Fiche No. 2

TRBR est la pour vous aider

TRBR

Les droits et les responsabilités du consommateur

Les consommateurs ont été identifiés et sont reconnus dans le monde entier comme les moteurs de l'économie et sont influents sur les marche's en voie de développement. Sur le marche' des télécommunications, les consommateurs sont essentiels pour les entreprises, le gouvernement et la société en général pour conduire l'économie et fournir des revenus en contrepartie des services offerts. Par conséquent, il y a un besoin vital pour eux d'être cduqués, responsables, conscients et protégés, tel que stipulé dans la partie 8 de la Loi de 2009 sur la Régulation des Télécommunications, des Radiocommunications et de la Radiodiffusion modifiée par l'amendement No. 22 de 2018 (la Loi).

Pour commencer et vous aider, nous devons définir et vous dire ce que le mot « consommer » signifie. En régle générale, « consommer » peut étre défini soit comme : manger, boire ou ingérer (des aliments ou boissons) ; acheter (des biens ou services) ; utiliser (des ressources), ou réduire gréce a un processus (matiére) tel que le feu.

Dans la présente fiche, le terme consommateur signifie un citoyen qui utilise les services de télécommunication. La loi le
définit comme « l'utilisateur final >>, « une personne qui est le destinataire final d'un service de télecommunications... »

Actuellement, au Vanuatu, il y a peu de documentation publique qui définisse les droits et les responsabilités ou les réles des consommateurs. Bien que des mesures de protection soient en cours d'élaboration, et que certaines soient en place, il y a un manque de lois et de réglements globaux et cohérents élabore's pour protéger les consommateurs contre des pratiques commerciales peu scrupuleuses.Toutefois, le Vanuatu appartenant a l'Organisation des Nations Unies et les citoyens de Vanuatu, faisant partie de la communauté mondiale, ils peuvent apprendre des huit droits fondamentaux et des cinq réles des consommateurs résume's succinctement ci-dessous par l'Organisation internationale des consommateurs : les droits des consommateurs

1. Le droit a la satisfaction des besoins essentiels — d'avoir accés aux services et aux biens de base essentiels: la nourriture, les vétements, le logement, la santé, l'éducation, les services publics, l'eau et les services sanitaires.
2. Le droit a la sécurité – d'étre protégés contre les produits, les procédés de production et les services qui sont nocifs pour la santé ou la vie
3. Le droit d'étre informé – de recevoir les informations nécessaires pour faire un choix analyse' et d'étre protégés contre la publicité et l'étiquetage malhonnétesou trompeurs.
4. Le droit de choisir – la capacité de pouvoir choisir parmi une gamme de produits et de services, offerts a des prix compétitifs, avec l'assurance d'une qualité satisfaisante.
5. Le droit d'étre entendu - avoir les intéréts des consommateurs représente's dans l'élaboration et l'exécution de la politique gouvernementale et dans le développement des produits et des services.
6. Le droit de recours - pour recevoir une résolution équitable des réclamations justes, y compris une indemnisation pour les présentations inexactes d'information, des marchandises de mauvaise qualité ou des services insatisfaisants.
7. Le droit é l'éducation des consommateurs –d'acquérir les connaissances et les competences nécessaires pour faire des choix analyse's et certains sur les biens et les services, tout en e'tant conscient des droits fondamentaux et des responsabilités du consommateuret la fagon de les utiliser.

27621 enquiries@trbr.vu www.trbr.vu

TRBR

8. Le droit a un environnement sain – de vivre et de travailler dans un environnement non menagant pour le bien-étre des générations présentes et futures.

Ces droits sont importants, vitaux et sont un besoin essentiel pour les consommateurs, et sont également applicables aux services de télécommunication.

Tout aussi importantes pour les droits des consommateurs, sont les responsabilités du consommateur. Les consommateurs doivent prendre les mesures nécessaires pour devenir instruits, autonomes, conscients et protégés et le RTR a un réle essentiel dans ce domaine et aide a la prise de conscience de ces besoins.

Compagne de Sensibilisation cruciale – les consommateurs doivent étre sensibilise's sur la nécessite' de questionner davantage sur la disposition et la qualité des biens et des services offerts – ainsi que sur tous les termes et les conditions.

Participation ou action – les consommateurs doivent s'imposer et agir de maniére responsable et appropriе'e pour s'assurer qu'ils concluent une affaire juste, raisonnable, appropriе'e et compréhensible.

Responsabilité sociale – Les consommateurs doivent agir avec une responsabilité et une conscience sociale, avec la préoccupation de l'impact de leurs actions sur les autres citoyens, les fournisseurs de services, la communauté et le gouvernement ; y compris notamment, en ce qui concerne les groupes défavorise's de la communauté et en relation avec les réalités économiques et sociales dominantes.

Responsabilité écologique – i| doit y avoir une sensibilité accrue et une sensibilisation sur l'effet des décisions du consommateur liées a l'environnement, qui doivent étre développées de maniére harmonieuse, pour promouvoir la conservation comme l'un des facteurs majeurs dans l'amélioration de la qualité réelle de la vie pour les sociétés et les citoyens actuels et futurs.

Solidarité – l'une des meilleures et plus efficaces actions a prendre par les consommateurs repose sur les efforts coopératifs – solidarité ! Cela peut se réaliser par le biais de la formation de groupes de consommateurs et de citoyens qui, ensemble et collectivement, peuvent avoir une force et une influence pour faire en sorte que les résultats et toute l'attention voulue accommodent les intéréts, besoins et désirs des consommateurs.

En établissant un lien entre cette connaissance et cette compréhension, les consommateurs de l'industrie des télécommunications/TIC ont un role majeur a jouer pour se protéger des pratiques frauduleuses et/ou déloyales , des facturations et des tarifs de services élevés, des termes de services peu compréhensifs, de la non protection des informations personnels, la non garantie de l'intimité, de la divulgation d'informations privées et confidentielles. Les consommateurs peuvent exprimer leur mécontentement et leurs plaintes a leurs fournisseurs de service et, le cas échéant, au RTR comme sensibilisation et ou une solution.