



AVIS

CCE 2022-2570

**Communications téléphoniques non souhaitées
à des fins de prospection directe**

CCE
Conseil Central de l'Economie
Centrale Raad voor het Bedrijfsleven
CRB





Avis
Communications téléphoniques non souhaitées à des fins de
prospection directe

Bruxelles
20.10.2022

Saisine

Par lettre du 13 septembre 2022, la Secrétaire d'Etat à la Protection des consommateurs, Madame De Bleeker, a saisi la Commission consultative spéciale Consommation d'une demande d'avis sur un avant-projet de loi modifiant les dispositions relatives aux communications non souhaitées dans le Code de droit économique, ainsi que sur un projet d'arrêté royal relatif à la base de données de numéros centrale dans le cadre du marketing direct par téléphone. L'avis devait être rendu le 13 octobre 2022 au plus tard.

La sous-commission Pratiques du commerce, qui a été chargée de préparer un projet d'avis, s'est réunie à cet effet, sous la présidence de M. Jean-Philippe Ducart, le 30 septembre 2022. Ont participé aux activités : Mmes Buyse (Orange), Debaes (VBO), Gama (Comeos), Haesaert (Agoria) et Jonckheere (Unizo) et MM. Boghaert (CGSLB), Denoiseux (FEB) et Socquet (Unizo).

La sous-commission a également pu faire appel à la collaboration experte de M. Yazici (Cellule stratégique Protection des consommateurs) et Mmes Tran et Depauw (représentantes du SPF Économie).

Après un vote à distance, conformément à l'article 8 du règlement d'ordre intérieur de la CCS Consommation, le projet d'avis a été adopté à l'unanimité, le 20 octobre 2022, par la séance plénière, sous la présidence de M. Reinhard Steennot.

Introduction

L'avant-projet de loi soumis pour avis vise à modifier les dispositions relatives aux communications non souhaitées du Code de droit économique (ci-après CDE), en particulier les articles VI.110-VI.115 du CDE¹.

L'article VI.110 du CDE vise différentes formes de communications non souhaitées, à savoir :

- les communications non sollicitées au moyen de systèmes automatisés d'appel sans intervention humaine et de télécopieurs (article VI.110, § 1er, du CDE) et
- les communications non sollicitées à des fins de prospection directe (article VI.110, §2, du CDE).

Le présent avant-projet de loi modifie tout d'abord l'article VI110, §2, qui vise les communications non sollicitées à des fins de prospection directe, adressées à l'abonné par la poste ou par des appels téléphoniques. De telles communications ne sont autorisées que dans la mesure où l'abonné ne s'y est pas manifestement opposé (un système d'opt-out).

¹ Inscrites au Titre 4, chapitre 3, du livre VI « Pratiques du marché et protection du consommateur » du Code de droit économique.

Une modification s'impose afin d'aligner la législation sur le règlement général sur la protection des données² (ci-après dénommé "RGPD"). L'article VI.110, §2, du CDE est dès lors modifié en ce sens qu'il s'applique dorénavant uniquement au marketing direct par téléphone.

Ensuite, l'article VI.111, CDE doit être modifié. En vertu de cet article, les opérateurs télécoms sont tenus d'établir individuellement une liste des abonnés qui ont manifesté leur opposition à l'utilisation du ou des numéros de téléphone qui leur ont été attribués à des fins de marketing direct. L'opérateur de télécommunications peut cependant déléguer la mise en œuvre de cette obligation à une association sans but lucratif, ce qui s'est effectivement produit dans la pratique. L'arrêté royal du 28 juin 2015 portant agrément d'une association visée aux articles VI.114 et XIV.81 du Code de droit économique concernant les communications téléphoniques non sollicitées a agréé l'asbl 'Do Not Call me' (ci-après asbl CNDB) pour accomplir cette tâche.

L'article VI.111, CDE est cependant adapté en fonction d'une modification qui a été apportée par la loi du 26 novembre 2021³ relative aux communications électroniques⁴. Cette modification de la législation sur les télécoms prévoit que les opérateurs de télécommunications créent une base de données de numéros centrale en Belgique (ci-après BDNC)⁵. Dans la base de données de numéros centrale, seront conservées de manière centralisée certaines données relatives aux abonnés, qui seront fournies aux services de renseignements téléphoniques (en particulier les centrales de gestion des appels d'urgence) et aux fournisseurs d'annuaires téléphoniques, selon les modalités prévues par cette législation.

Compte tenu de l'obligation de créer une base de données de numéros centrale pour les opérateurs télécoms et du fait que l'asbl CNDB conserve déjà certaines données de manière centralisée, mais à d'autres fins que celles visées au livre VI du CDE, il serait plus efficace que les numéros de téléphone des abonnés qui souhaitent exercer leur droit d'opposition en vertu de l'article VI.110, § 1er du CDE puissent également être conservés de manière centralisée par l'asbl CNDB, à condition que cette asbl réponde aux critères d'agrément que le Roi fixera à cet effet.

Les personnes qui font du marketing direct par téléphone sont légalement tenues de vérifier au préalable si un numéro de téléphone donné est repris ou non dans la liste des abonnés qui ont exercé leur droit d'opposition.

Aujourd'hui, la mission de conserver de manière centralisée les numéros de téléphone des abonnés ayant exercé leur droit d'opposition et d'organiser la mise à disposition de cette base de données est assurée par une seule association agréée à cet effet par le Roi, à savoir l'ASBL DNCM précitée.

Comme il sera désormais possible qu'une association distincte (c'est-à-dire l'asbl CNDB) gère une base de données centralisée contenant les numéros de téléphone de chaque abonné ayant exercé son droit d'opposition, le livre VI du CDE doit être modifié afin de s'assurer que les personnes souhaitant faire du marketing direct par téléphone puissent effectivement consulter cette base de données centralisée.

Le présent avant-projet de loi introduit donc des modifications permettant l'organisation de la mise à disposition de la base de données centralisée par une association sans but lucratif agréée à cet effet par le Roi. En d'autres termes, à l'avenir, il sera possible pour deux associations d'assurer la réalisation

²[Règlement \(UE\) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46 CE.](#)

³[Loi du 26 novembre 2021 modifiant la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques en ce qui concerne la base de données de numéros centrale.](#)

⁴[Loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques.](#)

⁵ Article 106/2 de la loi relative aux communications électroniques.

et le respect du droit d'opposition de l'abonné à l'utilisation de son ou de ses numéros de téléphone à des fins de marketing direct. Le présent projet de loi accorde dès lors au Roi le pouvoir, d'une part, d'établir les critères d'agrément auxquels chaque association doit répondre et, d'autre part, d'agréer cette association. Par conséquent, le projet d'arrêté royal relatif à la base de données de numéros centrale dans le cadre du marketing direct par téléphone nous est également soumis pour avis.

AVIS

1. Remarques générales

La CCS Consommation signale que dans le présent avant-projet de loi et l'exposé des motifs y relatif, ainsi que dans le présent projet d'arrêté royal, il est fait référence à l'expression "base de données centrale pour le marketing direct", qui est très similaire à l'expression "base de données de numéros centrale". Cela pourrait entraîner une confusion lors de la lecture des textes de loi. En outre, la CCS Consommation ne sait pas clairement si la "base de données centrale pour le marketing direct" sera reprise dans le nom commercial de l'association sans but lucratif renouvelée.

Par ailleurs, la CCS Consommation constate que, dans la pratique, des infractions au respect de la liste "Do Not Call Me" (ci-après "liste DNCM") sont toujours commises. Elle attire l'attention sur la nécessité de mieux faire respecter la liste « DNCM » par ceux qui pratiquent le marketing direct. Ainsi, lorsque de telles infractions sont constatées, des efforts devraient être faits pour appliquer des sanctions plus efficaces, conformément aux règles d'application du livre XV du CDE (par exemple, en infligeant de amendes), et ne il ne faut pas se limiter à de simples avertissements. Dans le cadre d'une éventuelle campagne d'information et de sensibilisation sur la nouvelle législation, il convient également d'accorder l'attention nécessaire à une application plus efficace de la loi. A cet effet, une concertation avec l'Inspection économique sera également nécessaire.

La CCS Consommation croit savoir que des discussions sont également en cours pour savoir s'il faut ou non rendre obligatoire la consultation de ladite liste Robinson, une liste contenant les coordonnées des personnes qui ne souhaitent plus recevoir de publicité adressée par la poste. Le CCS Consommation saisit cette occasion pour manifester son intérêt pour ce dossier, et exprime le souhait d'être sollicitée pour un avis sur cette question le moment venu.

2. Avant-projet de loi

L'article VI.110 du CDE actuel énumère quatre formes de marketing direct:

- le marketing direct au moyen de l'utilisation de systèmes automatisés d'appel sans intervention humaine et de télécopieurs (opt-in) (article VI.110, §1er);
- le marketing direct au moyen d'appels téléphoniques (opt-out) (article VI.110, §2);
- le marketing direct par la poste (opt-out) article (article VI.110, §2) et
- Le marketing direct par courrier électronique, y compris les sms (opt-in) (article XII.13 CDE).

La directive vie privée et communications électroniques⁶ oblige les Etats membres à appliquer un système de contentement préalable exprès (opt-in) aux communications non sollicitées effectuées au moyen de systèmes automatisés d'appel, de télécopieurs ou de courrier électronique, dont les messages sms. La directive donne cependant le choix aux États membres de mettre en œuvre un système d'opt-in ou d'opt-out pour d'autres outils concernant le marketing direct, tels que les appels téléphoniques. La directive part en effet du principe que certaines formes de prospection directe comme les appels téléphonique personnels, qui sont coûteux pour l'entreprise mais ne représentent pas de coût financier pour l'abonné, justifient la mise en œuvre d'un système qui permet aux abonnés de signaler quand ils ne veulent plus recevoir de tels appels.

Comme l'indique l'exposé des motifs de l'avant-projet de loi, la directive vie privée et communications électroniques s'applique en tant que *lex specialis* par rapport au RGPD et prévaut en principe sur les dispositions du RGPD⁷ pour ces cas spécifiques.

Via l'article 2 de l'avant-projet de loi, l'article VI.110, §2, est limité au marketing direct par téléphone. Cela signifie concrètement que la base juridique spécifique sur laquelle le marketing direct par la poste est autorisé au moyen d'un système d'opt-out disparaît. Le marketing direct par la poste n'aura donc plus de base juridique spécifique, ce qui fait que l'on retombe sur les règles du RGPD.

La CCS Consommation considère que la règle ci-dessus est ambiguë lorsqu'il s'agit de savoir si le marketing direct par la poste est autorisé sur la base d'un système d'opt-out, ou si un consentement préalable spécifique est requis.

Le RGPD considère le marketing direct comme le fondement d'un 'intérêt légitime' de traiter des données. En même temps, il est clair que l'entrepreneur qui souhaite se prévaloir de cet intérêt légitime doit être en mesure de démontrer qu'un équilibre a été trouvé entre d'une part, son intérêt légitime à faire du marketing direct et d'autre part, les droits et libertés du destinataire.

La CCS Consommation considère qu'une disposition légale claire qui autorise le marketing direct par la poste au moyen d'un système d'opt-out est nécessaire pour cet équilibre entre les intérêts et la sécurité juridique. En effet, elle est d'avis que sans une telle base légale, il y a plus de chances qu'une entreprise demande désormais également, pour le marketing direct par la poste, l'accord préalable exprès du destinataire. La CCS Consommation demande donc de reprendre dans l'avant-projet de loi la base légale spécifique sur la base de laquelle le marketing direct par la poste est autorisé au moyen d'un système d'opt-out.

Ensuite, l'exposé des motifs de l'article 2 du présent avant-projet de loi stipule ce qui suit: « *Cette modification de la législation sur les télécoms prévoit que les opérateurs de télécommunications créent une base de données de numéros centrale en Belgique (ci-après asbl CNDB) (cfr. article 106/2, loi communications électroniques). Dans la base de données de numéros centrale seront conservées de manière centralisée certaines données relatives aux abonnés, qui seront fournies aux services de renseignements téléphoniques (en particulier les centres de gestion des appels d'urgence) et aux fournisseurs d'annuaires téléphoniques selon les modalités prévues par cette législation.* »⁸

⁶ [Directive 2002/58/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 juillet 2002 concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques.](#)

⁷ Exposé des motifs de l'article 2 de l'avant-projet de loi, dernier alinéa.

⁸ Alinéa 7 de l'exposé des motifs de l'avant-projet de loi et de l'exposé des motifs de l'article 3 de l'avant-projet de loi, alinéa 5.

La CCS Consommation souhaite préciser que les services de renseignements téléphoniques sont des services qui sont offerts aux utilisateurs pour demander par téléphone un numéro de téléphone ou une adresse d'un abonné qui a donné son autorisation. Ces services sont accessibles par un numéro de téléphone court, comme 1207 et 1212, et coexistent avec les annuaires téléphoniques. Les centres de gestion des appels d'urgence comprennent cependant les services de secours. Seuls les services d'urgence qui fournissent une assistance sur place (c'est-à-dire les services médicaux d'urgence, les pompiers, les services de police, la protection civile) ont accès aux données des abonnés reprises dans la base de données de numéros centrale.

Dans cette optique, la CCS Consommation souhaite que le paragraphe susmentionné soit adapté dans l'exposé des motifs de la manière suivante « *Cette modification de la législation sur les télécoms prévoit que les opérateurs de télécommunications créent une base de données de numéros centrale en Belgique (ci-après asbl CNDB) (cfr. article 106/2, loi communications électroniques). Dans la base de données de numéros centrale seront conservées de manière centralisée certaines données relatives aux abonnés, qui seront fournies aux services de renseignements téléphoniques* ».

En outre, l'article 3, 3° du présent avant-projet de loi complète l'article VI.111, du CDE par un paragraphe 3 libellé comme suit:

« Dans la base de données de numéros centrale, chaque opposition d'un abonné, telle que visée au paragraphe 1er, est enregistrée immédiatement. La date d'enregistrement est conservée et communiquée aux personnes qui souhaitent faire du marketing direct par téléphone. »

Seul le numéro de téléphone pour lequel l'abonné s'oppose à son utilisation à des fins de marketing direct est enregistré dans la base de données de numéros centrale. »

Il ressort de l'exposé des motifs de cet article que « *dès lors que l'obligation de consulter la liste avant de commencer une campagne s'impose aux personnes effectuant du marketing par téléphone, elles seront dorénavant prévenues en temps utile, c'est-à-dire dans les 24 heures suivant l'enregistrement d'un numéro de téléphone pour lequel l'abonné a exercé son droit d'opposition, et devront tenir compte la date d'inscription. »*

La CCS Consommation rappelle qu'en pratique, les PME reçoivent une liste 'DNM' qu'elles doivent encore elles-mêmes dédoubler avec leur propre liste d'appels, ce qui signifie que le délai de 24 heures est dépassé. En outre, lorsqu'elles font appel à un centre d'appel externe, le temps s'écoule encore plus. D'un point de vue opérationnel, il est donc impossible de réaliser les opérations complètes dans les 24 heures suivant la réception de la liste. Alors que les grandes entreprises disposent parfois d'un logiciel permettant de respecter le délai de 24 heures, les PME ne l'ont généralement pas. La CCS Consommation demande donc de conserver le délai de cinq jours ouvrables comme c'est le cas aujourd'hui et de ne pas réduire ce délai à 24 heures.

L'exposé des motifs précise ensuite ce qui suit à propos de l'article 3 du présent avant-projet de loi: « *La loi prévoit désormais expressément que seul le numéro de téléphone pour lequel l'abonné exerce son droit d'opposition sera enregistré dans la base de données de numéros centrale. Compte tenu du RGPD, il ne peut en effet pas être justifié que la base de données de numéros centrale contienne plus de données que le seul numéro de téléphone de l'abonné. »*

Selon la CCS Consommation, la deuxième phrase fait ensuite penser que la base de données de numéros centrale ne contient pas d'autres données que les numéros de téléphone. La base de données de numéros centrale contient toutefois les coordonnées de l'abonné pour les services d'urgence et - avec l'accord exprès de l'abonné - pour les annuaires téléphoniques et les services de renseignements téléphoniques.

La CCS Consommation estime donc nécessaire de préciser que seul le numéro de téléphone est nécessaire pour l'opt-out des appels téléphoniques à des fins de marketing direct et propose donc d'ajouter les mots « pour des raisons de marketing direct » à la dernière phrase. C'est d'ailleurs conforme à l'article 3 de l'avant-projet de loi qui ajoute un paragraphe 3 à l'article VI.111 du CDE, dont l'alinéa 2 stipule que « *seul le numéro de téléphone pour lequel l'abonné s'oppose à son utilisation à des fins de marketing direct est enregistré dans la base de données de numéros centrale* ».

Enfin, l'article 5 du présent avant-projet de loi modifie l'article VI.114 du CDE. Le nouvel article VI.114, §2, CDE, stipule ce qui suit: *L'association visée à l'article VI.111, § 2, communique la base de données de numéros centrale dans laquelle sont enregistrés les numéros de téléphone de chaque abonné ayant exercé son droit d'opposition, visée à l'article VI.111, § 1er, à l'association visée au paragraphe 1er, via une connexion sécurisée de manière adéquate.* »

La CCS Consommation estime que les mots 'à la disposition de cette association' sont superflus et qu'il faut par conséquent supprimer ces mots.

3. Projet d'arrêté royal

Le titre du présent projet d'arrêté royal renvoie uniquement à la 'base de données de numéros centrale dans le cadre du marketing direct par téléphone' et non à la 'base de données centrale dans le cadre du marketing direct par téléphone'.

La CCS Consommation se demande si telle est bien l'intention, ou si la « base de données centrale dans le cadre du marketing direct par téléphone » est plutôt visée ou si une référence aux deux bases de données apparaît appropriée.

En outre, l'article 6, 4° du présent projet d'arrêté royal stipule que « *l'association de la base de données de numéros centrale peut être agréée si elle respecte la section 1ère du présent chapitre et répond et notamment la condition d'assurer la promotion, auprès des abonnés, de l'existence et du fonctionnement de la base de données de numéros centrale* ».

L'association visé est ici l'asbl 'CNDB'. L'article 3, aliéna 3 du présent projet d'arrêté royal stipule que « *cette association doit respecter ses obligations d'information, notamment, mentionner explicitement ce service sur le site Internet de la base de données de numéros centrale* ».

La CCS Consommation estime cependant que l'asbl 'CNDB' a pour mission de signaler aux utilisateurs de la base de données de numéros centrale leur obligation de mentionner des informations sur le service dans leurs conditions générales et sur leurs sites internet. L'asbl 'CNDB' ne doit cependant pas encourager activement ou faire de la publicité pour ce service. La CCS Consommation estime qu'il est par conséquent souhaitable de remplacer les termes 'assure la promotion' à l'article 4 du présent arrêté royal par le terme 'informé'.

Ensuite, l'article 12, 2°, b) du présent arrêté royal stipule que « *chaque personne qui souhaite faire du marketing direct par téléphone bénéficie d'un accès individuel sécurisé à un serveur protégé où elle peut consulter la base de données centrale pour le marketing direct* ». La CCS Consommation estime cependant souhaitable qu'un tel accès soit donné aux entreprises plutôt qu'à des personnes spécifiques. En effet, les entreprises qui travaillent souvent avec des centres d'appels où la rotation du personnel est importante devraient avoir le plus large accès possible au serveur.

L'article 12, 2°, d) du présent projet d'arrêté royal stipule en outre que « *l'association limite les frais qui sont facturés à ces personnes à ce qui est strictement nécessaire pour couvrir les frais d'accès aux données et les coûts d'investissement nécessaires à cette fin* ». La CCS Consommation estime que cette formulation est trop vague et ne rassure pas. Dans ce cadre, elle souhaite recevoir davantage

d'informations sur les coûts que cela entraînera en pratique pour les entreprises. On estime que la création d'une base de données de numéros centrale pour les opérateurs de télécommunications, qui existera parallèlement à l'asbl "DNCM", ne peut pas entraîner une augmentation du prix des accords de licence. Par ailleurs, on peut se demander si la mise à disposition d'un fichier et/ou la consultation de la base de données centrale pour le marketing direct justifie le prix de revient à l'égard des entreprises dont l'objet principal n'est pas le télémarketing.

En outre, la CCS Consommation prend note du fait qu'un audit de la situation financière de l'actuelle asbl 'DNCM' a été réalisé et que des questions se posent quant aux prix de revient de ces licences. Elle souhaite donc être informée des résultats de cet audit avant toute nouvelle démarche et si nécessaire pouvoir faire des remarques supplémentaires.

La CCS Consommation fait ensuite remarquer que l'article 16, §1^{er} du projet d'arrêté royal stipule que « *Le conseil d'administration de l'association est composé de :*

- *1° deux représentants du secteur du marketing direct*
- *2° A/ deux représentants des consommateurs*

OU

deux experts en protection des consommateurs

- *3° un représentant du Service public fédéral Economie, P.M.E., Classes moyennes et Energie désigné par le ministre qui a l'Economie dans ses attributions et par le ministre qui a la Protection des consommateurs dans ses attributions ;*
- *4° deux représentants du secteur des télécommunications ».*

L'arrêté royal du 10 février 2022 relatif à la base de données de numéros centrale⁹ désigne les opérateurs télécoms pour gérer la base de données de numéros centrale. Les opérateurs de télécommunications ont créé une association à cet effet, dont les obligations de gestion et de fonctionnement sont fixées dans l'arrêté royal susmentionné. Le respect de cet arrêté royal est contrôlé par l'Institut belge des services postaux et des télécommunications (IBPT).

Etant donné que le présent projet d'arrêté royal prévoit également des règles concernant la base de données de numéros centrale, la CCS Consommation estime qu'il est opportun qu'un représentant de l'IBPT soit également désigné pour participer au conseil d'administration.

La CCS consommation comprend également qu'un représentant du secteur des télécommunications soit désigné pour participer au conseil d'administration au cas où des aspects concernant les obligations des opérateurs de télécommunications doivent être traités et pour s'assurer que l'asbl "DNCM" se conforme aux obligations imposées par le projet d'arrêté royal. Elle souligne cependant que les opérateurs de télécommunications "en soi" n'ont pas grand-chose à voir avec l'activité de marketing direct et les connexions des sociétés de marketing qui souhaitent exercer cette activité. La CCS consommation estime donc suffisant qu'un seul représentant du secteur des télécommunications - au lieu de deux représentants - siège au conseil d'administration.

En conséquence, la CCS Consommation décide que les deux sièges au sein du conseil d'administration actuellement attribués aux représentants du secteur des télécommunications par le projet d'arrêté royal seront occupés par un représentant du secteur des télécommunications, d'une

⁹ [Arrêté royal du 10 février 2022 relatif à la base de données de numéros centrale.](#)

part, et par un représentant de l'Institut belge des services postaux et des télécommunications (IBPT), d'autre part.

Enfin, l'article 16, §3 du projet d'arrêté royal stipule que « *La présidence du conseil d'administration est assurée par un président et un vice-président désignés respectivement au sein d'un secteur distinct, et ce pour une période de deux ans. En cas d'empêchement du président, le vice-président le remplace dans ses fonctions. La présidence du conseil d'administration est assurée par un des représentants visés au paragraphe 1er, 1°, 2° et 4°.* » Le point 4° renvoie à 'deux eux représentants du secteur des télécommunications'.

La CCS Consommation fait remarquer que l'activité principale des opérateurs de télécommunications consiste à fournir des services de communications électroniques aux consommateurs et aux entreprises au moyen de réseaux de communications électroniques, qui sont ou non tenus en gestion propre. Les activités de marketing et de vente de ces opérateurs de télécommunications sont limitées à leurs propres produits et services. Si un opérateur de télécommunications veut faire connaître ces produits via le marketing direct, il fait généralement appel à des tiers et à des centres de contact externes pour ce faire, car les opérateurs de télécommunications n'ont aucune connaissance des campagnes de marketing, de leur exploitation et des marchés du marketing et des centres de contact.

Par conséquent, la CCS Consommation ne considère pas qu'il soit souhaitable que la présidence du conseil d'administration soit assurée par un représentant du secteur des télécommunications. En effet, un opérateur de télécommunications ne peut pas représenter et promouvoir l'asbl "DNM" lors d'événements marketing, organiser des interviews ou être un véritable point de contact pour les personnes effectuant du marketing et les centres de contact.

La CCS Consommation demande donc que les opérateurs télécoms soient exemptés de l'obligation de présider l'asbl 'DNM' renouvelée et, dans ce contexte, que l'article 16, §3, 4° (c'est-à-dire la référence aux représentants du secteur des télécommunications) du présent projet d'arrêté royal soit supprimé.