

REPONSES D'ATLANTIQUE TELECOM COTE D'IVOIRE A LA CONSULTATION PUBLIQUE SUR LA REGLEMENTATION DES CONTRATS ENTRE LES OPERATEURS/ FOURNISSEURS DE SERVICES ET LES UTILISATEURS DES SERVICES DE TELECOMMUNICATIONS

1) forme du contrat : Quelle forme de contrat proposeriez-vous ? Pourquoi ?

a. contrat unique avec plusieurs objets

b. contrat par service

c. autre contrat (précisez svp)

Pour certaines offres, doit-on exiger des contrats autres que ceux d'adhésion ? lesquelles et pourquoi ?

Nous pensons qu'il convient de laisser pleinement jouer le libre jeu de la concurrence en matière de fourniture de services aux abonnés.

Ainsi, même s'il existe des contrats d'adhésion, le consommateur dispose d'un éventail de choix très large parmi la multitude des offres des opérateurs. D'autre part, en dehors des contrats d'adhésion, d'autres formes de contrats d'abonnements sont déjà mises en place par les opérateurs. Elles offrent aux utilisateurs la possibilité de négocier les conditions de fourniture de service (exemple des contrats d'entreprise). Il n'est donc pas utile d'imposer la forme des contrats car cela pourrait freiner la concurrence et réduire les bénéfices que pourraient en tirer les consommateurs.

2. Le contenu du contrat :

Les éléments devant figurer dans le contrat, mentionnés à l'article 175 de l'Ordonnance précitée sont-ils suffisants ?

a. Oui

b. Non

c. Si non pourquoi ? avez-vous des recommandations ? lesquelles ?

Pour les différents éléments au contrat, avez-vous des propositions, lesquelles ?

Quelles dispositions peut-on prendre pour donner une valeur contractuelle aux offres des opérateurs et fournisseurs de services proposées à travers des spots publicitaires ?

Oui. Nous pensons que ces éléments couvrent de manière exhaustive les points clés devant figurer au contrat. Nous ne pensons pas qu'il soit utile d'en rajouter.

S'agissant des dispositions éventuelles à prendre pour donner une valeur contractuelle aux offres des opérateurs, il est utile de rappeler que la finalité d'une publicité est de présenter les caractéristiques essentielles du produit ou service et non les conditions générales et particulières, celles-ci étant présentées et communiquées au client lors de la souscription. Les publicités doivent en tout état de cause revêtir un caractère loyal et véridique puisque l'obligation générale d'information pesant sur les opérateurs, inclut également leurs supports publicitaires. Aussi, à partir du moment où l'offre est publiée et qu'elle est ferme (sans ambiguïté) et précise (sur le prix et l'objet), c'est son acceptation lors de la souscription qui lui donnera automatiquement une valeur contractuelle. Il n'est donc nul besoin de prendre des dispositions particulières pour lui donner une valeur contractuelle.

3. La validité du contrat :

Selon vous, à quelles conditions le contrat est-il valide ?

- a. Signature écrite de l'utilisateur**
- b. Engagement unilatéral de l'opérateur ou du fournisseur de services**
- c. Dès l'usage du service**
- d. Accord téléphonique (appel vocal ou SMS)**
- e. Autre condition (précisez-svp)**

La validité du contrat suppose :

- le consentement de la partie qui s'oblige.
- sa capacité de contracter
- un objet certain qui forme la matière de l'engagement
- une cause licite dans l'obligation.

De manière générale, s'agissant du consentement, il faudrait que l'offre et l'acceptation existent. Si l'offre du vendeur est acceptée par l'acheteur, le contrat est considéré comme conclu si ce consentement n'est pas vicié (erreur, dol ou contrainte). Aussi, dans tous les cas de figure cités plus haut, en dehors de l'engagement unilatéral de l'opérateur ou du fournisseur de services, nous pensons que la condition de consentement est acquise s'il n'existe aucun vice au contrat. Ainsi, s'agissant de la forme de l'acceptation du client, celle-ci devra être respectée selon les exigences découlant des dispositions législatives en vigueur relatives aux conditions de validité des contrats. L'essentiel étant que les opérateurs soient en mesure de démontrer, à tout moment, cette acceptation et, ce, quel que soit le support utilisé pour l'exprimer (enregistrement vocal d'un accord téléphonique, signature physique/électronique ...).

Pour ces différents cas de figure, le contrat est donc considéré comme valide à notre sens dès lors que les autres conditions sont réunies :

- L'aptitude du consommateur à contracter
- L'existence d'un objet réel, licite et déterminé
- L'existence d'une raison réelle et licite du contrat.

Par ailleurs, s'agissant de la réponse b), un engagement unilatéral de l'opérateur ne peut constituer un contrat d'adhésion valablement formé sans l'acceptation du client.

4. Avez-vous d'autres commentaires ?

- a. Oui**
- b. Non**
- c. Si oui, lesquels ?**

Oui. Le commentaire principal est que toute proposition ou demande de modification du contrat émanant du régulateur, tant en ce qui concerne la forme que le fond, devrait être basée sur une disposition réglementaire, dans le périmètre de la législation relative à la protection du consommateur. Dans le cas contraire, des divergences d'interprétation basées sur une perception propre à chacun et sur des intérêts divergents entre les intervenants du secteur (consommateurs, régulateur et opérateurs), aboutiront à une multiplication des contentieux.