



DECISION N° 030 /ARCEP/DG/26

Fixant aux opérateurs de communications électroniques mobiles des principes de transparence, de non-discrimination et d'équité applicables aux offres permanentes et promotionnelles

LE DIRECTEUR GENERAL DE L'AUTORITE DE REGULATION DES COMMUNICATIONS ELECTRONIQUES ET DES POSTES

Sur rapport conjoint du directeur des marchés et régulation par la donnée et du directeur juridique et de la protection des consommateurs,

Vu la loi n°2012-018 du 17 décembre 2012 sur les communications électroniques, telle que modifiée par la loi n° 2013-003 du 19 février 2013 ;

Vu la loi n°99-011 du 28 décembre 1999 portant organisation de la concurrence au Togo ;

Vu le décret n°2023-040/PR du 5 avril 2023 fixant les taux, les modalités de recouvrement et d'affectation des frais et redevances dues par les opérateurs et exploitants de réseaux et services de communications électroniques, les fournisseurs d'équipements et terminaux et les installateurs d'équipements radioélectriques ;

Vu le décret n°2022-030/PR du 16 mars 2022 portant plan national d'attribution de fréquences radioélectriques (PNAF) ;

Vu le décret n°2021-072/PR du 24 juin 2021 portant définition des règles d'identification des marchés pertinents et de désignation des opérateurs puissants dans le secteur des communications électroniques ;

Vu le décret n°2020-085/PR du 15 octobre 2020 portant nomination du directeur général de l'Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes (ARCEP) ;

Vu le décret n°2020-023-PR du 07 avril 2020 portant nomination des membres du comité de direction de l'ARCEP et de son président ;

Vu le décret n°2015-091/PR du 27 novembre 2015 portant organisation et fonctionnement de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) modifié par le décret n°2022-100/PR du 07 octobre 2022 ;

Vu le décret n°2014-112/PR du 30 avril 2014 portant sur l'interconnexion et l'accès aux réseaux de communications électroniques modifié par le décret n°2018-144/PR du 3 octobre 2018 ;



Vu le décret n°2014-088/PR du 31 mars 2014 portant sur les régimes juridiques applicables aux activités de communications électroniques modifié par le décret n°2018-145/PR du 3 octobre 2018 ;

Vu l'arrêté n°006/MPEN/CAB du 12 juin 2018 portant extension à la 4G et renouvellement de licence de l'opérateur Atlantique Telecom Togo (devenu MOOV AFRICA TOGO) pour l'établissement et l'exploitation de réseaux de communications électroniques mobiles ;

Vu l'arrêté n°004/MPENIT/CAB du 06 novembre 2019 portant renouvellement de la licence de la société Togo Télécom et portant autorisation du changement de contrôle de la société des télécommunications du Togo (TOGO TELECOM) ET DE TOGO CELLULAIRE ;

Vu la décision n°186/ARCEP/DG/21 du 06 août 2021 portant obligation aux opérateurs de services de communications électroniques mobiles d'envoyer une alerte aux consommateurs à l'épuisement des forfaits ;

Vu la décision n°158/ARCEP/DG/21 du 19 juillet 2021 précisant les conditions de la mise à disposition des consommateurs de services de communications électroniques, les détails de facturation, à leur demande ;

Vu la décision n°011/ARCEP/DG/21 du 19 janvier 2021 portant définition de principes tarifaires applicables aux services de communications électroniques ;

Vu la décision n°013/ART&P/DG/20 du 20 janvier 2020 relative à l'obligation de communication systématique de données par les opérateurs de réseaux et services de communications électroniques ouverts au public ;

Considérant le cahier des charges pour l'établissement et l'exploitation de réseaux de communications électroniques mobiles 2G, 3G et 4G par TOGO CELLULAIRE signé le 22 novembre 2019 entre l'Autorité de régulation et la société TOGO CELLULAIRE ;

Considérant le cahier des charges pour l'établissement et l'exploitation de réseaux de communications électroniques mobiles 2G, 3G et 4G par ATLANTIQUE TELECOM TOGO signé le 18 décembre 2018 entre l'Autorité de régulation et ATLANTIQUE TELECOM TOGO ;

Considérant que conformément à la loi sur les communications électroniques, l'Autorité de régulation doit veiller à la protection des intérêts des consommateurs ;

Que les plaintes des consommateurs de services de communications électroniques relatives à la perte des volumes non consommés à l'expiration des délais de validité sont devenues récurrentes ;

Que les éléments ressortis des instructions dans le cadre de la procédure de sanction ouverte contre les opérateurs mobiles TOGO CELLULAIRE et MOOV AFRICA TOGO le 10 janvier 2025, pour écarts importants constatés entre le volume de data mobile réellement consommé et le volume facturé, démontrent que ces écarts proviennent notamment de l'application de pas de facturation au Mégaoctet avec des arrondis au Mégaoctet suivant ;

Que les résultats du Rapport d'enquête de satisfaction client réalisée par l'ARCEP en mai-juin 2025 et les retours d'information de la campagne nationale de sensibilisation sur l'étendue du territoire, font état, entre autres, de sentiments d'injustice provoqués par la perte des volumes non consommés à l'expiration des délais de validité ;

Considérant que le marché togolais est marqué par le systématisme des promotions, ces promotions apparaissant comme un élément clé du marché, et non pas un élément annexe qui jouerait un rôle accessoire de dynamisation temporaire et d'animation commerciale ;

Considérant que l'abondance des offres promotionnelles sur un marché donné comporte les risques suivants :

- Un manque de transparence pour le client final, qui lorsque les promotions sont généralisées, ne peut, in fine, connaître le prix moyen des communications pratiqué par les différents opérateurs ;
- Un risque accru de non-respect des règles de la concurrence loyale de la part des opérateurs dominants (ciseau tarifaire, discrimination tarifaire, ...) ou autres (subventions croisées, dumping, ...) ;
- Un risque accru de non-respect des obligations en matière de QoS, les clients étant incités à concentrer leurs appels sur des périodes limitées dans le temps ;

Considérant la nécessité de disposer d'offres promotionnelles adaptées aux intérêts des consommateurs dans le respect d'une concurrence loyale ;

Considérant les soumissions récurrentes à l'Autorité de régulation des projets de prolongation ou de reconduction des offres promotionnelles ;

Considérant que le projet de texte de la présente décision a été soumis le 16 janvier 2026 en consultation aux parties intéressées pertinentes notamment les trois associations de consommateurs (ATC, LCT et MMLK) et les deux opérateurs de réseaux et services de communications électroniques mobiles (Togo Cellulaire et Moov Africa Togo) ;

Considérant que ces parties ont fait leurs observations et apporté leurs contributions aux mesures envisagées ;

Que prenant en compte les contributions pertinentes des parties intéressées et l'état de la réglementation en vigueur, l'Autorité de régulation fixe les conditions et modalités applicables aux offres permanentes et promotionnelles des opérateurs de services de communications électroniques mobiles au Togo,

DECIDE

Article 1^{er} : Objet de la décision

En complément à la décision n°011/ARCEP/DG/21 du 19 janvier 2021, portant définition de principes tarifaires applicables aux services de communications électroniques, la présente décision définit des principes de transparence, de non-discrimination et d'équité liés aux offres permanentes et promotionnelles pour les services de communications électroniques mobiles.

Article 2 : Définitions

Au sens de la présente décision, on entend par :

- **Compte principal** : un compte par lequel l'abonné recharge des crédits pouvant être utilisés directement ou pour souscrire à des forfaits ou d'autres services ;
- **Option** : toute offre facultative non prévue dans la fiche tarifaire de l'offre de base, l'abonné pouvant l'activer moyennant le paiement d'un supplément de prix.
- **Offre** : produit ou service commercialisé et accessible au consommateur, de manière permanente, périodique ou d'une durée limitée. Elle peut inclure notamment des options ou avantages accordés à l'abonné à l'usage de tout service à valeur ajoutée et portant sur un produit de l'opérateur.
- **Offre de base** : toute prestation incluant de manière unitaire la voix, les SMS, la data ou un panier de ces services, commercialisée à des conditions tarifaires bien précises ;
- **Offre permanente** : produit commercialisé et accessible à tout moment aux consommateurs, sans limitation du temps de la vente.
- **Offre promotionnelle** : toute action commerciale, d'une durée limitée, entreprise par un opérateur sur un produit, en accordant un ou plusieurs avantages limités dans le temps, afin de permettre de développer *et/ou* de promouvoir les ventes ou l'utilisation d'un ou plusieurs service (s) objet de la licence de l'opérateur. Cette définition couvre aussi :
 - les ventes sous forme de packs (terminal associé à une carte SIM) comprenant des avantages comme le rabais sur l'accès, la voix, la data, SMS, etc., effectuées directement par l'opérateur ou indirectement selon la même formule et avec les mêmes avantages, par l'intermédiaire de concessionnaires des équipements terminaux ;
 - les avantages accordés à l'abonné à l'usage de tout service à valeur ajoutée et portant sur un produit de l'opérateur ;
 - les ventes effectuées par les points de vente des réseaux de distribution directs et indirects aux clients et organisées par les opérateurs en vue d'augmenter les revenus.
- **Pas de facturation** : correspond au plus petit montant de facturation appliqué par l'opérateur pour la tarification d'un service par unité de décompte du volume consommé.
- **Pas de décompte** : correspond à la plus petite unité de la consommation prise en compte par l'opérateur pour le comptage du volume d'un service ou d'un forfait. Il détermine la granularité avec laquelle la consommation réelle (voix, SMS, data) est convertie en volume facturé.
- **Produit** : un panier de services comprenant l'offre de base et les services additionnels s'il y a lieu ;
- **Service Pay As You Go ou Internet direct** : est un service proposé par l'opérateur qui permet à l'abonné de naviguer directement sur Internet avec son crédit de communication sans souscrire à un forfait spécifique.



Article 3 : Obligations d'information et de transparence sur les offres

Chaque opérateur de réseaux de communications électroniques mobiles est tenu de mettre à la disposition du public, en utilisant tous les supports de communication facilement accessibles, des informations claires, exhaustives, sans équivoque ni ambiguïté, sur les caractéristiques essentielles de leurs offres, qu'elles soient permanentes ou promotionnelles, en indiquant clairement les éléments ci-après :

- la désignation exacte de l'offre proposée ;
- les tarifs de l'offre toutes taxes comprises (TTC) en l'occurrence le tarif principal de l'offre lorsque celle-ci comprend plusieurs composantes tarifaires ;
- la ou les durée(s) minimale(s) d'engagement liée à l'offre ;
- la période de validité de l'offre (pour les offres promotionnelles) ;
- les conditions d'accès à l'offre ;
- au cas où un équipement ou une application spécifique est indispensable pour le fonctionnement du service proposé dans l'offre, ses caractéristiques ainsi que son prix (TTC).

Article 4 : Obligations de transparence dans les notifications des soldes des comptes

Chaque opérateur de réseaux de communications électroniques mobiles notifie à l'abonné par les canaux appropriés, à l'issue de chaque communication voix offerte sur son réseau, les informations sur la durée de la communication, le montant débité, les soldes du compte principal et des comptes auxiliaires.

Il informe le consommateur du solde résiduel de son forfait data au fur et à mesure que son volume souscrit est consommé, et communique de manière claire et accessible aux clients, les seuils de consommation déclenchant ces notifications. Ces seuils sont fixés à 80% du volume consommé.

Il informe en outre l'abonné par l'envoi de SMS, de l'arrivée imminente du terme de la durée de validité des avantages associés à l'offre, au moins 48 heures avant l'échéance. Pour les offres dont la validité est inférieure ou égale à 3 jours, cette information est donnée au moins 3 heures avant l'échéance.

Article 5 : Obligations de transparence garantissant un accès juste à Internet

1. Les opérateurs de communications électroniques mobiles veillent à ce que tout contrat incluant des services d'accès à l'internet contienne, au moins, ce qui suit :
 - a) des informations sur la manière dont les mesures de gestion du trafic appliquées par l'opérateur peuvent avoir une incidence sur la qualité des services d'accès à l'internet, sur le respect de la vie privée des utilisateurs finals et sur la protection de leurs données à caractère personnel ;
 - b) une explication claire et compréhensible en ce qui concerne la manière dont éventuellement le volume, le débit et d'autres paramètres de qualité de service, peuvent avoir une incidence concrète sur les services d'accès à l'internet, et en particulier sur l'utilisation de contenus, d'applications et de services ;



- c) une explication claire et compréhensible, en ce qui concerne le débit maximal estimé et annoncé pour le téléchargement descendant et ascendant des services d'accès à l'internet, ainsi que la manière dont des écarts significatifs par rapport aux débits annoncés de téléchargement descendant et ascendant peuvent avoir une incidence sur l'exercice des droits des utilisateurs finals énoncés ;
- d) une explication claire et compréhensible des voies de recours ouvertes au consommateur conformément au droit national en cas d'écart permanent ou récurrent entre les performances réelles des services d'accès à l'internet en matière de débit ou d'autres paramètres de qualité de service et d'expérience utilisateur et les performances indiquées conformément aux points a) à c).

Les opérateurs publient les informations visées au premier alinéa sur leur site web et les communiquent à l'Autorité de régulation.

2. Les opérateurs de communications électroniques mobiles établissent des procédures transparentes, simples et efficaces pour traiter les réclamations des utilisateurs finals concernant les droits et les obligations reconnues par le cadre légal et réglementaire.
3. Tout écart significatif, permanent ou récurrent, entre les performances réelles des services d'accès à l'internet en matière de débit ou d'autres paramètres de qualité de service et les performances indiquées par l'opérateur conformément aux points a) à c) du paragraphe 1, est, lorsque les faits pertinents sont établis par un mécanisme de surveillance agréé par l'Autorité de régulation, réputé constituer une performance non conforme aux fins du déclenchement des voies de recours ouvertes au consommateur conformément au droit national et dans le respect de la loi sur les communications électroniques et des cahiers des charges.

Article 6 : Unité de décompte et de facturation des services internet mobile

Le pas de décompte unique à appliquer pour tous les volumes de données mobiles souscrits ou octroyés, est l'**octet**.

Chaque opérateur applique un pas de facturation ou de décompte unique pour la décrémentation des volumes des offres internet permanentes ou promotionnelles y compris le service Pay As You Go ou Internet direct souscrits par les abonnés.

Chaque opérateur est tenu de mettre en œuvre les moyens techniques permettant une facturation effective de la consommation réelle de l'abonné, tout en garantissant la performance et la stabilité de ses systèmes.

Chaque opérateur est tenu de mettre en place un mécanisme permettant à tout utilisateur de services internet mobiles de consulter les soldes des forfaits data mobiles en cours de validité qui facilite la vérification du pas de décompte défini ainsi que de la consommation réelle des données en cas de besoin.

En outre, au sens de la présente décision, un gigaoctet (1Go) de données mobiles correspond à mille vingt-quatre (1024) Mégoctets (Mo).

Article 7 : Unité de décompte et de facturation des services de communications nationales voix sur le réseau mobile

Le pas de décompte de tous les services mobiles voix concernant les volumes souscrits ou octroyés à l'abonné est **une (1) seconde** quelle que soit l'offre.

Toutefois, une période transitoire dont la durée ne peut excéder douze (12) mois, est accordée aux opérateurs. Durant cette période, le pas de facturation est harmonisé à **30 secondes**. Les opérateurs indiquent pour chaque offre, de manière claire, le pas de facturation appliqué.

Chaque opérateur applique un pas de facturation ou de décompte unique pour la tarification des offres incluant les services voix, qu'elles soient permanentes ou promotionnelles.

Chaque opérateur est tenu d'appliquer le même pas de facturation pour tous les appels voix décomptés sur le compte principal ou tout sous-compte de bonus ou de gratuités quel que soit le jour.

Article 8 : Unité de décompte et de facturation des SMS nationaux

Le pas de décompte de tous les services mobiles SMS nationaux concernant les volumes souscrits ou octroyés à l'abonné ne peut excéder l'unité quelle que soit l'offre.

L'opérateur doit garantir qu'un SMS, lorsqu'il est rédigé exclusivement avec des caractères du jeu de caractères standard, offre une capacité pouvant atteindre 160 caractères.

Au sens de la présente décision, on entend par "jeu de caractères standard" l'ensemble restreint de caractères comprenant notamment les lettres majuscules et minuscules, les chiffres et les symboles usuels, dont l'utilisation permet de préserver cette capacité nominale de 160 caractères pour un SMS.

Chaque opérateur applique un pas de facturation ou de décompte unique pour la tarification des offres incluant les services SMS.

Sous réserve des services à valeur ajoutée ou spéciaux pour lesquels une surtaxe peut être appliquée, chaque opérateur est tenu d'appliquer le même tarif pour tous les services SMS décomptés sur le compte principal ou tout sous compte de bonus ou de gratuités quel que soit le jour.

Article 9 : Communication des offres promotionnelles à l'Autorité de régulation

Les opérateurs sont tenus de communiquer à l'Autorité de régulation, tout projet d'offre promotionnelle préalablement à son lancement ou à défaut, dans un délai de vingt-quatre (24) heures au plus tard après le lancement. Ils transmettent à cet effet et en même temps, l'ensemble des informations figurant en Annexe.

L'Autorité peut demander, en complément aux éléments figurant en Annexe, toute information qu'elle juge nécessaire pour l'examen du projet d'offre promotionnelle.

L'Autorité se réserve le droit de demander l'arrêt immédiat d'une offre promotionnelle durant

sa commercialisation, moyennant une décision motivée qui sera transmise à l'opérateur par courrier officiel.

Article 10 : Modalités de commercialisation des offres promotionnelles

Toute offre promotionnelle peut concerner une combinaison d'un ou de plusieurs produits ou services.

La durée de commercialisation d'une offre promotionnelle, y compris les prolongations et reconductions, ne peut dépasser quatre-vingt-dix (90) jours calendaires. Cette durée correspond à la période durant laquelle les souscriptions à la promotion sont permises.

La prolongation d'une offre promotionnelle doit être communiquée à l'Autorité de régulation au moins deux (2) jours ouvrés avant la fin de la promotion.

L'intervalle entre deux offres promotionnelles portant sur un même produit ou service, ne saurait être inférieur à la durée de validité des avantages associés de la dernière promotion, y compris les éventuelles prolongations et reconductions, à compter de la date de fin.

Une même offre promotionnelle, y compris sa prolongation éventuelle, ne peut être reconduite plus de douze (12) fois dans l'année.

Le nombre total de promotions lancé par un opérateur sur un trimestre calendaire ne peut dépasser trente (30).

Article 11 : Information transparente sur les offres promotionnelles

Tout lancement d'une offre promotionnelle doit se faire dans le respect des principes de transparence et de non-discrimination.

Toute offre promotionnelle lancée par un opérateur doit systématiquement être publiée sur son site web durant la période de validité de l'offre ainsi que sur des canaux officiels de référence notamment digitaux et classiques garantissant un accès transparent à toute sa clientèle.

Les opérateurs sont tenus de répondre à toute demande de clients voulant bénéficier de l'offre promotionnelle et veiller à fournir toutes les conditions et avantages conformément au contenu des offres promotionnelles.

Article 12 : Offres promotionnelles et qualité des services

Les opérateurs sont tenus d'assurer la disponibilité de leurs réseaux durant la période des effets de la promotion, dans le respect de leurs obligations de qualité de service.

L'Autorité de régulation se réserve le droit d'interdire la possibilité de lancement de promotions aux opérateurs présentant une défaillance majeure en termes de conformité aux exigences réglementaires en matière de qualité de service, notamment l'arrêté n°005/MENTD/CAB du 12 août 2022, portant définition des indicateurs de qualité des services mobiles 2G, 3G, 4G et leurs seuils.

Article 13 : Communication de données à l'Autorité de régulation

Les opérateurs sont tenus de transmettre à l'Autorité de régulation, les informations en rapport avec la performance commerciale des offres promotionnelles ainsi que leurs impacts sur le réseau, dans le cadre de la collecte trimestrielle des données.

En outre, ils sont tenus de répondre à toute demande d'informations de l'Autorité de régulation sur les performances de leurs réseaux en rapport avec les offres promotionnelles, dans le respect des délais précisés.

Article 14 : Utilisation des crédits de communications vers tout réseau

Les crédits de communications relevant des avantages accordés à la souscription de tout type d'offres, qu'elles soient promotionnelles ou permanentes, sont utilisables pour les communications vers tous les réseaux nationaux, notamment pour la voix et le SMS.

Toute discrimination dans l'utilisation des crédits de communications voix et SMS est interdite. A cet effet, la tarification applicable (tarif unitaire, principe de décompte du volume) aux avantages accordés à tout type d'offres (promotionnelles ou permanentes) doit être identique à celle applicable au solde du compte principal pour les communications à destination d'un autre opérateur national.

Article 15 : Traitement des volumes non consommés et arrivés à expiration

Les opérateurs sont tenus au respect strict de la durée de validité mentionnée dans les conditions initiales de l'offre pour toutes les offres (permanentes ou promotionnelles) assorties de limitation de délai d'utilisation des avantages associés journalières, hebdomadaires, mensuelles, etc.

Les volumes de forfaits voix et data obtenus par un client à l'issue d'un acte commercial relativement à une offre, sont acquis pour ce dernier et ne peuvent être automatiquement ni définitivement supprimés ou retirés par l'opérateur, si ceux-ci n'ont pas été intégralement utilisés au terme de la période de validité.

Ces avantages devront être conservés, réactivés et cumulés aux avantages liés au renouvellement de l'acte commercial sur **la même offre** lorsque la souscription, intervient dans un **délai dit de conservation**.

- Pour les offres dont la durée de validité est inférieure ou égale à dix (10) jours, le délai de conservation est de dix (10) jours suivant la date d'expiration du délai de validité ;
- Pour les offres dont la durée de validité est supérieure à dix (10) jours, le délai de conservation est de trente (30) jours suivant la date d'expiration du délai de validité.

Toutefois, à l'expiration de la durée de validité initiale et avant la souscription à une nouvelle offre dans les conditions fixées à l'alinéa ci-dessus, l'opérateur peut rendre indisponible le solde restant. De même, à l'expiration du délai de conservation, les avantages acquis peuvent être supprimés ou retirés par l'opérateur en cas de non-renouvellement de l'acte commercial.



Les opérateurs sont tenus de communiquer aux clients les informations relatives au délai de conservation des avantages acquis.

Article 16 : Validité du compte principal

Le compte principal reste valide tant que le numéro reste actif.

Le délai au bout duquel une carte SIM est considérée comme inactive est désormais portée à cent quatre-vingt (180) jours.

La présente disposition abroge toute disposition antérieure contraire de la décision n°076/ART&P/DG/16 du 17 juin 2016, fixant les conditions et délais de désactivation et de réattribution de numéros inactifs des abonnés aux services de communications électroniques mobiles.

Par contre, ce changement n'affecte pas la définition d'abonnés actifs telle qu'indiquée dans la décision n°013/ART&P/DG/20 du 20 janvier 2020, relative à l'obligation de communication systématique de données par les opérateurs de réseaux et services de communications électroniques ouverts au public.

Article 17 : Modalités de décomptes du volume et de la tarification

L'opérateur est tenu d'optimiser le nombre de comptes, notamment pour améliorer la lisibilité des offres et le suivi par l'abonné.

Il s'assure au minimum que, les effets des actions commerciales résultant du même produit soient cumulables et gérés dans un seul compte en cas de souscription multiple par l'abonné au même produit.

Dans les modalités de décompte du volume et de la tarification, en cas de pluralité des comptes, l'opérateur est tenu de prioriser successivement tous les comptes auxiliaires (sous-comptes) des avantages accordés notamment les gratuités offertes jusqu'à épuisement complet, avant tout décompte sur le solde du compte principal.

Le choix de l'ordre des critères de priorisation retenus par l'opérateur doit tenir compte des principes de non-discrimination, d'objectivité, de rationalité sous l'angle des choix de consommation de l'abonné. Dans tous les cas, la priorité doit être accordée au compte présentant le délai de validité résiduel le plus court.

D'autres précisions peuvent être apportées, le cas échéant, par l'Autorité de régulation notamment pour tenir compte des spécificités liées aux offres et des intérêts des parties.

Article 18 : Obligations de transparence et de lisibilité dans les publicités

Les messages publicitaires doivent contenir, quel que soit le support utilisé, une information claire et sans équivoque sur les caractéristiques essentielles de l'offre. Les opérateurs doivent communiquer aux clients par quel moyen accéder à toutes les autres conditions auxquelles l'offre est soumise. Ces informations doivent nécessairement être accessibles aux clients sur le site web de l'opérateur ou lorsque ces derniers saisissent l'opérateur via ses



canaux officiels d'informations.

Les opérateurs doivent s'interdire toute publicité de nature à induire en erreur leurs clients notamment par l'indication d'avantages ou attributs qui ne seraient pas effectivement accordés au titre du produit ou service objet de l'offre.

Ils s'abstiennent de diffuser des messages publicitaires comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou dissimulées de nature à induire le client ou le consommateur en erreur. Ils sont à cet effet tenus de prendre des mesures permettant de veiller notamment à :

- l'exactitude des informations relatives à l'offre,
- la précision sur la durée de disponibilité de l'offre en termes de quantité et de prix,
- la précision exacte sur l'origine du message publicitaire lorsqu'il est transmis par SMS ou par voie électronique,
- l'absence de toute mention de nature à induire volontairement ou involontairement le consommateur en erreur.

Ils doivent en outre assurer la lisibilité de toutes les composantes du message publicitaire, notamment afficher :

- clairement et explicitement le message principal de la publicité qui peut être le prix TTC ou toutes autres caractéristiques essentielles de l'offre ;
- lisiblement les différentes caractéristiques de l'offre telles que les conditions d'éligibilité et/ou les conditions d'application ;
- dans le même espace virtuel et dans les mêmes conditions que le message principal, toutes les autres conditions auxquelles l'offre est soumise.

La lisibilité doit se traduire par l'usage des caractères qui, par leur taille, leur couleur, leur contraste et leur emplacement dans le message publicitaire, permettent la lecture de toutes les mentions dans les conditions normales.

Article 19 : Égalité de traitement des partenaires des opérateurs

Les prestations offertes par d'autres partenaires concernant des services ou produits sur d'autres marchés peuvent donner lieu à l'octroi de gratuités ou avantages offerts pour l'utilisation d'un service objet de la licence dans les conditions prévues dans la présente décision.

A ce titre, toute vente de service ou recharge de crédit à travers une filiale de l'opérateur ou du même groupe ne peut donner lieu à l'octroi d'avantages supérieurs à ceux effectués avec d'autres partenaires.

Les volumes de services associés à toutes les offres ou prestations de services sur un autre marché, octroyés sous forme d'avantages (gratuités ou autres) en termes d'utilisation des services sur le marché des communications électroniques, doivent faire l'objet d'une vente entre les entités ou parties, aux conditions tarifaires applicables à ces services, conformément aux catalogues d'interconnexion et d'accès approuvés par l'Autorité de régulation.



Article 20 : Respect scrupuleux du droit des consommateurs de refuser de recevoir des messages publicitaires ou à visée commerciale

Les opérateurs de réseaux de communications électroniques ouverts au public sont tenus de respecter scrupuleusement les dispositions réglementaires les obligeant à permettre à leurs abonnés de refuser de recevoir des messages publicitaires ou à visée commerciale. Ils doivent communiquer à leurs abonnés le code unique attribué par l'Autorité de régulation, aux fins de permettre aux consommateurs de désactiver toute offre préalablement activée selon leur volonté.

Article 21 : Sanctions

Tout manquement aux dispositions de la présente décision expose le contrevenant aux sanctions prévues par la réglementation en vigueur.

Article 22 : Révision

L'Autorité de régulation procède à la révision de la présente décision, en cas de modification de l'environnement technique, économique et réglementaire ou de dysfonctionnements constatés sur le marché.

Article 23 : Disposition transitoire

Les opérateurs disposent d'un délai de soixante (60) jours à compter de la date d'entrée en vigueur de la présente décision pour se conformer aux dispositions et régulariser l'ensemble de leurs offres permanentes et promotionnelles.

Article 24 : Entrée en vigueur

La présente décision entre en vigueur à compter de la date de sa signature.

Lomé, le 19 FEV 2026


REPUBLICHE TOGOLAISE
Le Directeur
Général
Michel Yaovi GALLEY
Autorité de Régulation des
Communications Électroniques et des Postes

Ampliation

MESPTN.....	1
TOGO CELLULAIRE.....	1
MOOV AFRICA TOGO.....	1

ANNEXE DE LA DECISION

Cette annexe présente les informations qui doivent être transmises par les opérateurs à l'Autorité de régulation, au lancement de la promotion.

Opérateur :
Nom commercial :
Type de promotion
Nouvelle <input type="checkbox"/> Renouvellement <input type="checkbox"/> Modification <input type="checkbox"/>
Date de début de la précédente en cas de renouvellement ou modifiée <input type="text"/>
Nature de l'offre : <i>Préciser si Forfait, Bonus sur recharge ou sur forfait, Bonus sur consommation ou autre</i>
Description <i>Décrire les services concernés par la promotion</i>
Marché cible :
Date de début :
Date de fin :
Mécanisme de mise en œuvre de l'offre :
Détail de l'offre : Tarif, contenu, validité
Modalités d'activation
Modalités de désactivation
Autres précisions ou informations jugées utiles

Mode de publicité :

Préciser les canaux de communications qui seront utilisés

Facturation :

Détailler pour chaque service concerné par l'offre, la facturation applicable sur les différents comptes, y compris les sous-comptes, les comptes bonus ainsi que les pas de facturation et les règles d'usage

Impact prévisionnel de l'offre :

Prévision sur la période promotionnelle

Nombre d'utilisateurs ou de souscriptions prévisionnel	
Traffic prévisionnel (en minutes, Mo et SMS) facturé et gratuit	
Revenu prévisionnel HT	
Charges prévisionnelles HT	
Marge prévisionnelle HT	