comprendre leur utilisation de données. Le rapport indiquait notamment que beaucoup de consommateurs dépassaient leur limite permise de données, du fait que certaines applications fonctionnent en arrière-plan et que les clients n'ont pas «conscience de l'importante consommation de données générée par les opérations régulières effectuées par ces applications».

Les réponses à deux questions de notre sondage semblent confirmer cette tendance. Nous avons demandé aux répondants à quel moment ils avaient appris que certaines applications pouvaient consommer des données en arrière-plan. La majorité (63,8 %) des répondants ne le savaient pas au moment d'acheter leur appareil intelligent. De plus, la moitié seulement des répondants (50,4 %) ont indiqué qu'ils savaient déjà au moment de l'achat que l'accès aux données est habituellement activé par défaut sur les téléphones intelligents.

6. **Trouvez-vous qu'il est préoccupant que plusieurs consommateurs ignorent ces renseignements de base au sujet de l'usage de données?**
   C'est primordial que les consommateurs soient informés au sujet de la consommation des données. Les téléphones intelligents sont beaucoup plus complexes et rendent disponibles plusieurs services qui n'étaient pas communs auparavant; l'éducation du consommateur doit donc évoluer afin de suivre ces changements.

7. **Avez-vous envisagé des solutions pour vous assurer que les consommateurs soient correctement informés sur le fonctionnement de leurs appareils mobiles et du transfert de données? Si oui, quelles sont-elles? Les avez-vous mises en application?**
   Ceci fait partie des enjeux discutés dans le cadre de l'instance sur le code sans fil. Le Conseil ne peut pas répondre pendant qu'il considère ses décisions dans ce dernier.

8. **Avez-vous envisagé des solutions pour éviter que les consommateurs adhèrent à des plans de données sans en connaître les limites concrètes d'utilisation? Si oui, quelles sont-elles? Les avez-vous mises en application?**
Ceci fait partie des enjeux discutés dans le cadre de l'instance sur le code sans fil. Le Conseil ne peut pas répondre pendant qu'il considère ses décisions dans ce dernier.

9. **Avez-vous envisagé des solutions pour vous assurer que les consommateurs connaissent les moyens de surveiller ou contrôler leur utilisation de données? Si oui, quelles sont-elles? Les avez-vous mises en application?**

Ceci fait partie des enjeux discutés dans le cadre de l'instance sur le code sans fil. Le Conseil ne peut pas répondre pendant qu'il considère ses décisions dans ce dernier.

La majorité des répondants de notre sondage ont indiqué qu'il trouvait que l'information offerte par les fournisseurs de services et les commerces de détail pouvait être améliorée. Plus de 60 % des répondants ont indiqué vouloir obtenir plus d'information sur le fonctionnement de l'utilisation et du transfert de données, sur la tarification des données et sur les outils qui permettent de surveiller ou contrôler leur utilisation. De plus, une proportion importante de répondants (44,1 %) ont répondu par la négative, quand nous leur avons demandé si l'information qui leur a été transmise avant et au moment de l'achat était suffisamment claire et accessible pour choisir le forfait ou l'option de données qui correspond le mieux à leurs besoins.

10. **Un plus grand travail d'information pourrait-il être envisagé par l'industrie? Par certaines autorités règlementaires?**

Ceci fait partie des enjeux discutés dans le cadre de l'instance sur le code sans fil. Le Conseil ne peut pas répondre pendant qu'il considère ses décisions dans ce dernier.

Certains types d'information concernant l'accès à Internet sur un appareil intelligent peuvent avoir une incidence sur le comportement des consommateurs : information au sujet de l'activation/désactivation des données, information sur la consommation de données en arrière-plan, information sur l'ensemble des usages qui consomment des données, information sur les réseaux wi-fi, les frais de données à l'usage, les frais d'utilisation excédentaire, les frais de transmission de données en itinérance, les façons de surveiller l'utilisation de données, etc. Certains des éléments mentionnés ci-haut font l'objet d'une visibilité très inégale, dans la documentation offerte par les fournisseurs de services. Par exemple, certains des renseignements disponibles en ligne se trouvent dans des sections des sites Internet qui ne seront pas nécessairement consultées par le client avant que celui-ci ne procède à l'achat et commence à utiliser son appareil.

11. **Selon vous, quels renseignements devraient impérativement être offerts et indiqués visiblement par le fournisseur ou le commerçant de détail, sur les sites Internet et les brochures, afin de minimiser les frais de données imprévus?**
D'après les commentaires offerts par des Canadiens, toute information relative aux frais excédentaires est très importante. En même temps, les caractéristiques des appareils pour ce qui est de la consommation des données sont assez standardisées - les consommateurs doivent s'éduquer sur le fonctionnement de leurs téléphones intelligent, et la manière dont ils utilisent les données.

12. **Est-ce que le fait que certains renseignements ne sont affichés qu'en taille très petite, que certains paragraphes par défaut sur une page Web soient masqués ou que l'information ne soit accessible que par le biais de multiples hyperliens (ou d'adresses de sites Internet, dans les cas des brochures) vous semble problématique? Êtes-vous d'avis que ces pratiques peuvent inciter les consommateurs à ne pas prendre connaissance de toute l'information qui leur serait nécessaire pour faire des choix éclairés?**
Ceci fait partie des enjeux discutés dans le cadre de l'instance sur le code sans fil. Le Conseil ne peut pas répondre pendant qu'il considère ses décisions dans ce dernier.

Vous n'êtes sans doute pas sans savoir que plusieurs termes différents sont employés pour parler d'accès à Internet via le réseau d'un fournisseur de services sans fil mobile. «Données», «Internet mobile», «transmission» et «utilisation» de données, «blocs» de données, «options» de données, les qualificatifs concernant le réseau sont également très techniques. Les unités de mesure employées (Ko, Kb, KB, Mo, Mb, Go) et la façon dont est calculée et expliquée la tarification des données varie également d'un fournisseur à l'autre.

Nous avons demandé à nos répondants s'ils trouvaient que les termes employés pour parler des données devaient être uniformisés : une majorité écrasante de 89,2 % a répondu par l'affirmative.

13. **Selon vous, le fait d'uniformiser les termes employés pour mesurer, quantifier et décrire les données est-il faisable et souhaitable pour les consommateurs?**
Ceci fait partie des enjeux discutés dans le cadre de l'instance sur le code sans fil. Le Conseil ne peut pas répondre pendant qu'il considère ses décisions dans ce dernier.

14. **Certaines entreprises de télécommunications sont plus proactives que d'autres quand il est question d'informer les consommateurs au sujet de l'usage de données sur leur appareil. L'uniformisation des pratiques de l'industrie en ce qui a trait à l'information offerte aux consommateurs pour choisir leurs options de données et surveiller leur consommation devrait-elle être une solution envisageable?**
Une industrie concurrentielle laisse de la place aux entreprises de se différencier et inciter de la concurrence. En même temps, le Conseil regarde en ce moment la question

des renseignements de base qui devraient être en place pour les consommateurs en ce qui a trait aux données mobiles.

Certaines pistes de solutions font l'objet de réflexion auprès d'autorités règlementaires, notamment devant le CRTC. L'ébauche du code obligatoire pour les services sans fil suggère notamment la désactivation obligatoire des données sur les appareils des consommateurs qui n'ont pas souscrit à une option de données. Le code suggère également des notifications obligatoires lorsque le consommateur atteint certains seuils de sa limite d'utilisation et suggère également des plafonds configurables au-dessus desquels l'accès aux données sera bloqué.

15. **La voie règlementaire semble actuellement être une solution envisagée par le CRTC. Selon vous, une réglementation élaborée par le Conseil est-elle la meilleure façon de régler les problèmes concernant l'information offerte aux consommateurs? Quelle est, selon vous, la meilleure solution pour régler les problèmes rencontrés par les consommateurs?**
Ceci fait partie des enjeux discutés dans le cadre de l'instance sur le code sans fil. Le Conseil ne peut pas répondre pendant qu'il considère ses décisions dans ce dernier.

En conclusion

Nous n'avons pas de question sur ce sujet précis dans notre sondage, mais certains répondants nous ont confié ne pas se renseigner auprès de commerçants, et ce, parce qu'ils ont de la difficulté à leur faire confiance. Dans un même ordre d'idée, le rapport annuel 2010-2011 du CPRST mettait en lumière le fait que certains consommateurs ne font pas confiance aux outils de mesure de données des fournisseurs.

16. **Vous semble-t-il important que les consommateurs fassent confiance aux fournisseurs de services et autres commerçants? Si oui, comment créer un lien de confiance et le maintenir?**
C'est essentiel que les consommateurs et les fournisseurs de services aient des relations positives, basées sur les droits et les responsabilités des deux parties. Le Conseil est de l'avis que le code obligatoire pour les services sans fil pourra inciter du progrès à cet égard. En standardisant certains aspects des renseignements transmis, le code va promouvoir de la transparence de l'information, laquelle étant une condition préalable pour la confiance entre les consommateurs et leurs fournisseurs de service.

17. **Entre temps, croyez-vous que la création d'outils et de documentation indépendante pourrait aider les consommateurs à être correctement informés sur l'utilisation et la gestion des données mobiles? À titre d'exemple, est-ce que l'usage d'une source indépendante permettant de comparer les prix des différents services mobiles ou une source indépendante permettant de surveiller la consommation de données serait des solutions envisageables, à la fois pour**

pallier le manque de confiance des consommateurs et pour faciliter leur compréhension de l'information offerte?
Le Conseil supporte toujours l'accès à l'information et des renseignements qui peuvent aider les consommateurs dans leur prise de décisions.

Nous vous remercions de votre collaboration.
Veuillez nous retourner le questionnaire complété à :

UNION DES CONSOMMATEURS
Sophy Lambert-Racine, analyste télécommunications, radiodiffusion, inforoute et vie privée
T : 514 521-6820 poste 253
C : Slambert-racine@uniondesconsommateurs.ca

ANNEXE 3. LISTE DES SOURCES QUI ONT SERVI À L'ANALYSE DOCUMENTAIRE

3.1 BROCHURES ÉCRITES

3.1 BROCHURES ÉCRITES

Échantillon aléatoire de brochures : une pour chaque fournisseur, sélectionné dans un bassin de brochures récoltées en juin 2012

TELUS
«Voix et données Téléphones mobiles, tablettes et Internet mobile [Afficheur et Messagerie vocale MAINTENANT INCLUS]», mai 2012, 4 pages.

KOODO MOBILE
«Info Koodo Viva la mobilité libre !», avril 2012, 4 pages.

ROGERS
«FORFAITS appels, textos et Internet Des expériences Internet dignes de leaders mondiaux», juin 2012, 3 pages.

FIDO
«Service prépayé Aucun engagement Aucune vérification de crédit», mars 2012, 2 pages.

BELL
«Forfaits personnels Le service télé est maintenant inclus dans certains forfaits», mai 2012, 4 pages.

VIRGIN MOBILE
«Forfaits prépayés de Virgin Mobile Des forfaits prépayés en toute simplicité», mai 2012, 3 pages.

VIDÉOTRON
«The power to talk as long as you want – Mobile Services», mars 2012, 3 pages.

3.2 SITES WEB

3.2 SITES WEB

Ensemble de saisies d'écran réalisées entre le 27 septembre et le 4 novembre 2012 sur les sites web de Telus, Koodo mobile, Rogers, Fido, Bell, Virgin mobile et Vidéotron.

TELUS
Saisies réalisées les 23 et 24 octobre 2012
Dans les sections «Forfaits», «Internet mobile», «Options», «Soutien», «Tablettes» et «Téléphones».

KOODO
Saisies réalisées le 28 octobre 2012
Dans les sections «Forfaits» et «Aide».

ROGERS
Saisies réalisées les 25 et 28 octobre 2012
Dans la section «Sans fils», sous-section : «Forfaits», «Couverture du réseau», «Options» et «Parlez à la carte», la section «Internet», sous-section «Internet sans fil» et section «Soutien».

FIDO
Saisies réalisées les 31 octobre et 2 novembre 2012
Dans les sections «Magasinez» et «Soutien».

BELL
Saisies réalisées le 4 novembre 2012
Dans la section «Mobilité», les sous-sections : «Couverture et déplacements», «Divertissement mobile», «Forfaits», «Options», «Téléphones, tablettes et Internet mobile».

VIRGIN
Saisies réalisées le 29 octobre 2012
Dans les sections «Forfaits», «Ajouts» et «Aide».

VIDÉOTRON
Saisies réalisées le 27 septembre 2012
Dans la section «Mobile», les sous sections «Forfaits mobiles», «Blocs de données», «Options», «Services payables à l'utilisation» et «Appareils et accessoires».

ANNEXE 4. RÉPONSES TRANSMISES PAR L'ACMA

union des consommateurs

Consumer Use of Mobile Data

QUESTIONNAIRE SUBMITTED TO THE AUSTRALIAN COMMUNICATION AND MEDIA AUTHORITY (ACMA)

Our questions pertain essentially to the new "Telecommunications Consumer Protection Code" gradually being applied in Australia.

First, regarding this excerpt from the Code:

"1.1.7 Compliance with this Code does not guarantee compliance with any legislation or the requirements of any Regulator. The Code is not a substitute for legal advice."

1. **Why such a provision? Is it because you think the Code alone does not cover all the consumer protection issues regarding telecommunications services? It is recognition that the Code's obligations are inferior to legal obligations?**
Responsibility for consumer protection in the telecommunications industry in Australia is spread over a multitude of regulators. The regulatory framework is outlined in Chapter 3 of the 'Reconnecting the Customer: Final public inquiry report'. The Telecommunications Consumer Protections (TCP) Code is an industry code (written by industry) but there are other regulatory instruments.

   The Telecommunications Industry Ombudsman (TIO), the Australian alternative dispute resolution body is not bound by an industry code in the matters it may accept complaints about.

   Acts of Parliament are more enforceable than Industry codes. The Competition and Consumer Act 2010 contains the Australian Consumer Law (ACL) and is generalist in nature and covers unfair contract terms, a general ban on misleading and deceptive conduct, and a general ban on unconscionable conduct (in all industries).

   Other relevant legislation in Australia includes the Telecommunications Act, 1997; the Telecommunications (Consumer Protections and Service Standards) Act 1999; and the ACL. Taken together these pieces of legislation regulate the industry. Pursuing a complaint under the TCP Code does not prevent someone from taking an action in another forum.

Concerning some of the Code's general principles:

"3.2.1 A Supplier must provide accurate, relevant and current information to Consumers in a timely manner

6226 Saint-Hubert Street, Montreal, Quebec, Canada H2S 2M2
T: 514 521 6820 | Toll free: 1 888 521 6820 | F: 514 521 0736
union@consommateur.qc.ca | www.consommateur.qc.ca/union

4.1.1 Communication of Offer: A Supplier must communicate its Offers in a way which is clear, accurate and not misleading, to allow Consumers to make informed choices.
A Supplier must take the following actions to enable this outcome:
(a) Language: use language to communicate its Offers (whether orally or in writing, including in the Supplier's Advertising) which is suited to the intended audience; and
(b) Clarity: provide information about its Offers in a comprehensible, clear and accurate manner, without exaggeration or omission of key information."

2. **In your view, how have the above principles been applied regarding consumer information about mobile data?**
The current TCP Code has only been in place since 1 September 2012. Our observations are that the industry has stopped using confusing terms such as 'capped' and 'free', both generally and with respect to mobile data. Standard charging information which came in to force on 27 October 2012, and is outlined at clauses 4.2.6 (a) (iii) and 4.2.6 (b) of the TCP Code with respect to data appears to have been adhered to.

Suppliers also appear to be simplifying their language. There have yet to be any breaches of the Code on the four clauses outlined above.

Concerning the Critical Information Summary:
"4.1.2 Summary of Offer: A Supplier must provide a summary of each of its current Offers to allow Consumers to compare Offers provided by each Supplier which best suit their needs."

3. **Is the above a personalized summary that a consumer can request before entering into a contract, or is it a more generic tool that is not personalized and is offered to all customers?**
The Critical Information Summary (CIS) it is not personalized but is specific to each of a Supplier's current offers. An example of CIS is provided on the ACMA's website at:http://www.acma.gov.au/webwr/_assets/main/lib311902/critical_info_summary.pdf
and Suppliers must provide a CIS before entering into a contract or Standard Form of Agreement (SFOA) with a consumer.

4. **Must the summary be offered to a consumer as a summary of his concluded contract, or must it be offered before an agreement is made, to enable him, for example, to shop around for his telecommunications services?**
A CIS must be a separate document to the full contractual terms and conditions (clause 4.1.2 (b) (i) of the TCP Code). The RTC Inquiry told us that consumers had difficulties in understanding their telecommunications plans and difficulties in comparing telecommunications plans when they were deciding to choose between plans and different Suppliers. The CIS is a pre-purchase tool and requires Suppliers to explain their product offerings in a prescribed format over no more than two pages. It allows consumers to compare like with like. A CIS must be made available on the website and

where there are stores, in store. Except for some situations as outlined in in clauses 4.1.2 (e) (i) and (ii) of the TCP Code which relate to where cooling off periods apply or when the sale is not treated as an unsolicited consumer agreement and a consumer opts ouf of their right, suppliers need to also offer CIS over the phone.

5. **Why does the Code prescribe such a summary of the service offer? For what reasons did you think this solution would help solve consumers' information problems?**

The CIS allows for easy comparison between different provider options as it needs to be confined to two pages and contain directly comparable information in a particular order as outlined in clause 4.1.2 of the TCP Code. The advent of the CIS was in direct reponse to recommendations from the RTC public inquiry which called for better product explanations at the point of sale to assist consumers understand and compare telecommunications offers.

6. **On March 1, you published instructions regarding items that must be included in that summary. Why did you choose the following mandatory items:**

- The price of 1 MB of data?
- A link on the provider's website for access to the usage monitoring tool?
- A link to activate and configure usage alerts?
- Warnings about roaming costs (both international costs and the circumstances in which additional charges may be imposed in Australia when the service roams onto a different network)?

These items are contained in the TCP Code, at clause 4.1.2. Their inclusion was developed during the TCP Code development process which was facilitated by Communications Alliance (a self regulatory industry body). Other participants in the Code development and review process included the: TIO; Australian Competition & Consumer Commission (ACCC), Australian Communications Consumer Action Network (ACCAN); consumer representatives; industry representatives; and the ACMA.

As was observed in the RTC Inquiry at Section 4.10, a strategy adopted by many suppliers in Australia is to offer an included value package in the form of a monthly plan. Such plans typically offer a certain dollar value worth of calls, texts and sometimes data downloads for a minimum monthly spend; for example '$500 worth of services for $50'. The Inquiry found that these types of plans were an underlying cause of customer confusion. By including these first three mandatory items, the TCP Code addresses some of the confusion experienced by consumers in understanding included value.

The RTC inquiry found that bill shock - where higher than expected bills occurred or where consumers see their prepaid credit run down faster than expected was a large issue amongst consumers. The inquiry also found that bill shock commonly arose because of service providers not offering adequate credit control tools or mechanism for consumers. The introduction of usage alerts was a way to manage this. Further, the Enquiry found that international roaming was a large contributor to bill shock, hence the requirement now in the TCP Code to include warnings about roaming costs in the CIS.

In section 4.2 “Advertising,” certain obligations aim at compelling providers to be clear in their advertisements regarding data usage. Here are a few excerpts:

> Prohibitions (in section 4.2.1):
> “A Supplier must not engage in the following practices to enable this outcome:
> (…)
> (h) Prices for data allowances: use unqualified headline representations as to ongoing prices for specified data allowances in circumstances where the price for that data is likely to increase within a reasonable use period;
>
> Obligations: (in section 4.2.6)
> “Standard text advertising:
> (b) Post-Paid Internet Plans with an Included Data Allowance: Prominently Display in Text Advertising the following standard pricing element when advertising the price or dollar value of a Post-Paid Service with such an internet plan: (i) the cost (prior to any Discounts being applied) of using one megabyte of data within Australia.”

7. **Why were such provisions included in the Code?**
Both provisions were included in the Code to improve transparency around cost for the consumer. In the Australian telecommunications landscape, suppliers typically levy at one rate in the included value allowance and then (higher) excess charges apply once the included value is 'used up'. These clauses attempt to clarify the prices for data and make them more visible to consumers.

Removing the ability to use an unqualified headline about ongoing prices for specified data allowances in circumstances where the price for that data is likely to increase reduces the likelihood of consumers experiencing bill shock. The same applies with clause 4.2.6 (b) which necessitates the use of a standard pricing element to be prominently displayed in text advertising in certain circumstances. The RTC inquiry found that there needed to be improved product disclosure before customers enter into a contract. This clause is one way of addressing that recommendation.

8. **Why must the price for each MB appear in advertisements as well?**
1 MB is an easily identifiable unit and many consumers rely on advertising to make decisions. In Australia, the majority of suppliers offer plans in terms of GB and MB so it is easy to specifiy the lowest common denominator as a single unit. Furthermore suppliers often charge excess data usage in terms of MB rather than shaping so it makes sense to require unit pricing when advertising to allow consumers to make comparisons between offers.

The next two questions pertain to the mandatory usage notices prescribed by the Code. Here is a relevant excerpt:

> 6.5.2 "Usage Notifications: For each Residential Customer who receives either an Included Value Plan or a Post-Paid Service for a broadband plan with an included data allowance from a Supplier:
> (a) where there is no Hard Cap (in relation to the allowance for calls/SMS), Shaping (data allowance) and/or equivalent measure that applies to the plan,
> (b) the usage type in question under the plan is not unlimited, and
> (c) in relation to Included Value Plans, where such plans were launched by the Supplier after 1 March 2012, then a Supplier must provide an electronic notification to that Post-Paid Service no later than 48 hours after the Customer has reached the following point each month:
> (d) 50% of the expenditure and/or the data allowance which forms part of the included value in their plan (and if only one notification is sent by the Supplier, then whichever threshold occurs first);
> (e) 85% of the expenditure and/or the data allowance which forms part of the included value in their plan (and if only one notification is sent by the Supplier, then whichever threshold occurs first);
> (f) 100% of the expenditure and/or the data allowance which forms part of the included value in their plan (and if only one notification is sent by the Supplier, then whichever threshold occurs first)."

9. **Why was such a usage notice obligation included in the Code? Was it because you deemed it necessary that all consumers have such tools to monitor their data usage, or for other reasons?**
In short the answer is 'yes'. The RTC Inquiry found that consumers' inability to monitor the accumulation of charges during a billing period is one of the major causes of bill shock. An expenditure management tool as outlined above and involving usage notification on an equivalent platform-base (SMS for phone, email for internet) means that there is a consistent approach across the industry sector. In the development of the TCP Code the ACMA considered bill shock a key consumer detriment particularly for disadvantaged consumers.

10. **For the various available notices, why was a 48-hour period authorized between actual usage and the notice being given?**
As is discussed in RTC within Chapter 4, the structure of the telecommunications industry in Australia is complex. In the mobile market, a service provider can invest in its own mobile network infrastructure or become a mobile virtual network operator and resell another supplier's services. The chain of supply is often elongated and means that sometimes service providers are dependent upon one or more wholesale providers for information. Similarly, service providers who are unable to access real-time information about a customer's usage from a wholesaler, will be unable to make that information available to that customer.

Information given by Suppliers during the development of the TCP Code indicated that that technical delays in getting the information from downstream parties meant that usage information could not be provided in real time. 48 hours was a realistic compromise between parties in terms of getting up to date information but recognising the number of parties often involved in collecting this inforamtion..

11. **The following nuance is mentioned about the notifications: "and if only one notification is sent by the Supplier, then whichever threshold occurs first"? What does this mean? Does it allow the provider to send only one usage notice?**
This qualification was introduced into the TCP Code at the behest of industry who were concerned about the number of usage notiifations they would be required to send within a 48 hour period. It would mean that a supplier need only send one notiifcation if all three (voice, SMS and data) thresholds occurred within a 48 hour period.

In addition to usage notices, section 6.5.4 compels providers to offer consumers an additional usage management tool. The following is the list of what may be considered acceptable tools under the Code:

"(i) the ability for Customers to access usage information that is near to real-time information e.g. ideally no older than 48 hours;
(ii) the ability for Customers to choose a product that features either cessation of a Telecommunications Service or of an aspect of a Telecommunications Service within an advised timeframe, or another form of control that limits use of the Telecommunications Service in such a way as to stop charges for that Telecommunications Service exceeding an agreed spend limit within the relevant Billing Period;
(iii) call barring or Restrictions on certain Telecommunications Services (e.g. for more expensive Telecommunications Services);
(iv) providing usage charge advice before or during the use of a high value Telecommunications Service;
(v) prepaid services (except those with a balance triggered automatic top up that has no limitations set on the automatic top up), which would not be deemed to meet the requirements of acting as a Spend Management Tool);
(vi) Hard Caps;
(vii) reducing broadband internet download speed when a usage limit is reached.
or any other Spend Management Tool the Supplier may choose to offer."

12. **In short, great flexibility has been granted to service providers, regarding the tools that may be offered to consumers. In the list above, the complexity of the proposed solutions varies a great deal. This is not the only Code provision that shows flexibility: the means of sending usage notices can also vary from one company to another. Why give service providers such latitude?**
Again, for the most part the TCP Code is an industry code written by industry, it is not within the ACMA's remit to write the Code. The usage notifications contained in 6.5.2 are mandatory and the other additional spend management tools offered at clause 6.5.4 compel a Suppliers to at least offer one alternative tool. This is an improvement on the

previous TCP Code from 2007 where at clause 7.3 Suppliers were limited to notifyiing Customers about the availability of credit control tools, making the tools available and providing customers with access to current information on unbilled amounts on their account but without any time limit (see http://www.acma.gov.au/webwr/telcomm/industry_codes/codes/c628_2007.pdf)

13. **Finally, in your view, what should be the next step to better protect wireless service providers? Are there other approaches and solutions, not provided in your Code, that may or will be introduced to improve consumer access to information about mobile data services?**
We assume that this question relates to consumers as opposed to better protect 'wireless service providers'. If so, the ACMA is currently developing an International Roaming Standard of which a draft is currently available at: http://www.acma.gov.au/scripts/nc.dll?WEB/STANDARD..PC/1001/pc=PC_600131

This standard will set out minimum requirements for all Suppliers to:
a. give consumers information, on arrival at an overseas destination, about the charges applicable for the Suppliers' international roaming services at that destination; and
b. permit consumers to decline continued provision of those international roaming services, at any time, while at that overseas destination.

Thank you for your cooperation.
Please return the completed questionnaire to:

UNION DES CONSOMMATEURS
Sophy Lambert-Racine, analyst for telecommunications, broadcasting, information highway and privacy
Tel.: 514 521-6820 ext. 253
E-mail: Slambert-racine@uniondesconsommateurs.ca

ANNEXE 5. LEXIQUE

Internet mobile
Internet accessible par le biais du réseau d'un fournisseur de services sans fil. Ne pas confondre avec internet sans-fil, qui peut aussi désigner l'accès par wi-fi.

Données mobiles
Terme employé pour désigner le transfert de données par Internet par l'entremise d'un réseau mobile

Limite d'usage
Correspond à une limite d'utilisation de services sans fil, qu'il s'agisse de nombre de minutes ou de textes ou de quantité de données. Le dépassement de la limite allouée occasionne des frais excédentaires ou l'interruption du service.

Forfait, plan ou option de données
Services permettant l'accès à Internet mobile, offerts individuellement ou conjointement avec d'autres services sans fil.

Restriction d'utilisation (ou exclusion)
Correspond aux usages qui sont exclus des services offerts dans le cadre d'un forfait. Par exemple, les usages en itinérance sont habituellement exclus des services compris à l'intérieur d'un forfait.

Fournisseur de services sans fil (FSSF)
Fournisseur de services de télécommunications utilisant un réseau cellulaire.

«Bill Shock»
Locution anglaise couramment utilisée pour qualifier l'effet de choc que provoque la facturation de montants imprévus et habituellement élevés. Bien qu'il n'y ait pas d'expression ayant exactement le même sens en français, la documentation francophone tend à utiliser l'expression «facture surprise».

Outil de gestion de l'utilisation
Dans le cadre de cette recherche, cette expression est utilisée pour qualifier tous les outils susceptibles de permettre aux consommateurs de s'informer au sujet de leur utilisation ou de contrôler leur usage de données mobiles. Cela inclut notamment les relevés d'utilisation sur le site Web du fournisseur et par d'autres moyens, les avertissements par messages textes et les mécanismes de plafonnement de l'utilisation ou des frais excédentaires.

Avis d'utilisation
Expression utilisée pour qualifier uniquement les avertissements expédiés lorsque le consommateur atteint certains seuils d'utilisation de son service. Ces avertissements sont habituellement envoyés par message texte.

Mention légale
Terme générique employé dans le cadre de cette recherche pour qualifier les textes en retrait, dans la documentation des fournisseurs de services, à l'intérieur desquels sont indiqués différents renseignements supplémentaires au sujet du service. Cela peut inclure des renseignements aussi diversifiés que la dénonciation ou le détail des frais additionnels ou des mentions relatives aux marques de commerces. Ces renseignements sont habituellement présentés d'une façon qui n'en facilite pas la lecture.

Wi-Fi
e Wi-Fi est une technologie qui permet la création de réseaux sans fil à haut débit. Le terme «Wi-Fi» est toutefois plus communément utilisé pour désigner les réseaux sans fil disponibles dans un lieu privé ou gratuitement dans un lieu public.

Réseau LTE
La norme LTE (Long Term Evolution), l'évolution la plus récente en téléphonie mobile, offre, en 4e génération (4G LTE), une vitesse maximale théorique de près de quatre fois celle des réseaux HSPA+ (Evolved High-Speed Packet Access) actuels (150 Mbit/s vs. 42 Mbit/s).