

Paris, le 31 mai 2012

Réponse à la Consultation publique sur le projet de décision de l'ARCEP relatif à la réorganisation des numéros commençant par 08 et des numéros courts.

Présentation :

Dolead est une entreprise spécialisée dans la mise en relation entre particuliers et professionnels. La société développe des outils technologiques à destination d'éditeurs de sites Internet leur permettant d'optimiser les mises en relation effectuées depuis leurs services.

Cette technologie répond à la fois à la demande des consommateurs qui disposent d'une mise en relation améliorée par la valeur ajoutée du service et aux professionnels qui ont ainsi une visibilité plus grande et ciblée.

Sur le plan financier, la prise en charge du coût du service peut se faire de deux façons :

- Soit Dolead met à disposition des sites Internet des « fiches contact » : les professionnels payent pour obtenir une fiche contact qualifiée d'un Internaute qui souhaite être mis en relation avec eux, la mise en relation peut prendre 24h à 48h.
- Soit Dolead met à disposition des sites Internet des numéros spéciaux temporaires : les Internautes payent via des numéros spéciaux (089B) pour être mis en relation de façon instantanée avec les professionnels concernés.

Sensible aux questions relatives à la régulation de son secteur, Dolead est membre de l'association SVA+, association créée le 31 janvier 2012 et qui s'est donnée pour mission de rédiger une charte déontologique sur les services à valeur ajoutée. Dolead participe activement aux travaux initiés au sein de SVA+, notamment pour réguler les services de mise en relation.

Afin de partager sa connaissance de ce secteur d'activité, la société Dolead souhaite répondre à la question 5 de la consultation.

« Que pensez-vous d'interdire l'utilisation de numéros spéciaux vocaux à tarification majorée pour appeler une personne physique ou morale sans avoir recueilli préalablement et de manière explicite son consentement afin d'être jointe, même temporairement, par un tel numéro ? »



Introduction

De nombreux sites Internet – notamment des annuaires - référencent des entreprises et monétisent la mise en relation vers ces entreprises en leur affectant des numéros temporaires de type 089B.

Dolead dispose d'une connaissance approfondie de ce secteur car elle équipe plusieurs éditeurs de ce marché de cet outil technologique de mise en relation, qui connaît un vif succès.

Cette technologie répond à la fois à la demande des consommateurs qui disposent d'une mise en relation améliorée par la valeur ajoutée du service et des professionnels qui ont ainsi une visibilité plus grande et ciblée.

Interdire purement et simplement l'utilisation de numéros spéciaux à tarification majorée à ces sites Internet signifierait la disparition de l'ensemble de ces sites de mise en relation. De même, recueillir le consentement explicite de l'appelé reviendrait à casser de façon brutale ce marché porteur de nombreuses innovations.

De telles démarches apparaîtraient fort préjudiciables tant aux consommateurs Internautes qu'aux professionnels qui y sont référencés, compte tenu de leur intérêt commun et grandissant pour les nouveaux services proposés.

Néanmoins, la société Dolead est favorable à un encadrement de ce marché pour qu'il puisse se développer sainement. C'est pour cette raison que Dolead, qui a déjà rejoint l'association SVA+ dans cette perspective, est également prête à échanger avec l'ARCEP pour faire évoluer l'encadrement de cette activité.

1. Contexte : une innovation qui répond aux besoin des consommateurs et des professionnels

Depuis plus de 3 ans, des sociétés innovantes éditrices de services Internet ont développé de nouveaux types d'annuaires en ligne qui s'accompagnent de services à forte valeur ajoutée. Ces éditeurs enrichissent le contenu et le service traditionnellement proposés par les annuaires, en y intégrant de nombreuses informations et innovations, comme :

- Les horaires d'ouverture
- Les avis des utilisateurs
- La diffusion de catalogues
- Les promotions/réductions (coupons à télécharger)
- Les éléments financiers (bilan des sociétés)
- Les recommandations via les réseaux sociaux
- La géolocalisation
- L'ergonomie et une navigation simplifiée (cartographie)

Internet est un secteur qui voit naître de nombreuses innovations. Le marché du service « local » est devenu un véritable enjeu à l'heure où la mobilité et le social se



développent. Les Internautes sont de plus en plus exigeants sur le niveau d'informations qu'ils souhaitent obtenir.

Voici quelques exemples de sites utilisant les services de mise en relation sans les citer de façon exhaustive :

- les-horaires.fr (site de consultation d'horaires)
- nomao.com (moteur géolocalisé, permettant de trouver près de soi n'importe quel acteur local)
- justacote.com (site d'avis sur les bonnes adresses)
- pubeco.fr (site de catalogues de marques)
- societe.com (site d'information légal sur les sociétés)

Internet a également permis à des annuaires verticaux très spécialisés de voir le jour. Par exemple :

- allolunettes.com (service de comparaison de lunettes en ligne avec un annuaire d'opticiens qui revendent les modèles)
- sortirauresto.com (site spécialisé sur les restaurants : réservation, critères approfondis, prix des menus, avis,...)
- gralon.net (site spécialisé sur le tourisme : hôtel, camping, location de vacances,...)

En fournissant une centralisation des informations associées à un établissement et un numéro de téléphone, les éditeurs de ces sites Internet ont développé une offre de services répondant aux attentes des consommateurs et créé de nouveaux usages chez les Internautes. Ces services apportent une véritable valeur ajoutée. Un nombre important de ces sites cumule ainsi plusieurs millions de visiteurs uniques chaque mois.

La même satisfaction peut être constatée chez les professionnels et entreprises référencés, auxquels ces sites Internet offrent une visibilité accrue totalement gratuite, alors que pour obtenir ce même niveau de visibilité par leurs propres moyens, ces professionnels devraient dépenser des sommes importantes en contrepartie de leur référencement dans les moteurs de recherche tels que Google.

En effet, ces contenus et services à valeur ajoutée sont mis gratuitement à disposition des Internautes et des professionnels sur les sites des éditeurs, alors que ceux-ci mobilisent chaque mois de nombreuses ressources pour les diffuser, maintenir leurs bases de données à jour et y ajouter de nouvelles innovations.

Pour une majeure partie des éditeurs, les gains qu'ils retirent des services de mise en relation via des 089B leur permettent de financer ces mises à jour et innovations.

Malgré les avantages qu'ils présentent, l'existence des sites Internet d'annuaires est actuellement remise en cause par l'ARCEP.

En effet, dans sa consultation publique, l'ARCEP note que ces sites Internet requièrent l'utilisation de numéros spéciaux pour l'appel aux professionnels, dont la



loi n'impose pas nécessairement le consentement préalable. De ce fait, l'ARCEP craint que cette utilisation sans limite légale n'entraîne un gaspillage de la ressource des numéros spéciaux.

Dolead partage les craintes de l'ARCEP quant au gaspillage de la ressource, car il est essentiel de garantir la pérennité de cette activité, en prévenant un usage excessif de la ressource. Toutefois, la remise en cause des sites Internet d'annuaires semble inopportune en même temps qu'irréaliste.

Dolead souhaite donc faire part à l'ARCEP de mesures alternatives.

2. Les recommandations de Dolead : numéros tournants, référencement communautaire, clarification de l'offre, travaux de réglementation

Dolead souhaite répondre aux deux principaux points soulevés par l'ARCEP dans sa consultation :

- garantir l'impact sur la ressource le plus faible possible **(a)**,
- garantir la qualité de service au consommateur la plus élevée possible **(b)**.

Sans ce service payant de mise en relation, les éditeurs de ce type de sites ne seraient plus en mesure de financer les services d'informations gratuites qu'ils mettent par ailleurs à la disposition des Internaute. A terme, c'est l'ensemble de leur activité qui serait menacée et avec elle l'ensemble des nouveaux emplois qu'elle a permis de créer.

D'autres solutions existent, qui sont de nature à répondre aux préoccupations de l'ARCEP quant à l'utilisation de la ressource, sans remettre pour autant en cause l'existence de ces services d'information devenus essentiels à l'Internaute.

a. Garantir un impact sur la ressource qui soit le plus faible possible, pour pérenniser ce service

La disponibilité de la ressource est un point clef de la pérennisation du secteur des services à valeur ajoutée.

Dolead en est consciente, mais souhaite préciser certains éléments de nature à enrichir les réflexions de l'ARCEP, en particulier s'agissant des annuaires sur internet.

- Elément factuel : la maturité du marché

Les acteurs de ce secteur d'activité s'accordent à dire que ce marché, qui a connu une forte croissance au cours des dernières années, ne devrait désormais croître que dans de moindres proportions pour les années à venir.

Les entreprises actives sur ce marché considèrent en effet aujourd'hui qu'il a atteint un niveau de maturité suffisant. La plupart des éditeurs du secteur susceptibles d'avoir recours à ces outils sont en effet déjà équipée.

En conséquence, les besoins en ressource ne devraient désormais croître que dans de faibles proportions.

- Des numéros tournants pour garantir la disponibilité de la ressource

Il est particulièrement important de noter que les services d'annuaire et de mise en relation sur Internet utilisent des numéros dits « tournants » : un numéro est dit « tournant » lorsqu'il est affecté à un professionnel uniquement pendant une durée limitée (de 3 à 10 minutes en fonction des éditeurs). Chaque numéro tournant peut ainsi être affecté à plusieurs professionnels par jour, toutes les 3 à 10 minutes.

En pratique et alors que l'ARCEP reproche par ailleurs à certains opérateurs une sous-utilisation des numéros surtaxés, on constate au contraire une optimisation de l'utilisation de chaque numéro surtaxé mis à disposition de ces nouveaux services.

Ainsi, le nombre de numéros utilisés par chaque service de mise en relation reste faible au regard du nombre de professionnels référencés. Ces services ne sont donc pas susceptibles d'avoir un impact significatif sur la disponibilité de la ressource.

Ce point technique est fondamental.

L'utilisation des numéros « tournants » permet de répondre en grande partie aux préoccupations de l'ARCEP sur la gestion de la ressource.

- Le référencement communautaire rend impossible le consentement préalable de l'appelé

L'ARCEP note que le référencement au sein de ces nouveaux services d'annuaire s'effectue à l'insu des personnes physiques ou morales. De fait, la loi n'impose pas de recueillir leur consentement dès lors que les données recueillies ne sont pas des données personnelles ou que ces personnes ont par ailleurs déjà donné leur consentement à la transmission de ces données.

L'ARCEP craint que sans cette limite du consentement préalable, l'activité d'annuaire sur Internet ne se développe de manière exponentielle, sans besoin exprimé, avec un impact toujours plus grand sur la disponibilité de la ressource.

Tout d'abord, Dolead tient à souligner que si le besoin de visibilité n'est pas nécessairement exprimé par les professionnels, il n'est pas pour autant inexistant. Ainsi, la plupart des professionnels se félicitent de la visibilité acquise sur Internet, sans bourse délier, grâce à la mise en place de ces nouveaux annuaires. En pratique, les professionnels préfèrent être mis en relation via un numéro 089B plutôt que d'être déréférencés d'un tel site web ou de payer un abonnement même modique pour acquérir la même visibilité sur Internet.

Par ailleurs, l'idée d'obliger chaque éditeur d'annuaire à recueillir systématiquement l'accord préalable du professionnel avant de le référencer est irréaliste. En effet, certains de ces sites sont dits "communautaires" : ce sont les Internauts eux mêmes



qui référencent les professionnels pour publier des avis, des horaires d'ouverture etc... C'est d'ailleurs là le cœur de l'innovation et de l'intérêt d'Internet pour une telle activité : la recommandation par les Internauts et la légitimation par d'autres consommateurs.

Dolead estime plus pertinent de proposer d'instituer l'obligation pour chaque service d'annuaire et de mise en relation de permettre à tout professionnel référencé d'accéder à un service simple et le plus accessible possible de déréférencement, à l'instar de ce que la loi exige déjà pour les données personnelles.

Dolead se montre naturellement disposée à collaborer avec l'ARCEP afin de poursuivre ses réflexions.

b. Garantir un service au consommateur qui soit le plus élevé possible

Dolead participe activement au sein de l'association SVA+ à l'élaboration de règles déontologiques qui permettront à terme de garantir un service au consommateur le plus élevé possible, en particulier dans le cadre des services d'annuaires.

Plusieurs propositions de mesures sont ainsi défendues par Dolead. Ces mesures constituent une alternative crédible à l'interdiction des services envisagée par l'ARCEP :

- Interdire les services de mise en relation sur les services publics

Dolead soutient au sein de SVA+ l'insertion dans la charte déontologique en cours d'élaboration d'une disposition spécifique visant à interdire le référencement payant des services publics.

Une telle disposition interdirait de rendre payante toute donnée de la base de données publiée sur data.gouv.fr qui liste tous les services administratifs.

- Rendre obligatoire la fourniture du numéro de l'appelé à l'appelant

Certains des nouveaux services de mise en relation se sont révélés incompatibles avec les services téléphoniques mis en place par les professionnels référencés (ex : incompatibilité entre les systèmes de géolocalisation de l'appelant mis en place par le professionnel et les numéros en 089B).

Afin de répondre à cette préoccupation, Dolead propose au sein de SVA+ de généraliser l'emploi d'une modification technique permettant la fourniture du numéro de l'appelant à l'appelé de façon systématique de manière à ne pas gêner les systèmes (notamment de géolocalisation) mis en place par les professionnels.

Cette modification a déjà été mise en place par Dolead et de nombreux autres acteurs du secteur.



- Mettre en place un plan de communication uniformisé des services de mise en relation

Afin de faciliter l'information du consommateur et lui permettre d'identifier plus simplement les services de mise en relation, SVA+ projette de mettre au point une charte graphique commune aux services de mise en relation. Dolead soutient naturellement cette initiative.

Cette charte permettra d'uniformiser la communication sur les mentions tarifaires et de préciser clairement que le service proposé permet une mise en relation vers le professionnel choisi.

Conclusion

Compte tenu de ces différents éléments, Dolead souhaite exprimer son opposition à une mesure consistant à interdire l'utilisation de services permettant d'appeler une personne morale ou physique via un numéro à tarification majorée sans avoir reçu préalablement son consentement. Pour Dolead une telle interdiction aurait pour conséquence l'arrêt net et brutal d'un service qui apporte de nombreuses innovations, est source de nombreux emplois et est fortement utilisé par les consommateurs.

Comme elle vient de le démontrer, Dolead est d'avis que des solutions alternatives pertinentes à une telle interdiction existent.

Dolead est naturellement disposée à travailler avec l'ARCEP, afin de structurer les services de mise en relation. Ce travail pourrait faire l'objet d'une collaboration avec les éditeurs, les opérateurs et des associations telles que SVA+.