

# Taux Zéro

## Briefing sur les affaires publiques de l'Internet Society



3 Août 2016

Des efforts pour améliorer l'adoption et l'usage de l'Internet sont à la fois étendus et divers. Les Nations Unies ont inclus un accès universel et abordable à l'Internet comme un de ses Objectifs de Développement Durable récemment adoptés (SDGs). La Banque Mondiale a récemment publié son Rapport de Développement Mondial en 2016, *Dividendes Digitaux*,<sup>1</sup> détaillant comment améliorer les dividendes digitaux à partir de l'Internet. Et l'Alliance pour un Internet Abordable (A4AI),<sup>2</sup> le GSMA,<sup>3</sup> le Forum Économique Mondial,<sup>4</sup> Facebook,<sup>5</sup> et l'Internet Society<sup>6</sup> ont tous récemment publié des rapports dans le cadre des efforts menés pour promouvoir un accès plus large à l'Internet.

Le point commun parmi ces rapports est que la conclusion dont l'attention devrait se porter sur, à la fois, le déploiement des infrastructures de l'Internet et l'aspect demande – comment rendre l'Internet abordable et pertinent pour tout le monde, partout. C'est un objectif significatif car au moins 70 % de la population globale est couverte par un service Internet mobile, mais seulement 45 % de la population utilise l'Internet. Différentes entreprises ont adopté différentes approches dans leurs rôles respectifs pour traiter ce besoin en demande.

Le taux zéro est une approche qui va dans ce sens. Dans le contexte hors ligne, une offre à taux zéro peut signifier un ensemble gratuit de chaînes avec un abonnement à la télévision par câble, des cours gratuits à la salle de sport, ou un contrôle technique gratuit pour une nouvelle voiture. Sur l'Internet, cela implique d'offrir un accès à un ou plusieurs services en ligne sans frais liés aux données ou autres. De cette façon, des fournisseurs d'accès, des fournisseurs d'applications, des publicitaires, et d'autres essaient de convaincre des clients potentiels (déconnectés) d'essayer leurs services ou des clients connectés courants d'améliorer leur usage. Parce que l'accès à Internet mobile est la

---

1 *Digital Dividends*, Banque Mondiale. <http://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016>.

2 Alliance for Affordable Internet, <http://a4ai.org/affordability-report/>.

3 *Inclusion numérique : 2014*, GSMA. [http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2014/11/GSMA\\_Digital-Inclusion-Report\\_Web\\_Singles\\_2.pdf](http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2014/11/GSMA_Digital-Inclusion-Report_Web_Singles_2.pdf).

4 *Internet for All*, Forum Économique Mondial. <https://www.weforum.org/global-challenges/projects/internet-for-all/>.

5 *State of Connectivity 2015: A Report on Global Internet Access*, Facebook. <http://newsroom.fb.com/news/2016/02/state-of-connectivity-2015-a-report-on-global-internet-access/>.

6 Global Internet Report 2015: Mobile Evolution and Development of the Internet, Internet Society. <http://www.internetsociety.org/globalinternetreport/>.

principale forme d'accès à Internet dans les pays en voie de développement et généralement vendu par mégaoctet,<sup>7</sup> les offres quasi-gratuites peuvent significativement réduire (ou éliminer) le coût d'accès à Internet.

Alors que le FreeBasics de Facebook est peut-être l'exemple le plus connu de quasi-gratuité, il n'est pas le seul programme disponible. Un autre exemple est Wikipedia Zero qui donne un accès quasi-gratuit à l'encyclopédie Wikipedia dans 64 pays en partenariat avec 82 opérateurs de téléphonie mobile et couvrant 600 millions d'utilisateurs potentiels.

Reconnaissant que la quasi-gratuité est devenue un outil marketing pour les fournisseurs de services et une question de politique pour les régulateurs, Internet Society vise à fournir un cadre général pour l'évaluation des offres quasi-gratuites. Il y a deux considérations initiales :

1. L'aperçu suivant peut ne pas entièrement concerner les forfaits zéro dans les marchés mûrs, où l'objectif principal de ces forfaits est de cibler les clients existants d'autres fournisseurs.
2. Les forfaits quasi-gratuits n'ont pas tous le même objectif. Certains forfaits quasi-gratuits sont étroitement destinés à promouvoir l'utilisation d'un service particulier (par exemple, Wikipedia Zero), d'autres sont plus largement destinés à attirer de nouveaux clients par le biais de leur service (par exemple, FreeBasics).<sup>8</sup>

## Principales considérations

La vision d'Internet Society est qu'Internet appartient à tout le monde, et que chacun devrait avoir accès à un Internet ouvert. Parce que nous exerçons une portée mondiale, nous appliquons notre vision avec un objectif général et sans favoris permanents. Il serait contraire à cette vision de mesurer les forfaits quasi-gratuits avec de grands traits (par exemple, est-ce que cela met davantage d'utilisateurs en ligne, augmente l'utilisation, conduit à l'accès à tout Internet ?).

Pour revoir équitablement et efficacement le large éventail de forfaits quasi-gratuits d'aujourd'hui, nous avons établi les exigences de conception suivantes, éléments fonctionnels que nous pensons qu'un service quasi-gratuit devrait avoir pour que ses offres soutiennent un Internet ouvert et interopérable.

- **Ouvert au contenu.** Si le service offre un contenu d'utilisateurs ou de fournisseurs tiers, le fait-il de façon non discriminatoire afin de fournir une égalité des chances ?
- **Non exclusif.** Le service fonctionne-t-il avec n'importe quel opérateur de téléphonie mobile du pays ? Les opérateurs de téléphonie mobile sont-ils libres d'offrir des services similaires ?

---

<sup>7</sup> Les pays développés disposent de plafonds de données plus larges ou d'offres d'accès illimité.

<sup>8</sup> Nous notons que l'accès quasi-gratuit à des services populaires, comme Wikipedia, peut s'attirer de nouveaux utilisateurs. À l'inverse, il est probable que des services à bande large, tels que FreeBasics, fassent également la promotion de l'utilisation des services de Facebook.

- **Limité dans le temps.** Est-ce que le programme est limité dans le temps ou est-il indéfini ? Les consommateurs sont-ils en mesure de quitter le service quasi-gratuit après une certaine période de temps ou sont-ils engagés indéfiniment ?
- **Transparence.** Les utilisateurs savent-ils clairement quel contenu est accessible via le programme quasi-gratuit et comment celui-ci pourrait différer de l'Internet au sens large ?
- **Conformité réglementaire.** Le forfait respecte-t-il les objectifs et les règles des autorités réglementaires nationales, notamment ceux concernant la concurrence et la protection du consommateur ?

Dans l'ensemble, un forfait quasi-gratuit idéal serait facile à utiliser, aurait peu de restrictions et ne limiterait pas les possibilités d'accès. Nous reconnaissons que les offres actuelles et futures peuvent ne pas satisfaire tous les critères. Dans ce cas, un délai peut aider à surmonter les autres déficits. Par exemple, un service peut entrer sur un marché et conclure un contrat d'exclusivité avec un opérateur de téléphonie mobile.<sup>9</sup> Si ce service est populaire, il peut conférer un avantage à l'opérateur de téléphonie mobile associé qui peut en conséquence limiter les choix des utilisateurs au fil du temps. Si le service quasi-gratuit était limité dans le temps comme une offre introductive (par exemple, pour seulement trois mois), cela limiterait considérablement tout inconvénient potentiel.

Même s'il est important d'évaluer un plan contre ces exigences de conception, ses résultats sont la mesure ultime.

- Le service apporte-t-il de nouveaux utilisateurs à Internet ou accroît-il l'usage des utilisateurs existants ?
- Les utilisateurs vont-ils en dehors du service pour utiliser l'Internet au sens large ?
- Le service offre-t-il une tarification différenciée pour certains services ? Si Oui, pourquoi ?
- Le service encourage-t-il ou renforce-t-il la concurrence sur le marché ?
- Le service offre-t-il le choix du consommateur ?

En fin de compte, la question clé est de savoir si le service quasi-gratuit fait la promotion d'un accès accru à l'Internet global et ouvert.

## Difficultés

Il y a aussi bien des défis généraux que spécifiques pour l'évaluation des services quasi-gratuits.

---

<sup>9</sup> L'exclusivité peut se produire de deux façons : le service Internet ne pouvait être disponible dans ce pays que par l'intermédiaire de cet opérateur de téléphonie mobile, ou cet opérateur de téléphonie mobile seulement offre un accès quasi-gratuit. Les deux façons demeurent préoccupantes.

- **Défi général.** Les discussions d'évaluation ont tendance à aborder la question philosophique de savoir si le verre est à moitié plein ou à moitié vide, et sont souvent liées à des discussions à propos de la neutralité du réseau (par exemple, est-ce suffisant d'avoir un accès à Internet que de n'avoir aucun accès ? Est-ce que cela donne une fausse vision d'Internet et, par conséquent, limite les possibilités ?) Alors que l'Internet Society est fermement du côté d'avoir un verre plein pour tous, nous pensons que nous devrions aussi considérer si une variété d'approches par différentes parties prenantes pourrait aider à atteindre cet objectif.
- **Défis spécifiques.** Ces défis concernent la disponibilité des informations sur la conception et les résultats des services quasi-gratuits. Il est important que les entreprises engagées dans les offres quasi-gratuites compilent les informations sur leurs offres et partagent les résultats de manière transparente. Cela permet l'évaluation de l'impact réel d'un service sur Internet. Par exemple, dans la mesure où tous les détails d'une offre ne sont disponibles que pour ceux qui s'inscrivent avec un opérateur de téléphonie mobile particulier dans un pays donné, ceci rend l'évaluation de l'offre difficile pour d'autres.

Cela souligne une importante asymétrie de l'information alimentant une grande partie de la controverse entourant la quasi-gratuité : une grande partie du débat sur la quasi-gratuité a lieu chez des personnes qui sont déjà en ligne et qui ont la connaissance des informations sur les compromis et y ont accès. Toutefois, les services quasi-gratuits ciblent souvent des personnes qui ne sont pas en ligne et, par conséquent, n'ont pas les mêmes informations sur les compromis. En conséquence, les voix des non-connectés ne sont généralement pas bien réfléchies dans le débat de la politique de la quasi-gratuité.

Le débat de la politique de la quasi-gratuité bénéficierait de plus de données et d'informations sur les offres et les résultats du service. Ceux d'entre nous déjà en ligne devraient se reconforter dans la forte demande des pionniers numériques d'aller au-delà des confins des premiers services en ligne, comme American Online (AOL), aux avantages de l'Internet au sens large. Une offre ciblée répondant aux exigences de conception susmentionnées pourrait être le genre de bretelle d'accès à Internet qu'AOL était une fois et nous rapprocher de la réalisation de notre vision d'un Internet pour tous, partout.

## Principes directeurs

L'Internet Society croit que se concentrer sur le résultat de la quasi-gratuité est la clé à l'évaluation de ces services. En outre, la politique et les approches réglementaires à la quasi-gratuité devraient être formées par le principe général d'ouverture de l'Internet, ainsi que les caractéristiques permettant l'accès, le choix et la transparence.

Ces valeurs fondamentales sont représentées par les grands principes directeurs suivants :

- **Accès.** L'accès aux services Internet, aux applications, aux sites et au contenu améliore aussi bien l'expérience de l'utilisateur que le potentiel d'Internet pour stimuler l'innovation, la créativité et le développement économique. Les pratiques qui pourraient limiter ou bloquer l'accès au contenu Internet sont des plus préoccupantes.

- **Choix.** Le choix et le contrôle par les utilisateurs de leurs activités en ligne, y compris la sélection des fournisseurs, des services et des applications (étant entendu qu'il y a des contraintes juridiques et techniques) sont importants pour un Inter-réseautage ouvert. Certains utilisateurs ont un choix limité de fournisseurs d'accès en ligne et de services ; ces utilisateurs sont particulièrement vulnérables aux pratiques potentiellement discriminatoires.
- **Transparence.** Les utilisateurs doivent savoir comment s'inscrire, ce qui est offert pendant le service, et ce qui se passe lorsque le service est terminé ou qu'ils décident de résilier l'accès afin de faire des choix éclairés. De même, les utilisateurs doivent comprendre quelles données sont collectées et comment elles sont utilisées.

En termes plus spécifiques, ces grands principes directeurs se traduisent par :

- Des offres de services concurrentielles et transparentes pour permettre à l'utilisateur de faire un choix éclairé de son fournisseur et du niveau de service.
- Un accès sans entrave à une diversité de services, d'applications et de contenu offerts sur une base non discriminatoire, à l'intérieur et à l'extérieur du service.
- Informations compréhensibles et facilement accessibles sur les limitations du service abonné et les restrictions du trafic/réseau.

Un environnement d'accès à Internet qui se caractérise par le choix et la transparence facilite la vie aux utilisateurs qui ont le contrôle sur leurs expériences Internet et qui sont habilités à bénéficier et participer à l'Internet ouvert.

## Ressources supplémentaires

L'Internet Society a publié plusieurs articles et du contenu supplémentaire en rapport avec cette question. Ils sont disponibles en libre accès sur le site Web de l'Internet Society.

- « Inter-réseautage ouvert : assurer les droits fondamentaux : accès, choix et transparence », 21 février 2010, <http://www.internetsociety.org/open-inter-networking-getting-fundamentals-right-access-choice-and-transparency..>
- « Neutralité du réseau – laissez donc les paquets circuler », 30 mars 2015, <http://www.internetsociety.org/blog/asia-pacific-bureau/2015/03/network-neutrality---let-those-packets-flow.>
- « Quasi-gratuité : encourager ou restreindre l'accès à l'Internet ? », 24 septembre 2014, <http://www.internetsociety.org/blog/asia-pacific-bureau/2014/09/zero-rating-enabling-or-restricting-internet-access.>

