

L'expansion des services de téléphonie cellulaire

Cette mise à jour décrit la présence grandissante des téléphones cellulaires dans les activités de télécommunication des consommateurs canadiens et fait ressortir des questions de consommation qui y sont rattachées. La plupart des Canadiens ont un téléphone cellulaire, l'utilisent de façon très intensive à des fins variées et commencent même à s'en remettre exclusivement au service cellulaire pour leurs besoins en termes de téléphonie. Les développements technologiques et les services améliorés offerts aujourd'hui représentent de nombreux avantages pour les consommateurs, mais ils créent une certaine confusion et des difficultés sur le marché. Les questions relatives à la protection des consommateurs continueront d'évoluer et d'exiger une attention soutenue à mesure que de nouveaux venus feront leur entrée sur le marché de la téléphonie cellulaire et que l'adoption d'appareils de plus en plus perfectionnés changera l'interaction des Canadiens avec le marché des communications sans fil.

Mise à jour sur les tendances en consommation est publié par le Bureau de la consommation, Industrie Canada. Il donne un bref aperçu des développements en recherche ou en politiques concernant des thèmes abordés dans le *Rapport sur les tendances en consommation 2005*, disponible à l'adresse suivante:
www.consumer.ic.gc.ca/tendances.

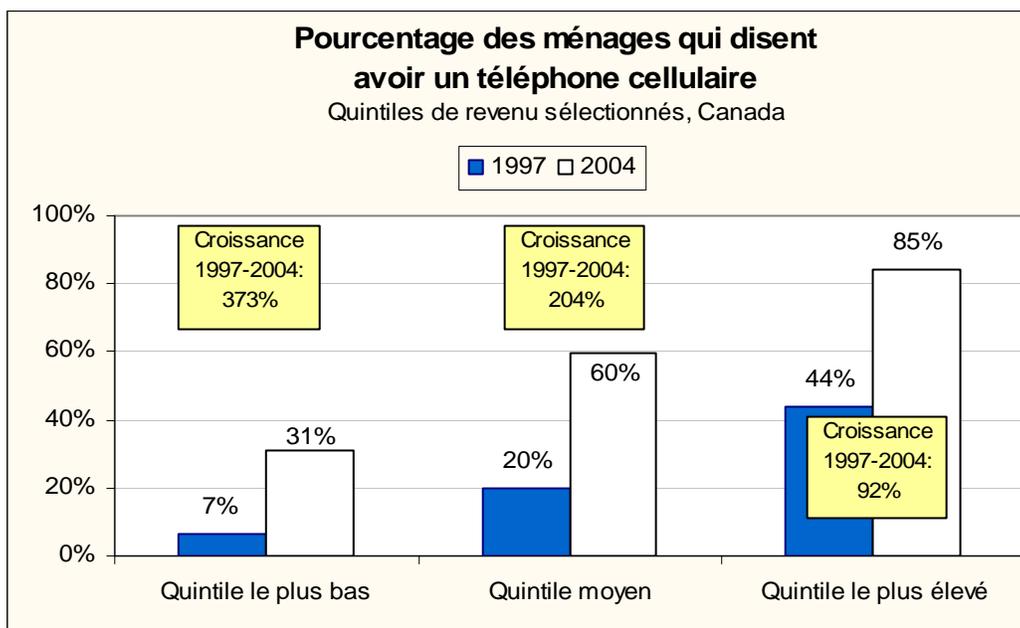
Les téléphones cellulaires sont devenus omniprésents dans le monde contemporain et occupent désormais une place importante dans les activités de télécommunications de la plupart des Canadiens. À la fin du premier trimestre de 2006, on comptait au Canada 16,8 millions d'abonnés aux services de téléphonie cellulaire, ce qui indique une croissance soutenue de 11,9 pour cent d'une année à l'autre (Statistique Canada 2006)¹. On constate en outre une hausse marquée, au cours de la dernière décennie, du pourcentage de ménages qui disent avoir un téléphone cellulaire pour utilisation à des

¹ Il y a des différences entre les populations cibles des divers sondages mentionnés dans ce rapport; il est recommandé de consulter les sources pour avoir des explications plus détaillées. Par exemple, les données de l'Enquête annuelle de télécommunications de Statistique Canada sur les abonnés à des services sans fil englobent tous les abonnements rapportés par des fournisseurs de services, alors que l'Enquête sur les dépenses des ménages mesure le nombre de téléphones cellulaires possédés et utilisés à des fins personnelles au niveau des ménages, c'est-à-dire par tous les membres du ménage.



fins personnelles — de 22 % en 1997 à 59 % en 2004². La tendance à l'utilisation accrue du téléphone cellulaire est constatée pour tous les niveaux de revenus; en effet, les pourcentages des ménages qui disent avoir un téléphone cellulaire ont connu la hausse la plus forte parmi les ménages du plus faible quintile de revenu (Figure 1).

Figure 1



Source: Données obtenues de Statistique Canada, Division de la statistique du revenu.

Toutefois, sur une échelle mondiale, le taux d'adoption des télécommunications sans fil³ au Canada est à la traîne, avec moins de 52 abonnés par 100 habitants à la fin du premier trimestre de 2006, niveau atteint aux États-Unis au cours du second semestre de 2003 (Statistique Canada 2006). En moyenne, l'ensemble des pays de l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE) comptait 53,5 abonnés par 100 habitants à la fin de 2001 — il y a plus de quatre ans (Statistique Canada 2006). La moyenne de l'OCDE est rehaussée par les pays qui ont adopté rapidement la téléphonie cellulaire, par exemple le Luxembourg, le Royaume-Uni et la Finlande; en 2004, ces

² Données tirées de la base de données CANSIM de Statistique Canada, tableau 203-0020.

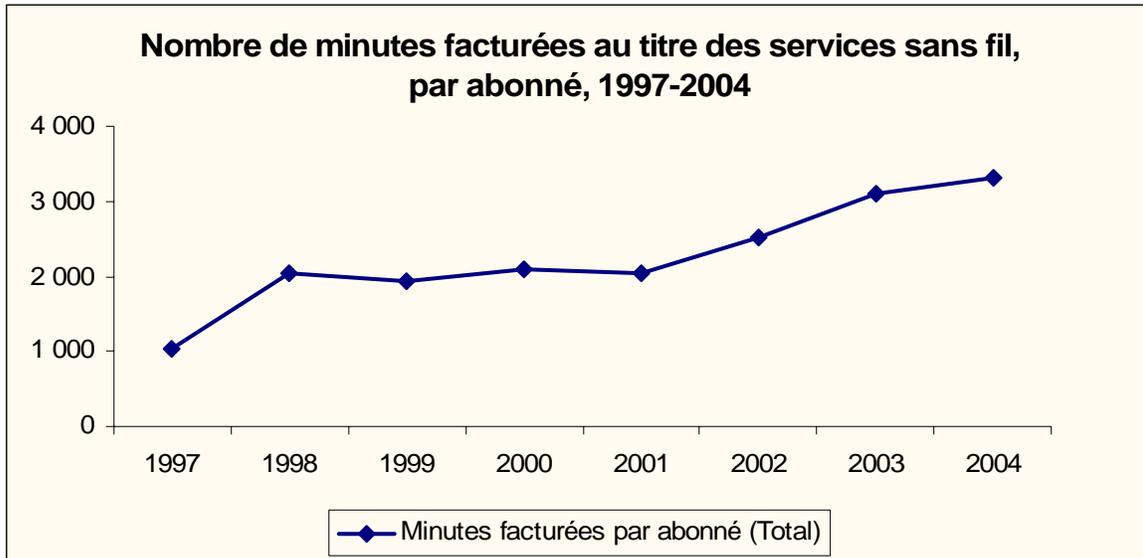
³ Dans l'Enquête trimestrielle sur les fournisseurs de services de télécommunications de Statistique Canada, les télécommunications sans fil sont définies comme des établissements qui exploitent et entretiennent des installations de commutation et de transmission dans le but d'assurer des services de communications directes au moyen d'ondes. Il s'agit notamment d'établissements qui offrent des services de téléphonie cellulaire, les services de messagerie et les services de communications personnelles (SCP).

pays comptaient respectivement 119,4, 102,8 et 95,6 abonnés à des services mobiles sans fil par 100 habitants (Industrie Canada 2006, figure 1-6). Le Canada est aussi à la traîne sur le plan du nombre d'entreprises de télécommunications sans fil où, « même si 94 p. 100 des Canadiens ont accès à au moins trois fournisseurs de services, le nombre maximal d'entreprises de télécommunications sans fil dans une région quelconque du pays est de trois fournisseurs »⁴ (Industrie Canada 2006, 1-23). Cette situation tranche nettement avec celle des États-Unis : 87 % des Américains vivent dans des régions où on trouve cinq fournisseurs ou plus et 41 %, dans des régions où il y en a au moins six (Industrie Canada 2006, 1-23). Néanmoins, les consommateurs bénéficieront bientôt de la possibilité de changer de fournisseur de services que leur offrira la transférabilité des numéros de services sans fil; les fournisseurs seront obligés d'offrir cette transférabilité à compter du 14 mars 2007 (CRTC 2005). Comme l'ont souligné des représentants de groupes de consommateurs, [TRADUCTION] « l'obligation de changer de numéro de téléphone cause des inconvénients, des perturbations et peut coûter cher. En plus, cela décourage les clients de changer de fournisseur de services sans fil et nuit à la concurrence. » (CDIP 2005)

Quoiqu'il en soit de cette perspective internationale, le taux d'adoption de la téléphonie cellulaire par les Canadiens est en hausse. Dans un sondage réalisé en 2006 auprès des ménages abonnés à la téléphonie sans fil ou qui ont accès à un service sans fil, 57 % ont déclaré avoir accès à deux téléphones sans fil ou plus, comparativement à 25 % en 1997 (Centre de recherche Décima, 2006). De plus, en décembre 2005, 4,8 % des ménages disaient s'en remettre **exclusivement** à des téléphones cellulaires (plutôt qu'à des téléphones conventionnels), comparativement à 1,9 % au milieu de 2003 (Statistique Canada 2006b). La tendance est plus élevée pour les Canadiens à faible revenu : en effet, à la fin de 2005, 7,7 % des ménages sous le seuil de faible revenu de Statistique Canada comptaient uniquement sur un téléphone cellulaire (Statistique Canada 2006b). Une autre indication de l'utilisation croissante de services de téléphonie sans fil par les Canadiens est illustrée par la Figure 2 qui montre une augmentation du nombre de minutes facturées par abonné.

⁴ « Un nombre limité de grands centres ont des revendeurs et des ERMV (exploitants de réseaux mobiles virtuels), mais ces derniers ne sont pas tous indépendants des trois entreprises de télécommunications nationales. » (Industrie Canada 2006, note de bas de page 31)

Figure 2



Source: Données obtenues de Statistique Canada, Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique.

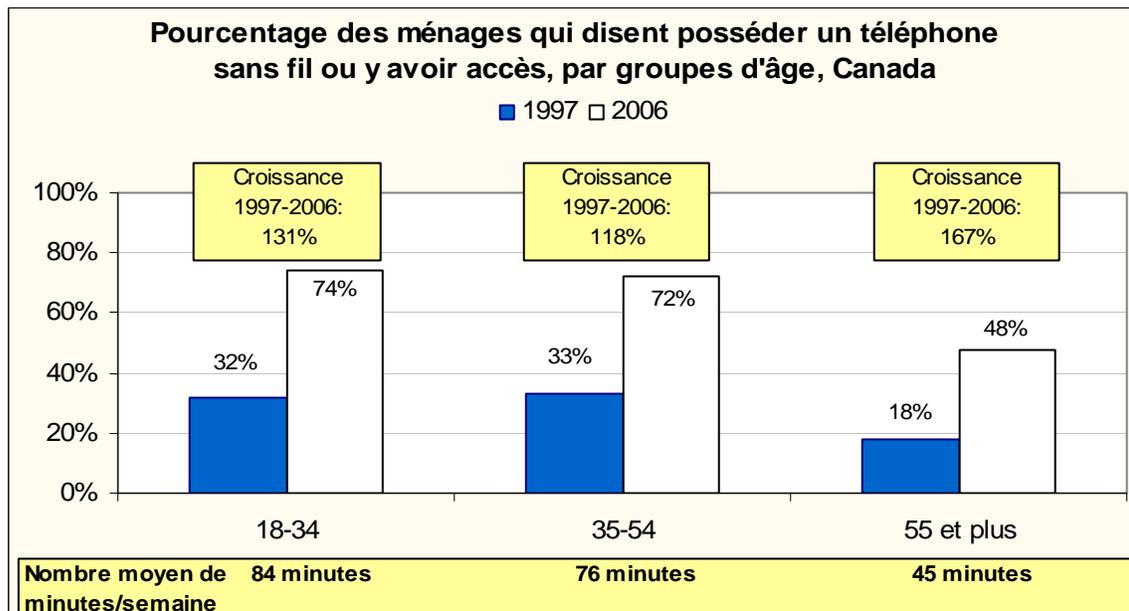
La place de plus en plus grande du téléphone cellulaire dans la vie des Canadiens

En redéfinissant le moment où les gens peuvent communiquer et la façon dont ils le font, le téléphone a indirectement touché beaucoup d'autres aspects de la vie quotidienne. L'utilisation à tous crins du téléphone cellulaire dans des lieux publics peut être source d'entorses à l'étiquette sociale et d'intrusions dans l'espace personnel des autres. Les histoires et les anecdotes de sonneries de téléphones cellulaires dans des salles de cinéma, pendant des offices religieux ou des spectacles se multiplient depuis des années. Par ailleurs, même si le téléphone cellulaire peut accroître la sécurité routière parce qu'il permet de signaler les accidents et les pannes, il est néanmoins la cause de comportements dangereux comme le démontrent les nombreux cas de conducteurs qui répondent à des appels ou qui composent des numéros tout en tentant de se faufiler dans la circulation. Même s'il offre des avantages sur le plan de la mobilité et de la sécurité personnelle (pour les aînés et lors de déplacements le soir ou la nuit, par exemple), le téléphone cellulaire peut aussi brouiller les limites entre le travail et la vie privée et, par conséquent, accroître les niveaux de stress (Warner 2005).

D'autres données sur l'adoption du téléphone cellulaire au Canada proviennent de l'analyse démographique tirée d'une étude du marché de la téléphonie sans fil réalisée en 2006 (Figure 3). Comme on pouvait s'y attendre, le nombre de Canadiens qui possèdent un téléphone cellulaire est plus élevé chez les 18-54 ans que dans le groupe des 55 ans et plus. Il semble néanmoins que les Canadiens plus âgés ont fait du rattrapage depuis 1997, comme le montre la croissance plus forte illustrée par la

Figure 3. L'âge a aussi une incidence sur l'intensité de l'utilisation du téléphone cellulaire : les utilisateurs les plus jeunes disent passer près de deux fois plus de temps au téléphone que les personnes de 55 ans et plus. D'autres sources ont étudié les tendances en matière de téléphonie cellulaire chez les enfants et les adolescents (voir l'encadré à la page suivante).

Figure 3



Source: Centre de recherche Décima, *Usage of Wireless Technologies in Canada, préparé pour l'Association canadienne des télécommunications sans fil (ACTS) (Avril 2006).*

On a assisté, depuis l'arrivée de la téléphonie cellulaire sur le marché, à un changement radical de la façon dont les consommateurs l'utilisent. La messagerie texte, la transmission sans fil du courrier électronique, l'assistant numérique personnel, les lecteurs MP3, les navigateurs Internet, les caméras numériques sont aujourd'hui des fonctions ordinaires du téléphone cellulaire, en plus de la transmission traditionnelle de la voix. La messagerie texte, en particulier, a littéralement explosé : le nombre de messages individuels envoyés par les Canadiens a atteint 1,5 milliard en 2005 (ACTS 2006), alors qu'il était d'à peine 174 millions en 2002 (ACTS 2005). Toutefois, à l'échelle internationale, les chiffres canadiens restent relativement peu élevés⁵.

⁵ Pendant le seul mois de juin 2006, 12,5 milliards de messages textes ont été envoyés aux États-Unis (CTIA 2006). Au Royaume-Uni, un total de 3,6 milliards de messages ont été envoyés en août 2006 (MDA 2006).

Les enfants et les ados, accros du cellulaire

Comme le démontre un sondage réalisé en 2005, les jeunes Canadiens sont de grands utilisateurs des télécommunications sans fil (Réseau Éducation-Médias, 2005).

- 6 % des élèves de 4^e année disent avoir un téléphone cellulaire; chez les élèves de 5^e secondaire (11^e année), cette proportion atteint 46 %.
- Des jeunes qui ont des téléphones cellulaires, 56 % ont la messagerie texte.
- 44 % disent avoir accès à Internet tandis que 25 % affirment que leur téléphone permet de prendre des photos.

Même si seuls 4 % des 1 500 utilisateurs de services de télécommunications sans fil interrogés en 2006 disaient chercher des renseignements sur Internet à l'aide de leur téléphone, environ les trois quarts de ces répondants déclaraient le faire au moins une fois par jour (Centre de recherche Décima 2006). Selon des analystes aux États-Unis, la consultation d'Internet par téléphone cellulaire ira en augmentant à mesure que des technologies comme l'activation vocale viendront appuyer l'expansion des recherches sur Internet. Avec les écrans de cinq centimètres des téléphones cellulaires, la recherche grâce à l'activation vocale est plus précise que les autres modes de recherche qui exigent trop de clics pour arriver au Web ou qui causent des erreurs d'orthographe (Cuneo 2006).

Combien cette utilisation du téléphone cellulaire coûte-t-elle aux Canadiens? Selon une étude menée en 2005, l'utilisateur canadien moyen de services de téléphonie cellulaire payait 60 % de plus que les forfaits offerts aux États-Unis et 19 % de plus que ce qu'exigent les fournisseurs européens (SeaBoard Group 2005). Pour les ménages canadiens qui déclarent dépenser pour des services de téléphonie cellulaire et d'autres services de télécommunications sans fil⁶, les dépenses annuelles moyennes ont atteint 629 \$ en 2004⁷. En comparaison, les dépenses moyennes pour les services de téléphone conventionnels (y compris les interurbains) s'élevaient à 696 \$, même pas 70 \$ de plus. En 1997, l'écart entre les dépenses moyennes par ménage répondant était supérieur à 200 \$ entre les services conventionnels (738 \$) et les services de téléphonie sans fil (514 \$).

⁶ Les questions posées par Statistique Canada dans son Enquête sur les dépenses des ménages placent les téléavertisseurs et les appareils de messagerie texte dans la même catégorie que les téléphones cellulaires. Le coût total peut englober des services pour plus d'un téléphone cellulaire, selon le nombre de téléphones déclarés par le ménage, mais il ne comprend pas les dépenses pour l'équipement connexe au téléphone cellulaire ni les dépenses pour les services groupés si la ventilation des coûts n'est pas disponible.

⁷ Les données sur les dépenses de ce paragraphe sont adaptées de la base de données CANSIM de Statistique Canada, tableau 203-0004.

Les mises à niveau très fréquentes soulèvent des questions quant à l'environnement et à la protection des renseignements personnels

Le cycle de vie des téléphones cellulaires est très court - les consommateurs en changeraient pour des modèles plus perfectionnés en moyenne tous les 18 mois (Bridis 2006). La destruction inadéquate des cartes de circuits imprimés et des piles rechargeables crée des problèmes pour l'environnement parce que ces éléments contiennent une foule de substances nocives : arsenic, plomb et mercure (California Environmental Protection Agency 2006). Toutefois, les téléphones cellulaires ont un fort potentiel de destruction viable puisque approximativement 96 % de leur poids sont recyclables (Bell Canada 2006). L'industrie a réagi en mettant sur pied, entre autres, des programmes de réutilisation ou de recyclage – depuis son lancement en 2003, le programme de reprise d'une entreprise a doublé le nombre de téléphones recueillis (Bell Canada 2006b). Alors que la revente d'un téléphone est une autre solution de viabilité, les consommateurs doivent être informés des problèmes potentiels aux chapitres de la protection des renseignements personnels et de la sécurité si les renseignements ne sont pas effacés adéquatement. On a découvert que des téléphones usagés achetés sur Internet renfermaient des données personnelles comme des numéros de cartes de crédit et des mots de passe bancaires (Bridis 2006).

Divers rapports font état de beaucoup d'autres problèmes résultant des interactions de plus en plus nombreuses des Canadiens avec le marché de la téléphonie cellulaire. Les renseignements sur les services de téléphonie cellulaire, tant la publicité que les contrats, peuvent être difficiles à déchiffrer et à comparer, ce qui crée de la confusion chez le consommateur. Certains des exemples mentionnés dans un rapport de 2004 par le Service d'aide au consommateur (organisation de consommateurs établie au Québec) sont des renseignements complexes et nébuleux sur les coûts, la couverture et les clauses de résiliation (SAC 2004).

Dans un rapport de suivi, le Service d'aide au consommateur a fait ressortir d'autres difficultés, par exemple l'impossibilité de connaître les modalités du contrat avant de conclure la transaction, les problèmes de facturation et la piètre qualité du service à la clientèle (SAC 2006). La possibilité d'évaluer les modalités du contrat est particulièrement importante dans le contexte canadien, où près de 80 % des utilisateurs de téléphones cellulaires ont des contrats postpayés à

La lecture de certaines offres de services de téléphonie cellulaire représente tout un exploit

Voici un exemple d'une offre de services de téléphonie cellulaire⁸:

*Forfait 200 minutes le jour et appels illimités les soirs la fin de semaine.
Le temps d'antenne des appels locaux faits et reçus dans le réseau élargi ne faisant pas partie du temps d'antenne compris dans le forfait mensuel et l'option illimitée étant sujette à la politique d'utilisation équitable de la compagnie.*

⁸ Cette offre a été rapportée dans Plantevin 2006.

long terme avec leur fournisseur de services de téléphonie cellulaire (CRTC 2006, 82). Selon le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, « La plupart des fournisseurs de services sans fil ont ciblé le segment de marché des services postpayés afin de conserver les clients qui doivent généralement s'engager envers un fournisseur pendant une période donnée, réduisant ainsi le taux de roulement » (CRTC 2006, 91). En comparaison, les abonnements prépayés à des services de téléphonie mobile (environ 20 % des abonnements au Canada), où le consommateur achète des minutes au fur et à mesure plutôt que de conclure un contrat avec facturation mensuelle, sont considérablement plus nombreux à l'échelle mondiale (46 % en 2004), particulièrement en Europe (62 %) (UIT 2005).

La tendance à offrir des services groupés (Internet, câblodistribution, service conventionnel) peut même accroître la confusion des consommateurs lorsqu'ils comparent les offres. Comme l'ont souligné les participants à une table ronde de l'OCDE traitant de l'économie de la demande et la politique à l'égard des consommateurs, il pourrait fort bien y avoir matière à inquiétude :

Les services publics, comme l'électricité, le gaz, l'eau et les télécommunications, se distinguent comme une catégorie de biens pour lesquels tous les avantages de la concurrence n'ont pas forcément été réalisés.

(...)

En théorie, puisque dans les services publics les produits ont des caractéristiques fixes, la recherche devrait être assez simple et se limiter aux questions de tarification. En réalité cependant, on observe une certaine viscosité sur ces marchés - les intervenants ont présenté des observations empiriques réalisées sur des marchés de services publics ; celles-ci montrent que de nombreux consommateurs ne tirent pas profit des possibilités avantageuses de passage à un autre fournisseur et même, dans certains cas, changent pour des fournisseurs dont les coûts sont plus élevés. Le problème tient à ce qu'un intervenant a appelé le « confusopole » (« confusopoly » en anglais), faisant allusion aux difficultés rencontrées par les consommateurs pour comparer les différentes offres groupées des compagnies de service public, qui ont des bases de calcul différentes pour les redevances fixes et les redevances selon le volume et proposent différentes offres groupées de produits connexes. (OCDE 2006, 12)

L'équipement même semble aussi se compliquer davantage, du point de vue des consommateurs : 80 % des utilisateurs sondés en 2006 disaient trouver que les appareils de communications sans fil sont faciles à utiliser, comparativement à un taux de 91 % observé huit ans plus tôt (Centre de recherche Décima 2006). De fait, une récente étude réalisée aux États-Unis établit un lien entre la complexité des nouveaux services et produits sans fil et la hausse constante du nombre d'abonnés à des services sans fil qui communiquent avec leurs fournisseurs (J.D. Power and Associates 2006).

Les téléphones cellulaires se plaçaient parmi les dix premières causes de plaintes et de demandes de renseignements reçues par le ministère des Services gouvernementaux de l'Ontario en 2004 et 2005 (gouvernement de l'Ontario 2005 et

2006). Les services et les fournitures de téléphonie cellulaire étaient aussi le secteur d'activités commerciales pour lequel le Bureau d'éthique commerciale du Canada a traité le plus de plaintes en 2005 (CCBBB 2006). Les télécommunications sans fil sont l'objet de plaintes similaires de la part de consommateurs aux États-Unis. Pendant le deuxième trimestre de 2006, les principaux sujets de plaintes relatives aux communications sans fil déposées au Bureau fédéral des communications (Federal Communications Commission, FCC) ont trait à la facturation et aux tarifs, à la qualité du service de téléphonie, à la résiliation précoce des contrats ainsi qu'aux pratiques de marketing et de publicité (FCC 2006). Le FCC a également prévenu les consommateurs de se méfier de la fraude en matière d'abonnement à des services de téléphonie cellulaire (c.-à-d., abonnements souscrits à l'aide de renseignements personnels obtenus frauduleusement) et de la fraude par clonage (les appels de l'appareil cloné sont portés sur la facture de l'utilisateur légitime) (FCC 2005).

La télécommunication sans fil soulève aussi des questions impérieuses dans d'autres domaines de la politique publique. Même si les risques de collision sont accrus par un grand nombre de distractions, il est reconnu que « les téléphones cellulaires et autres outils de télématique sont au coeur du problème pour le public, les décideurs et les gouvernements » (FRBR et CAA 2006).⁹ La tendance à l'ajout de fonctions de géopositionnement par satellite (GPS), qui offrent une gamme de services permettant de déterminer divers emplacements, par exemple des renseignements sur le restaurant le plus proche ou la surveillance parentale discrète des activités des enfants (Shaw 2006), soulève des questions relatives au respect de la vie privée - cependant, l'une des difficultés pour ce qui est du respect de la vie privée et de la surveillance est que les gens se plaignent le plus énergiquement après avoir été victimes de la technologie, longtemps après qu'elle soit devenue généralisée (Arthur 2006). Les risques pour la sécurité, comme l'ont montré les rapports d'explosion de téléphones cellulaires, ont incité à l'adoption, aux É.-U., de conseils et de normes de sécurité pour les piles (CPSC 2005). Tout en participant aux travaux de recherche de l'Organisation mondiale de la Santé sur les risques pour la santé de l'exposition aux champs électromagnétiques et à la radiofréquence, Santé Canada conclut ainsi : « À ce jour, des études sur les animaux et les êtres humains ne démontrent pas de façon probante que le cellulaire cause de graves problèmes de santé, notamment le cancer, des crises d'épilepsie ou des troubles du sommeil » et ajoute qu'il revient à chacun de décider d'utiliser ou non un cellulaire en tenant compte de la possibilité qu'il subsiste un risque inconnu (Santé Canada 2005).

⁹ Terre-Neuve-et-Labrador est actuellement la seule province qui interdit à tous les conducteurs d'utiliser un téléphone cellulaire tenu à la main. Les recherches suggèrent que certaines provinces et territoires pourraient vouloir songer à interdire aux jeunes détenteurs d'un permis d'apprenti ou d'un permis temporaire d'utiliser un téléphone cellulaire et d'autres appareils de communication électroniques, pratique déjà appliquée dans certains états américains (FRBR et CAA 2006). Un projet de loi d'initiative parlementaire à cette fin a été déposé en Ontario en 2006 (Puxley 2006).

Si, comme certains le prédisent, les perfectionnements technologiques élargissent l'utilisation du commerce par téléphone cellulaire, il faut s'attendre à ce qu'à l'avenir, la liste des questions et des enjeux continue de s'allonger (voir l'encadré).

Commerce par téléphone mobile : les enjeux du commerce électronique en mouvement

Les Canadiens n'ont pas encore fait l'expérience du commerce par téléphone mobile aussi directement que les consommateurs du Japon, où le téléphone cellulaire peut être utilisé pour acheter des billets de concert, des livres et des produits dans des distributeurs automatiques (Yoon 2006). Les fournisseurs canadiens de services de téléphonie sans fil s'affairent cependant à faciliter l'offre de nouveaux services de commerce par téléphone mobile au Canada (Telus Mobilité 2005). Des rapports de pays où la pénétration de la téléphonie sans fil est plus forte ont déjà ressorti des problèmes potentiels, par exemple la responsabilité des parents ou des tuteurs par rapport à celle des fournisseurs de services lorsque des mineurs concluent des contrats (Bureau de la consommation et ombudsman finlandais 2006). Certains autres problèmes relatifs au commerce par téléphone mobile mentionnés par le Dialogue Transatlantique des Consommateurs sont la publicité destinée aux enfants, l'applicabilité des lois existantes et la disparité entre les droits en cas de différend quant au paiement (TACD 2005). Le Comité des politiques en matière de consommation de l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE) a aussi reconnu que le commerce par téléphone mobile présente de nouveaux enjeux à examiner (OCDE 2006b).

Cette mise à jour vise à mettre en évidence la place de plus en plus grande qu'occupe le téléphone cellulaire dans les activités de communication des consommateurs et à souligner les considérations relatives aux politiques connexes. D'autres mises à jour sur les tendances du marché qui présentent de l'intérêt pour les consommateurs seront publiées à mesure que les résultats de nouvelles recherches sont disponibles et que la politique de protection des consommateurs évolue.

RÉFÉRENCES

Arthur, Charles. 2006. "Follow you, follow me", *The Guardian*, 14 septembre 2006.

ACTS, Association canadienne des télécommunications sans fil. 2005. *Les Canadiens envoient 3,4 millions de messages texte par jour*, 22 mars 2005, sur Internet : http://www.cwta.ca/CWTASite/french/press_releases/mar22_05fr.html

_____. 2006. *Messagerie texte au Canada*, sur Internet : http://www.txt.ca/french_1/facts.htm

Bell Canada. 2006. *Des données intéressantes*, sur Internet : http://www.bell.ca/support/support/PrsCSrvWls_ClpRcle_Facts.page

Bell Canada. 2006b. *BCE – Un sens aigu de l'engagement. Points saillants du rapport 2005 sur la responsabilité d'entreprise de Bell Canada Entreprises*, juin 2006.

Bridis, Ted. 2006. "Cellphones Spill Secrets", *globeandmail.com*, 30 août 2006, consulté à : <http://www.theglobeandmail.com/servlet/story/RTGAM.20060830.gtcell0830/BNSStory/Technology>

Bureau de la consommation et ombudsman finlandais. 2006. "Clarity in Triangle Drama Between Operator, Service Provider and Minor", *Current Issues on Consumer Law - The Finnish Consumer Ombudsman's Newsletter*, 6/2006, sur Internet : http://uutiskirje.kuluttajavirasto.fi/consumer_law/consumer_law_6_2006/en_GB/kvl_operator

California Environmental Protection Agency. 2006. *New Law for Recycling Cellular Phones - AB 2901: California's Cell Phone Recycling Act of 2004*, juin 2006, sur Internet : http://www.dtsc.ca.gov/HazardousWaste/EWaste/upload/HWMP_FS_AB2901.pdf

CCBBB, Conseil canadien des bureaux d'éthique commerciale. 2006. *Better Business Bureaus Provide Close to 90 Million Instances of Service in 2005*, 20 mars 2006, sur Internet : <http://www.bbbsp.ca/90MillionInstancesofService.html>

CDIP, Centre pour la défense de l'intérêt public. 2005. *Mobile Number Portability: Moving With The Times*, novembre 2005.

Centre de recherche Décima. 2006. *Usage of Wireless Technologies in Canada, préparé pour l'Association canadienne des télécommunications sans fil (ACTS)*, avril 2006.

CPSC, Consumer Product Safety Commission. 2005. *Cell Phone Batteries: CPSC, CTIA Working Together to Keep Consumers Safe*, 13 mai 2005, sur Internet : <http://www.cpsc.gov/CPSCPUB/PREREL/prhtml05/05174.html>

CRTC, Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes. 2005. *Le CRTC agit rapidement pour que les clients des services sans fil puissent bénéficier de la transférabilité des numéros*, 20 décembre 2005, sur Internet : <http://www.crtc.gc.ca/frn/news/releases/2005/r051220.htm>

_____. 2006. *Rapport de surveillance du CRTC sur les télécommunications - État de la concurrence dans les marchés des télécommunications au Canada*, juillet 2006.

CTIA – The Wireless Association. 2006. *Wireless Quick Facts – Septembre 2006*, consulté à http://www.ctia.org/research_statistics/index.cfm/AID/10202

Cuneo, Alice Z. 2006. “Not Into Mobile Search? Just Wait a Couple Years”, *Ad Age Digital*, 28 août 2006.

FRBR, Fondation de recherches sur les blessures de la route au Canada et CAA, Association canadienne des automobilistes. 2006. *Conférence internationale sur la distraction au volant - Compte rendu sommaire et recommandations, présentés par la CAA et la FRBR*, avril 2006.

FCC, Federal Communications Commission. 2005. *FCC Consumer Advisory – Cell Phone Fraud*, 26 septembre 2005, sur Internet : <http://www.fcc.gov/cgb/consumerfacts/cellphonefraud.html>

_____. 2006. *Quarterly Report on Informal Consumer Inquiries and Complaints Released*, 7 septembre 2006, sur Internet : http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/DOC-267246A1.pdf

Gouvernement de l'Ontario, ministère des Services gouvernementaux, 2005. *McGuinty Government Strengthens Consumer Protection*, 20 juillet 2005, sur Internet : http://ogov.newswire.ca/ontario/GPOE/2005/07/20/c3031.html?lmatch=&lang=_e.html

_____. 2006. *Les 10 plaintes et demandes de renseignements les plus fréquentes des consommateurs en 2005*, 27 juin 2006, sur Internet : http://www.gov.on.ca/MGS/fr/News/STEL02_047298.html

Industrie Canada. 2006. *Groupe d'étude sur le cadre réglementaire des télécommunications - Rapport final 2006*, mars 2006.

J.D. Power and Associates. 2006. *The Incidence of Wireless Users Contacting Their Carrier for Customer Care Issues Is at an All-Time High*, 26 juillet 2006, sur Internet : <http://jdpower.com/corporate/news/releases/pdf/2006122.pdf>

MDA, Mobile Data Association. 2006. *August Texting Again Breaks UK Records*, 25 septembre 2006, sur Internet : http://www.text.it/mediacentre/press_release_list.cfm?thePublicationID=E455D69F-03E8-F32B-904B7492C3560728

OCDE, Organisation de coopération et de développement économique. 2006. *Table ronde: L'économie de la demande et la politique à l'égard des consommateurs*, 20 avril 2006.

_____. 2006b. *Consumer Policy: Recent Achievements and Current Challenges*, sur Internet: http://www.oecd.org/document/45/0,2340,fr_2649_34267_35935597_1_1_1_1,00.html

Plantevin, Jérôme. 2006. « Les forfaits sans-fil, rien de moins simple! », *Journal Les Affaires*, 13 juillet 2006.

Puxley, Chinta. 2006. “Bill Would Force Teen Drivers to Leave Their Toys Behind”, *globeandmail.com*, 1^{er} octobre 2006, consulté à <http://www.theglobeandmail.com/servlet/story/RTGAM.20061001.wcarphones1001/BNStory/National/home>

Réseau Éducation-Médias. 2005. *Jeunes Canadiens dans un monde branché, Phase II – Sondage des élèves*, novembre 2005.

SAC, Service d'aide au consommateur. 2004. *La téléphonie cellulaire : les pièges de la transaction*.

_____. 2006. *La téléphonie cellulaire... mise à nu*.

Santé Canada. 2005. *Utilisation sécuritaire des téléphones cellulaires*, sur Internet : http://www.hc-sc.gc.ca/iyh-vsv/prod/cell_ftml

SeaBoard Group, The. 2005. *Key Highlights From Lessons For Canada: Wireless Pricing- A Cross-National Survey: U.S. Canada, and Europe*, sur Internet : <http://www.seaboardgroup.com/main/index.php?option=content&task=view&id=290&Itemid=123>

Shaw, Gillian. 2006. "Phone GPS Lets You Track Your Kids: Parents Can Monitor Movements With an Electronic 'Bread Crumb' Trail", *Vancouver Sun*, 5 octobre 2006

Statistique Canada. 2006. *Statistiques trimestrielles des télécommunications, premier trimestre 2006*, *Le Quotidien*, numéro de catalogue 11-001-XIF, 13 septembre 2006.

_____. 2006b. *Enquête de Statistique Canada sur le service téléphonique résidentiel, décembre 2005*, *Le Quotidien*, numéro de catalogue 11-001-XIF, 5 avril 2006.

TACD, Dialogue Transatlantique des Consommateurs. 2005. *Resolution on Mobile Commerce*, août 2005, sur Internet : <http://www.tacd.org/cgi-bin/db.cgi?page=view&config=admin/docs.cfg&id=283>

Telus Mobilité. 2005. *Bell Mobilité, Rogers Sans-fil et TELUS Mobilité lancent une nouvelle initiative de commerce mobile*, 8 novembre 2005, consulté à : http://www.telusmobilite.com/about/press_room/press_room_current_list.shtml#2005

UIT, Union internationale des télécommunications. 2005. *Evaluating the Cost of The Handset and Mobile Telephony as a Barrier to Uptake*, 6 décembre 2005, sur Internet : http://www.itu.int/ITU-D/ict/papers/2005/ITU_Gray_FINAL_web.pdf

Warner, Jennifer. 2005. "Cell Phones Raise Stress", *CBS News*, 14 décembre 2005, sur Internet : <http://www.cbsnews.com/stories/2005/12/14/health/webmd/main1125102.shtml>

Yoon, Stella. 2006. "The Push for Mobile Commerce", *globeandmail.com*, 17 mars 2006, consulté à <http://www.theglobeandmail.com/servlet/story/RTGAM.20060313.FLstellamar13/BNSStory/Technology/home>

Les renseignements contenus dans ce document ont été tirés de plusieurs sources que les auteurs se sont efforcés de mentionner, le cas échéant. Les avis d'erreurs ou d'omissions seront acceptés avec reconnaissance. Prière de les communiquer à murphy.maryanne@ic.gc.ca

Les opinions exprimées dans ce document de recherche ne reflètent pas nécessairement celles d'Industrie Canada ou du gouvernement du Canada.

Autorisation de reproduction

À moins d'indication contraire, l'information contenue dans cette publication peut être reproduite, en tout ou en partie et par quelque moyen que ce soit, sans frais et sans autre permission d'Industrie Canada, pourvu qu'une diligence raisonnable soit exercée afin d'assurer l'exactitude de l'information reproduite, qu'Industrie Canada soit mentionné comme organisme source et que la reproduction ne soit présentée ni comme une version officielle ni comme une copie ayant été faite en collaboration avec Industrie Canada ou avec son consentement.

Pour obtenir l'autorisation de reproduire l'information contenue dans cette publication à des fins commerciales, faire parvenir un courriel à copyright.droitdauteur@tpsgc.gc.ca.

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

No de catalogue lu23-14/2006F-PDF
ISBN 0-662-72751-7
60129F

Also available in English under the title Consumer Trends Update: The Expansion of Cellphone Services

