

DECISION N° 017/ARPCE-DG/DAJI/DEM/12

Fixant les modalités d'encadrement des messages publicitaires et d'information
des consommateurs de services de communications électroniques

-----000-----

LE DIRECTEUR GENERAL,

Vu la loi n° 9-2009 du 25 novembre 2009 portant réglementation du secteur des communications électronique ;

Vu la loi n°11-2009 du 25 novembre 2009 portant création de l'agence de régulation des postes et des communications électroniques, notamment en ses articles 4 et 5 ;

Vu les statuts de l'agence de régulation des postes et des communications électroniques approuvés par le décret n°2009-477 du 30 décembre 2009, notamment en leur article 27 ;

Vu le décret n°2009-546 du 30 décembre 2009 portant nomination du Directeur Général de l'agence de régulation des postes et des communications électroniques ;

DECIDE :

Article premier :

La présente décision a pour objet d'encadrer les messages publicitaires dont le contenu porte sur les services de communications électroniques et de fixer les dispositions particulières d'information du consommateur par les exploitants de réseaux publics de communications électroniques, les fournisseurs de services à valeur ajoutée.

Article 2 :

Les messages publicitaires désignés à l'article premier ci-dessus s'entendent par toute forme de message, quel que soit leur support : radiodiffusé, télévisé, écrit y compris, sur les sites internet, par SMS (short message service) ou courrier électronique, émis par un exploitant de réseaux publics de communications électroniques ou un fournisseur de services à valeur ajoutée pour informer le public, dans le cadre de la promotion, la commercialisation et/ou la vente de services de communications électroniques liés à l'exploitation de leur licence ou de leur déclaration.

Article 3 :

Les exploitants de réseaux publics de communications électroniques et les fournisseurs de services à valeur ajoutée sont tenus d'informer le public des tarifs et des conditions générales et spécifiques de leurs offres de services.

Cette information devra clairement préciser le contenu et la portée de l'offre et ses détails, notamment techniques, tarifaires et contractuels.

Chaque modification apportée aux conditions initiales de l'offre doit être portée à la connaissance du public avec des moyens et supports identiques à ceux utilisés lors de son lancement.

Article 4 :

Les exploitants de réseaux publics de communications électroniques et les fournisseurs de services à valeur ajoutée doivent, au niveau de leurs messages publicitaires, quel que soit leur support, préciser les informations sur les caractéristiques essentielles de l'offre, qui peuvent varier en fonction du produit ou du service.

Ces informations sont notamment :

- la désignation exacte de l'offre proposée ;
- les tarifs de l'offre toutes taxes comprises (TTC) en l'occurrence le tarif principal de l'offre lorsque celle-ci comprend plusieurs composantes tarifaires ;
- la ou les durées minimales d'engagement liées à l'offre ;
- les conditions d'accès à l'offre y compris les équipements clients nécessaires pour y accéder.

Dans le cas où un équipement spécifique est indispensable pour le fonctionnement du service proposé dans l'offre, ses caractéristiques doivent être obligatoirement précisées, ainsi que son prix, toutes taxes comprises.

Dans tous les cas, les exploitants de réseaux publics de communications électroniques et les fournisseurs de services à valeur ajoutée doivent procéder à l'affichage, dans les agences commerciales et les points de ventes, de manière lisible et visible, à l'endroit où la clientèle est reçue habituellement, de toute l'information minimale ci-dessus relative à chaque offre de prestation de service de télécommunication.

Article 5 :

Les exploitants de réseaux publics de communications électroniques et les fournisseurs de services à valeur ajoutée doivent respecter les principes de loyauté et de lisibilité des messages publicitaires quel que soit leur support et pour toutes leurs offres. Ils doivent garantir une information juste et sincère aux consommateurs.

A ce titre, ils sont tenus de prendre toute mesure tendant à veiller notamment à :

- l'exactitude des informations relatives à l'offre ;
- la précision de la durée de disponibilité de l'offre en termes de quantité et de prix ;
- l'absence de toute mention de nature à induire le consommateur en erreur et ou toute mention sans rapport avec la prestation ou le service proposé ;
- l'identification exacte de l'origine du message publicitaire lorsqu'il est transmis par SMS ou par voie électronique ;
- la non diffusion de la publicité directe au moyen de SMS, d'automates d'appels vers les numéros de réseaux concurrents ;
- la possibilité donnée au client de refuser de recevoir le message publicitaire par SMS ou par voie électronique.

Article 6 :

En cas de non-respect de l'une des mesures prévues aux articles 4 et 5 de la présente décision, l'agence de régulation des postes et des communications électroniques se réserve le droit de faire retirer sans délai le(s) message(s) publicitaire(s) en cause.

Article 7 :

Les exploitants de réseaux publics de communications électroniques et les fournisseurs de services à valeur ajoutée doivent, au niveau de leurs messages et documents publicitaires réunir toutes les conditions qui en assurent la lisibilité.

dy

La lisibilité doit être assurée au niveau de toutes les composantes du message publicitaire, y compris les mentions et renvois qui peuvent comprendre des exceptions et/ou des limitations aux caractéristiques de l'offre. Les mentions et renvois doivent apparaître clairement dans le message publicitaire.

La lisibilité doit se traduire par l'usage de caractères qui, notamment de par leur taille, leur couleur, leur contraste et leur emplacement dans le message publicitaire, permettent la lecture de toutes les mentions dans des conditions normales.

Article 8 :

Les exploitants de réseaux publics de communications électroniques et les fournisseurs de services à valeur ajoutée sont tenus :

- d'afficher clairement et explicitement le message principal de la publicité qui peut être le prix TTC ou tout autre caractéristique essentielle de l'offre telle que précisée à l'article 4 ci-dessus ;
- d'afficher lisiblement les différentes caractéristiques de l'offre telles que les conditions d'éligibilité et/ou les conditions d'application ;
- d'afficher dans le même espace visuel et les mêmes conditions du message principal, les conditions particulières auxquelles l'offre est soumise.

En ce qui concerne les messages publicitaires audio, le message doit mettre en évidence toutes les caractéristiques essentielles de l'offre décrites à l'article 4 ci-dessus.

Article 9 :

En cas d'offre comprenant une promotion, les exploitants de réseaux publics de communications électroniques et les fournisseurs de services à valeur ajoutée doivent mettre en évidence au niveau du message publicitaire, de manière explicite, en sus du prix promotionnel (TTC), le prix pérenne (TTC) applicable à l'issue de la promotion, la période de la promotion ainsi que les conditions pour en bénéficier.

Article 10 :

Les messages publicitaires sonores ou télévisuels prennent immédiatement fin dès que l'offre de service a été retirée du marché. Un délai de sept (7) jours ouvrables est accordé aux exploitants de réseaux publics de communications électroniques et aux fournisseurs de services à valeur ajoutée pour débarrasser les espaces publics de tous les supports publicitaires physiques ayant servi à la promotion de l'offre de service.

Article 11 :

Le directeur de l'économie et des marchés est chargé de l'exécution de la présente décision, qui prend effet à compter du 15 avril 2012, sera notifiée à tous les opérateurs de communications électroniques, communiquée et publiée partout où besoin sera.

Fait à Brazzaville, le 28 mars 2012

Le Directeur Général



Yves CASTANOU.