

## **Communication et Droit des affaires en Afrique francophone :**

### ***Quelle communication sociale efficace pour le droit des affaires de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (OHADA) ?***

Présenté par

**Willy Stéphane ZOGO**

pour l'obtention du Master en Développement de l'Université Senghor  
Département Culture  
Spécialité Communication et Médias

Le 07 avril 2019

Devant le jury composé de :

**Jean-François FAÛ** **Président**

Directeur du Département Culture, Université Senghor

**Sandra COULIBALY** **Membre**

Sous-Directrice chargée de la Veille, Analyse et  
Prospective, Organisation Internationale de la  
Francophonie (OIF)

**Hanan GOUDA** **Membre**

Professeur, Académie Arabe pour les Sciences, la  
Technologie et le Transport Maritime

## Remerciements

L'accomplissement de ce travail n'aurait pas été possible sans l'apport et le soutien de plusieurs personnes auxquelles je tiens à témoigner toute ma gratitude.

Je tiens ainsi à présenter mes sincères remerciements à mon Directeur de Mémoire, Dr Vincent NEGRI. Je lui suis reconnaissant pour la rigueur et l'orientation de cette recherche.

Par la suite, je tiens à remercier le Directeur du Département Culture de l'Université Senghor, Dr Hdr, Jean-François FAÛ, pour son accompagnement et ses conseils précieux.

Ma gratitude va également à l'endroit de la Chef du Service administratif du Département Culture, Madame Rania Adel El GUINDY pour sa disponibilité permanente.

Je ne peux terminer sans remercier infiniment le Recteur de l'Université Senghor, Dr Thierry VERDEL. Mes remerciements vont par ailleurs à l'endroit de tout le corps administratif et enseignant de l'Université Senghor, ainsi que l'ensemble des étudiants de cette institution, notamment mes camarades de la spécialité Communication et Médias.

## **Dédicace**

A ma famille.

## Résumé

Le droit fait partie des éléments constitutifs de la culture. Mais, pour jouer son rôle de médiation et de lien social, la culture doit être elle-même médiatée. Cette logique peut s'appliquer au droit des affaires en Afrique francophone. Dans l'espace de l'Afrique centrale et de l'Ouest, le droit des affaires est créé par l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (OHADA). Dans les 17 pays membres de cette organisation en même en dehors de son territoire de compétence, le constat est que les usagers du droit des affaires ne bénéficient pas d'un accès suffisant en quantité et en qualité aux connaissances et aux informations relatives aux normes édictées par l'OHADA. Face à ce déficit qualitatif et quantitatif de la communication sociale, la présente étude pose un postulat : ce déficit est lié au fait que les produits communicationnels et informatifs proposés par l'OHADA en matière de droit des affaires ne sont pas efficaces. La raison est que, d'une part, la communication sociale est organisée de manière déliée par rapport aux besoins de connaissances et d'informations juridiques du public usager. D'autre part, la solution pour l'efficacité de cette communication sociale serait d'adopter une approche interactionnelle qui permet d'accentuer la collecte des feedbacks. Pour ce faire, le recours aux technologies légales (Legaltech d'information juridique) est une solution pertinente, solution qui constitue par ailleurs notre projet professionnel. Au bout d'une étude empirique, cette double hypothèse est confortée par les résultats obtenus à la faveur de nos entretiens, nos expériences empiriques et des questionnaires administrés.

## Mots-clefs

*Droit, OHADA, affaires, communication sociale, Legaltech informationnelle*

## **Abstract**

Law is one of the constituent elements of culture. But, to play its role of mediation and social link, culture itself must be mediated. This logic can be applied to business law in French-speaking Africa. In the Central and West African region, business law is created by the Organisation for the Harmonisation of Business Law in Africa (OHADA). In the 17 member countries of this organisation, even outside its area of competence, the observation is that business law users do not have sufficient access in quantity and quality to knowledge and information relating to the standards laid down by OHADA. Faced with this qualitative and quantitative deficit in social communication, this study posits a premise: this deficit is linked to the fact that the communication and information products offered by OHADA in the field of business law are not effective because, on the one hand, social communication is organised in a way that is unbounded in relation to the knowledge and legal information needs of the user public. On the other hand, the solution for the effectiveness of this social communication would be to adopt an interactive approach that makes it possible to increase the collection of feedback. To do this, the use of legal technologies (Legaltech of legal information) is a relevant solution, a solution that also constitutes our professional project. After an empirical study, this double hypothesis is supported by the results obtained during our interviews, our empirical experiences and the questionnaires administered.

## **Key-words**

*Law, OHADA, business, social communication, Legal informational Legaltech*

## Liste des acronymes et abréviations utilisés

ADIJ : Association pour le Développement de l'Informatique Juridique

AUA : Acte uniforme relatif au droit de l'arbitrage

AUDCG : Acte Uniforme relatif au Droit Commercial Général

AUM : Acte Uniforme relatif à la Médiation

AUPC : Acte Uniforme portant organisation des Procédures Collectives d'Apurement du Passif

AUS : Acte Uniforme portant organisation des Sûretés

AUSCGIE : Acte Uniforme Relatif au Droit des Sociétés Commerciales et du GIE

AUSCOOP : Acte Uniforme relatif au Droit des Sociétés Coopératives

AUTM : Acte Uniforme relatif aux Contrats de Transport de Marchandises par Route

CCJA : Cour Commune de Justice et d'Arbitrage

ERSUMA : Ecole Régionale Supérieur de la Magistrature

GIE : Groupement d'Intérêt Economique

OHADA : Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des affaires

OIF : Organisation internationale de la francophonie

RCCM : Registre de Commerce et de Crédit Mobilier

RDC : République Démocratique du Congo

Unesco : Organisation des Nations unies pour l'Education, la Science et la Culture

UNIDA : Association pour l'Unification du Droit en Afrique

## Tables des matières

Remerciements .....	ii
Dédicace .....	iii
Résumé .....	iv
Mots-clefs .....	iv
Abstract .....	v
Key-words .....	v
Liste des acronymes et abréviations utilisés .....	vi
Tables des matières .....	vii
1. Introduction : Du lien entre le droit et la culture .....	2
2. Cadre théorique général de l'étude .....	4
2.1. Clarification conceptuelle .....	4
2.1.1. Quel sens pour la notion de communication sociale ? .....	4
2.1.2. Communication sociale et communication juridique .....	4
2.1.3. Quel contenu pour le Droit et le droit des affaires ? .....	6
2.2. Présentation de l'OHADA .....	7
2.2.1. Une organisation au large spectre territorial et de culture à dominance francophone. 7	7
2.2.2. Une organisation aux missions et aux activités particulières.....	8
2.2.3. Une organisation aux divers centres d'impulsion de communication .....	9
2.2.4. Une organisation aux produits de communication diversifiés.....	13
2.2.5. Une organisation aux supports et moyens de communication pluriels et concurrencés 18	
2.2.6. Une concurrence accrue de la diffusion et de la communication sociale du droit des affaires OHADA.....	27
2.3. Questionnements et intérêt autour de la communication sociale sur le droit des affaires dans l'espace OHADA .....	29
2.3.1. Préalables à la question de recherche .....	29
2.3.2. Problématique et questions de recherche .....	30
2.3.3. Hypothèses .....	31
2.3.4. Intérêt du problème .....	32
2.4. Revue de littérature, théories et modèles pertinents .....	33
2.4.1. Modèles et théories spécifiques au rapport communication et juridique .....	33

2.4.2.	Modèles et théories générales de la communication à l'épreuve du droit des affaires	36
2.4.3.	A la quête d'un point d'équilibre : Interaction et information juridique .....	37
3.	Méthodologie de l'étude, collecte et analyse des données.....	38
3.1.	Un mix des démarches hypothético-déductives et empirico-inductives.....	39
3.1.1.	Des enquêtes de terrain et de l'observation participante .....	39
3.1.2.	Des questionnaires .....	40
3.1.3.	Des analyses de documents .....	40
3.1.4.	Les entretiens. ....	40
3.2.	Résultats et analyse des résultats .....	40
3.2.1.	Résultats, analyse et vérification de l'hypothèse 1 : Ciblage des besoins .....	42
3.2.2.	Résultats, analyse et vérification de l'hypothèse 2 et 3 : L'interactivité communicationnelle et l'opportunité du recours aux technologies numériques .....	44
3.2.3.	Résultats, analyses et vérification de l'hypothèse 3 : Le recours aux technologies numériques pour mieux communiquer sur le droit des affaires OHADA .....	46
4.	Recommandations.....	47
4.1.	Recommandation 1 : Il faut que l'OHADA prenne davantage en compte les besoins spécifiques des publics selon leurs profils .....	47
4.2.	Recommandation 2 : Il faut que l'OHADA mette l'accent sur l'interactivité dans la communication avec les usagers.....	48
4.3.	Recommandation 3 : Un recours efficace aux technologies numériques et innovantes pour améliorer sa communication sociale sur le droit des affaires.....	49
5.	Projet professionnel : Création d'une Legaltech interactive d'information juridique sur le droit des affaires OHADA : OHAD'ACCESSIBL .....	50
5.1.	Contexte et justification du projet .....	50
5.2.	Objectifs .....	51
5.2.1.	Objectif général .....	51
5.2.2.	Objectifs spécifiques.....	51
5.3.	Résultats attendus.....	51
5.4.	Cibles .....	51
5.5.	Fonctionnement .....	51
5.5.1.	Forme .....	51
5.5.2.	Utilisation .....	51
5.5.3.	Spécificité .....	52
5.5.4.	Analyse SWOT .....	52

5.5.5.	Ressources.....	52
5.5.6.	Budget prévisionnel.....	53
5.5.7.	Diagramme de mise en œuvre .....	53
6.	Conclusion générale .....	54
7.	Références bibliographiques.....	56
7.1.	Ouvrages.....	56
7.2.	Mémoires .....	56
7.3.	Dictionnaires.....	57
7.4.	Articles scientifiques.....	57
7.5.	Articles de presse .....	59
7.6.	Rapports et Actes de colloques et Déclarations.....	60
7.7.	Textes juridiques .....	60
7.8.	Webographie.....	61
8.	Liste des illustrations et tableaux.....	62
8.1.	Liste des illustrations.....	62
8.2.	Liste des figures.....	62
8.3.	Liste des tableaux.....	62
9.	Annexes .....	63
9.1.	Annexe : Questionnaire relatif à l’information et à la connaissance du droit OHADA .....	63



*Illustration 1 : Carte des Pays membres de l'OHADA / Source : Labs-NS Avocats*

## 1. Introduction : Du lien entre le droit et la culture

Le droit, les coutumes, la position morale, les savoirs, les croyances, les habitudes et les capacités sont autant d'éléments qui entrent dans la définition de la culture au sens de l' Unesco<sup>1</sup>. Autrement dit, l'idée de mener une réflexion sur le droit dans le cadre culturel ne devrait pas être considérée ni comme inattendue, ni comme inopportune. La rencontre entre le droit et la culture n'est pas nouvelle ou fortuite. En effet, plusieurs phénomènes peuvent permettre de justifier le lien entre ces deux notions. Ainsi, au-delà du droit de la culture, on observe également des situations professionnelles et pratiques mettant en relation le Droit et la culture. C'est dans ce sens que le sociologue Jean Carbonnier<sup>2</sup> établit une relation entre les deux notions en faisant allusion à la situation d'acculturation. Celle-ci peut s'associer à une situation où une culture d'origine étrangère vient se greffer à une culture autochtone. A titre illustratif, on parle de culture juridique latine ou de culture juridique anglo-saxonne. Et pour ce qui concerne l'Afrique, on remarque généralement que le droit est issu d'une culture coloniale. En ce sens, il est récurrent de relever que les pays africains de l'espace francophone subissent une acculturation du droit au même titre qu'une acculturation sociale économique ou intellectuelle.

Si le lien entre le Droit et la culture est établi, il est également important de relever la proximité existant entre la culture, le droit, la connaissance du droit et la communication. Comme le démontre avec pertinence le Pr Jean Caune<sup>3</sup>, la culture et la communication sont toutes deux constitutives de la vie collective en société. En réalité entre ces deux notions, il existe à la fois des croisements ou mieux des enchevêtrements. En réalité, l'une de ces deux notions ne chemine pas sans l'autre dans la mesure où, la culture elle-même peut se comprendre comme un ensemble de systèmes symboliques qui forment un langage, c'est-à-dire une communication. Par ailleurs, autant la culture est une communication, autant la communication est un facteur culturel. L'auteur Armand Mattelart pousse l'analyse plus loin en postulant que, « *la communication, c'est aussi la culture* »<sup>4</sup>, c'est dans ce sens qu'il est souligné que la culture et la communication sont des formes de médiation sociale<sup>5</sup>.

En s'accordant avec le Pr Alain Supiot, il est possible de pousser la réflexion plus loin. En effet, d'une part, la médiation peut s'associer à la fois à ce qui sépare et à ce qui relie. En d'autres termes, elle s'accommode à ce qui fait écran ou qui ne fait rien<sup>6</sup>. De même, il apparaît également que le

---

<sup>1</sup> Unesco, *Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles issue de la Conférence mondiale sur les politiques culturelles*, Mexico City, 26 juillet au 6 août 1982.

<sup>2</sup> Carbonnier, Jean, *Flexible Droit, pour une sociologie juridique sans rigueur*, Paris, 2001, p. 20.

<sup>3</sup> Caune, Jean, *Culture et communication, Convergences théoriques et lieux de médiation*, Grenoble, 2006, pp. 17 et s.

<sup>4</sup> Mattelart, Armand, *La communication-monde, histoire des idées et des stratégies*, Paris, 1999, p 8.

<sup>5</sup> *Ibidem*, p. 87.

<sup>6</sup> Supiot, Alain, « *Le jeu de miroirs du droit et des médias* ». In *Droit et société* n°16, 1990, p. 291.

Droit, tout comme la culture et la communication, fait partie des outils ou des espaces de médiation, c'est-à-dire des espaces de rapprochement, de mise en lien ou de séparation dans la société.

Par-delà tout ce qui précède, le lien entre la culture et le Droit peut également induire une idée de culture juridique. Cette dernière est susceptible de se rapporter à plusieurs acceptions. *“D’un point de vue interne, [la culture juridique] peut être utilisée pour se référer à la pensée et à la pratique des juristes. D’un point de vue externe, elle renvoie à la perception ou la connaissance qu’ont du droit les non-juristes. Par ailleurs, la notion peut aussi servir à décrire les spécificités nationales et locales de la pensée et de la pratique des juristes d’une communauté donnée”*<sup>7</sup>.

Dans le cadre de la présente réflexion, l'intérêt est porté sur le droit des affaires en tant que cadre de médiation des rapports sociaux et économiques. Il est concrètement question du droit des affaires appliqué dans 17 États membres<sup>8</sup> de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires<sup>9</sup>. Dans un contexte où cette institution commémore ses 25 années d'existence<sup>10</sup>, un constat général se donne à voir : les principaux usagers des règles générées ne semblent pas maîtriser les contenus des textes normatifs la fondant.

Au regard du fait que la plupart des États membres de l'OHADA sont francophones<sup>11</sup>, il est opportun de mettre en relation l'efficacité de cette organisation avec les enjeux de la francophonie économique<sup>12</sup> mais le tout sous un prisme dominé par le contexte de société de communication actuellement constaté<sup>13</sup>.

---

<sup>7</sup> Normand, Sylvio, « *La culture juridique et l'acculturation du droit : le Québec* ». In *Rapports au XVIIIe Congrès international de droit comparé*, Washington, 2010, p. 825.

<sup>8</sup> Les Etats membres de l'OHADA sont : Bénin, Burkina Faso, Cameroun, Centrafrique, Comores, Congo, Côte d'Ivoire, Gabon, Guinée, Guinée Bissau, Guinée Equatoriale, Mali, Niger, RDC, Sénégal, Tchad, Togo.

<sup>9</sup> <http://www.ohada.org> consulté le 30 janvier 2019.

<sup>10</sup> Traité relatif à l'Harmonisation du Droit des Affaires en Afrique a été signé le 17 octobre 1993 à Port-Louis et révisé à Québec au Canada, le 17 Octobre 2008.

<sup>11</sup> Au moins, 14 des Etats membres ont le français comme langue officielle.

<sup>12</sup> Abou, Sélim et Catala, Pierre, « *La francophonie au défi de l'économie et du droit aujourd'hui* ». In *Actes du colloque international organisé par l'université Saint-Joseph*, les 12 et 13 octobre 2001, à l'occasion du 9<sup>ème</sup> Sommet de la francophonie.

<sup>13</sup> Côté, Jean-François, « *La société de communication à la lumière de la sociologie de la culture : idéologie et transmission de sens Sociologie et sociétés* ». In *Revue Sociologie et sociétés*, printemps 1998, p. 1.

## 2. Cadre théorique général de l'étude

### 2.1. Clarification conceptuelle

#### 2.1.1. Quel sens pour la notion de communication sociale ?

En compulsant les dictionnaires<sup>14</sup> les plus usuels, il apparaît que plusieurs définitions convergent dans l'acception de la notion de communication. Dans l'ensemble, il ressort que communiquer c'est établir une relation, une action de communiquer quelque chose à quelqu'un ou alors, la chose qu'on communique elle-même, le moyen par lequel on communique c'est-à-dire le média. Communiquer c'est également mettre en commun des idées ou des intérêts, toute chose pouvant impliquer une acception large de l'échange, l'on peut notamment évoquer l'échange commercial. En un mot, la notion de communication est polysémique<sup>15</sup>.

La thématique de la communication mise en rapport avec la culture juridique en Afrique francophone ainsi que le questionnement sur le modèle convenable de communication sociale pour le droit des affaires renferment plusieurs concepts.

#### 2.1.2. Communication sociale et communication juridique

A première vue, la communication sociale peut être considérée comme la transmission d'un message ou d'une information d'un pôle émetteur vers un pôle récepteur<sup>16</sup>. Cette conception qui est considérée comme restrictive peut être remplacée par une acception globale, la communication sociale pouvant ainsi être considérée comme un ensemble de modes d'échanges symboliques entre des individus et la société<sup>17</sup>. En d'autres termes, la notion de communication sociale peut qualifier une articulation d'échange entre des structures et des acteurs dans la société le tout dans une réciprocité constituante<sup>18</sup>.

Dans la mesure où la présente réflexion est menée sous un prisme de mise en parallèle de la communication et d'une organisation créatrice du droit, le lien établi entre les deux notions conduit à examiner les contours de la notion de communication juridique. En fait, la communication effectuée ou pouvant être effectuée par l'Organisation harmonisant le droit des affaires en Afrique peut être considérée comme une communication juridique à condition d'y apporter certaines précisions.

En effet, l'allusion à la communication juridique se rapporte généralement à l'entreprise. Pris sous cet angle, on parle alors de communication juridique interne ou externe de l'entreprise. Avocats, juristes d'entreprises, magistrats et autres professionnels du droit abordent généralement cette notion dans le sens de la communication de la direction juridique d'une entreprise ou de la

---

<sup>14</sup> Robert, Littré ou Larousse.

<sup>15</sup> Sfez, Lucien, *Critique de la communication*, Paris, 1982, p. 54.

<sup>16</sup> Lemaire, Paul, « *Communication sociale et développement en Afrique noire francophone* ». In *Communication Information : L'information internationale : commerce ou propagande ?* n°2, 1980, pp. 129-141.

<sup>17</sup> *Ibidem*.

<sup>18</sup> *Ibidem*.

communication judiciaire de l'entreprise impliquée dans un procès<sup>19</sup>. En d'autres termes, la communication juridique réduite à l'entreprise se rapporte généralement à la circulation des obligations juridiques au sein de son organisation interne ou encore de l'usage des informations juridiques de l'entreprise comme outil de stratégie marketing<sup>20</sup>.

Dans le cadre de la présente réflexion, cette approche de la communication juridique s'avère insuffisante. En effet, il n'est pas uniquement question d'examiner la communication juridique interne ou externe de l'entité OHADA. En d'autres termes, il est question d'aller au-delà de la communication de l'organisation exécutive de cette institution à savoir le Secrétariat Permanent<sup>21</sup>, ou encore la communication de son école de formation, l'Ersuma. Il est d'autant moins question de se limiter à la communication faite par la Cour de justice de l'OHADA qu'est la CCJA. En réalité, la communication juridique dont il est question dans cette occurrence est à la fois une communication publique, globale et systémique.

En effet, comme le souligne Philippe Gabin<sup>22</sup>, la communication d'une organisation est diverse. Elle peut être sommairement classée en quatre catégories. Ainsi, elle peut relever des rapports interpersonnels à l'intérieur de ladite organisation ou de la distribution et du partage de l'information en interne. Lesdits rapports sont encore appelés système d'information. A défaut, elle peut s'associer à l'idée d'une communication entre l'équipe de management et les autres segments de l'organisation. Au-delà de ces trois catégories, la communication de l'organisation se rapporte également à l'information axée sur le produit<sup>23</sup> ou encore à l'information axée sur l'organisation elle-même encore dite communication institutionnelle.

Pris sous le prisme de la communication *corporate*<sup>24</sup>, il ne s'agit pas d'affirmer pour l'institution OHADA, une personnalité propre ou de lui assigner une identité distincte et cohérente. Il est encore moins question de lui permettre d'établir ou de promouvoir ses relations avec ses partenaires ou de gérer son image et sa réputation publique. A tout le moins, cela n'est pas l'objectif premier de cette étude.

Toutes ces dimensions de la communication des organisations ne peuvent être entièrement et strictement retenues dans le cadre de la présente analyse. Cela se justifie par le fait que, la réflexion est menée sur les textes juridiques et les décisions de justice générées directement par

---

<sup>19</sup> Bouthinon-Dumas, Hugues et Al. (Dir.), *Communication juridique et judiciaire*, Bruxelles, Larcier, 2015.

<sup>20</sup> Tel est le cas lorsqu'un agrément est attribué à cette entreprise pour son introduction en bourse ou encore lorsqu'une opération de fusion est faite.

<sup>21</sup> L'organisation de l'OHADA sera explicitée *supra*.

<sup>22</sup> Cabin, Philippe, « *Communication et organisation* ». In *La communication : état des savoirs*, Auxerre, 2008, pp. 161 et s.

<sup>23</sup> Il s'agit dans cette occurrence de la publicité et du marketing.

<sup>24</sup> Libaert, Thierry et Johannes, Karine, *La communication corporate*, Paris 2010, p. 14.

l'OHADA et ses institutions. Il va sans dire que ces « produits juridiques »<sup>25</sup> ne sauraient être traités comme des produits d'une organisation ou d'une entreprise typique dans la mesure où les actes d'uniformes<sup>26</sup> et les décisions de justice rendus par l'OHADA et ses institutions sont des normes sociales régissant tout un secteur d'activité sur plusieurs pays. Ces produits ne sont pas voués à valoriser l'organisation mais à structurer la société à laquelle ils s'appliquent<sup>27</sup>.

### **2.1.3. Quel contenu pour le Droit et le droit des affaires ?**

Il est constant de considérer le Droit comme un concept pouvant renfermer plusieurs acceptions. Selon le vocabulaire juridique<sup>28</sup>, le Droit peut être considéré comme une science, on parle dans ce sens des sciences du droit ou sciences juridiques. Une autre acception consiste à opposer le droit subjectif au droit objectif.

En ce sens, il apparaît que le droit subjectif est une prérogative individuelle reconnue et sanctionnée par le droit objectif et qui permet à son titulaire de faire, d'exiger ou d'interdire quelque chose dans son propre intérêt ou parfois, dans l'intérêt d'autrui. Sur ce point, on peut prendre pour exemple, le droit de propriété<sup>29</sup>.

En dernière analyse, le droit se rapporte également à la notion de droit objectif. Cette dernière notion désigne l'ensemble des règles de conduite sociale édictées et sanctionnées qui s'imposent aux membres de la société à travers des lois, des codes et autres normes.

En tout état de cause, si le Droit est un ensemble de règles de conduite sociale assorti de sanctions pour en assurer au besoin d'application en vue d'aménager la vie commune et de réaliser l'ordre social conçu comme souhaitable, il ne peut y avoir de société sans droit et l'Afrique noire en général et celle francophone en particulier ne peuvent en être dépourvues<sup>30</sup>.

Concernant le droit des affaires, le vocabulaire juridique<sup>31</sup> le présente comme une branche du droit qui tire sa source originelle dans le droit commercial et qui se situe à la confluence du droit public et du droit privé. En réalité, par rapport à l'OHADA, le droit des affaires entend réguler les différentes composantes de la vie économique à travers des cadres juridiques précis notamment sur les entreprises sur le crédit ou sur la concurrence ou encore en organisant le statut des agents d'affaires, des biens et des services ainsi que les activités de production, de distribution et de consommation. Mais, dans le traité fondant l'OHADA, le domaine du droit des affaires se veut plus

---

<sup>25</sup> Selon certains auteurs, le droit est un produit au sens du marché du droit. Voy. Balate, Éric, « *Les marchés du droit : pourquoi en parler et pourquoi en débattre ?* », In *Revue internationale de droit économique*, 2017, p. 6.

<sup>26</sup> Les actes uniformes sont des textes de loi générés par l'OHADA. Nous y reviendrons *supra*.

<sup>27</sup> *Ibidem*.

<sup>28</sup> Cornu, Gérard, *Vocabulaire juridique*, Paris 1990, pp. 290-291.

<sup>29</sup> *Ibidem*.

<sup>30</sup> Lohoues-Oble, Jacqueline, « *Les rôles respectifs des traités et des lois en Afrique noire francophone* ». In *La francophonie aux défis de l'économie et du droit aujourd'hui*, p. 155.

<sup>31</sup> Cornu, Gérard, *op.cit.* p. 32.

précis en définissant le droit des affaires comme l'ensemble des règles qui ont vocation à encadrer les sociétés, le statut juridique des commerçants, le recouvrement des créances, les sûretés et les voies d'exécution. Au sens de cette organisation africaine, le droit des affaires concerne également le régime du redressement des entreprises, la liquidation judiciaire, l'arbitrage, le droit du travail, le droit comptable, le droit de la vente et des transports, et toute autre matière que le Conseil des Ministres peut décider d'inclure dans le domaine<sup>32</sup>.

## **2.2. Présentation de l'OHADA**

L'OHADA est une organisation d'intégration régionale particulière son domaine principal et le droit des affaires. L'auteur Louis Rigaud<sup>33</sup> présente de manière suffisamment claire cette organisation africaine dans son dictionnaire encyclopédique du français des affaires. Il y reprecise que l'OHADA est née à la suite d'une convention<sup>34</sup> signée par un 16 pays africains, visant à rénover l'unification des règles applicables sur leurs territoires en matière de droit des affaires.

### **2.2.1. Une organisation au large spectre territorial et de culture à dominance francophone**

À l'heure actuelle, l'OHADA compte 17 États membres à savoir le Bénin, le Burkina Faso, le Cameroun, la Centrafrique, les Comores, le Congo-Brazzaville, la République démocratique du Congo, la Côte d'Ivoire, le Gabon, la Guinée-Bissau, la Guinée équatoriale, le Mali, le Niger, le Sénégal, le Tchad et le Togo. L'ensemble de ces Etats compte une population de près de 285 millions d'habitants. En un mot, ce qui caractérise l'OHADA en autres choses, consiste dans "la grande étendue et la diversité de son territoire d'application"<sup>35</sup>.

Sur 15 des 17 Etats membres de l'OHADA ont comme l'une ou principale langue officielle le français. De plus, les deux nouveaux Etats<sup>36</sup> sont en négociation pour accéder à l'espace OHADA comme membres sont des Etats francophones. C'est le cas de souligner que la culture et la langue française dominant la structure culturelle et territoriale de l'organisation.

En tout état de cause, le spectre territorial de l'OHADA se doit d'être considéré comme allant au-delà du territoire physique des Etats parties au Traité fondateur. En effet, pris sous un prisme de communication, le droit des affaires généré par cette institution peut également intéresser les investisseurs externes à son espace territorial.

---

<sup>32</sup> Cette définition est tirée de l'article 2 du Traité portant révision du Traité relatif à l'harmonisation du droit des affaires en Afrique adopté le 17 octobre 2008 à Québec au Canada.

<sup>33</sup> Rigaud, Louis, *Dictionnaire encyclopédique du français des Affaires*, Paris 2006, pp. 510-511.

<sup>34</sup> OHADA, Traité relatif à l'harmonisation en Afrique du droit des affaires adopté le 17 octobre 1993 à Port-Louis en Île Maurice. Cette convention a été révisée par le Traité portant révision du Traité relatif à l'harmonisation du droit des affaires en Afrique adopté le 17 octobre 2008 à Québec au Canada.

<sup>35</sup> Tiger, Philippe, *Le droit des affaires en Afrique, OHADA*, Paris, 1999 p. 42.

<sup>36</sup> Madagascar et Maroc.

La prépondérance de la langue et de la culture francophone dans la structure de l'OHADA est d'autant plus remarquable que le français est considéré comme langue prioritaire. En effet, selon le Traité modifié en 2008<sup>37</sup>, si les langues de travail de l'organisation sont le français, l'anglais, le portugais et l'espagnol, il n'en reste pas moins vrai qu'en cas de retard ou de difficulté de traduction, la version officielle en langue française des textes et documents publiés est la seule à être prise en ligne de compte.

A titre de rappel, il faut noter que l'embryon de l'OHADA est née d'une conférence des ministres des Finances de la zone Franc en 1991 à Ouagadougou puis à Paris. Une année plus tard, les mêmes ministres se réunissent à Yaoundé puis à Paris à nouveau et vont être appuyés par les Chefs d'État à Libreville<sup>38</sup>. Par la suite, c'est dans l'environnement de la V<sup>ème</sup> Conférence des Chefs d'État et de gouvernement de la Francophonie à Grand-Baie en Ile Maurice tenue du 16 au 18 octobre 1993 que le projet prend réellement forme<sup>39</sup>. Au cours de cette rencontre a portée et consolidée l'idée de la mise en place d'un « *environnement juridique qui balise les échanges économiques de toute nature* » et aussi celle selon laquelle « *il faut contribuer à assurer l'établissement d'un cadre juridique fiable qui permette aux partenaires de prendre des risques calculés.*»<sup>40</sup>

### **2.2.2. Une organisation aux missions et aux activités particulières**

#### ▪ *Ses missions*

Quelles sont les missions qui soutiennent la création et l'existence de l'espace OHADA ? Selon le Traité de Québec de 2008, la finalité de cette organisation est l'intégration économique de l'espace ayant en partage le franc CFA. En d'autres termes, il est question mettre en place dans les Etats parties, « *un droit des Affaires harmonisé, simple, moderne et adapté, afin de faciliter l'activité des entreprises* »<sup>41</sup>. L'organisation poursuit en outre l'objectif de « *garantir la sécurité juridique des activités économiques, afin de favoriser l'essor de celles-ci et d'encourager l'investissement* »<sup>42</sup> et de « *promouvoir l'arbitrage comme instrument de règlement des différends contractuels* »<sup>43</sup>.

En d'autres termes, comme le dit le professeur Paul Gérard Pougoué, l'OHADA est une organisation qui poursuit une œuvre d'intégration juridique en vue d'élaborer et d'adopter pour la zone Franc CFA des règles simples et modernes, de mettre en place des procédures judiciaires appropriées et d'encourager un système d'arbitrage dans le règlement des différences.

---

<sup>37</sup> Article 42 de ce Traité.

<sup>38</sup> Pougoué, Paul-Gérard, *Présentation générale et procédure OHADA*, Yaoundé, 1998, p. 5.

<sup>39</sup> <https://www.francophonie.org/-Sommets-de-la-Francophonie-.html>, consulté le 6 janvier 2019.

<sup>40</sup> OIF, *Actes du Sommet de Maurice*, 1993, p. 123.

<sup>41</sup> Préambule du Traité OHADA révisé de 2008.

<sup>42</sup> *Ibidem*.

<sup>43</sup> *Ibidem*.

- *Ses activités*

Les activités menées par l'OHADA peuvent être regroupées en trois aspects. Elles peuvent aussi être législatives, de contrôle ou de formation.

Sur le plan de l'activité législative, cette organisation s'occupe d'élaborer un droit uniforme des affaires pour les différents Etats parties. Plus qu'un mouvement d'harmonisation, il s'agit surtout d'un mouvement d'uniformisation. Par l'harmonisation, les législateurs entendent coordonner des systèmes juridiques différents ou trouver une sensibilité commune pour une législation, par l'uniformisation, il s'agit de réduire les différences des règles pour atteindre des objectifs communautaires.

Sur le plan du contrôle, l'organisation d'harmonisation du droit des affaires africain veille en fait et en droit au respect du Traité uniforme à travers sa juridiction qu'est la Cour Commune de Justice et d'Arbitrage.

Sur le plan de la formation, ainsi que cela sera développé plus loin dans cette analyse, l'OHADA en tant qu'institution a également la mission de former le personnel judiciaire ainsi que les professionnels et les acteurs du droit ressortissants principalement des Etats parties à son traité fondateur.

### **2.2.3. Une organisation aux divers centres d'impulsion de communication**

Le postulat de départ pour appréhender la diversité des centres d'impulsion communication dans le cadre de la diffusion du Droit OHADA en Afrique francophone tient à deux choses. Les produits et les supports communicationnels du droit OHADA peuvent être les règles de droit issues des actes uniformes, mais également des interprétations et décisions de justice faisant jurisprudence d'une part. Et de plus, à ces produits s'ajoutent la doctrine entendue comme une interprétation des auteurs du droit OHADA. Ces produits sont fonction des différentes sous structures de l'organisation. En effet, les actes uniformes sont produits par le Secrétariat permanent, les décisions de justice sont issues de la Cour Commune de Justice et d'Arbitrage et une part de la doctrine est générée par l'Ersuma.

En tout état de cause, trois institutions internes à l'OHADA participent avec pertinence à la création des produits de communication de droit OHADA. Il s'agit du Secrétariat permanent, de la CCJA et de l'Ersuma. Mais, à cela il convient de noter que le système institutionnel de l'OHADA compte cinq instances avec une prise en compte des organes politiques que sont la Conférence des Chefs d'Etat et de gouvernement et du Conseil des ministres.

▪ *Le Secrétariat permanent<sup>44</sup> : l'acteur majeur*

Organe exécutif de l'OHADA, Il est dirigé par un Secrétaire Permanent qui est lui-même nommé par le Conseil des Ministres pour un mandat de quatre ans renouvelable une fois. Le siège du Secrétariat Permanent se trouve à Yaoundé au Cameroun depuis 1993. A travers son chef, cet organe est chargé de proposer les ordres du jour des conseils des ministres de l'organisation ainsi que l'ensemble des matières qui peuvent être harmonisées. Cet organe est par ailleurs chargé d'organiser l'élection des juges de CCJA. En outre, cet organe est chargé de représenter l'OHADA sous la supervision du Président du conseil des ministres, d'assurer la liaison avec les Etats parties, les autres organisations et les partenaires divers. Par ailleurs, le Secrétariat assure le suivi-évaluation et l'élaboration du plan de développement de l'organisation.

Parmi ses missions, les plus importantes consistent dans le fait que le secrétariat permanent est en charge de publier les actes uniformes, d'assurer la vulgarisation du droit uniforme et la promotion de l'Organisation.

Quant à la publication, il faut relever que le Secrétariat doit préparer les projets d'actes uniformes en concertation avec les gouvernements des Etats parties, les soumettre à la Cour commune pour que cette dernière donne son avis. Après avoir inscrit ces actes uniformes à l'ordre du jour du conseil des ministres, le Secrétariat permanent est chargé de les publier une fois qu'ils sont adoptés. Il doit les publier ainsi que les règlements et les autres actes dans le journal officiel de l'Organisation. C'est ce dernier aspect pris particulièrement qui révèle de l'intérêt pour la présente étude.

La publication des textes de l'OHADA à travers le journal officiel de ladite institution mérite d'être présentée à ce stade. Concernant les actes uniformes, le Secrétariat permanent se doit de les publier dans le journal officiel dans les soixante jours suivant leur adoption. Sur ce point, ce rôle est partagé car les actes uniformes sont également publiés par les Etats parties dans leurs journaux officiels ou par tout autre moyen approprié<sup>45</sup>.

Le Secrétariat permanent de l'OHADA compte trois directions à savoir la direction des ressources humaines, du matériel et de l'administration générale, la direction financière et comptable et enfin, la direction des affaires juridiques, de la documentation et de la communication.

Cette dernière direction est la plus porteuse d'intérêt dans ce cadre. En effet, selon le Règlement n°001/2009/CM/OHADA portant attributions et organisation du Secrétariat Permanent de l'OHADA, elle porte l'essentiel des attributions de l'organisation en termes communicationnels.

---

<sup>44</sup> OHADA, Règlement n°0012/2011/CM/OHADA portant modification du règlement n° 01/2009/CM/OHADA du 22 Mai 2009 portant attributions et organisation du secrétariat permanent de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires.

<sup>45</sup> Article 9 du Traité OHADA modifié.

Ainsi, elle est chargée<sup>46</sup> de la publication du journal officiel évoqué plus haut, de la production et de la diffusion de l'information sur les activités du Secrétariat permanent et du Conseil des ministres ainsi que de superviser la bibliothèque et les archives du Secrétariat permanent. En plus de tout cela, cette direction est en charge de superviser les séminaires, les colloques et les ateliers relatifs à la vulgarisation du droit des affaires de l'OHADA.

▪ *La Cour commune de justice et d'arbitrage<sup>47</sup> : producteur de jurisprudence*

Son siège est fixé à Abidjan en Côte d'Ivoire et elle est constituée de neuf juges élus pour sept ans sans possibilité de renouvellement. Son rôle consiste à assurer une interprétation et une application communes du droit uniforme issu du Traité ainsi que des règlements, des actes uniformes et des décisions pour tous les Etats membres. Dans la mesure où elle peut être saisie par les Etats et les juges nationaux pour donner son avis sur ces points, on dit que la CCJA joue un rôle consultatif.

Tout contentieux pouvant naître dans les Etats parties de l'OHADA en rapport avec les actes uniformes est avant tout soumis en première instance et en appel aux juridictions des Etats-Parties. Si les personnes qui saisissent les juges au niveau des Etats ne trouvent pas satisfaction, elles peuvent dès lors saisir la CCJA par un recours en cassation. Si elle juge que l'affaire a été mal appréhendée par les juges nationaux, elle casse la décision et recommence le procès, on dit alors qu'elle "évoque et statue sur le fond".

Une autre compétence incombe à la CCJA. Elle ne concerne pas les décisions rendues en rapport avec les recours formulés en lien avec les juridictions nationales mais avec l'arbitrage. En effet, aux termes du Traité et des règlements<sup>48</sup> la CCJA a également pour mission d'administrer les procédures arbitrales dans le domaine des contentieux contractuels ou des investissements où une convention d'arbitrage mettant aux prises une ou plusieurs parties liées à au moins un des Etats Parties, soit que le contrat est exécuté ou à exécuter, en tout ou partie, sur le territoire d'un ou de plusieurs Etats Parties. La CCJA dans ce second rôle ne tranche pas elle-même les différends, mais nomme et confirme les arbitres, s'informe du déroulement de l'instance et examine les projets de sentence<sup>49</sup>. C'est cette sentence finale de la procédure d'arbitrage déroulée sous le contrôle de la CCJA qui est de nature à intéresser la cible qu'est le grand public.

---

<sup>46</sup> Article 4 du Règlement n°001/2009/CM/OHADA portant attributions et organisation du Secrétariat Permanent de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droits des Affaires.

<sup>47</sup> Article 13 du Traité OHADA modifié.

<sup>48</sup> Règlement d'arbitrage de la CCJA précité.

<sup>49</sup> Article 2 du Règlement d'arbitrage de la CCJA.

- *L'École régionale supérieure de magistrature : acteur clé de l'information*

Cette école a pour siège la ville de Porto-Novo au Bénin depuis vingt ans. Selon le Traité qui fonde l'OHADA, cette institution est l'établissement de formation, de perfectionnement et de recherche en droit des affaires.

Les statuts de l'Ersuma précisent qu'elle doit œuvrer à l'amélioration de l'environnement juridique et judiciaire dans l'ensemble des Etats membres et assurer la formation et le perfectionnement des magistrats et des auxiliaires de justice des Etats membres en droit harmonisé et en droit des affaires. Cette école est en outre un centre de documentation et de recherche en matière juridique et judiciaire.

En outre, elle doit initier, développer et promouvoir la recherche en droit africain, et en liaison avec la CCJA et les juridictions des Etats membres, elle travaille à une harmonisation de la jurisprudence et du droit, principalement dans toutes matières relevant du traité. Enfin, l'Ersuma doit accomplir toutes les missions conformes à ses statuts et assignée par le conseil des ministres de l'OHADA ou par son Conseil d'administration.

En dernière analyse, la doctrine présente l'Ersuma comme une institution devant jouer le rôle de "Centre d'information sur le droit uniforme"<sup>50</sup> des affaires de l'OHADA.

- *Commissions Nationales de l'OHADA<sup>51</sup> : acteurs marginaux*

En réalité, d'un point de vue formel, les Commissions nationales de l'OHADA ne sont pas dans l'organigramme régional de cette institution, mais sont des instances propres aux différents Etats-parties. Leur rôle institutionnel n'est pas moins prégnant pour autant. Pour cette étude, tout l'intérêt qu'elles peuvent présenter se situe dans leur impact en tant que des émetteurs en termes de communication sur le droit des affaires de l'OHADA.

En se fondant sur un texte fondateur de Commission nationale de l'OHADA<sup>52</sup>, il ressort qu'elle a pour mission de " servir de relai entre les organes et les institutions de l'OHADA et les acteurs nationaux impliqués dans la mise en œuvre et le développement du droit des affaires OHADA". De manière plus précise, le texte relève que, la CNO a pour rôle de traiter, mettre en

---

<sup>50</sup> Sayegh, Joseph Issa et Pougoué, Paul-Gérard, « *Communication : L'OHADA : défis, problèmes et tentatives de solutions* » in Rev. dr. unif. 2008, pp. 461-462.

<sup>51</sup> Contrairement aux CN/OHADA qui sont nationales, la commission fondée par le Règlement n° 002/2009/CM/OHADA portant création, organisation et fonctionnement de la commission de normalisation comptable de l'OHADA institue une instance supplémentaire au plan communautaire.

<sup>52</sup> Décret n° 2008-1049 17 septembre 2008 portant création, attribution organisation et fonctionnement de la Commission nationale pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (OHADA) au Sénégal. L'ensemble des pays membres présente des textes similaires. Au Niger, c'est le décret n°2009-323/PRN/MJ du 22 septembre 2009 portant création, attributions, composition et modalités de fonctionnement de la Commission Nationale pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (CNO-OHADA).

œuvre, assurer le suivi-évaluation des actes et décisions relatifs à l'harmonisation du droit des affaires transmis par la Présidence du Conseil des Ministres ou le Secrétaire Permanent de l'OHADA. En outre, la CNO étudie les avant-projets d'actes uniformes ou de règlements et formule des recommandations en ce sens.

Le plus important du point de vue de la communication sociale tient dans le fait que la CNO est chargée de « *la diffusion de l'information juridique et, le cas échéant, l'aide à la formation sur le droit des affaires harmonisé* » et « *de la collecte, la centralisation et la vulgarisation de la documentation relative au droit des affaires harmonisé* ». Son rôle de médiateur de l'information relative au droit des affaires de l'OHADA est en réalité prépondérant.

#### **2.2.4. Une organisation aux produits de communication diversifiés**

##### *2.2.4.1. L'acte uniforme en tant que produit de communication*

##### ▪ *Différents actes uniformes*

Le traité fondateur de l'OHADA donne de la notion d'acte uniforme la définition suivante : “ actes pris pour l'adoption des règles communes”. Aussi, pour appréhender la notion, il faut encore clarifier celle d'acte au sens du droit. En effet, si dans le sens courant, l'acte peut s'entendre du fait d'agir, chez le juriste, l'acte renvoie basiquement à toute manifestation d'une ou de plusieurs volontés ayant pour but de produire des effets au sens juridique<sup>53</sup>. Cependant, dans la même lancée, l'acte juridique ainsi compris s'associe à la loi, au règlement ou traité tout cela renvoie à l'acte législatif. Actuellement et conformément au Traité de l'OHADA, le droit des affaires édicté pour les 17 Etats membres est contenu dans 10 actes uniformes dont les détails suivent.

- *Droit commercial général*<sup>54</sup> : Adopté le 17 avril 1997 avec une version révisée datant du 15 décembre 2010 , l'Acte uniforme relatif au droit commercial général (AUDCG) est un texte qui fixe les règles devant encadrer le statut du commerçant dans les États-membres, ainsi que les conditions d'accès et d'exercice pour les entrepreneurs<sup>55</sup>.
- *Droit des sociétés commerciales* : L'Acte uniforme relatif au droit des sociétés commerciales et du groupement d'intérêt économique a fait peau neuve le 30 janvier 2014 en remplacement de la première version datant du 17 avril 1997. Ce texte fixe les

---

<sup>53</sup> Cornu, Gérard (Dir.), *Vocabulaire juridique*, Paris, p. 22.

<sup>54</sup> Il fixe en outre les diverses formes de sociétés commerciales que sont la société en nom collectif (SNC), la société en commandite simple (SCS), la société à responsabilité limitée (SARL), la société anonyme (SA), la Société en participation, la société de fait, le Groupement d'intérêt économique (GIE) et la société par actions simplifiée (SAS).

<sup>55</sup> Il fixe également les règles du registre du commerce et du crédit mobilier (RCCM), outil permettant d'immatriculer les personnes physiques et morales commerçantes, les déclarations d'activité des entrepreneurs ainsi que les inscriptions des sûretés. L'AUDCG détermine également les contours de la vente commerciale, du bail commercial et à titre professionnel ainsi que les règles du fonds de commerce et des intermédiaires de commerce.

règles de constitution et de fonctionnement, la responsabilité des dirigeants, les rapports entre sociétés, la transformation, la fusion, la scission, les apports partiels d'actifs ainsi que la dissolution, la nullité de la société et des actes sociaux.

- *Droit des sûretés* : En remplacement du premier texte du 17 avril 1997, un Acte uniforme portant organisation des sûretés a été adopté le 15 décembre 2010. Il précise les règles relatives à l'organisation des sûretés personnelles que sont le cautionnement, la garantie et la contre garantie autonome, des sûretés mobilières renvoyant au droit de rétention, à la propriété retenue ou cédée à titre de garantie, le gage, les nantissements et les privilèges. Le texte précise enfin le cadre des hypothèques et des autres sûretés réelles immobilières.
- *Procédures simplifiées de recouvrement et des voies d'exécution* : L'Acte uniforme portant organisation des procédures simplifiées de recouvrement et des voies d'exécution organise les modalités dans lesquels se déroule le recouvrement des dettes ou créances ainsi que les procédures judiciaires à mettre en œuvre par un créancier pour contraindre son débiteur à exécuter ses engagements. Il a été adopté le 10 avril 1998.
- *Procédures collectives* : Adopté en avril 1998, l'Acte uniforme portant organisation des procédures collectives d'apurement du passif organise les procédures collectives visant à traiter l'insolvabilité des entreprises. Ce texte encadre précisément le règlement préventif, avant cessation des paiements et le redressement judiciaire ou liquidation des biens, après cessation des paiements. De plus, il apporte des précisions quant aux sanctions patrimoniales, professionnelles, civiles et pénales, devant être appliquées au débiteur et aux dirigeants de l'entreprise défaillante.
- *Droit de l'arbitrage* : L'Acte uniforme relatif au droit de l'arbitrage a été adopté le 11 mars 1999. Il sert de cadre commun pour la réglementation de l'arbitrage dans l'ensemble des Etats membres de l'OHADA. Le texte règle les différentes étapes de la procédure, détermine les conditions de la reconnaissance et de l'exécution des sentences arbitrales. Enfin, cet acte organise les voies de recours ouvertes contre les sentences autant en annulation, en révision qu'en tierce opposition.
- *Droit de la médiation*<sup>56</sup> : Dernier des actes uniformes, l'Acte uniforme relatif à la médiation a été adopté le 23 novembre 2017. Le texte vient préciser la médiation en tant que processus dans lequel, les parties demandent à un tiers de les aider à parvenir à

---

<sup>56</sup> Cet acte uniforme précise la procédure de médiation et fixe les principes directeurs de conduite d'une médiation. Il s'agit notamment du respect de la volonté des parties, de l'intégrité morale, de l'indépendance et de l'impartialité du médiateur, de la confidentialité et de l'efficacité du processus de médiation.

un règlement amiable d'un litige, d'un rapport conflictuel ou d'un désaccord impliquant des personnes physiques ou morales, y compris des entités publiques ou des Etats.

- *Droit de la comptabilité des entreprises* : L'Acte uniforme portant organisation et harmonisation des comptabilités des entreprises porte le système comptable OHADA. Adopté en mars 2000, ce texte établit les normes comptables, les règles de tenue des comptes, le plan des comptes et de présentation des états financiers et de l'information financière.
- *Droit des contrats de transport* : Adopté le 22 mars 2003, l'Acte uniforme relatif aux contrats de transport de marchandises par route s'applique aux contrats de transport de marchandises par route se déroulant soit sur le territoire d'un Etat membre de l'OHADA, soit sur le territoire de deux Etats différents dont l'un au moins est membre de l'OHADA.
- *Sociétés coopératives* : C'est à Lomé au Togo que l'Acte uniforme relatif au droit des sociétés coopératives a été adopté le 15 décembre 2010 pour régir la vie des coopératives dans les Etats membres. Ce texte apporte des précisions la création, le fonctionnement et la typologie des coopératives<sup>57</sup>.

Les actes uniformes se présentent sous la forme numérique disponible sur différentes plateformes qui seront présentées plus loin. Ils sont également disponibles sous la forme physique à travers le journal officiel de l'OHADA et d'autres supports édités ou non par l'OHADA. C'est le contenu porté par tous ces supports matériels et dématérialisés qui sert de base première au produit de communication offert ou devant être offert.

- *L'Acte Uniforme : un produit de communication du droit des affaires de l'OHADA*

Au sens classique, le produit couvre l'idée de tout ce qui est proposé par une organisation ou une entreprise afin de satisfaire les besoins des consommateurs ou dans le cas présent, les besoins des usagers-cibles<sup>58</sup>. Cette acception du produit peut être rapprochée à l'OHADA en ces termes ; le contenu du droit des affaires édicté par l'OHADA constitue le produit proposé ou devant être proposé par cette organisation à l'ensemble de ses usagers actuels ou potentiels. En ce sens, les actes uniformes précités constituent le produit majeur sur lequel l'OHADA et les acteurs impliqués dans la diffusion et la vulgarisation du droit des affaires dans le même espace doivent proposer.

---

<sup>57</sup> Selon l'article 4 de cet acte uniforme, la Société coopérative est un groupement autonome de personnes volontairement réunies pour satisfaire leurs aspirations et besoins économiques, sociaux, et culturels communs, au moyen d'une entreprise dont la propriété et la gestion sont collectives et ou le pouvoir est exercé démocratiquement et selon les principes coopératifs conformément à l'article 6 du même texte.

<sup>58</sup> Védrine, Sylvie Martine, *Initiation au marketing*, Paris, p. 158.

En tout état de cause, il va sans dire que le contenu des actes uniformes, même s'il est le produit principal, n'est pas l'unique produit d'intérêt du point de vue de la communication sociale du droit des affaires de cette organisation.

#### *2.2.4.2. Les décisions de justice de la CCJA en tant que produit de communication*

Deux types de décisions de justice rendues sous l'autorité de la CCJA peuvent être retenus comme pouvant porter de l'intérêt pour le grand public. La Cour commune de justice et d'arbitrage rend des arrêts dans le cadre de l'examen des recours contre les décisions rendues par les juridictions nationales. Par ailleurs, elle est impliquée dans l'élaboration des décisions rendues par les arbitres pour les arbitrages rendues sous son administration.

Les décisions rendues et notamment les arrêts de la CCJA sont rendus en audiences publiques. En d'autres termes, les usagers du droit des affaires ont un premier accès aux produits de communication sur le droit OHADA en participant aux audiences de la Cour. Mais dans un second temps, ce qui constitue le produit de communication pour la CCJA ce sont les arrêts définitifs. Sur ce point, un recueil de jurisprudence de la Cour est prévu pour rendre publiques toutes les décisions rendues. Ce recueil doit être publié par un comité mis en place par le Président de la Cour et enfin, ce comité est en charge de toutes les autres publications de la Cour<sup>59</sup>.

Dans un tout autre sens, les sentences des arbitres rendues sous l'administration de la CCJA n'ont pas vocation à être publiées à l'intention du grand public<sup>60</sup>. En effet, dès lors qu'une sentence est rendue, le Secrétaire général en est juste autorisé de la notifier aux parties impliquées dans le litige arbitré. Les personnes qui ont été impliquées dans un procès arbitral peuvent faire une demande pour accéder à des copies conformes de la décision finale. Ces copies peuvent leur être délivrées à tout moment mais exclusivement auxdites parties. En d'autres termes, la communication directe par la CCJA de telles décisions est limitée et exclut le grand public. Toutefois, rien n'interdit aux médias de publier le contenu de telles décisions.

Un autre aspect mérite d'être souligné à ce stade. Une observation quantitative donne à voir que 1147 décisions rendues par la CCJA<sup>61</sup> et plus de 3000 décisions de jurisprudence au niveau des juridictions nationales des Etats membres de l'OHADA ont été répertoriées. Le constat à faire est celui du volume important des décisions rendues par les juges en matière OHADA.

#### *2.2.4.3. Les règlements en tant que produit de communication*

---

<sup>59</sup> Article 42 du Règlement n°01/2014/CM/OHADA du 30 janvier 2014 modifiant le Règlement de procédure de la Cour Commune de Justice et d'Arbitrage CCJA du 18 avril 1996.

<sup>60</sup> Article 25 du Règlement d'arbitrage de la cour commune de justice et d'arbitrage du 23 novembre 2017.

<sup>61</sup> Ces données datent de mars 2017, elles sont essentiellement disponibles à l'adresse suivante : <http://www.ohada.com/actualite/3416/jurisprudence-ohada-disponibilite-de-decisions-recentes-de-la-cour-commune-de-justice-et-d-arbitrage-de-l-ohada-ccja.html>

Les Règlements dans le cadre de l'OHADA viennent comme des textes explicatifs des Traités. en effet, le règlement est un acte législatif qui a pour vocation de développer les règles posées dans une loi, en vue d'en assurer l'application<sup>62</sup>. Plusieurs règlements explicatifs ont été pris par le Conseil des ministres de l'OHADA pour apporter les précisions les plus pratiques sur plusieurs aspects du droit des affaires de l'OHADA. Certains concernent le fonctionnement administratif des institutions de l'OHADA, à l'instar du statut du personnel de cette institution.

#### 2.2.4.4. *Les produits de communication des acteurs nationaux*

##### ▪ *Lois nationales explicatives des règles de droit des affaires de l'OHADA*

Le Traité fondateur de l'OHADA n'interdit pas aux Etats membres de prendre des lois explicatives du droit des affaires en prolongement des actes uniformes et des règlements pris par les conseils des ministres. Dans cette optique, plusieurs pays ont adopté des textes précisant les interstices laissés par le cadre réglementaire de l'OHADA. Le Sénégal a adopté la loi n°98 22 du 26 mars 1998 portant sur les sanctions pénales applicables aux infractions contenues dans l'acte uniforme relatif aux droits de sociétés commerciales et du groupement d'intérêt économique. Le Cameroun a suivi en promulguant la loi n°2003/008 du 10 juillet 2003 portant répression des infractions contenues dans certains actes uniformes OHADA. On peut également relever que la République centrafricaine a introduit par la loi n°10.001 du 06 janvier 2010 portant Code pénal des sanctions relatives aux infractions incriminées dans les actes uniformes OHADA. Ces textes sont des produits de communications qui participent des éléments dont l'intérêt pour le grand public n'est pas à négliger.

##### ▪ *Décisions de justice relatives au droit des affaires de l'OHADA*

Les juridictions nationales des Etats membres produisent également une quantité importante de décisions de justice au plan local, toutes porteuses de contenus normatifs relatifs à l'OHADA. Ainsi qu'il a déjà été souligné, en 2017, le nombre de décisions rendues dans ce cadre national était estimé à plus 3000 jugements<sup>63</sup>, abstraction étant faite des sentences arbitrales diverses.

---

<sup>62</sup> Cornu, Gérard, *Vocabulaire juridique*, p. 416.

<sup>63</sup> [www.ohada.com](http://www.ohada.com) consulté le 25 janvier 2019.

## **2.2.5. Une organisation aux supports et moyens de communication pluriels et concurrencés**

### *2.2.5.1. Le site internet [www.ohada.org](http://www.ohada.org) : le support charnière*

La communication sociale autour du droit des affaires est impulsée par l'OHADA principalement par le support de son site internet. Les sections de ce support sont plurielles et consistantes<sup>64</sup>. Une rubrique « accès rapides » présente les liens vers les dernières nouvelles, l'agenda évènementiel, les annonces, comment saisir le Centre d'Arbitrage, travailler pour l'OHADA, saisir la CCJA pour un recours, saisir le Secrétariat permanent, la bibliothèque numérique et s'inscrire à une formation à l'Ersuma.

Le mérite à reconnaître à ce stade consiste dans l'instauration d'un flux RSS OHADA.org relativement aux dernières annonces<sup>65</sup>, aux dernières nouvelles<sup>66</sup>, aux communiqués de presse<sup>67</sup>, aux échos des Etats-parties<sup>68</sup> et pour l'agenda<sup>69</sup>. Un fil RSS est également disponible pour la bibliothèque numérique<sup>70</sup>.

---

<sup>64</sup> Une partie est consacrée à un à propos de l'OHADA, l'OHADA en bref, les missions et objectifs, notre histoire, les acteurs, les modalités d'adhésion, l'organisation, les institutions, les Etats Parties et le journal Officiel. Dans un autre temps, une partie est consacrée aux actes uniformes, la jurisprudence CCJA, la doctrine, la bibliographie, les études, les publications, la pratique professionnelle, le Traité OHADA révisé et les règlements et décisions.

<sup>65</sup> <http://www.ohada.org/index.php/fr/annonces/dernieres-annonces?format=feed&type=rss>

<sup>66</sup> <http://www.ohada.org/index.php/fr/actualite/dernieres-nouvelles?format=feed&type=rss>

<sup>67</sup> <http://www.ohada.org/index.php/fr/espace-presse/communiqués-de-presse?format=feed&type=rss>

<sup>68</sup> <http://www.ohada.org/index.php/fr/actualite/echos-des-etats-parties?format=feed&type=rss>

<sup>69</sup> <http://www.ohada.org/index.php/fr/ohada-au-quotidien/agenda-evenementiel?format=feed&type=rss>

<sup>70</sup> [http://biblio.ohada.org/pmb/opac\\_css/index.php?lvl=rss\\_see&id](http://biblio.ohada.org/pmb/opac_css/index.php?lvl=rss_see&id)



Illustration 2 : Capture d'écran du site web de l'OHADA, 31 janvier 2019

#### 2.2.5.2. Le journal officiel en tant que support de communication

Pour les juristes, le journal officiel réfère à une publication officielle quotidienne destinée à assurer la publicité des lois, décrets, actes et documents administratifs du Gouvernement, ainsi que du compte rendu *in extenso* des débats des deux Chambres et des renseignements statistiques<sup>71</sup>.

Ramenée à l'OHADA, cette acception renvoie à une publication officielle qui assure la publicité des actes uniformes, des règlements, des décisions administratives de l'OHADA, des décisions et avis de la CCJA et des compte-rendus des conseils des ministres. Concrètement, le journal officiel est géré par le Service des affaires juridiques et de la communication du Secrétariat permanent de l'OHADA. Ce service est placé sous la hiérarchie de la Direction des affaires juridiques, de la documentation et de la communication<sup>72</sup>.

Selon Philippe Tiger<sup>73</sup>, la manière inappropriée dont le journal officiel a été géré par les Etats membres de l'OHADA avant l'avènement de l'Organisation a toujours été un véritable obstacle pour les affaires du fait du "défaut de publication presque général". La donne s'est améliorée par la suite. Depuis 1993<sup>74</sup> année de fondation de l'OHADA, 31 journaux officiels ont été rendus publics par

<sup>71</sup> Cornu, Gerard, *op.cit.*, p. 298.

<sup>72</sup> Article 4 du Règlement n°001/2009/CM/OHADA portant attributions et organisation du Secrétariat Permanent de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droits des Affaires.

<sup>73</sup> Tiger, Philippe, *Le droit des affaires en Afrique, OHADA*, Paris, 1999 p. 21.

<sup>74</sup> En réalité, le 1er numéro du JO/OHADA date du 1er octobre 1997.

le Secrétariat permanent. Le ratio ou mieux la fréquence de publication du journal officiel de l'OHADA est d'une publication et demi par an<sup>75</sup>. On ne peut pas dire que le JO/OHADA est une production annuelle. En réalité, le journal officiel de l'OHADA devrait être au minimum une publication annuelle, mis à part les numéros spéciaux, au regard du fait que les Conseils des ministres dont ce journal doit rendre public les décisions et les comptes rendus se tiennent chaque année<sup>76</sup>.

Deux supports médiatiques permettent au public d'accéder aux journaux officiels de l'Organisation. D'une part, ils peuvent y accéder à travers le site internet de l'OHADA géré à partir du Secrétariat permanent ainsi que celui de l'Ersuma<sup>77</sup>. Les numéros du journal officiel sont également relayés par les sites internet de diffusion du droit OHADA<sup>78</sup> ainsi que ceux des gouvernements<sup>79</sup> des Etats membres de l'organisation. D'autre part, les usagers peuvent accéder aux journaux officiels sur support papier physique au siège de l'Organisation ainsi que dans les antennes dédiées contre un paiement de 1000 FCFA ou 2000 FCFA.

#### 2.2.5.3. *La Revue Ersuma et la diffusion de la doctrine du droit OHADA*

Les réflexions portées par les juristes et les enseignants de droit sur le droit des affaires de l'OHADA rentrent dans le cadre de la doctrine. Conformément à ses missions statutaires, l'Ersuma a créé une revue scientifique ainsi qu'un bulletin d'actualités spécialisé. La Revue de l'Ersuma est disponible en ligne sur un site internet spécial<sup>80</sup>. Même si ce dernier n'est pas mis à jour, on y dénombre 7 numéros publiés entre 2011 et 2016<sup>81</sup>. Cependant, deux numéros ont été publiés en 2018<sup>82</sup>. Après avoir été gratuitement mis à disposition du public, la Revue Ersuma est depuis ces numéros n°7 et 8 payante à hauteur de 10.000 FCFA, toute chose qui est de nature à restreindre l'accès à l'information juridique de l'OHADA par ce canal.

Par ailleurs, l'Ersuma propose comme produit, un mensuel appelé Bulletin Ersuma de Pratique Professionnelle ou BEPP qui se veut être un périodique informatif sur l'actualité du droit des

---

<sup>75</sup> <http://www.ohada.org/index.php/fr/nos-publications> sur ce site institutionnel, 31 numéros du journal officiel de l'OHADA.

<sup>76</sup> Article 28 du Traité modifié : "Le Conseil des Ministres se réunit au moins une fois par an sur convocation de son Président, à l'initiative de celui-ci, ou du tiers des Etats-Parties." Comme déjà expliqué, lors de ces rencontres de nouveaux actes uniformes sont adoptés ou des réformes sont adoptés sur des actes uniformes existants.

<sup>77</sup> [www.librairie.ersuma.org](http://www.librairie.ersuma.org) consulté le 14 janvier 2019.

<sup>78</sup> [www.ohada.com](http://www.ohada.com), [www.droitafrique.com](http://www.droitafrique.com) consulté le 14 janvier 2019.

<sup>79</sup> [www.gouv.ci/](http://www.gouv.ci/), [www.minfi.gov.cm](http://www.minfi.gov.cm), <https://benin.eregulations.org>, [www.io.gouv.tg](http://www.io.gouv.tg) consultés le 14 janvier 2019.

<sup>80</sup> [www.revue.ersuma.org](http://www.revue.ersuma.org) consulté le 14 janvier 2019.

<sup>81</sup> Les numéros de la Revue disponibles sur [revue.ersuma.org](http://revue.ersuma.org) sont N° Spécial de novembre et décembre 2011, n° 1 de juin 2012, n° 2 de mars 2013, n° 3 de septembre 2013, n° Spécial IDEF de mars 2014, n° 4 de septembre 2014 et n° 6 de janvier 2016.

<sup>82</sup> La 7<sup>ème</sup> et la 8<sup>ème</sup> édition de la revue ont respectivement été publiées en février 2018 et novembre 2018.

affaires OHADA, sur le droit national des Etats parties et sur les autres droits communautaires africains et étrangers. Il est porté en 2018 à son 14ème numéro. D'accès gratuit jusqu'au 4ème numéro, ce bulletin est désormais soumis à un modèle économique payant soit 3000 FCFA pour un exemplaire numérique. Essentiellement disponible en ligne, le bulletin n'est pas accessible sur le site web de l'Ersuma mais sur celui de l'institution elle-même<sup>83</sup>.

En tout état de cause, ces deux supports doivent être considérés comme des produits de communication sur le droit des affaires en destination du public, ou à tout le moins, un segment important du public. En tout état de cause, la doctrine en général et les informations juridiques contenues dans la revue et le bulletin de l'Ersuma sont des produits dérivés de communication. En effet, dans cette étude, au risque de se redire, les produits de communication principaux sont constitués de la teneur d'actes uniformes, des règlements, des avis et des décisions, porteurs de normes claires pour les usagers.

#### 2.2.5.4. *La Newsletter OHADA*

S'inscrivant dans la logique de la stratégie de communication numérique d'une organisation, la newsletter s'associe généralement à la technique d'e-mailing. L'OHADA de par le service de communication du Secrétariat permanent recourt à la double technique de newsletters et d'e-mailing. Cependant, ce service est concurrencé par les newsletters des autres acteurs de diffusion et de communication sociale sur le droit des affaires OHADA. L'accès aux newsletters de l'OHADA est conditionné par une inscription en ligne sur le site internet de l'institution précisément sur : [www.ohada.org](http://www.ohada.org). L'ensemble des newsletters envoyées est archivé et consultable en ligne<sup>84</sup>, toute stratégie qui est louable en termes de disponibilité de l'information.

Pour l'essentiel, la newsletter de l'OHADA relaie des informations qui portent sur les activités de l'organisation ainsi que des structures externes. Elle reprend à titre illustratif, les formations organisées, les avis de recrutement, les innovations opérées au niveau des Etats-parties ou encore l'agenda des manifestations futures. Dans les faits, la newsletter de l'OHADA permet de mettre en avant non pas des connaissances de fond sur le droit des affaires mais de l'information générale en rapport avec le droit des affaires. Dans son déploiement actuel, ce support de communication est davantage associable à une communication *one-to-many*, c'est-à-dire structurée de la manière indifférenciée pour les juristes d'affaires et les personnes n'ayant pas de bases juridiques.

#### 2.2.5.5. *Le Recueil de jurisprudence OHADA*

---

<sup>83</sup> Ces publications sont disponibles à l'adresse :

<http://www.ohada.org/index.php/fr/nos-activites/nos-publications/bulletin-ersuma> consultée le 24 janvier 2019.

<sup>84</sup> <http://www.ohada.org/index.php/fr/nos-activites/nos-publications/newsletter-ohada> consulté le 24 janvier 2019.

De source institutionnelle, un recueil de jurisprudence est disponible au siège de la Cour Commune de Justice et d'Arbitrage de l'OHADA au prix de 10.000 FCFA. Ce recueil est disponible sur support papier de manière semestrielle. Jusqu'en 2015, 24 recueils de la CCJA mettant à la disposition du public les informations juridiques relatives aux décisions rendues par les juges communautaires. Plusieurs recueils non-institutionnels de la CCJA sont également disponibles pour informer le public.

#### 2.2.5.6. *Web Tv de l'OHADA*

L'OHADA offre plusieurs produits de communication par le moyen du numérique. Dans cet ordre d'idée, le Secrétariat permanent de cette institution a fondé une Web Télévision dès mai 2016. 22 vidéos ont été mis à disposition du public jusqu'en juillet 2018. Disponibles sur le site internet de l'organisation, les vidéogrammes dont il est question sont des extraits de journaux de télévisions<sup>85</sup> ayant couvert des évènements impliquant l'OHADA.

Ces éléments de communication sont des comptes rendus de séminaires, de discours prononcés par les autorités de l'OHADA, des spots publicitaires, des journées de célébration d'anniversaires de l'OHADA ou encore des procès fictifs organisés par des associations nationales ou étudiantes de promotion du droit des affaires.

Toutefois, un partenariat a été établi entre l'émission Business Africa<sup>86</sup> et l'OHADA mais l'initiative pour louable qu'elle était ne semble pas se poursuivre.

En réalité, l'OHADA n'a pas de WebTV au sens technique du terme. Cela se soutient dans la mesure où au sens strict ce moyen de communication renvoie à une chaîne de télévision uniquement diffusée par internet en continu, on dit encore en streaming<sup>87</sup>.

#### 2.2.5.7. *Réseaux sociaux numériques et OHADA*<sup>88</sup>

Un réseau social est un ensemble de relations diverses<sup>89</sup> et diversifiées entre un ensemble d'acteurs pouvant s'organiser clairement à l'instar d'une entreprise ou non organisé notamment

---

<sup>85</sup> ORTB Bénin, Gabon 24 ou encore Africa 24.

<sup>86</sup> Portée par l'agence People TV, Business Africa est l'émission d'information destinée au continent africain et lancée en juin 2000. Produite en français, anglais et portugais, le programme propose des reportages, des interviews, des portraits et des brèves sur l'actualité économique et financière du continent et du monde.

<sup>87</sup> Lishou, Claude. « *La WebTV éducative, alternative aux formations de masse dans les universités africaines* ». In *Distances et savoirs*, n°4, 2008, pp. 619-628. La WebTV est une plateforme web d'hébergement et de diffusion de vidéos qui utilise la technique Adobe Flash pour afficher toutes sortes de vidéos notamment des films, des clips.

<sup>88</sup> Les références de l'OHADA sont les suivantes : [www.facebook.com/OhadaOfficiel/](https://www.facebook.com/OhadaOfficiel/), [twitter.com/ohada\\_officiel](https://twitter.com/ohada_officiel) plus [plus.google.com/116067035855454854548](https://plus.google.com/116067035855454854548) et [youtube.com/Channel/UCYyK6BP2tit-D7Y6CrLfwA](https://youtube.com/Channel/UCYyK6BP2tit-D7Y6CrLfwA).

<sup>89</sup> Ces relations vont des rapports de pouvoir, des échanges de cadeaux, des rapports de conseil, spécialisées ou non, symétriques ou non.

pour les réseaux d'amis<sup>90</sup>. Contrairement à toute posture qui consisterait à assimiler les réseaux sociaux aux nouveaux médias, il importe de noter qu'il n'y a pas de réseaux sociaux que numérique. Quoiqu'il en soit, la communication sociale autour du droit des affaires de l'OHADA ne méconnaît pas les réseaux sociaux, du moins ceux numériques.

Sans surprise, l'OHADA est présente sur le réseau social Facebook, avec une page "Ohada Officiel". Mais, elle est loin d'être seule, car plusieurs organismes sont également présents sur ce réseau pour communiquer et informer sur le droit des affaires OHADA, autant dans les produits premiers que sont les règles de droit que pour ce qui de l'actualité quotidienne. Ainsi, la page officielle de l'OHADA totalise 7800 suiveurs et 8018 abonnés, l'Association Juristes d'Affaires Afrique Francophone de l'OHADA en dénombre 8049, la page Actualité OHADA en compte 5700 et l'Association Universitaire pour la Promotion de l'OHADA compte 1900 abonnés à sa page<sup>91</sup>.

Dans un autre sens, la Revue de l'Ersuma est également présente sur Facebook avec une page qui n'est pas active depuis 2016.

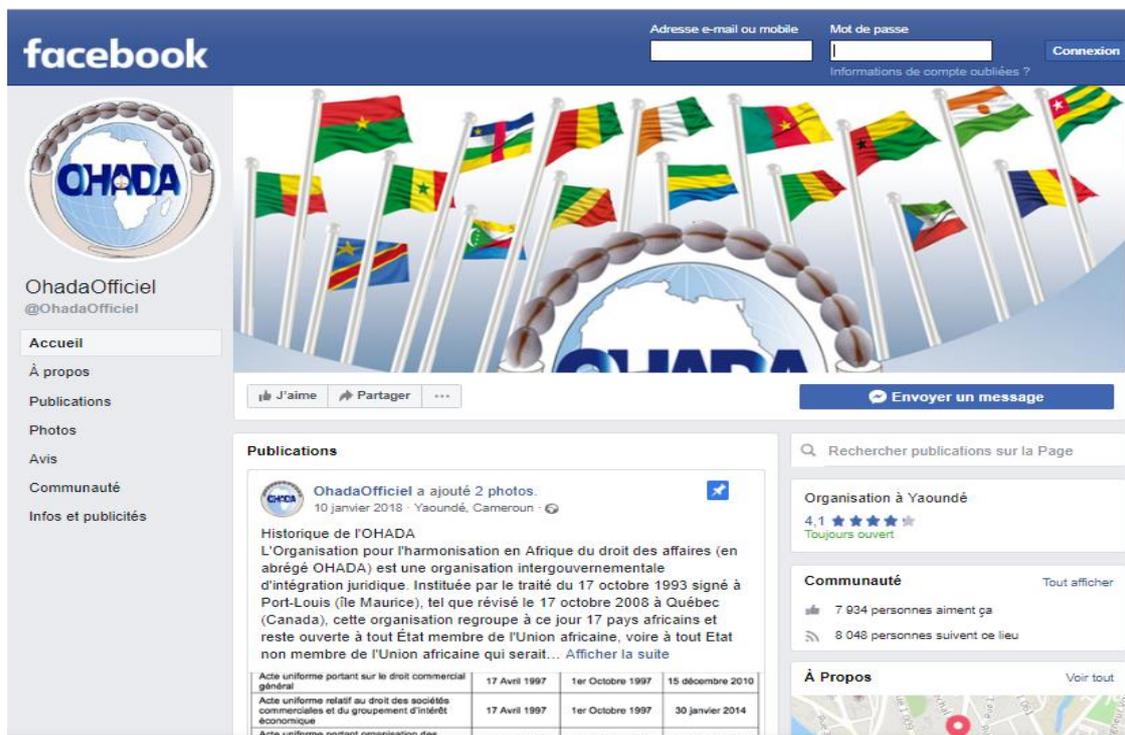


Illustration 3 : Capture d'écran de la page Facebook/Ohada officiel, 31 janvier 2019

<sup>90</sup> Forsé, Michel, « Définir et analyser les réseaux sociaux. Les enjeux de l'analyse structurale ». In *Informations sociales*, 2008, 3 n° 147, p.1. Voy., également Lemieux, Vincent, *Les réseaux d'acteurs sociaux*, Paris, 1999.

<sup>91</sup> Pour ne citer que ces pages-là. Données collectées le 14 janvier 2019.



Illustration 4 : Capture d'écran de la page Facebook/Revue\_Ersuma, 31 janvier 2019

Sur le réseau social professionnel *LinkedIn*, l'Organisation ne semble pas être présente tout comme sur *Google+*. En même temps, des concurrents tels que "Actualités du Droit OHADA" qui compte 449 abonnés sur *LinkedIn* sont bien présents.

Sur *Twitter*, l'OHADA est présente depuis janvier 2011 avec pour la page « OHADA Officiel », 2053 *tweets* et 3278 *followers*. Pour établir une comparaison, la page OHADA de l'association UNIDA compte 54 000 *tweets* et 29000 *followers*<sup>92</sup>.

<sup>92</sup> En date du 24 janvier 2019.

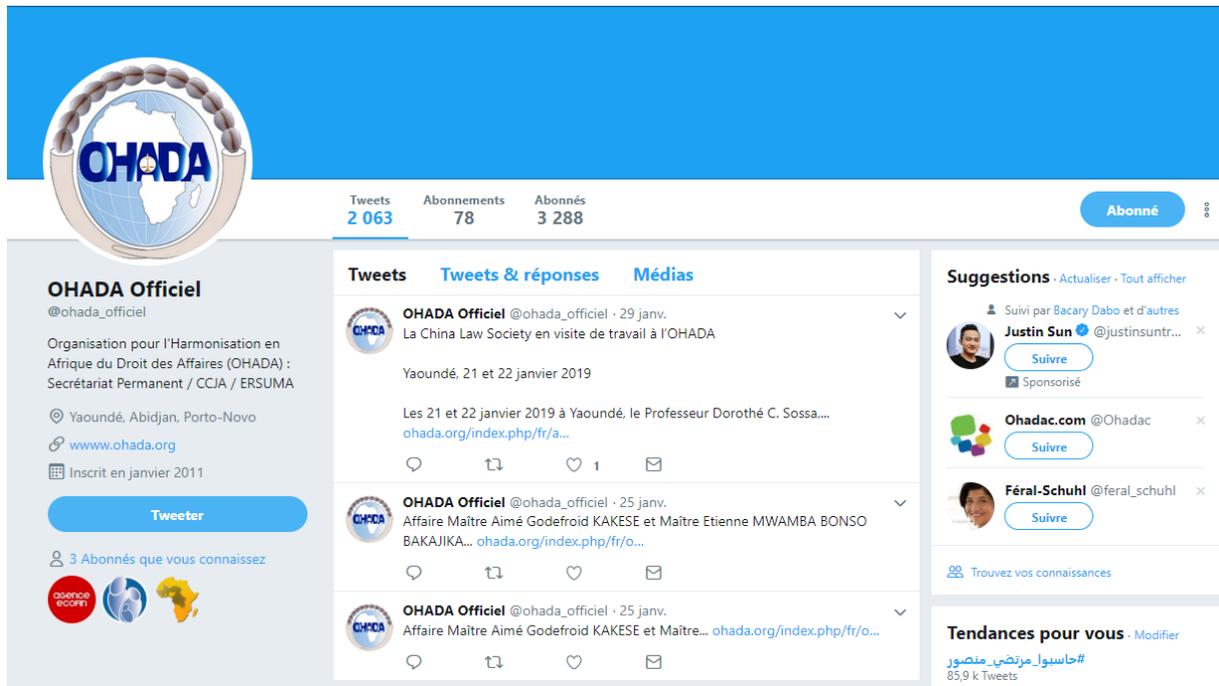


Illustration 5 : Capture d'écran de la page Twitter/Ohada officiel, 31 janvier 2019

Il en va autrement pour ce qui est du réseau de partage de vidéo, You Tube sur lequel, l'OHADA ne s'est inscrite que le 17 novembre 2016, ne compte que 132 abonnés et 2966 vues en totalité<sup>93</sup>. C'est le cas de relever que le support vidéo est laissé en friche ainsi que nous en avons établi la carence en matière de WebTV, les deux étant liés.

<sup>93</sup> En date du 24 janvier 2019.

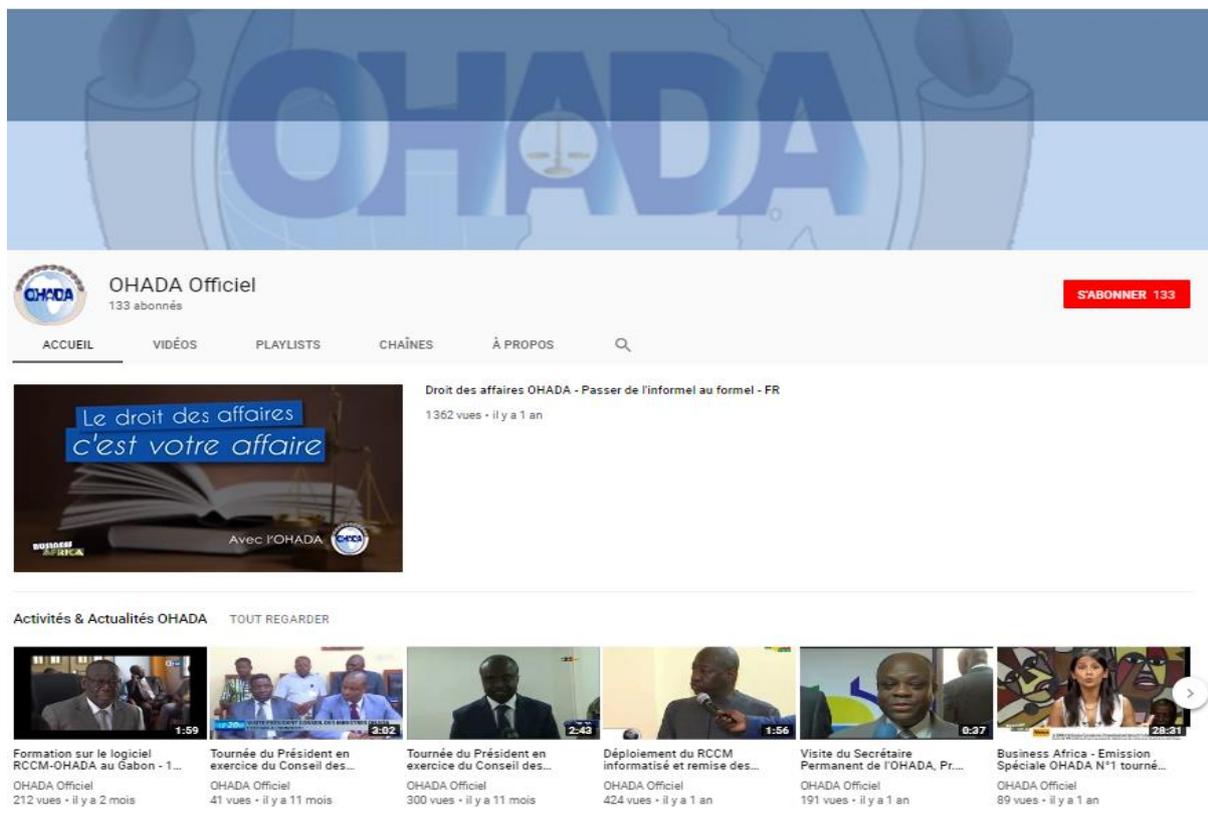


Illustration 6 : Capture d'écran de la Chaîne YouTube/Ohada officiel, 31 janvier 2019

#### 2.2.5.8. Journées d'informations OHADA, séminaires, colloques et ateliers

Pour informer et communiquer par le droit des affaires qu'elle édicte, plusieurs moyens hors-médias sont employés par l'OHADA. Ainsi, plusieurs journées d'informations sont organisées dans l'espace des États-membres<sup>94</sup> mais également dans les États aspirant<sup>95</sup> à rejoindre l'Organisation ou encore à l'international<sup>96</sup>. Il en est de même pour ce qui est des séminaires, des colloques et des ateliers.

Comme sur tous les autres aspects de sa communication, l'OHADA n'a pas le monopole de la diffusion du droit des affaires édicté par lui-même. Aussi, les journées d'informations OHADA, séminaires, colloques et ateliers sont organisés par une multitude d'associations et d'organisations qui ont dans leurs statuts la mission de vulgariser le droit des affaires OHADA<sup>97</sup>.

<sup>94</sup> Plusieurs colloques sont organisés notamment pour les anniversaires de la création de l'OHADA.

<sup>95</sup> Maroc et Madagascar.

<sup>96</sup> Lyon en France en novembre 2018 ou encore au Canada en 2012.

<sup>97</sup> Association Universitaire pour la Promotion de l'OHADA, Association pour la Promotion de l'Arbitrage en Afrique, Association pour l'Unification du Droit en Afrique, etc.

## 2.2.6. Une concurrence accrue de la diffusion et de la communication sociale du droit des affaires OHADA

L'OHADA est loin d'être la seule instance émettrice de l'information et de la communication sociale sur le droit des affaires édicté par ses organes. En effet, moult institutions et associations privées ayant ou non leur siège dans le territoire des Etats-membres ou non ont investis le domaine de la communication, de la diffusion et de la vulgarisation du droit des affaires de l'OHADA. Pour l'essentiel, ces médiateurs sont des plateformes en ligne, plus précisément des sites internet, d'information ou des Legaltech d'informations juridiques.

### 2.2.6.1. La plateforme www.ohada.com

En termes d'information juridique et de communication sociale sur le droit des affaires OHADA et surtout sur l'actualité des acteurs du droit OHADA, cette plateforme peut être présentée comme une concurrente sérieuse de l'OHADA. Selon les informations légales disponibles sur son site internet, il s'agit d'un portail d'information juridique mis en place par l'association pour l'Unification du Droit en Afrique. Ce portail est à la réalité une Legaltech spécialisée dans l'information juridique relative au droit des affaires de l'OHADA. Concrètement, elle met à la disposition du public un ensemble de services informatif et ressources documentaires relatifs à la jurisprudence et à la doctrine. Ce site permet par ailleurs d'accéder à des ouvrages de droit des affaires OHADA en passant des commandes ; en un mot, le site fait office de portail d'achat en ligne.

The screenshot shows the OHADA.com website interface. At the top, there is a logo for OHADA.com with the tagline 'Le portail du droit des affaires en Afrique'. Below the logo is a navigation bar with buttons for 'ACCUEIL', 'MEMBRES', 'S'INSCRIRE', 'ACTUALITÉ', 'LIBRAIRIE', 'FORUMS', and 'CONTACT'. The main content area is organized into several columns and sections:

- Présentation de l'OHADA:** A blue box containing a brief description of the organization and a button 'En savoir plus'.
- Textes Ohada:** A green box listing 'Traité Ohada', 'Règlements d'application', and 'Actes uniformes'.
- Ressources documentaires:** An orange box listing 'Présentation du droit OHADA', 'Organisations judiciaires', 'Jurisprudence', 'Doctrine & Bibliographie', and 'Répertoires OHADA'.
- CODE BLEU OHADA 2018:** A section featuring an image of the code book and text describing its fifth edition.
- Les Etats-membres de l'OHADA:** A section showing the flags of the 17 member states.
- Les Institutions de l'OHADA:** A section listing various institutions like the Conference of Heads of State, the Council of Ministers, etc.
- Jurisprudence:** A section with a link to 'Ohadata J-14-114' and details of a court decision.
- Dernières News:** A section with a news item dated 31/01/2019 about a seminar in Douala.
- Clubs Ohada:** A sidebar section mentioning 'Canada' and providing contact details for M. Rémy ZOCK.

Illustration 7 : Capture d'écran site internet de l'Unida, 31 janvier 2019

#### 2.2.6.2. *Le site internet www.actualitesdroitohada.com*

Ce site internet est porté par la Société privée à responsabilité limitée de droit belge, "Actualités du Droit Belge". Elle offre un portail d'informations et de communication sociale sur le droit des affaires de l'OHADA. L'actualité offerte par cette entreprise repose sur les thèmes basiques du droit des affaires, toute chose qui implique qu'elle ne s'est pas mise à jour des nouveaux thèmes du droit des affaires de l'OHADA, notamment le droit de la médiation juridique.

Cependant, avec une présence appréciable sur les réseaux social Facebook et sur tout une chaîne YouTube innovante et actualisée en permanence, Actualité Droit OHADA est sur ce point la structure de communication sociale audiovisuelle la plus performante. En effet, sur cette chaîne numérique fondée le 19 avril 2015, on totalise 296 023 vues<sup>98</sup> de vidéos éducatives et informationnelles sur le droit des affaires OHADA.

#### 2.2.6.3. *Le site internet www.droit.afrique.com*

Droit-Afrique est une entreprise de droit français qui a pour mission de vise à promouvoir l'accès aux informations relatives au droit et à la fiscalité des pays d'Afrique francophone à travers des textes juridiques et des liens internet sélectionnés. L'optique est de diffuser toutes informations récentes. Sans être spécialisée en droit des affaires OHADA, cette plateforme n'y consacre pas moins une grande partie de sa production en ligne.

#### 2.2.6.4. *Juriscope*<sup>99</sup>

C'est un Groupement d'intérêt public fondé en 1992<sup>100</sup> en France en jonction entre l'Université de Poitiers, le ministère des Affaires étrangères, le ministère de la Justice et le Centre français de droit comparé, pour favoriser l'accès aux droits étrangers parmi lesquels l'OHADA. Avec leur site web et l'édition des ouvrages, Juriscope travaille également à mettre sur pied des bases de données juridiques en ligne ou encore un service de veille et d'information juridique sur les droits étrangers. Cette entité participe énormément à la communication sociale du droit OHADA à travers les « Codes vert » ou codes commentés et annotés ou encore des manuels dédiés.

---

<sup>98</sup> A la date du 14 janvier 2019.

<sup>99</sup> [www.juriscope.org/thematiques-de-recherche/droit-africain/](http://www.juriscope.org/thematiques-de-recherche/droit-africain/) consulté le 16 janvier 2019.

<sup>100</sup> Legeais, Raymond, « *Le Juriscope du GIP "Droit et Médias"* ». In *Revue internationale de droit comparé*, n°2, Avril-juin 1996. pp. 395-402.

## 2.3. Questionnements et intérêt autour de la communication sociale sur le droit des affaires dans l'espace OHADA

### 2.3.1. Préalables à la question de recherche

#### 2.3.1.1. Existe-t-il une spécificité à communiquer au public le droit (des affaires) ?

Aux yeux des « profanes », le droit présente souvent un caractère mystérieux et opaque. Cette perception est notamment causée par l'usage d'un jargon technique et spécialisé qui semble réservé aux initiés et qui rend difficilement accessibles la législation, les décisions de jurisprudence et la littérature juridique. Pourtant, en tant que mode de régulation de la vie en société, le droit est partout et touche les personnes dans tous les aspects de leur vie, et notamment leur vie professionnelle. Quel que soit le secteur d'activité, les problèmes juridiques ne cessent de surgir sur le terrain et doivent souvent être gérés sans la présence d'un avocat, faute de temps ou de moyens<sup>101</sup>.

#### 2.3.1.2. Un vocabulaire du droit des affaires OHADA jugé ésotérique ?

Un premier ordre de questionnements quant à la "communicabilité sociale" du Droit tient aux difficultés rencontrées par l'émetteur, en particulier le passage des concepts aux mots, la nécessité de tenir compte des destinataires, les problèmes causés par la transmission du message, et enfin l'ambiguïté du message lui-même<sup>102</sup>. La doctrine s'accorde sur ce point à relever que les journalistes ne doivent pas reprendre *in extenso* le langage des juges au risque de ne pas se faire comprendre par le grand public<sup>103</sup>. Si le droit civil et pénal, pour être les plus médiatisés, sont taxés de difficilement accessibles, il ne peut en être autre pour le droit des affaires y compris celui de l'OHADA.

#### 2.3.1.3. Un désintérêt du grand public pour le droit OHADA ?

De l'avis de l'auteur Pierre Cam<sup>104</sup>, «*C'est moins souvent la recherche d'une information juridique objective qui est en jeu que celle d'une information qui aille dans le sens de l'attente sociale ou individuelle*». Dit autrement, l'information juridique médiatisée ou médiatée n'est pas un produit de communication sociale nécessairement prisé par le grand public à moins qu'elles portent sur des besoins immédiats et "hautement" quotidiens à l'instar des règles de successions ou des

---

<sup>101</sup>Demoulin, Marie, « L'enseignement du droit aux "non-initiés" : le cas des sciences de l'information ». In *La formation en sciences de l'information*, n° 2 et n°3, Sept. 2015, p. 68.

<sup>102</sup>Leys, Michel, « Les vices de la communication juridique ». In *Pyramides [En ligne]*, mis en ligne le 15 février 2012, consulté le 15 décembre 2018. pp. 221-234. Cette article est disponible à l'adresse électronique suivante: <https://journals.openedition.org/pyramides/576>.

<sup>103</sup>Garapon, Antoine, « La Justice est-elle "délocalisable" dans les médias ? ». In *Droit et société*, n°26, 1994, pp. 73-89.

<sup>104</sup>Cité par Commaille, Jacques, « *Connaissance du droit et communication de masse : rapport de synthèse* ». In *Revue juridique de l'Ouest*, n° spéc. 1989, pp. 131-138. Selon Pierre Cam, la morphologie et la psychologie sociales modèlent de manière permanente le rapport à l'information juridique.

règles de l'état civil. Dans les médias de communication sociale, les aspects du Droit jugés dignes d'intérêt médiatique sont les annonces des peines infligées par le juge<sup>105</sup>.

#### 2.3.1.4. *La difficile médiatisation du droit des affaires OHADA*

Selon la doctrine, la conception du temps et de l'espace que le droit a est une conception très différente de celle que les médias peuvent avoir en la matière<sup>106</sup>. Le Professeur Jean Doyen Carbonnier<sup>107</sup> a utilisé l'image de la "baleine entrant dans le canal", une image qui est en déphasage avec l'idée de permanence<sup>108</sup>, de continuité et de cohérence du droit. Selon le même auteur, "la sacralisation des médias" peut conduire à "une désacralisation du droit". Pour mieux faire comprendre cette formule, l'auteur Antoine Garapon explique, à titre illustratif, que le traitement des procès à la télévision et dans les médias de communication de masse, entraîne parfois à banaliser les règles de responsabilité et la décision du juge, à critiquer le temps de la justice, à se substituer au juge d'instruction<sup>109</sup>. La "monstration" du droit à la télévision est généralement restreinte aux affaires pénales qui sont à la fois drame et spectacle alors même que le droit pénal n'est qu'une partie du Droit<sup>110</sup>. En matière de droit des affaires, le traitement des procès tenus devant la CCJA ne peuvent être aisément traités par les médias de communications de masse <sup>111</sup> dans la mesure où les "affaires" se veulent discrètes.

Par ailleurs, l'"image juridique" fait face à l'abstraction des règles de droit qui invoque des notions comme le bailleur, le commerçant, l'entrepreneur, le garant ou encore l'actionnaire<sup>112</sup>. A la télévision, il faut associer ces entités abstraites à des représentations physiques y compris des images de synthèse. Il est important d'en tenir compte si l'on veut communiquer efficacement sur le droit des affaires de l'OHADA par l'image.

En tout état de cause, comme le souligne fort à propos, le Professeur Alain Supiot<sup>113</sup>, les médias ne servent jamais le juridique qu'accommodé à "une autre sauce", le droit économique étant par exemple fondu dans l'économie mais jamais servi à part, car jugé indigeste.

### 2.3.2. **Problématique et questions de recherche**

Comme tout travail de réflexion<sup>114</sup>, l'analyse de la communication sociale pratiquée autour du droit des affaires de l'OHADA en Afrique francophone et aussi au-delà exige qu'une

---

<sup>105</sup> Chotard, Yvon, « Les médias à l'assaut du judiciaire » In *Revue juridique de l'Ouest*, n° spécial 1989. *Droit et médias*. pp. 31-39.

<sup>106</sup> *Ibidem*.

<sup>107</sup> Carbonnier, Jean, « Introduction ». In *Droit et société*, n° 16, 1990, p. 258.

<sup>108</sup> En contradiction avec les flashes et les scoops, ainsi que la légèreté du traitement médiatique de certains sujets.

<sup>109</sup> Garapon, Antoine, *op. cit.*

<sup>110</sup> Miaille, Michel, « Le droit par l'image ». In *Revue juridique de l'Ouest*, n° spéc. 1989. p. 23.

<sup>111</sup> Notamment dans l'audiovisuel.

<sup>112</sup> Miaille, Michel, *op. cit.*

<sup>113</sup> Supiot, Alain, « Le jeu de miroirs du droit et des médias ». In *Droit et société*, n°16, 1990, p. 294.

problématique soit posée, doublée d'objectifs, de questions de recherche et d'hypothèses de réponses aux interrogations soulevées.

#### 2.3.2.1. *Problématique*

La communication sociale sur le droit des affaires de l'OHADA n'est pas suffisamment interactive et ciblée par rapport aux besoins informationnels et cognitifs des usagers et surtout des cibles de ce droit.

- *Objectif de la recherche*

Le dessein de cette étude est de modifier l'approche de communication sociale sur le droit des affaires de l'OHADA pour que puissent être prises en compte avec le plus de précisions, les attentes des usagers en termes d'informations et de connaissances sur le droit des affaires de cette partie de l'Afrique essentiellement francophone.

- *Question principale de recherche*

La question fondamentale qui peut être placée au centre de la présente réflexion est de savoir : dans quelle mesure une communication sociale interactive et ciblée selon les besoins informationnels et cognitifs du public peut-elle contribuer à améliorer l'efficacité<sup>115</sup> de la diffusion du droit des affaires par l'organisation pour l'harmonisation en Afrique du droit des affaires dans l'espace francophone de l'Afrique subsaharienne?

- *Sous-questions de recherche*

- 1) Les contenus communicationnels et informatifs actuels sur le droit des affaires de l'OHADA permettent-ils à tous les publics dans leur diversité (averti ou non averti) de trouver satisfaction ?
- 2) Les moyens communicationnels et informatifs actuels du droit des affaires de l'OHADA permettent-ils de rendre faciles, intéressantes et accessibles l'information et la connaissance juridiques de manière équilibrée aux publics spécialistes et non-spécialistes ?

#### 2.3.3. **Hypothèses**

---

<sup>114</sup> Voy. approches utilisées par : N'klo, Diane-Nina, "Les médias dans la communication externe d'une administration publique : Cas du Trésor et de la comptabilité publique ivoirienne", Mémoire de Master en communication et Médias, 2015, Djiguemdé, Michael, "Quelle communication pour la facilitation de la vulgarisation des pratiques agricoles innovantes : cas du paillage dans la zone de Koumbia au Burkina Faso", Mémoire de Master en communication et Médias, Université Senghor, 2017, Toussi Tiofack, Simone, "Intégration des spécificités culturelles dans la communication pour la lutte antipaludique au Cameroun : enjeux et proposition d'un modèle opérationnel", Mémoire de Master en communication et Médias, 2015.

<sup>115</sup> Caractère de ce qui est efficace ou encore caractère de ce qui remplit bien sa tâche, qui atteint son but, qui aboutit à des résultats utiles, selon le Dictionnaire Larousse, 2018, p. 211.

Plusieurs postulats peuvent permettre de fixer une base de réflexion dans le cadre de cette étude. Toutefois, il est pertinent de se limiter aux postulats préalables considérés comme étant des plus appropriés.

- *Hypothèse 1* : Les contenus et les moyens de communication sociale sur le droit des affaires OHADA actuels satisferont davantage les publics s'ils étaient orientés vers leurs attentes immédiates, quotidiennes et professionnelles.
- *Hypothèse 2* : Pour améliorer l'intérêt et la satisfaction des usagers, il faut une communication sociale d'une interactivité efficace avec ces derniers, faisant remonter leurs attentes vers l'émetteur des informations et des connaissances sur le droit des affaires OHADA.
- *Hypothèse 3* : Les nouvelles technologies constituent un moyen des plus efficaces en vue de mieux diffuser auprès des divers usagers le droit des affaires.

#### **2.3.4. Intérêt du problème**

Mener une analyse sur l'intérêt de la présente réflexion revient à savoir pourquoi questionner la communication sociale autour du droit des affaires OHADA ?

Pour se convaincre de l'utilité de la démarche, il est important de se référer aux rapports *Doing Business*<sup>116</sup> de la Banque mondiale spécifiquement élaborés à l'intention des pays membres de cette organisation.

En étudiant ces rapports *Doing Business*, la place de la communication ressort de manière pertinente. Ainsi, il est recommandé en 2012 aux Etats membres de "*communiquer et toujours communiquer permet d'accélérer l'adhésion, l'adoption et la mise en application et la pérennité des réformes*"<sup>117</sup>. Cette communication était donc défailante ou du moins en déficit mais par-delà toute chose, elle se doit d'être adaptée aux besoins. En ce sens, les différents thèmes des rapports *Doing Business* permettent d'appréhender le rôle d'une segmentation.

En effet, l'importance de l'OHADA dans la vie socio-économique se révèle avec plus de clarté à l'aune des thèmes développés dans ces rapports. Ces thèmes qui ne sont pas exhaustifs<sup>118</sup> sont, à l'examen, correspondent aux besoins d'au moins un segment de la société. Toute chose qui devrait amener ces segments à bénéficier d'une information adaptée sur la réglementation et son évolution.

---

<sup>116</sup> Banque mondiale et Société financière internationale, *Doing Business dans les Etats membres de l'OHADA 2012 et 2017*, disponibles sur <http://www.doingbusiness.org> consulté le 26 janvier 2019.

<sup>117</sup> *Doing Business dans les Etats membres de l'OHADA 2012*, p. 42.

<sup>118</sup> Pour des raisons de choix méthodologique dans le Groupe de la Banque mondiale opte pour 11 thèmes du droit des affaires et reconnaît que cela constitue une limite qui entrave à une approche totale. De plus, certains thèmes choisis ne sont pas en réalité du domaine du droit des affaires de l'OHADA tel que délimité dans le Traité de Port-Louis. Le paiement des taxes et impôts, l'obtention des permis de construire et le raccordement à l'électricité sont ainsi des thèmes hors-champs pour le droit des affaires OHADA au sens strict.

Les différents thèmes des rapports du Groupe de la Banque mondiale permettent de comprendre l'intérêt du droit des affaires de l'OHADA par rapport à nombre de segments de la population des Etats parties.

- La création d'entreprise intéresse les entrepreneurs et les commerçants.
- L'obtention de prêts est intéressée toute personne de la population active.
- Le transfert de propriété intéresse toute personne propriétaire de meubles ou d'immeubles.
- Le commerce transfrontalier intéresse tout acteur de l'import-export.
- L'exécution des contrats intéresse le grand public.
- La protection des investisseurs devrait intéresser toute personne ayant épargnée.
- La résolution de l'insolvabilité concerne toute personne susceptible de contracter un crédit pour mener une activité source de revenus.

En somme, cette segmentation de l'intérêt du grand public par rapport aux thèmes du droit des affaires souligne à suffisance qu'au-delà des juristes d'entreprises, des juristes auxiliaires de justice (avocats, notaires, huissiers, magistrats), le grand public est concerné par le droit des affaires de l'OHADA et donc, doit être ciblé dans la stratégie de communication y liée.

## **2.4. Revue de littérature, théories et modèles pertinents**

### **2.4.1. Modèles et théories spécifiques au rapport communication et juridique**

#### *2.4.1.1. L'opportunité d'une communication de masse sur le droit*

Plusieurs auteurs du droit et de la sociologie juridique se sont penchés sur le rapport entre le droit et la communication. Dans la mesure de la maxime "*Nul n'est censé ignorer la loi*" qui signifie que tout le monde doit connaître les règles juridiques, le Professeur Jean Carbonnier<sup>119</sup> note avec clarté l'incorrecte impression de contradiction entre droit et communication de masse. En effet, cela se vérifie dans la mesure où, malgré la réputation d'ésotérisme qui lui est faite, il n'est pas vrai que le droit ait jamais fui la lumière. Pour cet auteur, le droit doit s'allier à la communication afin d'éviter qu'il ne s'enferme pas dans un tête-à-tête avec les juristes, de plus, populariser et vulgariser le droit ayant toujours été présente dans les sociétés. Selon le même auteur, "*l'information juridique n'aura pas manqué à ses devoirs si elle réussit à créer dans la masse une conscience, à défaut d'une science, du droit*"<sup>120</sup>. Cette position du Professeur Jean Carbonnier doit être ramenée à la réalité du droit des affaires de l'OHADA. En ce sens, il apparaît que l'idéal serait tous les citoyens de l'espace OHADA, qu'ils soient intéressés par les affaires ou non, puissent justifier des notions précises et claires en la matière à défaut d'en avoir une connaissance approfondie. Cette situation, même si elle est

---

<sup>119</sup> Carbonnier, Jean, *Op.cit.*, p. 257.

<sup>120</sup> *Ibidem*.

souhaitable, doit être prise avec précaution tant le droit des affaires est une branche du droit un peu plus complexe. De plus, comme le relève le Professeur Philippe-Jean Hesse, les citoyens s'informent beaucoup plus efficacement sur le droit lorsqu'il peut les servir ou les toucher directement<sup>121</sup>.

#### 2.4.1.2. *La communication sur le droit à l'épreuve des spécificités du droit*

Le Professeur Philippe-Jean Hesse fait remarquer dans l'une de ses publications combien il est important de se demander si *"le jargon juridique n'est pas un moyen de créer un écran de fumée entre le droit et les simples particuliers"*<sup>122</sup>. L'auteur souligne par ailleurs le fait, l'information juridique sur le contenu du droit peut être difficilement communiquée aux cibles finales du fait de l'incapacité desdites cibles à assimiler le message, notamment dans le cas de l'analphabétisme et l'illettrisme. Il allègue d'ailleurs que la mise sur pied des banques de données juridiques informatisées ne peut impacter de manière profonde cet état de choses. Son analyse est d'ailleurs poussée plus loin dans la mesure où il soulève la question de savoir si *" le passage à l'information juridique écrite ne se traduit pas par un véritable recul de la communication juridique"*. En d'autres termes, pour cet auteur, l'oralité dans la communication de masse du droit est à considérer comme une possibilité sérieuse.

#### 2.4.1.3. *La nécessité d'une communication forte du droit des affaires par l'OHADA*

Un article publié dans la Revue de droit uniforme africain par Michel Akué<sup>123</sup> balise la réflexion sur le rapport entre la communication et l'OHADA. L'auteur revient sur le rôle de l'UNIDA<sup>124</sup> avec la *"première action de la société civile aux fins de communication et diffusion du Droit OHADA"*. L'auteur souligne par ailleurs, l'importance des Clubs OHADA en relevant que *"organisés en réseau et grâce aux techniques modernes de communications, notamment internet, les Clubs OHADA se sont imposés dans le paysage institutionnel, à la fois en tant qu'acteur et outil de promotion de l'OHADA. Des campagnes de sensibilisation, des séminaires de formation, colloques et conférences aux quatre coins du globe, sont l'œuvre des Clubs OHADA"*. Si l'étude présente l'avantage de recommander un Département Communication et Relations Publiques au sein du Secrétariat Permanent, elle n'est pas moins limitée à l'égard de la présente réflexion. En effet, elle entend présenter un besoin de communication autour du "label OHADA", c'est-à-dire l'institution, tandis que notre étude s'axe sur le produit à savoir le savoir et la connaissance juridique façonné en creux des actes uniformes pour un usage massif et populaire, et donc au-delà des seuls juristes d'affaires.

---

<sup>121</sup> Hesse, Philippe-Jean, « *Connaissance du droit et communication de masse, repères historiques* ». In *Droit et société*, n° 16, 1990, p. 272.

<sup>122</sup> *Ibidem*, p. 270.

<sup>123</sup> Akouété Akué, Michel, « *La communication des institutions de l'OHADA* », In *Revue de droit uniforme africain*, n° 1 2010, p. 15.

<sup>124</sup> Une association fondée par l'un des pères de l'OHADA, le Professeur de droit, Kéba Mbaye.

Dans un autre sens, à la faveur d'une communication intitulée *“L'OHADA : défis, problèmes et tentatives de solutions”*<sup>125</sup>, les professeurs et fondateurs de l'OHADA, Joseph Issa Sayegh et Paul-Gérard Pougoué, jettent les jalons d'un cadre de réflexion sur le renforcement d'une stratégie d'informations institutionnelle pour l'OHADA.

En effet, en présentant l'Ersuma, les auteurs insistent sur sa mission d'information et les perspectives qui doivent la guider. Ces penseurs pionniers de l'organisation établissent d'entrée que l'Ersuma se doit d'être *“centre d'information”* sur le droit des affaires de l'organisation. Au soutien de cette position, ils postulent que de manière volontaire ou non, cette institution est *“régulièrement destinataire ou dépositaire de nombreuses informations relatives aux droits uniformes”*. Ces informations étant constituées des projets d'élaboration ou de révision de textes, des textes nationaux d'application des textes uniformes, des actes de colloques ou de séminaires, des jurisprudences nationales ou de la CCJA, des informations relatives aux cycles de formation initiale ou continue et toutes autres publications.

Cette observation qui date d'une décennie recommandait que cette institution soit centre d'information *“systématisé et accessible sur un site internet d'accès libre et gratuit”*. Dans le même sens, l'Ersuma devait *“faire la démarche d'acquérir systématiquement toutes les publications parues sur les Actes du Colloque sur l'harmonisation du droit OHADA des contrats, [les] ouvrages, revues, thèses, mémoires, actes de colloques et séminaires, décisions de justice”*. Elle devait également travailler *“une autre source essentielle du droit et d'information du public le plus large est la jurisprudence”*.

Pour étayer cette posture, les auteurs écrivent que de *“par sa position, l'Ersuma est toute proche de la CCJA et des Centres nationaux de formation judiciaire (CFJ). Il lui est donc possible et facile de collecter les décisions des juridictions nationales en s'alliant aux centres de formation judiciaire qui les collectent pour elles, les trieront, voire en aborderons les abstracts et les sommaires de façon à assurer une information jurisprudentielle régulière et massive, seule base de données susceptible de mesurer l'efficacité du droit unifié et ses difficultés d'interprétation et d'application”*.

En guise de conclusion, ces pères fondateurs parmi d'autres expliquaient que pour toutes ces raisons, l'Ersuma devait impérativement assumer une véritable mission de collecte et de traitement de la jurisprudence et, indépendamment de la nature des informations reçues et de la manière de se les procurer, l'Ersuma devait les porter à la connaissance de tous ceux qui sont intéressés par elles, soit en effectuant des publications régulières sur support papier, soit en les diffusant sur des sites internet. L'objectif final étant de consolider *“la vitalité du droit unifié et de le faire prospérer”*.

---

<sup>125</sup> In *Revue de droit uniforme*, 2008, pp. 455 et suiv.

Au bout du compte, ces appels lancés ont été suivis dans l'ensemble car, l'Ersuma a créé une revue semestrielle qui communique autant que possible. Toutefois, la vocation de centre systématisé n'a pas pour autant été honorée dans la mesure où la jurisprudence et les actes de manifestations sont gérés par d'autres instances et plusieurs centres d'impulsions de communication et d'information se donnent à voir dans l'organisation.

#### **2.4.2. Modèles et théories générales de la communication à l'épreuve du droit des affaires**

Les sciences juridiques ne sont pas habituellement confrontées au recours à l'analyse interdisciplinaire des sciences de la communication afin d'essayer d'appréhender la nature des processus au moyen desquels s'effectue la transmission du message du droit. Selon la doctrine, l'une des conséquences de cette "lacune méthodologique" consiste dans le manque d'une réflexion avancée sur la dynamique de la diffusion du droit à travers les divers phénomènes de communication<sup>126</sup>. Dès lors, il est utile de présenter quelques théories de la communication qui s'apparente à la question de la communication du droit en général et du droit des affaires que crée l'OHADA.

##### *2.4.2.1. La communication est une interaction*

L'un des référents théoriques qui peut être employé pour cette réflexion est le troisième principe de la théorie systémique des communications. Ce principe est présenté l'auteur Alex Mucchielli<sup>127</sup> est également désigné comme étant le *principe de la causalité circulaire et de l'équifinalité*. Selon cet auteur, ce principe induit que les communications dans un ensemble ou un système de communication agissent à travers des *boucles d'interaction* sur les autres communications du système et sur elles-mêmes. En d'autres termes, l'auteur emprunte au raisonnement de Goffman<sup>128</sup> en postulant que : "*La communication est une activité conjointe et réciproque des acteurs, c'est-à-dire une interaction*". En un mot, les règles qui doivent présider aux échanges entre les acteurs d'un système de communications sont dépendantes directement des enjeux de ces acteurs<sup>129</sup>.

Sur ce point, la théorie de l'interaction induit la notion de système de communication. Cette dernière renvoie à un ensemble récurrent, régulier et repérable de formes d'échanges existant, dans une certaine temporalité entre les acteurs participant d'un cadre d'action pertinent<sup>130</sup>. Sous ce prisme, l'intérêt est de savoir dans quelle mesure la communication menée par l'OHADA ou les

---

<sup>126</sup> Lopes Mônica Sette, « *Communiquer le droit : le média et le message* ». In *Les Cahiers de droit*, mars 2013, p. 48.

<sup>127</sup> Mucchielli, Alex, *Théorie systémique des communications, principes et applications*, Paris, 2003, pp. 29 et s.

<sup>128</sup> Goffman, Erving, *Les Rites d'interaction*, 1974.

<sup>129</sup> Mucchielli, Alex, *op.cit.* p. 21.

<sup>130</sup> *Ibidem*.

acteurs concernés autour du droit des affaires est systémique. Dit autrement, s'il existe des "formes d'échanges" entre les émetteurs des produits de communication de droit des affaires OHADA et des usagers de ce droit, spécialistes autant que grand public.

La théorie de l'interaction de la communication peut s'avérer utile dans le cadre de l'analyse de la communication autour du droit OHADA dans la mesure où, les bénéficiaires de l'information ne semblent pas avoir le moyen d'interagir, du moins suffisamment, avec les émetteurs des messages.

#### 2.4.2.2. Une communication circulaire : la théorie de la circularité

Une autre théorie des sciences de la communication et de l'information peut être convoquée à ce stade, la théorie de circularité qui a été fondée par Norbert Wiener<sup>131</sup> à la suite de la *théorie mathématique de la communication* de Claude Shannon. La circularité veut que la rétroaction guide la communication, l'effet du message sur le destinataire rétroagit sous la forme d'un *feedback*, sur l'émetteur et ce dernier doit modifier son message suivant de ce fait.

#### 2.4.2.3. Une communication linéaire ou à sens unique : la théorie du diffusionnisme

Ce sont les auteurs Armand et Michel Mattelart évoque cette théorie pour mieux la critiquer. En effet, le diffusionnisme a été conçu par Everett Rogers<sup>132</sup> dans les années 60 pour définir l'innovation. Ce dernier postule que l'innovation pour être transmise, doit juste être communiquée, à travers certains canaux dans la durée, parmi les membres d'un système social. Selon le même auteur, il suffisait de transmettre un donné et s'attacher à convaincre les futurs utilisateurs de son utilité pour eux. Sur ce point, Armand et Michel Mattelart expliquent que « *la stratégie diffusionniste se confondait dans la pratique avec celle du marketing des produits* »<sup>133</sup>.

L'auteur du diffusionnisme est revenu sur sa théorie pour un dépassement de ce concept. Il va admettre qu'il est préférable de parler de communication-convergence. Dans cette autre occurrence, il est question de considérer la communication comme un processus où les participants doivent créer et partager l'information afin d'arriver à une compréhension mutuelle, ce qu'il désigne plutôt comme la théorie de l'analyse du réseau de communication<sup>134</sup>. Dans cette nouvelle configuration qui rejoint l'approche de la communication-interaction, le réseau est composé d'individus connectés les uns aux autres, par des flux structurés de communication.

### 2.4.3. A la quête d'un point d'équilibre : Interaction et information juridique

---

<sup>131</sup>Grandcoing, Catherine, *Communication et médias, évolution et révolution*, Paris, 2007, p. 9.

<sup>132</sup> Rogers, Everett, *Diffusion of innovations*, Glencoe, 1962.

<sup>133</sup> Mattelart, Armand et Mattelart, Michel, *Histoire des théories de la communication*, p. 88.

<sup>134</sup> Rogers, Everett et Kincaid, Meyers, *Communication networks: Toward a new paradigm for research*, New York, 1981.

Dans un article intitulé *“Le fonctionnaire, le droit, les médias”*<sup>135</sup>, le conseiller d’Etat français Dominique Latournerie théorise en des termes adéquats le point d’équilibre de la pensée qui doit servir de fil d’Ariane à cette étude. L’auteur explique qu’une conception trop patricienne des choses commande l’information juridique. Il dénonce le fait que les émetteurs publics (élus locaux, fonctionnaires, juges, universitaires, journalistes et responsables d’affaires) ne s’habituent qu’à une seule question : comment faire parvenir telle ou telle information jusqu’au public des usagers, or, *« le citoyen n’est pas simplement un consommateur éventuel du droit. Il est à sa source »*. Agir de la sorte, c’est faire la moitié du chemin, car il faut entendre ce que le citoyen a à dire, identifier ce dont il a réellement besoin en termes d’information. Selon Latournerie, *« il faut d’urgence revenir à un système qui permettent d’entendre les besoins de droit que ressentent les citoyens dans leur diversité »*. Comme cela été développé dans d’autres domaines, notamment dans les arts, il est question de développer la *« notion d’interactivité, par laquelle l’œuvre existe et évolue grâce à l’action des spectateurs »*<sup>136</sup>.

### **3. Méthodologie de l’étude, collecte et analyse des données**

Cette étude met aux prises deux ordres scientifiques. D’une part, les sciences de la communication et de l’information et d’autre part, la science juridique. A cet effet, la démarche à laquelle, il est utile de faire recours à une démarche méthodologique particulière pour expliquer la modélisation d’une bonne communication pour le droit des affaires. Sur ce point, le choix peut s’opérer entre deux épistémologies. L’une est positiviste et l’autre est subjectiviste.

La démarche positiviste appelle à des recherches expérimentales et quantitatives, toute chose qui est résumée par la notion de démarche hypothético-déductive. Cette approche veut qu’un phénomène ne vaille que par lui-même et doit être mesurable de manière concrète. Enfin, tout phénomène doit avoir une causalité claire ou linéaire : un effet, une cause<sup>137</sup>. Concrètement, le raisonnement par cette démarche induit de recourir à des enquêtes de terrain, des questionnaires et des analyses de documents.

De manière synthétique, la démarche subjectiviste encore dite empirico-inductive repose sur plusieurs postulats systématisés par Edgar Morin<sup>138</sup>. Essentiellement, le subjectivisme postule qu’il n’existe pas de réalité objective donnée mais une réalité idéaliste changeant selon significations et

---

<sup>135</sup> *Revue juridique de l’Ouest*, n° Spécial 1989, *Droit et médias*, p 71.

<sup>136</sup> Lasserre, Grégory, et Anaïs met den Ancxt, *« Les arts interactifs : une relation augmentée »*, *L’Observatoire*, vol. 38, n°1, 2011, pp. 20-21.

<sup>137</sup> Mucchielli, Alex, *Théorie systémique des communications, principes et applications*, Paris 2003, p. 11.

<sup>138</sup> Laurent, Nathanaël, *« Qu’est-ce que la complexité ? »* In *Revue des Questions Scientifiques*, 2011, pp. 253 - 272.

les acteurs. De plus, les réalités peuvent coexister et les phénomènes n'existent pas seuls mais en corrélation avec les autres. Enfin, un phénomène n'est pas lié à une causalité linéaire mais à un "ensemble de causalités circulaires". Le recours à cette démarche implique des entretiens semi-directifs.

En tout état de cause, pour une meilleure approche méthodologique de la question du droit des affaires OHADA à l'aune de la communication sociale, il est envisagé ici « *une double référence méthodologique* »<sup>139</sup>.

### **3.1. Un mix des démarches hypothético-déductives et empirico-inductives**

#### **3.1.1. Des enquêtes de terrain et de l'observation participante**

La présente étude ne s'appuie guère sur de multiples et longues de terrain dans les 17 Etats membres de l'OHADA. Cependant, une enquête pratique informelle a pu être menée au niveau du siège de l'OHADA dans la mesure du possible au niveau du Secrétariat permanent de l'Organisation à Yaoundé<sup>140</sup>. En effet, ayant été en immersion au sein de cette institution centrale de l'organisation, il nous été donné de constater comment l'information peut être accessible. D'une part, on a pu constater des ruptures de stocks des journaux officiels de l'OHADA, notamment les éditions relatives aux versions non française. Plus concrètement, le journal officiel de l'OHADA présentant les actes uniformes en version anglaise. Cependant, le constat a pu être établi que la consultation des journaux officiels est effectivement possible sans contrainte aucune pour le grand public. Toutefois, ce sont davantage les universitaires informés de l'existence d'une bibliothèque dans l'enceinte des locaux du Secrétariat permanent et qui sont portés sur la recherche, qui y ont accès.

En outre, l'observation participante a fait également partie des moyens employés pour la présente étude. En effet, nous avons pu adopter à la fois la posture d'émetteur et de récepteur de l'information et de la communication du droit des affaires de l'OHADA. Concrètement en qualité de communicant et de journaliste, nous avons eu à produire de l'information juridique de droit des affaires OHADA dans le cadre du journal spécialisé *Le Droit*<sup>141</sup>. Dans la veine, nous avons produit des informations du même ordre dans le cadre de la promotion d'un site internet de vulgarisation du droit économique en Afrique<sup>142</sup>.

Parallèlement, le statut de récepteur parmi les récepteurs a été utilisé dans la mesure d'une inscription à toutes les newsletters d'information juridique aussi bien de l'OHADA que des instances

---

<sup>139</sup> Mucchielli, Alex, *op. cit.* p. 12.

<sup>140</sup> Fin juin et août 2018, dans les locaux de la bibliothèque de l'OHADA. D'autres données ont été collectées plus en amont de cette date au cours d'autres recherches scientifiques sur le droit des affaires de l'OHADA.

<sup>141</sup> [www.journal-ledroit.net](http://www.journal-ledroit.net). Il s'agit d'une production du Groupe Le Droit, entreprise de droit camerounais ayant pour objet social la diffusion de l'actualité juridique et judiciaire.

<sup>142</sup> [www.droitmediasfinance.com](http://www.droitmediasfinance.com). Il s'agit d'une plateforme promue par l'Association de droit camerounais, Droit-Médias-Finance.

concurrentes du point de vue informationnel. Au-delà des newsletters<sup>143</sup>, une immersion par rapport aux salons, séminaires et conférences<sup>144</sup> de l'OHADA a été réalisée, au même titre que l'accès aux journaux officiels sur supports physiques et électroniques.

### **3.1.2. Des questionnaires**

Un questionnaire a été administré à cet effet aux étudiants juristes et non juristes de l'Université de Senghor à Alexandrie en Egypte, un échantillon constitué de 22 nationalités africaines dont l'ensemble des pays membres de l'OHADA. Par ailleurs, à travers un *Google form*, les données ont été recueillies ouvertement sur internet à travers divers réseaux.

### **3.1.3. Des analyses de documents**

Plusieurs documents physiques et électroniques ont été compulsés pour la réalisation de la présente étude. Concrètement, il a été fait recours aux Rapports notamment ceux du groupe de la Banque Mondiale relativement à la performance liée à l'application du droit uniforme des affaires en Afrique. Les journaux officiels de l'OHADA ont également été consultés et feront l'objet d'une analyse. Toutefois, tout compte fait, il existe aucun document pertinent porter sur une analyse de la communication sociale, de la diffusion et de la vulgarisation du droit des affaires de l'OHADA auprès du grand public des usagers directement ou incidemment concernés.

### **3.1.4. Les entretiens.**

Le défaut ou le déficit d'entretiens semi-directifs constituent fondamentalement la limite de la présente réflexion. En effet, toute recherche relative à la communication sociale à partir du Secrétaire permanent de l'OHADA est particulièrement difficile.

## **3.2. Résultats et analyse des résultats**

Pour rappel, les trois hypothèses que nous avons formulées et que nous entendons confrontées aux données empiriques sont les suivantes :

Primo, nous avons postulé que les contenus et les moyens de communication sociale sur le droit des affaires OHADA actuels satisferont davantage les publics s'ils étaient orientés vers leurs attentes immédiates, quotidiennes et professionnelles (*Hypothèse 1*).

Deuxio, nous avons posé que, pour améliorer l'intérêt et la satisfaction des usagers, il faut une communication sociale réellement interactive avec ces derniers, faisant remonter leurs attentes vers l'émetteur des informations et des connaissances sur le droit des affaires OHADA (*Hypothèse 2*).

Tertio, nous postulé que les nouvelles technologies constituent un moyen des plus efficaces en vue de mieux diffuser auprès des divers usagers le droit des affaires (*Hypothèse 3*).

---

<sup>143</sup> Notamment : [www.ohada.org](http://www.ohada.org) et [www.ohada.com](http://www.ohada.com) d'UNIDA/OHADA.

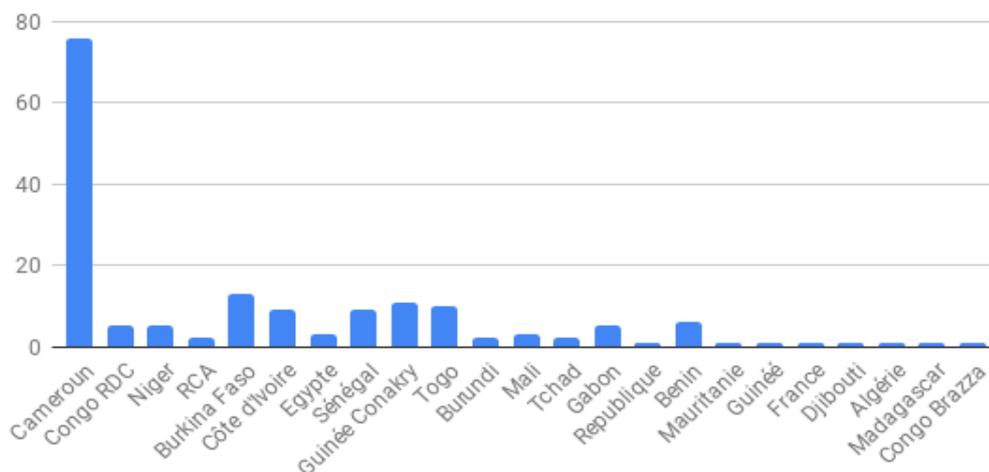
<sup>144</sup> Participation et couverture médiatique des manifestations marquant la célébration des 20 ans d'existence de l'OHADA du 22 au 26 octobre 2013 au Palais des congrès de Yaoundé.

Taux de réponse :

Au final, 170 questionnaires ont été collectés. Ils ont tous été remplis et ont tous été analysés dans le cadre de cette étude.

Analyse descriptive générale :

Figure 1 : Pays et nombres d'enquêtés par pays

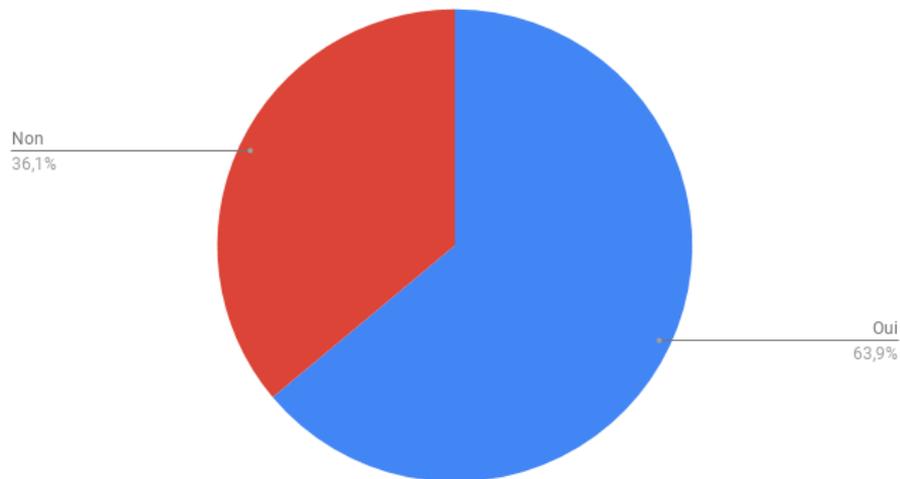


Source : Willy ZOGO (2019)

- *Nombre de pays et de personnes questionnées :* Les 170 personnes ayant répondu à l'enquête sont de 22 pays. L'étude a concrètement pu toucher 16 des 17 pays membres de l'OHADA. En plus, des pays étrangers ont été touchés à savoir l'Algérie, le Burundi, l'Egypte, la France, Madagascar et la Mauritanie. 77 personnes sur 170 soit 45% des répondants sont du Cameroun.

- *Nombre de juristes et de non juristes :* Au total, l'enquête s'appuie sur 62 non-juristes et 108 juristes. La segmentation a été faite parmi les populations suivantes : étudiants juristes et non juristes, fonctions juridiques publiques et privées, fonction publique non juridique, emploi privé juridique et emploi privé non juridique et journalistes économique et juridique.

Figure 2 : Nombre de personnes avec une formation juridique générale



Source : Willy ZOGO (2019)

- *Nombre de juristes maîtrisant le droit des affaires OHADA* : Sur les 108 personnes ayant reçu une formation en droit général, 73 d'entre elles ont été formées au droit des affaires. Elles sont considérées comme ayant des bases et des aptitudes à comprendre le droit OHADA.

### 3.2.1. Résultats, analyse et vérification de l'hypothèse 1 : Ciblage des besoins

L'idée sur ce point consiste à confirmer ou à infirmer le point de savoir : s'ils sont orientés vers les attentes immédiates, quotidiennes et professionnelles du public, les contenus et les moyens de communication sociale sur le droit des affaires OHADA seront plus appréciés et recherchés par ledit public.

Considérons les résultats de l'enquête. En effet, après analyse de 10 publications de contenus sur le site web de l'OHADA, on peut constater que le même contenu est destiné à tous les usagers de la même manière. En fait, il s'agit concrètement de 10 articles de newsletters<sup>145</sup> qui font

---

145 <http://www.ohada.org/index.php/fr/nos-activites/nos-publications/newsletter-ohada> , consulté le 26 janvier 2019. « ERSUMA-OHADA : formation certifiante sur les techniques de cassation en matière civile et commerciale », 24 janvier 2019 ; « OHADA - ERSUMA : lancement du catalogue des formations de l'ERSUMA au titre de l'année 2019 », 3 janvier 2019 ; « OHADA - colloque international sur le thème « l'économie informelle dans l'espace OHADA : approches économique, juridique, politique et socio-anthropologique », 26 décembre 2018 ; « OHADA - communiqué des sessions de formation de l'ERSUMA Lomé, du 10 au 14 décembre 2018 », 28 novembre 2018, « OHADA-Lancement des activités de la deuxième phase du Projet d'Amélioration du Climat des Investissements dans les Etats membres de l'OHADA », 22 novembre 2018 ; « OHADA - Sessions de formation de l'ERSUMA Abidjan, du 19 au 24 novembre 2018 », 7 novembre 2018 ; « OHADA-Activités du pool de compétences techniques sur la mise en œuvre de l'AUDCIF », 2 octobre 2018 ; « OHADA-Séminaire sur l'arbitrage CCJA-OHADA à Libreville », 27 septembre 2018 ; « OHADA-Activités de l'ERSUMA en République Démocratique du Congo au titre du mois d'octobre 2018 », 23 septembre 2018 ; « OHADA-Formation sur le transport routier dans l'espace OHADA : comment mettre à profit l'acte uniforme relatif au transport de marchandises par route ? », 19 septembre 2018.

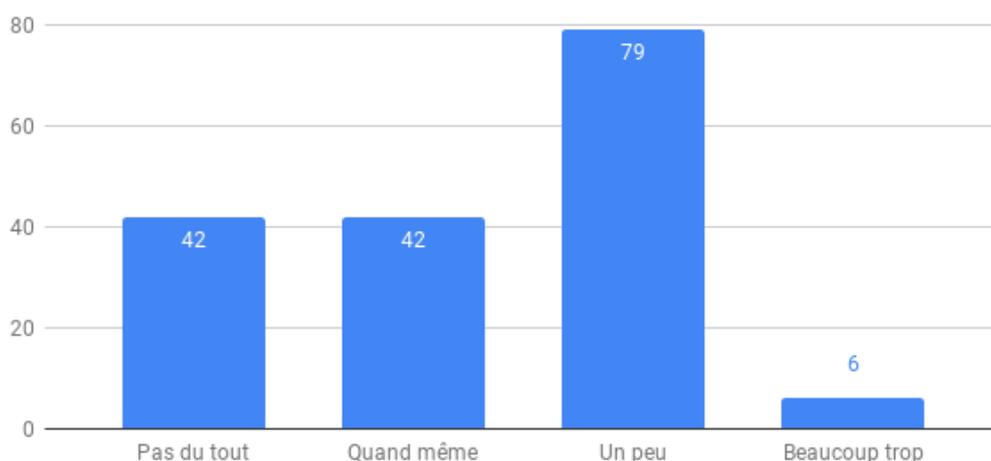
globalement échos aux articles de « dernières nouvelles ». En un mot, l'Organisation communique de manière indifférenciée, sans tenir compte des entrepreneurs qui peuvent s'informer sur l'évolution et le contenu du droit des affaires en dépit d'un défaut de formation de base en droit. On pourrait penser que l'Organisation communique de manière principale pour une cible ayant des prérequis ou au mieux des connaissances de droit des affaires.

Un tel choix est défendable mais n'est pas nécessairement efficace pour une communication sociale plus efficace dans la mesure où les usagers du droit des affaires se recrutent également au-delà de la sphère des praticiens et des connaisseurs. De plus, l'institution doit communiquer dans une logique où de nouveaux Etats-parties adhèrent ou se préparent à rejoindre la communauté. Pareillement, il devrait également être tenu en ligne de compte que les usagers qui s'intéressent au droit des affaires de l'OHADA sont dispersés dans d'autres pays aussi différents que nouveaux. A lumière de notre enquête, il apparaît de 28 % de personnes interrogées ne connaissent pas l'OHADA et parmi les 72% de celles qui connaissent l'Organisation, 36% ne maîtrisent pas le rôle que l'OHADA joue à travers ses institutions.

A lecture de ces produits de communication, il peut être conclu que l'OHADA communique pour les juristes d'affaires (connaissant déjà son droit des affaires).

En fait, 75 % de personnes pensent que la forme (mots et expressions) employée pour informer et communiquer sur le droit des affaires est plus ou moins complexe et pas aisé à appréhender aisément.

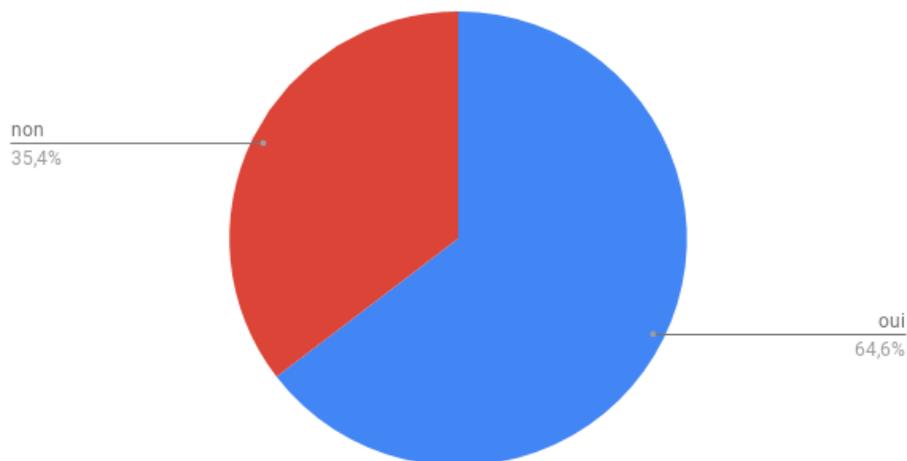
Figure 3 : Degré de complexité de la forme (mots et expression) sur le droit des affaires OHADA



Source : Willy ZOGO (2019)

En conclusion sur ce point, on peut dire que le besoin d'accessibilité de l'information juridique est freiné par la forme du message.

Figure 4 : Pourcentage de personnes souhaitant une prise en compte de leurs besoins spécifiques en matière d'informations sur le droit des affaires OHADA



Source : Willy ZOGO (2019)

Ce résultat amène à penser que 65% d'utilisateurs attendent de recevoir une information ciblée par rapport à leurs besoins et à leur profil.

En tout état de cause, l'hypothèse est bien vérifiée selon laquelle s'ils sont orientés vers les attentes immédiates, quotidiennes et professionnelles du public, les contenus et les moyens de communication sociale sur le droit des affaires OHADA seront plus appréciés et recherchés par ledit public.

### **3.2.2. Résultats, analyse et vérification de l'hypothèse 2 et 3 : L'interactivité communicationnelle et l'opportunité du recours aux technologies numériques**

Il ressort au bout d'une analyse du site internet de l'OHADA que, le souci d'adopter une stratégie de recueillement des *feedbacks* a été pris en compte par la fonction communication de cette organisation. En effet, on peut constater qu'une rubrique désignée « communauté OHADA »<sup>146</sup> a été créée. Celle-ci comporte des sous-rubriques désignées de la manière suivante :

- Un « forum de discussions multithématiques »,
- Un espace de « sondage - votre avis compte » et,
- Un espace « enquête de satisfaction ».

Cependant, il n'y a pas de contenus dans ces sous-rubriques. Elles ne sont ni actives et ni animées.

Concernant l'interactivité communicationnelle pouvant découler des réseaux sociaux, Facebook, YouTube, Twitter, un examen des flux d'échanges des usagers donne à constater qu'il manque des retours d'attentes de la part du public. En effet, les réseaux sociaux permettent de

<sup>146</sup> <http://www.ohada.org>, consulté le 26 janvier 2019.

recueillir les retours des internautes à travers les commentaires spontanés et instantanés des usagers.

Sur YouTube, ainsi qu'il a déjà été relevé, il n'y a sur la chaîne « OHADA Officiel » que 132 abonnés<sup>147</sup>. Les commentaires sont très peu nombreux voire quasi-inexistants. De plus, on peut constater que, lorsque des commentaires sont postés par des usagers aucune réponse n'est apportée de la part de l'institution OHADA<sup>148</sup>.

Sur Twitter, ainsi que nous l'avons déjà noté, l'OHADA compte 2 062 post depuis 2011 mais seulement 3 282 Abonnés<sup>149</sup>. Ce réseau constitue ainsi le deuxième en terme de *followers*. L'analyse de son interactivité donne à constater que les commentaires des usagers ne sont pas nombreux. Sur ce support également, on peut conclure qu'il n'y a pas interactivité en termes de communication sociale.

Sur Facebook, la page « OHADA Officiel » qui compte 7918 j'aime et 8032 abonnés<sup>150</sup> est certainement le média social le plus suivi de l'Organisation et de fait, devrait être le lieu d'interaction communicationnelle par excellence. Pourtant, les commentaires des usagers sont également très rares. Seuls quelques partages sont effectués sur certains sujets. A l'examen, un certain type de publications emportent l'intérêt des usagers et les amènent à poster des commentaires. Il s'agit précisément de publication apportant une information réelle sur le droit des affaires et sur l'Organisation. On peut en faire la vérification sur un post rappelant les années d'adhésion et de signature des Etats-parties et revenant sur le rôle et le fonctionnement de l'Organisation d'harmonisation du droit des affaires<sup>151</sup>.

*Sur le fond : Conclusion sur le besoin de l'interaction communicationnelle*

L'enquête empirique, comme nous l'avons souligné, donne à voir que 65 % des personnes questionnées souhaitent avoir des échanges interactifs prenant en compte leurs besoins spécifiques. De cette manière, il est logique de déduire que la communication sociale autour du droit des affaires OHADA en sera plus efficace et renforcée.

*Sur la forme : Conclusion sur la possibilité de l'usage des technologies numériques pour une interaction efficace*

---

<sup>147</sup> A la date du 27 janvier 2019.

<sup>148</sup> On peut le constater sur la vidéo ajoutée le 9 janvier 2013 portant sur la deuxième Journée du Colloque scientifique du Forum OHADA Canada par le Club OHADA Canada à l'Université de Montréal le 23 mars 2012 avec la participation du Secrétaire Permanent de l'OHADA et du Directeur Général de l'ERSUMA. En effet sous cette publication, un internaute requiert la version anglaise de la publication.

V. [https://www.youtube.com/watch?v=7cwCqo8\\_cK4&t=434s](https://www.youtube.com/watch?v=7cwCqo8_cK4&t=434s), consulté le 28 janvier 2019.

<sup>149</sup> A la date du 27 janvier 2019.

<sup>150</sup> A la date du 27 janvier 2019.

<sup>151</sup> Facebook/OhadaOfficiel, post du 10 janvier 2018 depuis Yaoundé, Cameroun, à 10h26.

Les données collectées permettent de constater que, comme moyen de faire remonter leurs besoins et leurs observations vers l'émetteur des informations et des connaissances sur le droit des affaires OHADA :

- 45% d'utilisateurs reconnaissent l'opportunité d'un Forum dédié aux échanges sur le droit des affaires OHADA.
- 44% d'utilisateurs reconnaissent l'opportunité d'une application pour Smartphone, tablette et ordinateur dédiée aux échanges sur le droit des affaires OHADA.
- 39% d'utilisateurs reconnaissent l'opportunité d'utiliser les commentaires Facebook.

En somme, sur la deuxième hypothèse, il était question de vérifier si et de quelle manière une communication sociale interactive faisant remonter leurs attentes des utilisateurs vers l'émetteur des informations et des connaissances sur le droit des affaires OHADA, peut améliorer l'intérêt et la satisfaction du public. Il ressort qu'une interaction communicationnelle est bien opportune pour améliorer les échanges et elle doit se faire par une plateforme ou une application d'échange numérique accessible sur internet.

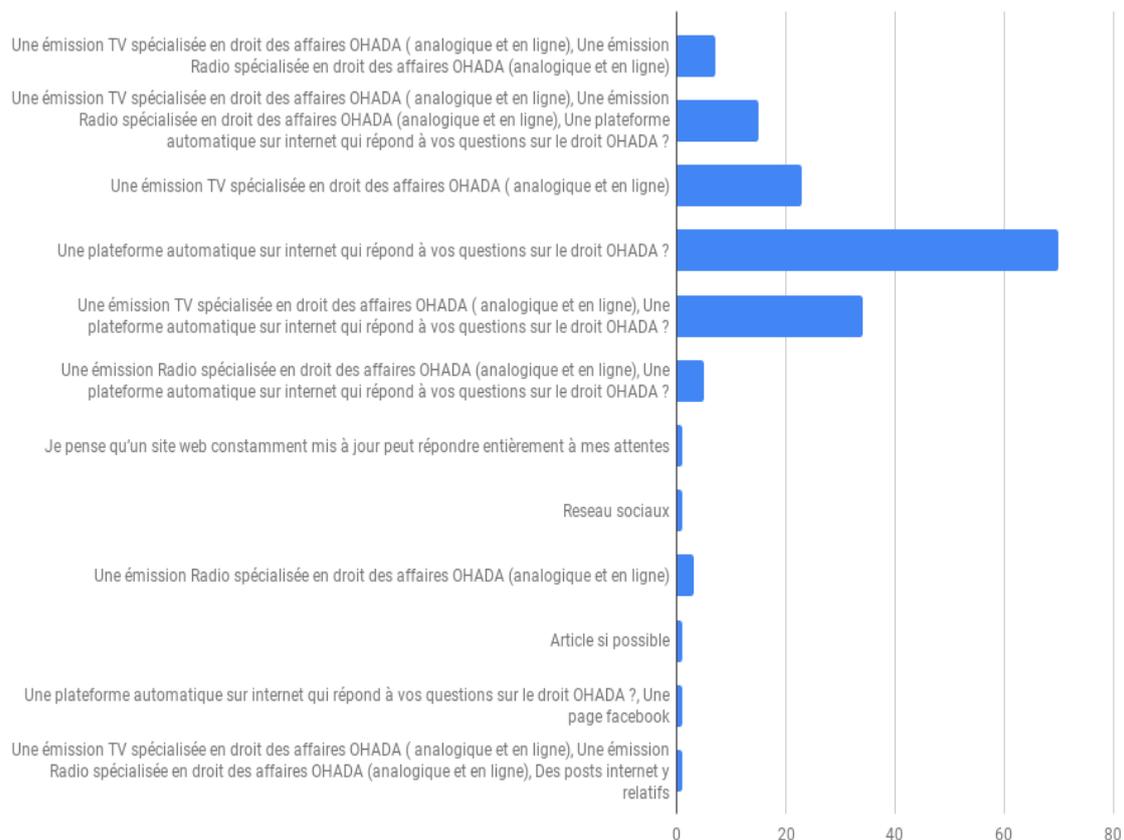
### **3.2.3. Résultats, analyses et vérification de l'hypothèse 3 : Le recours aux technologies numériques pour mieux communiquer sur le droit des affaires OHADA**

Les résultats des enquêtes empiriques conduisent à établir le graphique suivant (Voir le graphique ci-contre):

On peut constater que 44% des personnes interrogées pensent que : « Une plateforme automatique sur internet qui répond aux questions sur le droit OHADA » serait la meilleure manière de s'informer sur le droit des affaires OHADA. Sans le dire, la majorité des utilisateurs ou des utilisateurs potentiels sont ouverts à des technologies nouvelles d'informations, à l'instar des robots et des intelligence artificielle (IA).

En tout état de cause, on peut légitimement conclure sur ce point en affirmant que les technologies numériques ont la faveur du public en matière de communication sociale sur le droit des affaires OHADA en Afrique et au-delà.

Figure 5 : Choix du moyen de communication idoine pour le droit des affaires de l'OHADA



Source : Willy ZOGO (2019)

## 4. Recommandations

### 4.1. Recommandation 1 : Il faut que l'OHADA prenne davantage en compte les besoins spécifiques des publics selon leurs profils

- **Prise en compte des différences des segments du public cible :** La rédaction des contenus doit tenir compte des personnes non dotées de prérequis en matière juridique et de matière de droit OHADA (à l'image des professionnels du droit). En d'autres termes, un article de Newsletter ou d'actualité, doit être rédigé avec des mots et expressions détaillés et expliqués.
- **Recours possible à une sorte de « marketing » de dialogue personnalisé.** En effet, ainsi que cela pu être présenté, les supports de communication notamment la newsletter de l'organisation OHADA ne semblent pas tenir compte de la spécificité de la cible. A l'examen, en

droit fil d'une communication plus ciblée, il serait plus bénéfique de penser ce support sous le prisme de la communication *one to one*<sup>152</sup>.

- **Recours possible à un ciblage comportemental.**<sup>153</sup> Cette technique est basée sur la collecte et le traitement des données d'historique de navigation des internautes.

#### **4.2. Recommandation 2 : Il faut que l'OHADA mette l'accent sur l'interactivité dans la communication avec les usagers**

- **Adoption d'une approche stratégique de présence effective, proactive et réactive sur les réseaux sociaux.** En effet, la présence de l'OHADA sur les réseaux sociaux (Facebook, YouTube et Twitter) a déjà l'avantage d'être adéquate par rapport au public ciblé. Toutefois, dans le contenu, les posts et les publications sonores, visuelles et audio doivent être plus expressifs de manière à susciter les commentaires et donc à collecter les avis afin de mieux y répondre.
- **Adoption d'une "véritable" WebTV interactive**<sup>154</sup>. Le recours à la télévision institutionnelle par internet présente de multiples atouts. La télévision en ligne ou *webcasting*, selon plusieurs auteurs<sup>155</sup>, à l'avantage d'être multimédia, cela signifie qu'elle associe plusieurs supports à l'instar des vidéos, des textes, des animations et des documents sonores et visuels. En outre, une WebTV présente l'avantage d'être interactive, en cela, elle offre d'interaction avec le public, des dialogues en direct entre internautes et même les intervenants. Cette technique qui renvoie au *Rich media* pourra ainsi permettre à une communication interactive avec : des *chats*, une *webcam*, des formulaires, des votes, des sondages, des témoignages, des concours, des projets collaboratifs, des forums thématiques et des bourses d'échanges. Sous un autre angle, et c'est ce que l'OHADA esquisse, la WebTV se pose comme un "média de stock"<sup>156</sup> dans la mesure où tous les programmes diffusés peuvent être archivés et diffusés à la demande. Ainsi, l'OHADA peut se servir de ce support pour produire et diffuser : des séquences de vidéo, des reportages, des témoignages, tout en les accompagnant par des articles et des dossiers sur thématiques. Une association de contenus peut être faite avec des documents sonores tels que tous les

---

<sup>152</sup> L'idée derrière cette logique consiste à communiquer au groupe de cible des informations juridiques formulées en fonction de leurs profils autant dans le fond du contenu que dans le ton.

<sup>153</sup> Ouakrat, Alan « *Le ciblage comportemental, une perte de contrôle des éditeurs sur les données de l'audience* », *TIC & société* [En ligne], Vol. 6, n°1, 2nd semestre 2012, mis en ligne le 11 février 2013, consulté le 28 janvier 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ticetsociete/1251>.

<sup>154</sup> La mise en place de ce dispositif requiert une certaine organisation et des compétences particulières. Ainsi, il faut un *web manager* (production), des journalistes reporters d'images, des réalisateurs, un *community managers* (animateurs des communautés virtuelles) ou encore un monteur, un webmaster et un responsable technique vidéo.

<sup>155</sup> Agnola, Michel et Le Champion Rémy, *La télévision sur internet*, Paris, 2003, pp. 10-11.

<sup>156</sup> *Ibidem*.

interviews et discours relatif au droit des affaires de l'OHADA. Dans le même sens, la Web Tv au sens professionnel du terme induit de diffuser le droit des affaires en usant d'infographies et animations comme : des schémas, des graphiques animés ou encore des cartes interactives.

Enfin, cette forme de télévision se pose comme un média réactif en raison du fait qu'elle peut permettre des mises à jour rapides d'informations et ce en marge toute contrainte des logiques programmatiques de la télévision traditionnelle.

#### **4.3. Recommandation 3 : Un recours efficace aux technologies numériques et innovantes pour améliorer sa communication sociale sur le droit des affaires**

Pour parfaire son approche de communication sociale autour du droit des affaires qu'elle produit, l'OHADA ne doit pas hésiter à recourir aux moyens technologiques plus qu'elle ne le fait en l'état actuel. En effet, au-delà des sites web ([www.ohada.com](http://www.ohada.com), [www.revue.ersuma.org](http://www.revue.ersuma.org)) et des réseaux sociaux dont elle use de manière non encore optimale, l'OHADA doit s'ouvrir elle-même à une logique des technologies du droit encore dite Legal technology<sup>157</sup> ou Legaltech.

En réalité, il existe plusieurs formes de Legaltech. Ainsi, on rencontre aujourd'hui des Legaltech dans les domaines de la rédaction d'actes et de documents juridiques, la création et la gestion d'entreprise, les litiges et le droit des consommateurs, l'arbitrage, la mise en relation entre justiciables et les professionnels du droit, l'accès à la justice et le financement d'actions et enfin l'information juridique<sup>158</sup>.

L'OHADA doit ainsi mettre l'accent sur ce qui concerne la Legaltech d'information juridique. Il est recommandé ainsi à l'OHADA de recourir en ce sens à :

- des offres d'information en langage juridique clair, en usant des fiches de simplification du droit des affaires<sup>159</sup> ;
- Chatbot qui sont des robots automatiques répondant et expliquant le droit aux usagers
- Outils pouvant permettre de simplifier la jurisprudence de la CCJA et des Cours locales
- Outils de Legal design visant à simplifier par des graphiques partageables sur les réseaux sociaux, le savoir du droit des affaires OHADA.

---

<sup>157</sup> Il s'agit des technologies utilisées pour développer, proposer ou fournir des produits ou des services relatifs au droit et à la justice, ou permettre l'accès des usagers du droit, professionnels ou non, à de tels produits ou services.

<sup>158</sup> Mathieu, « *Les différentes formes de Legaltech* », article consulté le 27 janvier 2019, disponible à l'adresse : <http://legal-tech.fr/les-differentes-formes-de-legaltech#more-160>

<sup>159</sup> Ce modèle est utilisé en Belgique par exemple, voir sur ce point : [www.droitsquotidiens.be](http://www.droitsquotidiens.be) consulté le 2 janvier 2019.

## 5. Projet professionnel : Création d'une Legaltech interactive d'information juridique sur le droit des affaires OHADA : OHAD'ACCESSIBL

### 5.1. Contexte et justification du projet

Les recherches empiriques menées dans la réflexion qui précède ont mis en lumière des carences de la communication sociale autour du droit des affaires produit par l'OHADA. Dans la foulée, il a été établi que les nouvelles technologies de l'information et de la communication peuvent et doivent être mieux utilisées pour améliorer cette communication sociale. Comme le notent certains auteurs, *“pour l'avenir, les chantiers de l'organisation pour l'harmonisation du droit africain sont encore nombreux. Un des défis actuels est de rendre le droit OHADA plus axé sur les technologies numériques notamment grâce à la Legaltech”*<sup>160</sup>. La Legaltech est un anglicisme<sup>161</sup> qui veut dire *Legal technology*.

Selon la Charte Éthique pour un marché du droit en ligne et ses acteurs<sup>162</sup> la notion de *Legaltech* renvoie à *“l'usage de la technologie pour développer, proposer ou fournir des produits ou des services relatifs au droit et à la justice, ou permettre l'accès des usagers du droit, professionnels ou non, à de tels produits ou services”*<sup>163</sup>. Dans notre occurrence, le produit dont il est question vise à faciliter l'accès à la connaissance et à l'information sur le droit des affaires OHADA.

Selon l'Union Internationale des Télécommunications<sup>164</sup>, 213 millions d'individus utilisent en permanence Internet soit un taux de pénétration de près de 25 %. L'Afrique francophone, précisément l'espace OHADA compte environ 54 millions de personnes utilisant internet<sup>165</sup>. Si on pose le postulat que l'accès à la technologie numérique est corrélée à l'accès à internet, il n'est pas inopportun de penser que la *Legaltech* peut permettre de propulser la juri-alphabétisation au droit des affaires de l'OHADA. En d'autres termes, la *“technologie légale”* peut participer à mieux favoriser la diffusion des connaissances et savoirs juridiques autour de ce droit dans l'espace OHADA.

---

<sup>160</sup> <https://www.village-justice.com/articles/les-perspectives-ouvertes-par-droit-ohada-afrique>, consulté le 22 janvier 2019.

<sup>161</sup> En effet, le concept est né dans les pays anglo-saxons, USA et arrivé en Afrique par les pays d'expression anglaise. Voir sur ce point : Freitas, Gibran et Adrien et Alii, *« L'avenir de la Legaltech est en Afrique »*, cette tribune est accessible à l'adresse sur : <https://www.actualitesdudroit.fr/browse/afrique/droits-nationaux>, consulté le 28 janvier 2019.

<sup>162</sup> Cette charte a été élaborée par l'association *Open Law* Le Droit Ouvert et l'ADIJ dans le cadre du programme *« Economie Numérique du Droit »* qui s'est donné pour objectif d'accompagner la transformation numérique du monde du droit.

<sup>163</sup> Article 1<sup>er</sup> de la Charte précitée.

<sup>164</sup> UTI, Rapport du 30 novembre 2018. [www.itu.int](http://www.itu.int)

<sup>165</sup> OIF, Rapport 2018 de l'état de la francophonie numérique.

## **5.2. Objectifs**

### **5.2.1. Objectif général**

OHAD'ACCESSIBL a pour objectif d'améliorer la manière de diffuser les connaissances et l'information juridique relatives au droit des affaires OHADA.

### **5.2.2. Objectifs spécifiques**

- Mettre à disposition du public des connaissances et de l'information juridiques sur le droit des affaires OHADA de manière interactive.
- Proposer de l'information juridique précise et adaptée aux besoins exacts des cibles par rapport au droit OHADA.
- Communiquer les savoirs et les informations juridiques sur le droit des affaires OHADA en recourant à une technologie innovante et disruptive,

## **5.3. Résultats attendus**

- Les usagers du droit OHADA expriment leurs besoins de savoirs et d'information juridique sur le droit des affaires directement à l'émetteur.
- Les usagers du droit OHADA reçoivent un produit de connaissance sur mesure par rapport à leur profil, à leur comportement et à leurs besoins.

## **5.4. Cibles**

- Les étudiants juristes (Chercheurs et non-chercheurs)
- Les usagers non-juristes
- Les professionnels du droit (avocats, huissiers, notaires, magistrats, arbitres, conciliateurs Etc.)
- Les entrepreneurs et opérateurs économiques (banquiers, commerçants, transporteurs, prêteurs, Etc.)

## **5.5. Fonctionnement**

### **5.5.1. Forme**

OHAD'ACCESSIBL est une solution technologique qui se présente sous forme d'un logiciel pour ordinateurs et une version « application » pour téléphone portable.

### **5.5.2. Utilisation**

OHAD'ACCESSIBL peut être installé sur une machine (ordinateur ou téléphone). Il permet à la fois de diffuser le droit des affaires OHADA avec une terminologie ciblée :

- Des vidéos (reportages, flux direct, tutoriels),
- Des audio (système de Podcast, audio book),

- Des textes (articles d’actualité, articles scientifiques simplifiés ou non, modèles de contrats de droit OHADA et notes et synthèses de jurisprudence de droit des affaires, rôle des tribunaux commerciaux et de la CCJA).
- Une interaction : OHAD’ACCESSIBL propose des espaces forums, un accumulateur de commentaires pertinents des réseaux sociaux triés selon des mots-clés, des formulaires, sondages, Chats robotisé (Chatbot), des projets collaboratifs et sondages.

### 5.5.3. Spécificité

OHAD’ACCESSIBL aura recours également au ciblage comportemental.

### 5.5.4. Analyse SWOT

Forces	Opportunités
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ La disruption technologique</li> <li>▪ La disruption juridique</li> <li>▪ La gratuité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Introduction de la dématérialisation (RCCM)</li> <li>▪ Besoins croissants de connaissances et d’informations juridiques sur le droit des affaires OHADA</li> </ul>
Faiblesses	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pluralité des pays à couvrir</li> <li>▪ Lourdeurs administratives de l’OHADA</li> <li>▪ Limites du financement par la Banque mondiale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Problèmes d’électricité</li> <li>▪ Problèmes d’Internet (Débit et bande passante)</li> </ul>

### 5.5.5. Ressources

#### 5.5.5.1. Ressources matérielles

- (4) Ordinateurs portables et fixes
- (3) Caméras
- (3) Microphones
- (1) Banc de montage.

#### 5.5.5.2. Ressources humaines

- (2) Journalistes ayant des connaissances ou étant des juristes OHADA / Reporters d’images
- (2) Juristes-chercheurs
- (1) Technicien web et expert ingénierie logicielle
- (1) Technicien montage et infographie

#### 5.5.5.3. Ressources financières pour le projet

OHAD’ACCESSIBL est soumis au financement du Projet d’Amélioration du Climat des Investissements (PACI) financé à hauteur de 7,5 milliards de FCFA depuis 2012 et porté à sa phase II. Ce projet est financé par la Banque mondiale en vue d’accompagner l’OHADA.

### 5.5.6. Budget prévisionnel

DESIGNATION	QUANTITE	PRIX UNITAIRE	PRIX TOTAL FCFA	COUT EN EURO
Matériels			<b>4345000</b>	
Caméra	3	600000	1800000	2 748,09 €
Microphone	3	25000	75000	114,50 €
Ordinateur portable	3	200000	600000	916,03 €
Ordinateur fixe	3	400000	1200000	1 832,06 €
Matériel éclairage et décors	3	150000	450000	687,02 €
Banc de montage	1	150000	150000	229,01 €
Logiciels	1	70000	70000	106,87 €
Frais de fonctionnement			<b>4700000</b>	
Internet/Abonnement/Plage	1	500000	500000	763,36 €
Hébergement /plateforme	1	200000	200000	305,34 €
Création de l'application	1	4000000	4000000	6 106,87 €
Salaires			<b>1550000</b>	
Salaire Technicien web/Créateur d'App	1	250000	250000	381,68 €
Salaire Juristes-chercheurs	2	250000	500000	763,36 €
Salaire Journalistes-juristes	2	250000	500000	763,36 €
Salaire Monteur / Infographe	1	300000	300000	458,02 €
Fiscalité/TVA			17,25%	
<b>TOTAL</b>			<b>10.595.000 CFA</b>	<b>16 175,57 €</b>

### 5.5.7. Diagramme de mise en œuvre

ETAPE	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	Responsable
Rédaction des contenus textes													Journalistes
Création des contenus vidéo													Journalistes/Monteur
Conception/Plateforme/App													Technicien Web/App
Mise/œuvre													Toute l'équipe
Suivi/évaluation													DIRJURCOM

## 6. Conclusion générale

Un préalable doit servir d'entrée à cette péroraison. Il faut relativiser l'incidence et la portée que peuvent avoir les médias relativement à la connaissance par le grand public du droit en général et du droit des affaires en particulier<sup>166</sup>. De fait, en intervenant en régulateur ou en « vaccin » des conflits sociaux, le droit recourt à des modes de communication qui lui sont propres. Il s'agit notamment de la motivation, de l'injonction ou de la publication au journal officiel. Cependant, ces modes de communication croisent nécessairement les autres modes de communication plus communs. Il s'agit de la presse classique, de l'audiovisuel, de l'internet et toutes les technologies de l'information et de la communication nouvelles. C'est à ce stade que s'est située la présente étude à l'aune de la diffusion du droit des affaires de l'OHADA.

Selon l'auteur Jacques Commaille<sup>167</sup>, les communications de masse ont la capacité de contribuer de manière effective et efficace à diffuser des informations juridiques susceptibles de prendre le contrepied ou d'enrichir le droit établi. La condition pour arriver à produire un tel effet réside dans l'interactivité, l'échange. Le même penseur va plus loin en posant que, ces informations interactives peuvent être « infra-juridiques »<sup>168</sup>, « contre-juridiques »<sup>169</sup>. Elles peuvent par ailleurs relever du « droit imaginaire »<sup>170</sup>, du « droit ordinaire ». Et encore, elles peuvent être tel que l'indique l'auteur Jean-Pierre Pétard<sup>171</sup>, des éléments au service du « juriste intuitif »<sup>172</sup>. En fait, tous ces auteurs tendent à faire remarquer que, les médias et les communications de masse peuvent être porteurs d'une véritable dynamique de changement social, ce changement pouvant lui-même imposer un changement juridique. Afin que les médias de masse puissent parvenir à un tel résultat, il est nécessaire qu'ils soient capables d'intégrer dans une stratégie de communication sociale autour du droit. Telle est le prisme sous lequel nous avons décidé de réfléchir sur le droit des affaires promu par l'OHADA depuis 1993, soit 26 ans à cette date.

Plus d'un quart de siècle donc après sa mise sur pied, l'OHADA et surtout le droit des affaires qu'elle promeut, restent connus dans une large mesure par les praticiens et une partie infime des non-professionnel, du moins si l'on se fie aux tendances empiriques révélées par la présente réflexion. Pourtant, le droit des affaires de l'OHADA est de nature à influencer les activités économiques

---

<sup>166</sup> Commaille, Jacques, « *Connaissance du droit et communication de masse : rapport de synthèse* ». In: *Revue juridique de l'Ouest*, n° Spécial 1989. Droit et médias. pp. 136-137.

<sup>167</sup> *Ibidem*, pp. 131-138.

<sup>168</sup> En dessous de la loi.

<sup>169</sup> Contraires à la loi.

<sup>170</sup> A l'écart de toute loi réellement existante.

<sup>171</sup> Pétard, Jean-Pierre, « *Connaissance du droit et psychologie* ». In *Revue juridique de l'Ouest*, n° Spécial 1989. *Droit et médias*. pp. 103-109, cité par Commaille, Jacques, *Ibidem*.

<sup>172</sup> Par cette notion, l'auteur présente tout individu qui convoque le droit de manière intuitive dans la vie quotidienne pour répondre à toutes les questions dont il fait face.

d'une large partie de la population des 17 Etats membres de cette organisation et même, ce droit créé pour attirer les investisseurs internationaux, doit également être connu au-delà des frontières de l'Afrique subsaharienne francophone, son giron. Pour dresser un bilan quantitatif et surtout analytique, il a été question pour cette étude de questionner le pourquoi de cet état des lieux insuffisant de la communication sociale autour du droit des affaires OHADA. Deux postulats ont été dégagés ; d'une part, on a présumé une carence de prise en compte des besoins spécifiques des différents groupes d'utilisateurs de ladite réglementation. D'autre part, nous avons émis l'hypothèse que la communication sociale actuelle autour de ce droit n'était pas assez inclusive et surtout interactive. Après une étude de données tirée d'une méthode hybride, à la fois inductive et déductive, réalisée par des entretiens, des mises en situation et des questionnaires, ces deux postulats ont pu être vérifiés. Les recommandations pour pallier cet état de fait ont été de mettre à contribution de manière plus efficace les nouvelles technologies de l'information et de la communication. En plus de son site web, l'usage d'une logique de Legaltech a été fortement suggéré. Aussi, va-t-il être recommandé à l'OHADA de mettre à jour son interface d'interactivité créée à juste titre sur son site internet mais laissée en friche. Dans la même veine, pour asseoir la prise en compte efficace des segments des destinataires du droit des affaires qu'elle produit, l'OHADA devrait mettre l'accent sur le ciblage, y compris comportemental. Sa stratégie de communication sociale numérique sur les réseaux sociaux a également été considérée comme devant être améliorée et renforcée. En bout d'analyse, il n'est pas question pour l'OHADA de délaisser les mass media classique. Il serait important pour elle, dans une stratégie communicationnelle transversale d'allier ces technologies numériques à des programmes TV ciblés et efficace ainsi qu'à des programmes radio classique.

Comme pour ajouter à l'opportunité d'une communication sociale numérique sur le droit des affaires de l'OHADA, la présente étude est achevée sur un projet de Legaltech d'information juridique OHAD'ACCECIBL. C'est au prix d'une telle innovation que le droit des affaires produit par l'OHADA pourra renforcer ses objectifs stratégiques en termes de communication sociale et atteindre ses cibles de manière efficiente tout en faisant face à la concurrence des institutions privées chaque jour plus nombreuses et efficaces.

## 7. Références bibliographiques

### 7.1. Ouvrages

- Agnola, Michel et Le Champion, Rémy, *La télévision sur internet*, Paris, 2003, pp. 10-11.
- Bouthinon-Dumas, Hugues et Al. (Dir.), *Communication juridique et judiciaire*, Bruxelles, Larcier, 2015.
- Carbonnier, Jean, *Flexible Droit, pour une sociologie juridique sans rigueur*, Paris, 2001, p. 20.
- Caune, Jean, *Culture et communication, Convergences théoriques et lieux de médiation*, Grenoble, 2006, pp. 17 et s.
- Goffman, Erving, *Les Rites d'interaction*, 1974.
- Grandcoing, Catherine, *Communication et médias, évolution et révolution*, Paris, 2007, p. 9.
- Libaert, Thierry et Johannes, Karine, *La communication corporate*, Paris 2010, p. 14.
- Mattelart, Armand et Mattelart, Michel, *Histoire des théories de la communication*, p. 88.
- Mattelart, Armand, *La communication-monde, histoire des idées et des stratégies*, Paris, 1999, p. 8.
- Mucchielli, Alex, *Théorie systémique des communications, principes et applications*, Paris, 2003, pp. 29 et s.
- Pougoué, Paul-Gérard, *Présentation générale et procédure OHADA*, Yaoundé, 1998, p. 5.
- Rogers, Everett et Kincaid, Meyers, *Communication networks: Toward a new paradigm for research*, New York, 1981.
- Rogers, Everett, *Diffusion of innovations*, Glencoe, 1962.
- Sfez, Lucien, *Critique de la communication*, Paris, 1982, p 54.
- Tiger, Philippe, *Le droit des affaires en Afrique, OHADA*, Paris, 1999 p. 42.
- Védrine, Sylvie Martine, *Initiation au marketing*, Paris, p. 158.

### 7.2. Mémoires

- N'klo, Diane-Nina, « *Les médias dans la communication externe d'une administration publique : Cas du Trésor et de la comptabilité publique ivoirienne* », Mémoire de Master en communication et Médias, 2015,
- Djiguemdé, Michael, « *Quelle communication pour la facilitation de la vulgarisation des pratiques agricoles innovantes : cas du paillage dans la zone de Koumbia au Burkina Faso* », Mémoire de Master en communication et Médias, Université Senghor, 2017,
- Toussi Tiofack, Simone, « *Intégration des spécificités culturelles dans la communication pour la lutte antipaludique au Cameroun : enjeux et proposition d'un modèle opérationnel* », Mémoire de Master en communication et Médias, 2015.

### 7.3. Dictionnaires

- Cornu, Gérard, *Vocabulaire juridique*, Paris 1990, pp. 290-291.
- Rigaud, Louis, *Dictionnaire encyclopédique du français des Affaires*, Paris 2006, pp. 510-511.
- Robert, 2017.
- Littré, 2017.
- Larousse, 2018.

### 7.4. Articles scientifiques

- Abou, Sélim et Catala, Pierre, « *La francophonie au défi de l'économie et du droit aujourd'hui* ». In Actes du colloque international organisé par l'université Saint-Joseph, les 12 et 13 octobre 2001, à l'occasion du 9ème Sommet de la francophonie.
- Akouété Akué, Michel, « *La communication des institutions de l'OHADA* », In *Revue de droit uniforme africain*, n° 1 2010, p. 15.
- Balate, Éric, « *Les marchés du droit : pourquoi en parler et pourquoi en débattre ?* », In *Revue internationale de droit économique*, 2017, p. 6.
- Cabin, Philippe, « *Communication et organisation* ». In *La communication : état des savoirs*, Auxerre, 2008, pp. 161 et s.
- Carbonnier, Jean, « *Introduction* ». In *Droit et société*, n° 16, 1990, p. 258.
- Chotard, Yvon, « *Les médias à l'assaut du judiciaire* ». In *Revue juridique de l'Ouest*, n° spécial 1989. Droit et médias. pp. 31-39.
- Commaille, Jacques, « *Connaissance du droit et communication de masse : rapport de synthèse* ». In *Revue juridique de l'Ouest*, n° spéc. 1989, pp. 131-138.
- Côté, Jean-François, « *La société de communication à la lumière de la sociologie de la culture : idéologie et transmission de sens Sociologie et sociétés* ». In *Revue Sociologie et sociétés*, printemps 1998, p. 1.
- Demoulin, Marie, « *L'enseignement du droit aux "non-initiés" : le cas des sciences de l'information* ». In *La formation en sciences de l'information*, n° 2 et n°3, Sept. 2015, p. 68.
- Forsé, Michel, « *Définir et analyser les réseaux sociaux. Les enjeux de l'analyse structurale* ». In *Informations sociales*, 2008, 3 n° 147, p.1.
- Freitas, Gibran et Alij, « *L'avenir de la Legaltech est en Afrique* », article disponible sur : <https://www.actualitesdudroit.fr/browse/afrique/droits-nationaux>, consulté le 28 janvier 2019.
- Garapon, Antoine, « *La Justice est-elle "délocalisable" dans les médias ?* ». In *Droit et société*, n°26, 1994, pp. 73-89.

- Hesse, Philippe-Jean, « *Connaissance du droit et communication de masse, repères historiques* ». In *Droit et société*, n° 16, 1990, p. 272.
- Lasserre, Grégory, et Anaïs met den Ancxt, « *Les arts interactifs : une relation augmentée* », *L'Observatoire*, vol. 38, n°1, 2011, pp. 20-21.
- Laurent, Nathanaël, « *Qu'est-ce que la complexité ?* » In *Revue des Questions Scientifiques*, 2011, pp. 253 -272.
- Legeais, Raymond, « *Le Juriscope du GIP "Droit et Médias"* ». In *Revue internationale de droit comparé*, n°2, Avril-juin 1996. pp. 395-402.
- Lemaire, Paul, « *Communication sociale et développement en Afrique noire francophone* ». In *Communication Information : L'information internationale : commerce ou propagande ?* n°2,1980. pp. 129-141.
- Lemieux, Vincent, *Les réseaux d'acteurs sociaux*, Paris, 1999.
- Leys, Michel, « *Les vices de la communication juridique* ». In *Pyramides* [En ligne], mis en ligne le 15 février 2012, consulté le 15 décembre 2018.pp. 221-234. <https://journals.openedition.org/pyramides/576>.
- Lishou, Claude, « *La WebTV éducative, alternative aux formations de masse dans les universités africaines* ». In *Distances et savoirs*, n°4, 2008, pp. 619-628.
- Lohoues-Oble, Jacqueline, « *Les rôles respectifs des traités et des lois en Afrique noire francophone* ». In *La francophonie aux défis de l'économie et du droit aujourd'hui*, p. 155.
- Lopes Mônica Sette, « *Communiquer le droit : le média et le message* ». In *Les Cahiers de droit*, mars 2013, p. 48.
- Miaille, Michel, « *Le droit par l'image* ». In *Revue juridique de l'Ouest*, n° spéc. 1989. p. 23.
- Normand, Sylvio, « *La culture juridique et l'acculturation du droit : le Québec* ». In *Rapport au XVIIIe Congrès international de droit comparé*, Washington, 2010, p. 825.
- Ouakrat, Alan « *Le ciblage comportemental, une perte de contrôle des éditeurs sur les données de l'audience* », *TIC & société* [En ligne], Vol. 6, n°1, 2nd semestre 2012, mis en ligne le 11 février 2013, consulté le 28 janvier 2019. URL : <http://journals.openedition.org>
- Pétard, Jean-Pierre, « *Connaissance du droit et psychologie* ». In *Revue juridique de l'Ouest*, n° Spécial 1989. Droit et médias. pp. 103-109
- Sayegh, Joseph Issa et Pougoué, Paul-Gérard, « *Communication : L'OHADA : défis, problèmes et tentatives de solutions* » in *Rev. dr. unif.* 2008, pp. 461-462.
- Supiot, Alain, « *Le jeu de miroirs du droit et des médias* ». In *Droit et société* n°16, 1990, p. 291.

## 7.5. Articles de presse

- Mathieu, « *Les différentes formes de Legaltech* », article consulté le 27 janvier 2019, disponible à l'adresse : <http://legal-tech.fr/les-differentes-formes-de-legaltech#more-160>, consulté le 22 janvier 2019.
- OHADA, « *Ersuma-OHADA : formation certifiante sur les techniques de cassation en matière civile et commerciale* », 24 janvier 2019, disponible sur [www.ohada.org](http://www.ohada.org) consulté le 22 janvier 2019.
- OHADA, « *OHADA - colloque international sur le thème « l'économie informelle dans l'espace OHADA : approches économique, juridique, politique et socio-anthropologique* », 26 décembre 2018, disponible sur [www.ohada.org](http://www.ohada.org) consulté le 22 janvier 2019.
- OHADA, « *OHADA - communiqué des sessions de formation de l'Ersuma Lomé, du 10 au 14 décembre 2018* », 28 novembre 2018, disponible sur [www.ohada.org](http://www.ohada.org) consulté le 22 janvier 2019.
- OHADA, « *OHADA - ERSUMA : lancement du catalogue des formations de l'Ersuma au titre de l'année 2019* », 3 janvier 2019 ; disponible sur [www.ohada.org](http://www.ohada.org) consulté le 22 janvier 2019.
- OHADA, « *OHADA - Sessions de formation de l'ERSUMA Abidjan, du 19 au 24 novembre 2018* », 7 novembre 2018, disponible sur [www.ohada.org](http://www.ohada.org) consulté le 22 janvier 2019.
- OHADA, « *OHADA-Activités de l'Ersuma en République Démocratique du Congo au titre du mois d'octobre 2018* », 23 septembre 2018, disponible sur [www.ohada.org](http://www.ohada.org) consulté le 22 janvier 2019.
- OHADA, « *OHADA-Activités du pool de compétences techniques sur la mise en œuvre de l'AUDCIF* », 2 octobre 2018, disponible sur [www.ohada.org](http://www.ohada.org) consulté le 22 janvier 2019.
- OHADA, « *OHADA-Formation sur le transport routier dans l'espace OHADA : comment mettre à profit l'acte uniforme relatif au transport de marchandises par route ?* », 19 septembre 2018, disponible sur [www.ohada.org](http://www.ohada.org) consulté le 22 janvier 2019.
- OHADA, « *OHADA-Lancement des activités de la deuxième phase du Projet d'Amélioration du Climat des Investissements dans les Etats membres de l'OHADA* », 22 novembre 2018, disponible sur [www.ohada.org](http://www.ohada.org) consulté le 22 janvier 2019.
- OHADA, « *OHADA-Séminaire sur l'arbitrage CCJA-OHADA à Libreville* », 27 septembre 2018, disponible sur [www.ohada.org](http://www.ohada.org) consulté le 22 janvier 2019.

## 7.6. Rapports et Actes de colloques et Déclarations

- Banque mondiale et Société financière internationale, *Doing Business dans les Etats membres de l'OHADA 2012 et 2017*, disponibles sur <http://www.doingbusiness.org> consulté le 26 janvier 2019.
- OIF, *Actes du Sommet de Maurice*, 1993, p. 123, <https://www.francophonie.org/> consulté le 23 janvier 2019.
- OIF, *Rapport 2018 de l'état de la francophonie numérique*. <https://www.francophonie.org/> consulté le 23 janvier 2019.
- Unesco, *Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles issue de la Conférence mondiale sur les politiques culturelles*, Mexico City, 26 juillet au 6 août 1982.
- UTI, *Rapport du 30 novembre 2018*, disponible sur [www.itu.int](http://www.itu.int) consulté le 21 janvier 2019.

## 7.7. Textes juridiques

- Décret n° 2008-1049 17 septembre 2008 portant création, attribution organisation et fonctionnement de la Commission nationale pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (OHADA) au Sénégal.
- Décret n°2009-323/PRN/MJ du 22 septembre 2009 portant création, attributions, composition et modalités de fonctionnement de la Commission Nationale pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (CNO-OHADA).
- OHADA, Règlement n°0012/2011/CM/OHADA portant modification du règlement n° 01/2009/CM/OHADA du 22 Mai 2009 portant attributions et organisation du secrétariat permanent de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires.
- OHADA, Traité relatif à l'harmonisation en Afrique du droit des affaires adopté le 17 octobre 1993 à Port-Louis en Île Maurice.
- Règlement d'arbitrage de la CCJA.
- Règlement n° 002/2009/CM/OHADA portant création, organisation et fonctionnement de la commission de normalisation comptable de l'OHADA institue une instance supplémentaire au plan communautaire.
- Règlement n°001/2009/CM/OHADA portant attributions et organisation du Secrétariat Permanent de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droits des Affaires.
- Règlement n°001/2009/CM/OHADA portant attributions et organisation du Secrétariat Permanent de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droits des Affaires.
- Règlement n°01/2014/CM/OHADA du 30 janvier 2014 modifiant le Règlement de procédure de la Cour Commune de Justice et d'Arbitrage CCJA du 18 avril 1996.

- Traité portant révision du Traité relatif à l'harmonisation du droit des affaires en Afrique adopté le 17 octobre 2008 à Québec au Canada.
- Traité relatif à l'Harmonisation du Droit des Affaires en Afrique a été signé le 17 octobre 1993 à Port-Louis et révisé à Québec au Canada, le 17 Octobre 2008.

## 7.8. Webographie

- <http://www.ohada.org/index.php/fr/nos-publications>.
- [www.ohada.com](http://www.ohada.com)
- [www.gouv.ci/](http://www.gouv.ci/), [www.minfi.gov.cm](http://www.minfi.gov.cm)
- <https://benin.eregulations.org>
- <http://www.ohada.org/index.php/fr/nos-activites/nos-publications/bulletin-ersuma> consultée le 24 janvier 2019.
- <http://www.ohada.org/index.php/fr/nos-activites/nos-publications/newsletter-ohada> consulté le 24 janvier 2019.
- <http://www.ohada.com/actualite/3416/jurisprudence-ohada-disponibilite-de-decisions-recentes-de-la-cour-commune-de-justice-et-d-arbitrage-de-l-ohada-ccja.html>
- <http://www.ohada.org/index.php/fr/annonces/dernieres-annonces?format=feed&type=rss>
- <http://www.ohada.org/index.php/fr/actualite/dernieres-nouvelles?format=feed&type=rss>
- <http://www.ohada.org/index.php/fr/espace-presse/communiques-de-presse?format=feed&type=rss>
- <http://www.ohada.org/index.php/fr/actualite/echos-des-etats-parties?format=feed&type=rss>
- <http://www.ohada.org/index.php/fr/ohada-au-quotidien/agenda-evenementiel?format=feed&type=rss>
- [http://biblio.ohada.org/pmb/opac\\_css/index.php?lvl=rss\\_see](http://biblio.ohada.org/pmb/opac_css/index.php?lvl=rss_see)
- <https://www.francophonie.org/-Sommets-de-la-Francophonie-.html>, consulté le 6 janvier 2019.
- [www.jurisclope.org/thematiques-de-recherche/droit-africain/](http://www.jurisclope.org/thematiques-de-recherche/droit-africain/) consulté le 16 janvier 2019.
- [www.journal-ledroit.net](http://www.journal-ledroit.net).
- [www.droitmediasfinance.com](http://www.droitmediasfinance.com).
- [https://www.village-justice.com/articles/les-perspectives-ouvertes-par-droit-ohada-afrique,consulté le 22 janvier 2019](https://www.village-justice.com/articles/les-perspectives-ouvertes-par-droit-ohada-afrique,consulté%20le%2022%20janvier%202019).
- [www.droitsquotidiens.be](http://www.droitsquotidiens.be) consulté le 2 janvier 2019.
- [www.librairie.ersuma.org](http://www.librairie.ersuma.org), consulté le 14 janvier 2019.
- [www.droitafrique.com](http://www.droitafrique.com), consulté le 14 janvier 2019.

- [www.jo.gouv.tg](http://www.jo.gouv.tg) consultés le 14 janvier 2019.
- [www.revue.ersuma.org](http://www.revue.ersuma.org) consulté le 14 janvier 2019.
- <http://www.ohada.org> consulté le 30 janvier 2019.

## **8. Liste des illustrations et tableaux**

### **8.1. Liste des illustrations**

Illustration 1 : Carte des Pays membres de l'OHADA / Source : Labs-NS Avocats

Illustration 2 : Capture d'écran du site web de l'OHADA, 31 janvier 2019

Illustration 3 : Capture d'écran de la page Facebook/Ohada officiel, 31 janvier 2019

Illustration 4 : Capture d'écran de la page Facebook/Revue\_Ersuma, 31 janvier 2019

Illustration 5 : Capture d'écran de la page Twitter/Ohada officiel, 31 janvier 2019

Illustration 6 : Capture d'écran de la Chaîne YouTube/Ohada officiel, 31 janvier 2019

Illustration 7 : Capture d'écran site internet de l'UNIDA, 31 janvier 2019

### **8.2. Liste des figures**

Figure 1 : Diagramme des pays et nombres d'enquêtés par pays

Figure 2 : Diagramme du nombre d'enquêtés ayant une formation juridique

Figure 3 : Diagramme d'appréciation du degré de complexité du langage juridique sur le droit OHADA

Figure 4 : Diagramme sur le nombre de personnes interrogées souhaitant interagir sur leurs besoins

Figure 5 : Diagramme sur le choix du moyen de communication idoine du droit des affaires OHADA

### **8.3. Liste des tableaux**

Tableau 1 : Budget prévisionnel pour l'exécution du projet OHAD'ACCESSIBL

Tableau 2 : Diagramme de Gantt sur la mise en œuvre du projet OHAD'ACCESSIBL

## 9. Annexes

### 9.1. Annexe : Questionnaire relatif à l'information et à la connaissance du droit OHADA

#### ENQUÊTE SUR LA COMMUNICATION ET INFORMATION JURIDIQUE SUR LE DROIT DES AFFAIRES OHADA EN AFRIQUE

Dans le cadre de la recherche universitaire à l'Université Senghor d'Alexandrie en Egypte, Université internationale de la Francophonie, nous menons une enquête en rapport avec la connaissance du droit des affaires dans l'espace OHADA principalement. Nous prions de répondre à ces questions de manière anonyme et sincère.

#### Question 1 : De quel pays êtes-vous ?

- Cameroun*
- Burkina Faso*
- Congo Brazzaville*
- Congo RDC*
- Gabon*
- Tchad*
- Guinée Equatoriale*
- Guinée Conakry*
- RCA*
- Sénégal*
- Côte d'Ivoire*
- Mali*
- Benin*
- Togo*
- Comores*
- Guinée Bissau*
- Niger*
- Autre...*

#### Question 2 : Quelle est votre tranche d'âge ?

- Moins de 35 ans (inclus)*
- Plus de 35 ans.*

**Question 3 : Quelle est votre statut professionnel ?**

- Etudiant juriste*
- Fonctions juridiques publiques*
- Fonctions juridiques privées*
- Fonction publique non juridique*
- Emploi privé juridique*
- Emploi privé non juridique*
- Entrepreneur ou opérateur économique (débutant ou confirmé)*
- Journaliste (économique et juridique)*
- Sans emploi*

**Question 4 : Avez-vous eu une formation en Droit général ?**

- Oui*
- Non*

**Question 5 : Avez-vous une formation en droit des affaires (OHADA) ?**

- Oui*
- Non*

**Question 6 : Connaissez-vous ces institutions de l'OHADA et leur rôle ?**

- Ersuma*
- CCJA*
- Secrétariat permanent*
- Non*

**Question 7 : Vous informez-vous sur le droit des affaires OHADA ?**

- Oui*
- Non*

**Question 8 : De quelle manière accédez-vous à l'information sur le droit des affaires OHADA ?**

- Site internet de l'Organisation ([www.ohada.org](http://www.ohada.org))*
- Site internet de [www.ohada.com](http://www.ohada.com) (Association UNIDA)*
- Site internet [www.droit.afrique.com](http://www.droit.afrique.com)*
- Réseau social Facebook de Ohada Officiel*
- Réseau social Facebook de Ohada.com*
- Chaîne YouTube de l'OHADA*
- Chaîne YouTube d'actualité droit OHADA*
- Code vert*
- Séminaires*

- *Conférence*
- *Twitter OHADA officiel*
- *Revue de droit des affaires Ersuma*
- *Autre revue juridique*
- *Bulletin d'information de l'Ersuma*
- *Newsletters Ohada.com*
- *Newsletters Ohada.org*
- *Recueil de jurisprudence de la CCJA version papier*
- *Recueil de jurisprudence de la CCJA version numérique*
- *Livre de droit des affaires*
- *Autre...*

**Question 9 : Que recherchez-vous davantage en matière de droit des affaires OHADA ?**

- *Acte uniforme*
- *Journal officiel OHADA*
- *Article d'actualité OHADA*
- *Article scientifique OHADA*
- *Jurisprudence de la CCJA*
- *Autre...*

**Question 10 : Quel domaine de l'OHADA vous intéresse davantage quotidiennement et/ou professionnellement ?**

- *Droit du commerce (commerçant, entreprenant, vente commerciale, bail commercial)*
- *Droit des sociétés commerciales (SA, SARL, SAS, Actionnaires, création d'entreprises, appel public à l'épargne)*
- *Droit des sociétés coopératives (Types de Socoop, fonctionnement, droits des membres)*
- *Droit de l'arbitrage (Arbitres, fonctionnement)*
- *Droit de la médiation (Médiateur, fonctionnement)*
- *Droit des sûretés (gage, hypothèque, caution, fonctionnement)*
- *Droit de la faillite (cessation de paiement, redressement judiciaire, liquidation)*
- *Droit comptable (comptabilité, obligations comptables, système comptable)*
- *Droit des voies d'exécution (Saisie des biens, protections des biens meubles et immeubles)*
- *Droit du transport des marchandises par route (Contrats, droits et devoirs de parties)*
- *Aucun*

**Question 11 : Sous quelle forme vous serait-il facile d'accéder aux informations relatives au droit des affaires OHADA liées au domaine utile pour vous au quotidien et professionnellement ?**

- Une vidéo détaillée en ligne*
- Une vidéo détaillée téléchargeable*
- Un podcast (un audio) détaillé en ligne*
- Un podcast (un audio) détaillé téléchargeable*
- Un article écrit en ligne*
- Un article écrit en version papier*
- Autre...*

**Question 12 : Quel média est-il approprié selon vous pour accéder à l'information sur le droit des affaires OHADA ?**

- Une émission TV spécialisée en droit des affaires OHADA (analogique et en ligne)*
- Une émission Radio spécialisée en droit des affaires OHADA (analogique et en ligne)*
- Une plateforme automatique sur internet qui répond à vos questions sur le droit OHADA ?*
- Autre...*

**Question 13 : Comment vous connectez-vous sur internet pour vos recherches ?**

- Smart phone (Téléphone)*
- Tablette*
- Ordinateur portable*
- Ordinateur fixe*
- Autre*

**Question 14 : Pensez-vous que le langage (mots et expressions) utilisé pour communiquer sur le droit des affaires OHADA est trop complexe et incompréhensible ?**

- Pas du tout*
- Un peu*
- Quand même*
- Beaucoup trop*

**Question 15 : Souhaiteriez-vous écrire ou faire savoir à l'OHADA le type d'informations sur le droit des affaires qui vous intéresse ?**

- Oui*
- Non*

**Question 16 : Comment pensez-vous qu'il serait mieux et facile pour vous de demander à l'OHADA cette information adaptée à vos besoins ?**

- *Commentaires Réseaux sociaux Facebook*
- *Commentaires Réseaux sociaux Twitter*
- *Commentaires Réseaux sociaux Vidéos YouTube*
- *Commentaires sous une WebTV OHADA en ligne sur Site Web*
- *Un blog lié au site internet OHADA*
- *Un forum d'échange créé pour l'OHADA*
- *Une application (Smartphone, tablette) dédiée information et avec des commentaires directs*
- *Salle de presse interactive en ligne*

**Merci d'avoir pris le temps pour répondre à nos questions.**