



Ligne directrice pour l'harmonisation de la sensibilisation et de l'éducation des utilisateurs de services de télécommunications en Afrique de l'Ouest

Accès et Expérience du Consommateur
Gt

APRIL 2026

Reference: WATRA/WG/CAE/23AGM/26/04/012



FEUILLE DE TRANSMISSION

HISTORIQUE

Date	Auteur	Description
02 – 04 – 26	ACCÈS ET EXPÉRIENCE DU CONSOMMATEUR GT	Ligne directrice pour l'harmonisation de la sensibilisation et de l'éducation des utilisateurs de services de télécommunications en Afrique de l'Ouest

TABLEAU DE SUIVI DES DOCUMENTS

Numéro de référence		WATRA : 00.....	
Index des révisions	Date	Objet	Nouvel indice

CONTACTEZ WATRA (ARTAO) :

Assemblée des régulateurs des télécommunications d'Afrique de l'Ouest
(ARTAO/WATRA)

- **Site web:** watra.org
- **Courriel :** info@watra.org
- **Adresse :** 19B Bobo Street, Maitama, Abuja, FCT, Nigéria.
- **Téléphone :** +2348033331053.

Contents

1	CONDITIONS GÉNÉRALES	1
1.1	Préambule	1
1.2	Terminologie	1
1.3	Objectifs	2
1.4	Méthodologie	3
1.5	Dispositions	3
2	Mécanismes D'éducation et de Sensibilisation	4
2.1	Plateforme de formation continue en ligne	4
2.2	Actions sur le terrain	4
2.3	Accès à l'autorité de régulation	4
2.4	Gestion de la correspondance et informations sur les utilisateurs	4
3	Cadre de protection des consommateurs	6
3.1	Programmes de sensibilisation des consommateurs (COP)	6
3.2	Parlement des consommateurs de télécommunications (TCP)	7
3.3	Assemblée générale des consommateurs de radiocommunications (TCTHR)	7
3.4	Engagement numérique/en ligne	7
4	Recommandations	8
5	Révision	9
6	Annexes	10
7	Références	13

1 Conditions Générales

1.1 Préambule

La protection des intérêts des usagers des services de télécommunications et le renforcement de leur capacité d'action sont des priorités pour les autorités nationales de réglementation (ARN). À cette fin, l'Assemblée des régulateurs des télécommunications de l'Afrique de l'Ouest (WATRA/ARTAO) a élaboré ces lignes directrices afin d'harmoniser les approches en matière d'éducation, de sensibilisation et d'information du public au sein des États membres.

Ces lignes directrices visent à promouvoir une meilleure compréhension des services de télécommunications, à renforcer la protection des consommateurs et à établir une relation de confiance durable entre les acteurs du secteur : utilisateurs, opérateurs et organismes de réglementation.

1.2 Terminologie

Dans le présent document, sauf indication contraire, les termes suivants ont les significations suivantes :

« **Sensibilisation** » : toutes les actions visant à informer, éduquer et responsabiliser les utilisateurs ;

« **Éducation du consommateur** » : le processus d'acquisition de connaissances permettant une utilisation éclairée des services de télécommunications ;

« **Consommateur** » : toute personne physique qui acquiert des biens et services de télécommunications pour une utilisation finale ;

"**ARN**" : fait référence à la l'Autorité nationale de réglementation ;

« **Association de consommateurs** » : une organisation chargée de représenter et de protéger / défendre les intérêts des utilisateurs ;

« **Plateforme éducative continue** » : un mécanisme conçu pour renforcer les capacités des parties prenantes.

« **Inclusion numérique** » : accès équitable aux services de télécommunications et à l'information pour tous ;

« **NCC** » : désigne la Commission nigériane des communications.

« **PURA** » : désigne l'Autorité de Régulation des services publics de Gambie.

1.3 Objectifs

a) Objectif principal

Ces lignes directrices visent à établir un cadre harmonisé pour sensibiliser et éduquer les consommateurs de services de télécommunications en Afrique de l'Ouest, afin de renforcer leur niveau d'information, leur capacité d'agir et leur participation active à l'écosystème numérique.

b) Autres objectifs :

Les autorités nationales de réglementation (ARN), par la mise en œuvre de ces lignes directrices, visent également à :

- Clarifier et définir le mandat de l'organisme de réglementation en matière de protection des consommateurs.
- Améliorer la compréhension du public concernant les rôles, les actions et les approches réglementaires.
- Renforcer l'engagement des consommateurs et la réactivité face à leurs préoccupations.
- Améliorer l'identification, le suivi et l'analyse des problèmes rencontrés par les consommateurs.
- Soutenir le développement de solutions ciblées et centrées sur le consommateur.
- Éclairer et soutenir la prise de décision fondée sur des données probantes par les autorités publiques.
- Promouvoir un usage responsable du numérique en renforçant les droits et obligations des consommateurs.
- Renforcer l'autonomie, l'émancipation et la volonté des consommateurs de signaler les problèmes.
- Mettre en place des cadres de surveillance robustes pour un contrôle efficace des secteurs réglementés.
- Promouvoir des pratiques réglementaires proactives et anticipatives.
- Favoriser l'engagement communautaire et la proximité avec les consommateurs.
- Sensibiliser aux normes éthiques et aux bonnes pratiques en matière d'utilisation numérique.

1.4 Méthodologie

S'appuyant sur l'expérience des États membres, ce document présente les principales pratiques exemplaires et les tendances émergentes en matière de sensibilisation et d'éducation des consommateurs aux services de communications électroniques.

En conséquence, les lignes directrices sont élaborées sur la base des éléments suivants :

- Expériences des États membres ;
- Pratiques établies au sein des autorités nationales de réglementation (ARN) ;
- Résultats du groupe de travail sur l'accès et l'expérience des consommateurs; et
- Constatations du rapport de la réunion de référence (WATRA/WG/CAE/2024/001).

Ces contributions ont permis d'identifier des approches communes, des outils efficaces et des mécanismes novateurs pour améliorer la sensibilisation des consommateurs dans toute la sous-région.

1.5 Dispositions

Les autorités nationales de réglementation (ARN) sont chargées de veiller au respect de la législation régissant le secteur des communications électroniques et, à cet égard, jouent un rôle clé dans l'éducation et la sensibilisation des consommateurs.

- Plus précisément, elles sont chargées de protéger les intérêts des consommateurs, de renforcer les capacités des associations d'utilisateurs,
- Assurer, entre autres fonctions, le suivi et la diffusion d'informations pertinentes aux autorités gouvernementales et aux parties prenantes sur les performances des opérateurs, la qualité des services et la satisfaction des consommateurs, conformément aux normes internationales.

2 Mécanismes D'éducation et de Sensibilisation

2.1 Plateforme de formation continue en ligne

Les actions de sensibilisation menées par les autorités nationales de réglementation (ARN) doivent reposer sur des mécanismes structurés et adaptés aux réalités des populations qu'elles servent. À cette fin, elles s'appuient notamment sur la mise en place de plateformes de formation continue, favorisant des approches inclusives, participatives et interactives.

2.2 Actions sur le terrain

Ces actions éducatives devraient également privilégier l'organisation de campagnes de sensibilisation sur le terrain, en tenant compte des spécificités locales, notamment par l'utilisation des langues nationales afin de garantir une meilleure compréhension des messages diffusés.

De plus, le recours à des caravanes d'information et de sensibilisation est un levier essentiel pour renforcer les liens avec les communautés et assurer une large diffusion de l'information.

2.3 Accès à l'autorité de régulation

De plus, il convient d'accorder une attention particulière à la communication concernant les mécanismes de réclamation afin de faciliter l'accès des utilisateurs aux recours disponibles. Ces actions contribuent également à protéger les utilisateurs contre les pratiques frauduleuses, les intentions malveillantes et la désinformation en leur fournissant les connaissances nécessaires pour identifier et prévenir ces risques. Un soutien sur site pour les utilisateurs ou les associations d'utilisateurs est recommandé.

2.4 Gestion de la correspondance et informations sur les utilisateurs

La gestion de la correspondance et l'information des utilisateurs sont des éléments essentiels du système de sensibilisation et de communication au sein des ARN.

a) Gestion de la correspondance

Les ARN s'engagent à assurer un traitement efficace et rigoureux du courrier des consommateurs. À ce titre, elles s'engagent à accuser réception des lettres et

contributions reçues et à donner suite avec diligence à toutes les demandes relatives aux réclamations ou autres préoccupations des utilisateurs.

b) Informations pour les candidats

- Les autorités nationales de réglementation (ARN) jouent également un rôle d'information en répondant aux demandes des utilisateurs, des chercheurs et des étudiants. Elles fournissent des données et des informations pertinentes relatives aux secteurs réglementés, contribuant ainsi à une meilleure compréhension de l'environnement des télécommunications.
- Les ARN doivent exploiter ces demandes d'information par le biais d'enquêtes visant à mesurer le niveau de satisfaction des demandeurs et à améliorer en permanence la qualité des services.
- Les autorités nationales de réglementation doivent initier un partenariat avec les agences statistiques nationales et mener des enquêtes sur les données sectorielles afin d'évaluer la dynamique.

3 Cadre de protection des consommateurs

Objectif global :

- Prévenir les abus potentiels et renforcer la confiance des consommateurs.

Objectifs spécifiques

- Renforcer la collaboration avec les consommateurs (Éducation et sensibilisation)
- Garantir le bien-être des consommateurs (Protéger les intérêts des consommateurs)

Les ARN sont encouragés à adopter des modèles d'engagement multicanaux inspirés des meilleures pratiques internationales, notamment celles de la Commission nigériane des communications (NCC) et de la PURA de Gambie.

En effet, Les ARN susmentionnées ont mis en œuvre différents modèles d'engagement des consommateurs permettent de garantir que les utilisateurs de télécommunications soient informés, protégés et autonomes. Voici les principaux modèles :

3.1 Programmes de sensibilisation des consommateurs (COP)

Durant ces campagnes, les consommateurs sont informés par la distribution gratuite de manuels de télécommunications, de fiches d'information et d'autres supports pédagogiques. Les points principaux sont les suivants :

- **Camp d'orientation et de sensibilisation du Corps national de service de la jeunesse (NYSC)** : cible les jeunes diplômés de moins de 30 ans sur les questions axées sur le consommateur et les initiatives de la Commission.
- **Conversations sur les campus de télécommunications (TCC)** : une plateforme dynamique pour impliquer les étudiants de premier cycle, l'un des groupes les plus actifs numériquement.
- **Dialogue de la Place du Village (VSD)** : se concentre sur l'engagement communautaire dans les zones rurales et semi-urbaines pour assurer l'inclusion de tous.

3.2 Parlement des consommateurs de télécommunications (TCP)

- Un forum trimestriel de haut niveau entre les acteurs de l'écosystème pour aborder les principales préoccupations des consommateurs ;
- Un espace de délibération pour favoriser la collaboration et améliorer l'expérience utilisateur globale.

3.3 Assemblée générale des consommateurs de radiocommunications (TCTHR)

- Un modèle d'engagement radio pour atteindre un large public ;
- Il comprend des discussions en direct, des appels d'auditeurs et des séances de questions-réponses en anglais et dans les langues locales.

3.4 Engagement numérique/en ligne

- Les ARN utilisent les médias sociaux (X : @consumersncc), le portail des consommateurs et l'adresse électronique (consumer@ncc.gov.ng) pour interagir avec le public. Ainsi que les outils Zoho CRM et Hootsuite

Cette dynamique de proximité se retrouve également au sein de l'autorité de régulation gambienne, la PURA, qui mène des activités communication soutenue par ses utilisateurs ; notamment les codes suivants :

- **Numéro gratuit (code court)** : permet aux clients de faire remonter les problèmes, plaintes non résolues ou demandes d'indemnisation ;
- **Ne pas déranger (code NPD)** : aide les consommateurs à bloquer les messages non sollicités.
- **Portabilité du numéro mobile (code MNP)**

En définitive, ce modèle de collaboration entre la NCC et la PURA est multicanal (physique, radio, numérique et communautaire) afin de garantir l'accessibilité et l'efficacité du traitement des problèmes des consommateurs, tout en assurant une sensibilisation et une information maximales. Cette approche facilite le signalement des plaintes.

4 Recommandations

Le groupe de travail recommande les actions suivantes :

- Faciliter l'accès à une action en justice pour garantir les droits des consommateurs
- Communiquer sur les mécanismes d'orientation
- Mettre en place un service client unique et accessible à tous les utilisateurs de services numériques, sur le modèle du système gambien, en utilisant le code 148. Ce code permet d'enregistrer toutes les réclamations et demandes des opérateurs et fournisseurs de services, notamment :
 - Opérateurs
 - FAI
 - SVA

5 Révision

Ces lignes directrices pourront être révisées périodiquement par WATRA afin de s'adapter à l'évolution du secteur.

6 Annexes

Renforcer la collaboration avec les consommateurs.

PROGRAMMES	PROJETS	RÉSULTATS	INDICATEURS DE PERFORMANCE
Éducation et sensibilisation	Projets de formation et de sensibilisation des consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> Plusieurs campagnes de formation et de sensibilisation des consommateurs sont menées. 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de sessions de formation et de campagnes de sensibilisation menées Indices de satisfaction des consommateurs pour les formations
	Mise en œuvre de supports de communication destinés aux associations de consommateurs et aux consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> Plusieurs ressources sont en cours d'élaboration pour les associations de consommateurs et les consommateurs. 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de campagnes médias/radio réalisées pour les consommateurs Indices de satisfaction des consommateurs concernant les campagnes médiatiques
	Création d'une plateforme d'engagement entre organismes de réglementation et consommateurs.	<ul style="list-style-type: none"> La plateforme d'échange entre l'autorité de régulation et le consommateur est créé et opérationnel 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de plateformes d'interaction entre l'autorité de régulation et les consommateurs
	Mettre en place un cadre fonctionnel de retour	<ul style="list-style-type: none"> Mesurée par son efficacité opérationnelle 	<ul style="list-style-type: none"> Taux d'utilisation de l'indice de satisfaction des consommateurs

	d'information des consommateurs		
	Faciliter le renforcement des capacités et la collaboration avec les titulaires de licences sur les outils réglementaires et les technologies émergentes.	<ul style="list-style-type: none"> De nombreux programmes de formation sont proposés aux secteurs réglementés. 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de programmes de formation dispensés aux titulaires de permis et aux citoyens. Taux d'achèvement des programmes de formation planifiés.

Garantir le bien-être des consommateurs

PROGRAMMES	PROJETS	RÉSULTATS	INDICATEURS DE PERFORMANCE
Protection des intérêts des consommateurs	Renforcer la protection des intérêts des consommateurs	<ul style="list-style-type: none"> Des initiatives visant à renforcer la protection des consommateurs sont en cours. 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre d'initiatives visant à renforcer la protection des consommateurs
	Environnement responsable et durable	<ul style="list-style-type: none"> Démonstrations sur la signification de la technologie numérique verte 	<ul style="list-style-type: none"> Taux d'achèvement des séances de sensibilisation
	Promouvoir l'éthique et l'intégrité dans les pratiques	<ul style="list-style-type: none"> Des séances d'introduction sur la notion de responsabilité ont été organisées. 	<ul style="list-style-type: none"> Taux d'achèvement des séances de sensibilisation
	Protection des données	<ul style="list-style-type: none"> Des activités liées à la protection des données 	<ul style="list-style-type: none"> Taux d'achèvement des activités

	personnelles et critiques	personnelles sont menées.	liées à la protection des données personnelles
	Mettre en place une plateforme pour détecter, prévenir et combattre la fraude dans le secteur des télécommunications.	<ul style="list-style-type: none"> • Une plateforme d'initiative visant à lutter contre la fraude aux télécommunications a été mise en œuvre avec succès. • Sensibilisation ciblée pour lutter contre la fraude numérique et la prévenir. 	<ul style="list-style-type: none"> • Taux de mise en œuvre de la plateforme antiviol et anti-contrebande • Taux d'approbation des équipements et des terminaux

7 Références

- WATRA/WG/CAE/2024/001
- Réunion : Conakry, Guinée, 22 novembre 2024

