

**Décision n° Coll/Reg/2022/09 de l'Instance Nationale des Télécommunications en date du 04 Mai 2022 portant fixation des règles et méthodes d'examen des jeux promotionnels proposant des composantes « services de télécommunications ».**

**L'Instance Nationale des Télécommunications,**

Vu la loi n°2001-1 du 15 janvier 2001 portant promulgation du code des télécommunications, telle que modifiée et complétée par la loi n°2002-46 du 7 mai 2002, par la loi n° 2008-1 du 8 janvier 2008 et par la Loi 2013-10 du 12 avril 2013, et notamment ses articles 3, 26, 26 bis et 63.

Vu la loi n° 2015-36 du 15 septembre 2015, relative à la réorganisation de la concurrence et des prix.

Vu le décret n° 2008-2638 du 21 juillet 2008 tel que modifié par le décret n°2012-2000 du 18 septembre 2012 fixant les conditions de fourniture du service téléphonie sur protocole internet.

Vu le décret n° 2008-3026 du 15 septembre 2008, fixant les conditions générales d'exploitation des réseaux publics des télécommunications et des réseaux d'accès, et notamment son article 3A, tel que modifié et complété par le décret n° 2014-53 du 10 janvier 2014 et par le décret gouvernemental n° 2017-912 du 14 août 2017.

Vu le décret n° 2012-2361 du 05 octobre 2012, fixant les services de télécommunications soumis à un cahier des charges.

Vu le décret n° 2014-4773 du 26 décembre 2014, fixant les conditions et les procédures d'octroi d'autorisation pour l'activité de fournisseur de services internet.

Vu les cahiers des charges des opérateurs de réseaux publics des télécommunications.

Vu la décision n°54 en date du 11 Juin 2014 de l'Instance Nationale des Télécommunications portant approbation de la méthode de détermination des tarifs et des procédures de validation des offres de services de détail destinées au grand public.

Vu la décision Coll/Reg/2017/10 du 12 Avril 2017 de l'Instance Nationale des Télécommunications portant sur les règles d'affichage des tarifs et des conditions de vente des services de télécommunications et des services à contenu des opérateurs de réseaux et des fournisseurs de services Internet et de services à valeurs ajoutées.

Vu la décision n°05 du 17 Aout 2018 de l'Instance Nationale des Télécommunications modifiant et complétant la décision n°54 en date du 11 juin 2014 portant approbation de la méthode de détermination des tarifs et des procédures de validation des offres de services de détail destinée au grand public, telle que modifiée et complétée par la décision Coll/Reg/2017/09 du 12 Avril 2017.

Vu les courriers de l'Instance Nationale des Télécommunications envoyés aux opérateurs de réseaux publics de télécommunications (ORPT) et aux opérateurs de réseaux virtuels des télécommunications

(MVNO) en date du 07 avril 2022, par lesquels l'Instance a invité chacun d'eux à lui faire parvenir ses réponses aux questions posées au niveau de la consultation publique portant sur le traitement des jeux promotionnels proposant des composantes services de télécommunications.

Vu le courrier électronique de la société \*\*\*\*\* reçu en date du 20 avril 2022 en réponse au courrier de l'Instance du 07 avril 2022.

Vu le courrier de la société \*\*\*\*\* : reçu en date du 25 avril 2022 en réponse au courrier de l'Instance du 07 avril 2022.

Vu le courrier électronique de la Société \*\*\*\*\* reçu en date du 26 avril 2022 en réponse au courrier de l'Instance du 07 avril 2022.

### **1. Considérant le contexte**

Dès l'année 2020, et dans le cadre de diversification de leurs actions de marketing permettant d'atteindre les objectifs commerciaux, le lancement des jeux promotionnels par les opérateurs des réseaux publics des télécommunications est devenu de plus en plus répandu sur le marché des télécommunications. Ces jeux promotionnels sont régis par la loi n°2002-62 du 9 juillet 2002 relatives aux jeux promotionnels et l'arrêté du ministre du commerce et de l'artisanat du 21 janvier 2019 relatif à la fixation de la durée maximale de l'organisation des jeux promotionnels et la valeur maximale du lot accordé.

Dans le cadre de l'exécution des missions et des attributions qui lui sont conférées par le code des télécommunications et ses textes d'application et afin de préserver la valeur des services de télécommunications (voix, internet ...), l'INT a estimé qu'il est opportun de distinguer :

- Les jeux promotionnels n'incluant pas des services de télécommunications.
- Les jeux promotionnels incluant des services de télécommunications.

Les jeux promotionnels n'incluant pas des services de télécommunications doivent respecter la réglementation en vigueur concernant la commercialisation des jeux promotionnels, notamment la loi n°2002-62 du 9 juillet 2002 relatives aux jeux promotionnels et l'arrêté du ministre du commerce et de l'artisanat du 21 janvier 2019. Le lancement de ces jeux ne nécessite pas un passage par l'INT pour avis de non-objection.

Pour ce qui est des jeux incluant un ou des services de télécommunications, ils doivent respecter également la réglementation en vigueur. Toutefois, en sus du respect des exigences sus-indiquées, le lancement des jeux avec une composante de télécommunications nécessite obligatoirement l'obtention d'un avis favorable de l'INT à l'instar des offres commerciales des opérateurs de réseaux publics de télécommunications.

En effet, l'examen par l'INT de la composante « service de télécommunications » au niveau du jeu promotionnel pose des questions sur les règles à adopter pour cet exercice. Le choix réglementaire que l'INT doit adopter suscite au moins deux interrogations majeures :

#### **a) Le périmètre des services de télécommunications :**

Contrairement à la fourniture des services voix, SMS et data qui ne soulève aucune ambiguïté, quant au périmètre à considérer, la fourniture des cadeaux sous forme de recharges (carte/ticket ou tout autre moyen de recharge) est sujette à quelques interprétations. Ainsi, l'INT estime qu'elle devrait examiner et émettre un avis préalable sur les jeux par lesquels des recharges sont offertes.

**b) Le respect des tarifs planchers (ARPM & ARPG) pour éviter la destruction de la valeur :**

L'INT estime que les services offerts dans ce cadre s'inscrivent dans un contexte différent de la logique adoptée par l'INT pour l'examen des offres commerciales. La fourniture classique des prestations est basée sur le respect d'un niveau minimum pour la contrepartie payée par l'abonné de l'utilisation de la prestation offerte alors que dans le cadre d'un jeu promotionnel il n'est pas évident que le client paye une contrepartie puisque les textes exigent que l'espérance de gain ne soit pas conditionnée par l'obligation d'achat (jeu sans obligation d'achat).

Ainsi, les règles de revenu moyen (ARPM et ARPG) exigées par l'INT ne sont pas applicables dans ce cas. Toutefois, un plafond annuel à respecter par les opérateurs pour les cadeaux à offrir sous forme de services de télécommunications pourrait être une solution palliative à la non-application desdites règles de revenu (ARPM et ARPG).

Ces cadeaux sont considérés comme des éléments du budget marketing qui entrent dans le cadre des opérations publicitaires visant la promotion des ventes.

**2. Considérant les points de vue de l'INT ainsi que les remarques et réponses des opérateurs :**

**a) Les recharges (carte/ticket ou tout autre moyen de recharge) :**

L'INT estime que les recharges sont conçues principalement pour bénéficier des services de télécommunications et constituent un moyen de paiement pour les offres prépayées (+87% du parc des abonnés mobiles en Tunisie).

Ainsi, le contrôle et la préservation de la valeur du marché nécessitent dans la pratique la prise en considération de la contrepartie payée par le consommateur pour avoir un solde lui permettant d'utiliser des prestations de télécommunications.

En vue de réduire aux maximum les pratiques pouvant être la source de la destruction de la valeur du marché, l'INT estime, seulement pour cette fin, que les recharges sont intimement liées aux services de télécommunications et sont par conséquent considérées dans ce contexte comme étant des cadeaux sujets à une régulation préalable de l'INT.

Pour le point relatif au périmètre à considérer par l'INT pour la fourniture de cadeaux sous forme de carte/ ticket de recharge, les avis des ORPT sont divergents. En effet, la société \*\*\*\*\* estime que la recharge devrait être considérée comme un service de télécommunications. La recharge n'a de valeur que pour acheter des services télécommunications. Par ailleurs, et si on ne considère plus la recharge comme un service de télécommunication, la taxe de 14% ne devrait plus être applicable.

Quant à la société \*\*\*\*\* , elle considère la recharge comme étant un moyen de gratification attractif pour les abonnés, puisqu'ils pourront la consommer selon leur besoin (data, voix, SMS, service à contenu, don ou autre). De point de vue opérateur, il s'agit d'abord d'un moyen

de recrutement de réactivation et d'animation de la base, mais aussi un moyen pour augmenter la valeur. En effet, un abonné qui a gagné une recharge sera tenté d'acheter un service qu'il n'aurait pas acheté sans la gratuité.

Pour la Société \*\*\*\*\* , elle considère que les recharges ne constituent pas logiquement des services de télécommunications.

**b) L'impact du lancement des jeux promotionnels sur le développement des activités des start-up et du contenu local :**

L'INT estime que les jeux promotionnels à lancer par les opérateurs de réseaux publics de télécommunications pourraient être une occasion pour des éventuels partenariats entre les opérateurs et les sociétés de start-up notamment pour le développement des applications et du contenu local surtout avec l'accroissement des jeux moyennant les canaux digitaux.

En ce qui concerne l'impact du lancement des jeux promotionnels sur le développement des activités des startups, les opérateurs ont estimés que les jeux promotionnels sont susceptibles de développer des activités de startup s'ils se basent sur des concepts plus innovateurs.

En effet, la société \*\*\*\*\* a signalé que les actions qu'elle a menées n'ont pas concernés les startup. Toutefois l'opérateur a exprimé sa volonté de développer des concepts de partenariat avec celles-ci selon les règles de la loi n°2002-62 du 9 juillet 2002 et s'inspirer des expériences d'autres pays qui proposent ce genre d'actions. Le fait que ces jeux passent par des canaux digitaux est également un élément très important pour promouvoir la digitalisation.

Quant à la société \*\*\*\*\* , elle a précisé qu'elle peut solliciter l'intervention de développeurs externes notamment les start-ups, dans le cadre du lancement des jeux promotionnels ou jeux ponctuels liés à des évènements ou le lancement d'un nouveau concept innovant de jeu, pour assurer aussi bien le développement mais aussi l'opération et la maintenance de ces applications. Ce qui peut effectivement dynamiser le marché local des start-ups.

Pour la Société \*\*\*\*\* elle estime également que le lancement des jeux promotionnels peut être un levier de développement des startups par la proposition des concepts innovateurs orientés digital.

**c) Le niveau du plafond annuel à fixer pour les cadeaux à offrir sous forme de services de télécommunications :**

Par référence aux statistiques afférentes aux jeux telles que communiquées à l'INT et également aux données comptables des opérateurs, l'INT estime que le plafond annuel à ne pas dépasser **pour les cadeaux à offrir sous forme de services de télécommunications** pourrait être fixé raisonnablement à environ 1% du budget, annuel moyen des opérateurs sur trois exercices, alloué aux frais de publicité et de marketing. **Ce qui correspond à une moyenne de 300 mille dinars.**

Par ailleurs, l'INT considère que ce plafond fera l'objet d'une éventuelle révision selon les besoins et les observations annuelles.

La société \*\*\*\*\* estime que la proposition de fixer un montant sur la base du budget marketing est discriminante et avantage les opérateurs ayant la taille la plus importante. La société : a indiqué qu'il faudra traiter les opérateurs de la même manière et fixer un seuil maximum à ne pas dépasser qui serait le même quel que soit la taille de l'opérateur et non un pourcentage d'un budget qui reste déclaratif et non contrôlé en amont. Ce montant doit valoriser les services télécommunications au tarif de détail.

La société \*\*\*\*\* considère que le fait de lancer un jeu qui vise à gratifier l'accès quotidien aux applications digitales peut induire un dépassement rapide d'un budget fixé à l'avance, et donc peut être un frein s'il n'est pas bien dimensionné. La société \*\*\*\*\* : propose d'augmenter le budget avec la possibilité de le réajuster en cas de besoin.

La Société suggère de s'aligner aux règles de la loi du ministère de commerce relatif à la fixation de la valeur maximal du lot accordé.

**d) Les modalités de traitement des jeux promotionnels incluant des services de télécommunications :**

Pour respecter les conditions afférentes aux jeux (la loi n° 2002-62 du 9 juillet 2002 et l'arrêté du 21 janvier 2019) et à la fois préserver la valeur des différents services sans pour autant alourdir les procédures pour les opérateurs, l'INT estime qu'il est nécessaire de demander à chacun des opérateurs de lui soumettre une notice pour chaque action envisagée qui intègre une composante "service de télécommunications".

Cette notice devrait être accompagnée par les éléments suivants :

- Le budget alloué à l'action/jeu,
- La période et la date de commercialisation de l'action/jeu,
- Les lots offerts et le nombre de gagnants relatifs à l'action/jeu,
- Le règlement du jeu conformément à la réglementation en vigueur.

Par ailleurs, et pour permettre à l'INT de tenir compte de l'impact de ces jeux sur le marché, chaque opérateur est tenu de fournir à l'INT toutes les données sur les réalisations, au plus tard sept (07) jours après la fin de chaque jeu/action.

La société \*\*\*\*\* considère que les éléments qui doivent être transmis à l'INT sont les suivants :

- La période et la date de commercialisation de l'action/jeu,
- Les lots offerts et le nombre de gagnants relatifs à l'action/jeu.
- Le règlement du jeu conformément à la réglementation en vigueur.

Le budget de chaque action est déduit de la valeur des lots de télécommunications accordés. La société \*\*\*\*\* propose également une notification du jeu trois jours avant le lancement afin de pouvoir garantir la dynamique et l'agilité nécessaires au succès des actions surtout que le lancement d'un jeu est lié parfois à des événements sportifs et culturels qui peuvent être programmés dans des délais serrés.

La société \*\*\*\*\* estime que les différents détails d'un jeu notamment la période exacte du jeu, les lots à offrir (hors telco) et la communication font souvent l'objet de différents changements jusqu'à la dernière minute et que la communication du règlement de jeu signé deux semaines à l'avance constitue une contrainte.

La société \*\*\*\*\* propose d'adopter plus de flexibilité et uniquement stipuler dans la décision de l'accord par l'INT que le lancement du jeu est conditionné par l'envoi par l'opérateur du règlement du jeu signé à l'INT.

La Société \*\*\*\*\* considère que l'objectif des jeux promotionnels est de stimuler l'usage (voix ou data) dans une période limitée (au max 1 mois) tout en offrant à la base clientèle la possibilité de réaliser des gains. Le lot accordé pour un nombre limité de gagnants par rapport à la stimulation d'usage de tous les participants aux jeux est le garant de la non-destruction de valeur du marché.

Il est à noter que La société T\*\*\*\*S\*\*\*\*(L \*\*\*\* ) et la société C\*\* | C\*\* C\*\* n'ont pas réagi à la consultation publique.

**Au vu de ce qui précède, l'Instance Nationale des Télécommunications, après en avoir délibéré le 04 Mai 2022,**

**Décide :**

**Article premier :**

La présente décision a pour objet de fixer les règles et méthodes d'examen des jeux promotionnels proposant des composantes « services de télécommunications ».

**Article 2 :**

Les opérateurs de réseaux publics de télécommunications sont tenus de :

- Présenter à l'Instance une notice portant publicité du jeu promotionnel proposant des composantes services de télécommunications au moins sept (07) jours avant la date envisagée de commercialisation de tout nouveau jeu ou de modification de l'une des caractéristiques d'un jeu existant.
- Préciser dans la notice publicitaire présentée à l'Instance Nationale des Télécommunications ce qui suit :
  - ✓ Le budget alloué à l'action/jeu,
  - ✓ La durée, le délai et la fréquence de l'action/jeu,
  - ✓ Le mode de participation au jeu,
  - ✓ La liste des lots/cadeaux mis en jeu,
  - ✓ Le nombre et la valeur marchande des lots/cadeaux,
- La notice devrait être accompagnée par le règlement du jeu conformément à la réglementation en vigueur.

Afficher les **dates de début et de fin** du jeu promotionnel sur tous les supports de communication.

- Communiquer à l'INT, au plus tard sept (07) jours après la fin du jeu/action, toutes les données sur les réalisations y relatives.

Les opérateurs de réseaux publics de télécommunications sont tenus également d'observer les exigences suivantes :

- Le plafond annuel des cadeaux à offrir sous forme de services de télécommunications est fixé à **trois cent mille dinars (300 000 dinars) toutes taxes comprises**. Les cadeaux sous forme de recharge font partie des cadeaux soumis à ce plafond annuel.
  - La durée maximale de l'organisation du jeu promotionnel est fixée à quatre-vingt-dix jours (90 jours).
  - La valeur maximale du cadeau à attribuer est fixée à cinquante mille dinars (50 000 dinars) toutes taxes comprises.
- Les jeux promotionnels doivent respecter la réglementation en vigueur concernant la commercialisation des jeux promotionnels notamment la loi n°2002-62 du 9 juillet 2002 relatives aux jeux promotionnels et l'arrêté du ministre du commerce et de l'artisanat du 21 janvier 2019.

**Article 3 :**

Cette décision prend effet à partir de sa notification aux acteurs et sera publiée sur le site Web de l'Instance Nationale des Télécommunications.

**Article 4 :**

Le Président de l'Instance Nationale des Télécommunications est chargé de l'exécution de la présente décision, qui sera notifiée aux opérateurs de réseaux publics de télécommunications.

La présente décision a été rendue le 04 Mai 2022 par le Collège de l'Instance Nationale des Télécommunications composé de :

- **M. Mohamed Tahar MISSAOUI** : Président
- **M. Chaker TOUATI** : Vice-présidente
- **Mme Chiraz TLILI** : Membre permanent
- **M. Majdi HASSAN** : Membre
- **M. Kamel REZGUI** : Membre

**Le Président de l'Instance  
Nationale des Télécommunications  
Mohamed Tahar MISSAOUI**

