

Cotonou, le 01 JUL 2013

AUTORITE TRANSITOIRE DE REGULATION DES POSTES
ET TELECOMMUNICATIONS

DECISION N° 2013-¹⁴¹ATRPT/PT/SE/DAF/DAEP/DO/DAJRC/SA portant modalités d'organisation des publicités commerciales autour des produits et services des postes et des télécommunications.

Le Conseil de Régulation,

Vu la loi n° 2007-21 du 16 octobre 2007 portant protection du consommateur en République du Bénin ;

Vu l'ordonnance n° 20/PR/MFAEP du 05 juillet 1967 portant réglementation des prix de stock ;

Vu le décret n° 2007-209 du 10 mai 2007 portant création, attributions, organisation et fonctionnement de l'Autorité Transitoire de Régulation des Postes et Télécommunications en République du Bénin ;

Vu le décret n° 2007-210 du 10 mai 2007 et suivants portant nomination des membres du Conseil Transitoire de Régulation des Postes et Télécommunications en République du Bénin ;

Vu le décret n° 2008-507 du 08 septembre 2008 portant conditions d'acceptation et d'attribution des autorisations, des permis et des déclarations préalables pour l'exploitation des réseaux et services de télécommunications en République du Bénin et ses arrêtés d'application ;

Vu l'arrêté n° 87 MCT/CAB/DCP/SRC du 13 juin 1995 relatif à la publicité des prix des biens et services ;

Vu l'arrêté n° 2008-0065/MC/DC/SGM/DGCI/DPCI/DCLF/SA du 14 novembre 2008 portant organisation des ventes promotionnelles, soldes et liquidations ;

Vu la décision n° 2011-060 ATRPT/PT/SE/DAF/DAEP/DAJRC/SA fixant les modalités d'exploitation commerciale de services postaux ouverts à la concurrence ;

Vu la décision n° 022 /ATRPT/PT/SE/DAJC/SA du 10 octobre 2009 fixant les modalités d'organisation des promotions de vente des produits et services de télécommunications ;

Vu les conventions d'exploitation et cahiers des charges des opérateurs de téléphonie et des fournisseurs d'accès Internet ;

Vu les conventions d'exploitation et cahiers des charges des opérateurs postaux ;

Considérant les nombreuses plaintes liées à la publicité relevées par l'Autorité de Régulation ;

Considérant les nombreux rappels à l'ordre de l'Autorité de Régulation relatifs à certaines publicités organisées par les opérateurs et prestataires de services ;

Considérant la synthèse des observations reçues des différents acteurs du secteur ;

DECIDE

Article 1 :

La présente décision définit les modalités d'organisation de publicités commerciales autour des produits et services des postes et des télécommunications en République du Bénin.

Elle fixe également les dispositions particulières d'information du client en matière de prix, de caractéristiques ainsi que les conditions de réalisation des prestations qui lui sont fournies par les exploitants de réseaux des postes ou des télécommunications ouverts au public, y compris les prestataires de services des postes ou des télécommunications.

Article 2 :

Au sens de la présente décision, on entend par publicité toute forme de message quel que soit son support, notamment radiodiffusé, télévisé, écrit, affichage, SMS (Short Message Service), MMS (Multimédia Messaging Service) ou par voie électronique, émis par un exploitant de réseaux des postes ou des télécommunications ouverts au public, y compris les prestataires de services des postes ou des télécommunications, pour promouvoir leurs produits et services.

Article 3 :

Les exploitants de réseaux des postes ou des télécommunications ouverts au public et les prestataires de services des postes ou des télécommunications sont tenus d'informer de façon régulière et explicite le public des tarifs, des caractéristiques ainsi que des conditions générales et spécifiques de leurs offres de services.

Ces informations doivent être clairement précisées dans le contenu de l'offre sans occulter les détails sur les aspects technique, tarifaire, contractuel et autres.

Article 4 :

Toute modification apportée aux conditions initiales d'une offre de service ou produit des postes ou des télécommunications doit être portée à la connaissance du public par des moyens et des supports identiques à ceux utilisés lors de son lancement.

Article 5 :

Pour répondre à l'obligation d'information du client sur les caractéristiques essentielles de l'offre, les messages publicitaires, quelque soit leur support (visuel, audio, papier, sms ou voie électronique) doivent contenir les éléments ci-après :

- 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 minimale(s) d'engagement liées à l'offre ;
- les conditions d'accès à l'offre y compris les équipements clients nécessaires pour y accéder ;
- au cas où un équipement ou une application spécifique est indispensable pour le fonctionnement du service proposé dans l'offre, ses caractéristiques obligatoires ainsi que son prix (TTC).

Article 6 :

Les exploitants de réseaux des postes ou des télécommunications et les autres prestataires de services des postes ou des télécommunications ont l'obligation de procéder à l'affichage des informations minimales sus-citées, de manière lisible et visible, dans les agences commerciales, les points de ventes ou tout autre endroit où la clientèle est habituellement reçue.

En cas de pluralité d'offres, les services peuvent être énumérés par ordre alphabétique ou par catégorie.

Article 7 :

Les exploitants de réseaux des postes ou télécommunications ouverts au public ainsi que les autres prestataires de services des postes ou des télécommunications doivent veiller à la quiétude des clients en évitant de les perturber par des SMS intempestifs notamment la nuit et aux heures de repos.

Article 8 :

Les exploitants de réseaux des postes ou des télécommunications et les autres prestataires de services des postes ou des télécommunications doivent s'abstenir de diffuser des messages publicitaires comportant, sous quelque forme que ce

soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire le client ou le consommateur en erreur.

A cet effet, ils sont tenus de prendre des mesures permettant de veiller notamment à :

- l'exactitude des informations relatives à l'offre ;
- la précision sur 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 ;
- la précision exacte sur l'origine du message publicitaire lorsqu'il est transmis par SMS ou par voie électronique.

Article 9 :

Les exploitants de réseaux des postes ou des télécommunications ouverts au public ainsi que les autres prestataires de services des postes ou des télécommunications doivent assurer la lisibilité de toutes les composantes du message publicitaire.

A cet effet, ils sont tenus d'afficher :

- clairement et explicitement le message principal de la publicité qui peut être le prix TTC ou toutes autres caractéristiques essentielles de l'offre telles que précisées à l'article 5 ci-dessus ;
- lisiblement les différentes caractéristiques de l'offre telles que les conditions d'éligibilité et/ou les conditions d'application ;
- dans le même espace visuel et dans les mêmes conditions que le message principal, toutes les autres conditions auxquelles l'offre est soumise.

Article 10 :

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

Article 11 :

Toute publicité sur l'organisation de promotion de vente de produits ou services par les exploitants de réseaux des postes ou télécommunications et les autres prestataires de services des postes ou des télécommunications ne peut intervenir sans l'accord préalable de l'Autorité de Régulation conformément à l'article 6 de la décision n° 022 /ATRPT/PT/SE/DAJC/SA du 10 octobre 2009 fixant les modalités d'organisation des promotions de vente des produits et services de télécommunications.

Article 12 :

Les messages publicitaires concernant les promotions de produits ou services des postes ou des télécommunications doivent indiquer 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 13 :

Les exploitants de réseaux des postes ou des télécommunications ouverts au public ainsi que les autres prestataires de services des postes ou télécommunications qui ne respectent pas les normes en matière de publicité seront sanctionnés conformément à la réglementation en vigueur.

Article 14 :

La présente décision qui prend effet pour compter de sa date de signature sera notifiée aux exploitants de réseaux des postes et des télécommunications ouverts

au public ainsi qu'aux autres prestataires de services des postes ou des télécommunications et publiée partout où besoin sera.

Ont siégé :

Mesdames

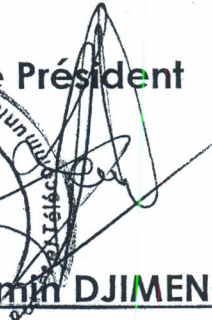
Pierrette DJOSSOU AMOUSSOU
Paulette GANGBO AGBOTON
Myriam KAMARA SOGLO

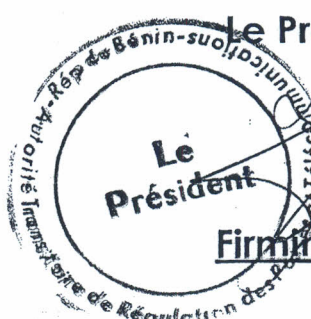
Messieurs

Firmin DJIMENOU
Moudjibou EMMANUEL
Flavien AIDOMONHAN
Romain Abilé HOUEHOU
Nestor DAKO
Moïse KEREKOU

Ampliations :

Original :	01
MCTIC :	01
Archives :	01
Opérateurs GSM :	05
Prestataires de services Postaux :	06
Autres prestataires :	20
Associations de Consommateurs :	08

Le Président

Firmin DJIMENOU


Le Président

