



**Décision Coll/Reg/2024/12 de l'Instance Nationale des Télécommunications en date du 25 septembre 2024 portant fixation des règles et conditions de commercialisation des actions de type « Customer Consumer Value »**

**L'Instance Nationale des Télécommunications,**

Vu la loi n° 92-117 du 7 décembre 1992 relative à la protection du consommateur,

Vu la loi n° 98-40 du 2 juin 1998 relative aux techniques de vente et à la publicité commerciale,

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 et par la loi n° 2008-1 du 8 janvier 2008 et par la loi n° 2013-10 du 12 avril 2013,

Vu la loi n° 2002-62 du 9 juillet 2001 relative aux jeux promotionnels,

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 fixant les conditions de fourniture du service de téléphonie sur protocole internet tel que modifié par le décret n° 2012-2000 du 18 septembre 2012,

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 tel que modifié et complété par le décret n° 2014-53 du 10 janvier 2014 et le décret gouvernemental n° 912 du 14 août 2017,

Vu le décret n° 2012-2361 du 5 octobre 2012, fixant les services de télécommunications soumis à un cahier des charges,

Vu le décret n° 2014-412 du 16 janvier 2014, fixant les conditions et les procédures d'octroi de l'autorisation pour l'exercice de l'activité d'opérateur d'un réseau virtuel des télécommunications,

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 la décision n° 54 de l'Instance Nationale des Télécommunications 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 destinées au grand public telle que modifiée et complétée par les décisions Coll/Reg/09 du 12 avril 2017 et Coll/Reg/2017/17 du 20 décembre 2017,

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

Vu la décision Coll/REG/2017/13 de l'Instance Nationale des Télécommunications en date du 24 mai 2017 portant sur l'arrêt de la commercialisation des offres à bonus permanent des opérateurs des réseaux publics des Télécommunications,

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



Vu la décision Coll/REG/2020/13 de l'Instance Nationale des Télécommunications en date du 23 décembre 2020 portant fixation des règles et des conditions de commercialisation des actions de type "Customer Value Management",

Vu la décision Coll/REG/2022/10 de l'Instance Nationale des Télécommunications en date du 18 mai 2022 portant sur la révision de quelques mesures de régulation entreprises par l'Instance Nationale des Télécommunications en matière d'offres commerciales,

Vu la consultation publique relative à la révision des règles et des conditions afférentes aux actions de type "Customer Value Management" (CVM) lancée par l'Instance Nationale des Télécommunications en date du 27 août 2024,

Vu les courriers des Sociétés Ooredoo Tunisie et Orange Tunisie en réponse aux questions posées au niveau de la consultation publique reçus en date du 05 septembre 2024,

Vu le courrier de la Société Nationale des Télécommunications en réponse aux questions posées au niveau de la consultation publique reçu en date du 09 septembre 2024,

Vu le PV de la réunion qui s'est tenue au siège de l'Instance Nationale des Télécommunications en présence des représentants des trois opérateurs des réseaux publics des télécommunications, en date du 12 septembre 2024 et ayant pour objet la discussion des règles relatives aux actions CVM,

Vu les retours de la Société Nationale des Télécommunications et de la Société Ooredoo Tunisie à l'issue de ladite réunion en date du 18 septembre 2024,

Vu le retour de la Société Orange Tunisie à l'issue de ladite réunion en date du 20 septembre 2024,

## 1. Considérant le contexte

L'Instance Nationale des Télécommunications a rendu plusieurs décisions règlementaires et a entrepris de multiples mesures qui sont de nature à empêcher l'exercice des éventuelles pratiques anticoncurrentielles, à conserver les droits du consommateur et à permettre un développement normal et durable du marché. Parmi les mesures de régulation ayant eu un impact sur le secteur TIC en Tunisie on peut citer notamment :

- Fixation des procédures d'examen des offres des services de détail destinées au grand public (décision 54 du 11 juin 2014 susvisée telle que complétée et modifiée). Cette décision ne s'est pas limitée uniquement aux procédures mais elle a également fixé des niveaux minima au-dessous desquels les opérateurs ne sont pas autorisés à fixer leurs tarifs commerciaux pour les trois types des prestations (voix, SMS, et data mobile).

Cette décision a été motivée par les constats établis sur la destruction de valeur du marché. Ces constats, ont été confortés par les résultats issus des missions d'audit des états de synthèse dégagés par la comptabilité analytique des opérateurs.

Les niveaux des tarifs minima (ARPM, ARPSMS et ARPG) ont été révisés en fonction de l'évolution du marché.

- Arrêt de commercialisation des offres à bonus permanent des opérateurs de réseaux des télécommunications (Décision Coll/REG/2017/13 du 24 mai 2017 susvisée). L'Instance a jugé que ces offres sont de nature à détruire la valeur du marché particulièrement pour la voix.
- Fixation des règles d'affichage des tarifs et des conditions de vente des services de télécommunications et de services à contenu des opérateurs de réseaux et des fournisseurs de



service internet et des services à valeurs ajoutées (Décision Coll/REG/2017/10 du 12 Avril 2017 susvisée). Cette décision vise la protection du consommateur en lui garantissant le droit à une information transparente et fiable.

- Fixation des règles et des conditions afférentes aux actions CVM par la décision Coll/REG/2020/13 du 23 décembre 2020 susvisée, l'Instance a révisé lesdites conditions par sa décision Coll/REG/2022/10 du 18 mai 2022.

Ces décisions visent à instaurer un environnement propice à la croissance de l'activité économique de tous les acteurs sur le marché et à l'investissement en mettant en place une concurrence saine et loyale entre les différents acteurs du marché.

Toutefois, en vue d'améliorer la situation concurrentielle dans le marché des télécommunications tunisien et de préserver la valeur des services de télécommunications (voix, internet ...), l'Instance Nationale des Télécommunications estime qu'il est opportun de faire une évaluation de l'impact de ces mesures sur le marché tunisien des télécommunications et d'apporter les modifications nécessaires aux méthodes, principes et règles à respecter par les opérateurs de réseaux publics de télécommunications et les opérateurs de réseaux virtuels des télécommunications.

## 2. Considérant le cadre actuel des actions CVM ainsi que les remarques et réponses des opérateurs :

### a) Cadre actuel des actions « Customer Value Management » (CVM) :

Il convient de rappeler qu'au niveau de sa décision Coll/Reg/2020/13 portant fixation des règles et des conditions de commercialisation des actions CVM telle que modifiée par la décision Coll/Reg/2022/10, l'Instance Nationale des Télécommunications a estimé qu'il est opportun d'autoriser le lancement des actions CVM sur une durée limitée dans le temps ayant pour objectif l'instauration d'un environnement propice à la croissance de l'activité économique de tous les acteurs sur le marché et à l'investissement en mettant en place une concurrence saine et loyale entre les différents acteurs du marché dans un contexte de régulation symétrique, en observant les exigences suivantes :

- ❖ La valeur de chaque action envisagée ne doit pas dépasser 3,781 DT HT (soit 4,500 DT TTC pour une TVA de 19%) pour chaque abonné.
- ❖ L'action doit être créatrice de valeur.
- ❖ La durée maximale de commercialisation d'une action CVM ne doit pas dépasser 05 jours par action.
- ❖ Le nombre total des abonnés ciblés par une action ne doit en aucun cas dépasser 5% du parc d'abonnés RGS 180.
- ❖ L'intervalle entre deux actions CVM ne doit pas être inférieur à 30 jours à partir du dernier jour de sa commercialisation. Cet intervalle n'est plus exigé si les actions sont différentes (cibles, ou mécanismes, ou conditions ...)

Il a été décidé également au niveau de la décision susmentionnée que l'Instance Nationale des Télécommunications assurera le contrôle et le suivi permanent des actions lancées sur le marché et évaluera l'impact de ce genre d'offres sur le marché et sur son développement. A la lumière des résultats de l'étude d'impact, l'Instance pourrait revoir sa position quant aux actions CVM."



Par ailleurs, lors des échanges ayant eu lieu sur le projet de la décision en question, les acteurs ont considéré qu'il y a une fine différence entre offre et action de type CVM en estimant que le CVM reste une action très ponctuelle, limitée dans le temps et ayant un objectif précis et ciblé. Aussi, au niveau de la même décision, il a été décidé que l'Instance engagera périodiquement (notamment chaque six mois ou lorsqu'elle juge nécessaire) une étude d'impact des actions CVM sur l'évolution des indicateurs du marché et plus particulièrement sur les revenus. A la lumière des résultats de l'étude d'impact, l'Instance pourrait revoir sa position quant aux actions CVM".

Toutefois, l'Instance Nationale des Télécommunications a détecté la présence de plusieurs pratiques en relation avec les actions CVM sur le marché ayant fait l'objet de plusieurs contestations (litiges, réclamations,) dont notamment :

- ❖ Lancement des actions CVM sans les soumettre préalablement à l'avis de l'Instance.
- ❖ Lancement des actions non conformes à celles ayant fait l'avis de non-objection de l'Instance.
- ❖ Communication grand public sur les actions CVM.

Ceci étant, et dans le cadre de sa mission de contrôle et de suivi de l'évolution du marché, l'Instance Nationale des Télécommunications a constaté que dans certains cas la commercialisation des CVM a créé une confusion entre les offres commerciales et les actions dites CVM qui pourrait avoir des conséquences importantes sur la perception client créant ainsi une confusion chez l'abonné, ce qui a engendré une opacité et un manque de transparence pour tous les acteurs du marché, notamment concernant les tarifs des prestations par rapport aux niveaux minima arrêtés, l'Instance Nationale des Télécommunications a informé tous les acteurs en date du 30 mai 2024 qu'il n'est plus possible de combiner les actions CVM avec des offres/options qui sont commercialisées sur le marché et les a invité à faire parvenir à l'Instance Nationale des Télécommunications :

- Une analyse motivée de l'impact des actions CVM sur le marché (chacun selon son point de vue).
- Toutes les données nécessaires pour que l'Instance Nationale des Télécommunications puisse mener une analyse d'impact sur tout le marché.

Par ailleurs, l'Instance a exprimé sa prédisposition à étudier **toute proposition qui est de nature à préserver la valeur du marché et à augmenter la dynamique concurrentielle** (basée sur l'innovation et non sur la guerre des prix au détriment de la qualité).

À cet égard, l'Instance a jugé opportun de réviser sa position se rapportant au contrôle tarifaire et ce conformément à la réglementation en vigueur. Une position instaurant un système qui est de nature à trouver un juste équilibre entre la rentabilité et la pérennité de l'activité des acteurs d'une part et la proposition des tarifs abordables qui profitent aux consommateurs finaux d'autre part.

Ce système devrait in fine :

- ❖ Permettre de palier aux lacunes des dispositions régissant actuellement les actions CVM.
- ❖ Donner plus de précision sur le cadre régissant les actions CVM
- ❖ Donner plus de flexibilité aux opérateurs.
- ❖ Préparer le marché à un passage pour une régulation ex-post.



**b) Consultation publique et réponses des opérateurs de réseaux publics des Télécommunications (ORPT) :**

❖ **Consultation publique :**

Au vu du cadre actuel des actions CVM et des constats relevés sur le marché des télécommunications en relation avec ces actions, l'Instance Nationale des Télécommunications a lancé une consultation auprès des opérateurs de réseaux publics de télécommunications en vue de modifier sa décision Coll/Reg/2022/10 en date du 18 mai 2022 dans le sens d'appliquer de nouvelles règles qui se rapportent aux éléments suivants :

- **Abonnés cibles**
- **Seuil du nombre des abonnés à cibler par mois**
- **Récurrence des actions CVM par abonné et valeur**
- **Canaux de communication**
- **Combinaison action CVM et offre commerciale**
- **Avis préalable de l'Instance Nationale des Télécommunications**

❖ **Réponses des acteurs :**

**i. Abonnés cibles**

Concernant **les abonnés cibles**, l'Instance a considéré qu'un abonné (chaque SIM) n'est ciblé par une action CVM qu'après au moins deux (02) mois d'ancienneté à compter de la date d'activation de sa ligne.

La Société Nationale des Télécommunications a proposé d'intégrer au niveau des abonnés cibles les nouvelles acquisitions ayant une ancienneté de sept (07) jours.

La Société Ooredoo Tunisie a proposé, quant à elle, de cibler les cartes SIM nouvellement activées après les trente (30) premiers jours tout en mettant l'accent sur le fait que cette pratique permettra à l'opérateur de sécuriser et couvrir les coûts d'acquisition.

Par contre, la Société Orange Tunisie a proposé d'adresser les clients dès leur acquisition afin de stimuler l'usage du client. En effet, Orange Tunisie considère que l'opérateur peut anticiper les besoins des clients et commencer les actions de ciblage spécifique, dès le premier acte et même en absence d'acte de la part du client.

**ii. Seuil du nombre des abonnés à cibler par mois**

Concernant **le seuil du nombre des abonnés à cibler par mois**, l'Instance a considéré que le nombre total des abonnés à cibler par mois par l'ensemble des actions CVM ne doit en aucun cas dépasser 15% du parc d'abonnés RGS 180.

La Société Nationale des Télécommunications a proposé de cibler tout le parc ou à défaut de considérer la base de parc d'abonné RGS90 avec un taux de 30%, étant donné que c'est la définition même d'un parc actif.

La Société Ooredoo Tunisie a proposé, quant à elle, de ne pas caper le nombre des clients à cibler par mois et de se limiter à un plafond de 15% du parc d'abonnés RGS 180 par action.



La Société Orange Tunisie a proposé, de son côté, de préciser le seuil du nombre des abonnés à cibler par mois à un nombre (en volume) à fixer par l'Instance pour tous les opérateurs et non pas à un taux lié au parc de chacun des opérateurs.

Lors de la réunion du 12 septembre 2024 susvisée, les opérateurs ont sollicité l'Instance pour réviser la question du seuil du nombre des abonnés à cibler par mois en présentant les arguments en faveur d'un ciblage du parc total d'abonnés. Les opérateurs ont communiqué à l'Instance leur argumentaires sur ce point.

La société Nationale des Télécommunications a indiqué que l'action CVM cible minutieusement les clients en se basant sur plusieurs critères, ainsi, elle a recommandé d'éliminer le seuil de ciblage permettant ainsi de cibler 100% du parc.

La Société Ooredoo Tunisie a estimé également qu'il est opportun de ne discriminer aucun client en le limitant à un pourcentage fixe de la base totale, car l'action CVM vise à valoriser le client, à l'amener vers des produits pertinents et à améliorer son expérience client et sa valeur. Elle a également précisé que les actions CVM proposés ne réduisent pas ou ne diluent pas les revenus du client, mais sont des actions stratégiques conçues pour stimuler une croissance pertinente et augmenter la valeur client sans cannibaliser son comportement naturel. Cette approche conduit à une plus grande fidélité client, à un engagement plus élevé et à une rentabilité durable, qui sont bénéfiques pour l'opérateur de réseaux publics des Télécommunications et le secteur à long terme. La Société Ooredoo Tunisie a recommandé de cibler tout le parc d'abonnés.

Bien que la Société Orange Tunisie eût formulé un avis favorable pour cibler tout le parc lors de la réunion du 12/09/2024, elle a formulé dans sa dernière position (en date du 20 septembre 2024) qu'elle n'est plus favorable à cette proposition qui présente un risque de destruction de valeur sur le marché. Orange Tunisie a ainsi maintenu sa demande sur la fixation par l'Instance d'un nombre maximal de clients par opérateur à adresser par mois, qui soit identique pour tous les opérateurs du marché.

### iii. Récurrence des actions CVM par abonné et valeur

Concernant **la récurrence des actions CVM par abonné et la valeur maximale**, l'Instance Nationale des Télécommunications a considéré qu'un abonné ne peut bénéficier que d'une seule action CVM au maximum par mois avec une valeur maximale de 4,5 DT TTC.

La Société Nationale des Télécommunications a proposé de maintenir la valeur maximale de 4,5 DT TTC par abonné par mois (calendaire) et d'accorder au client la possibilité de bénéficier plus qu'une fois d'actions CVM s'il n'a pas atteint le plafond mensuel de 4,5 DT. Elle a également recommandé d'augmenter le seuil pour les segments VHV (Very High Value).

La Société Ooredoo Tunisie a indiqué qu'elle n'est pas favorable à la fixation d'un plafond mensuel et considère que les offres CVM doivent répondre aux besoins de l'abonné et optimiser son utilisation. Elle a recommandé également de fixer une valeur « gratuité CVM » pour chacune des catégories de forfaits notamment comme suit :

- Une gratuité CVM pouvant aller à 4,5 DT pour les petits bundles.
- Une valeur de gratuité CVM qui dépend des paliers ARPG fixés par l'Instance pour les autres bundles.



La Société Orange Tunisie a exprimé son accord avec cette règle en mettant l'accent sur sa compréhension de cette règle qui est la suivante : un client pourrait être ciblé par plusieurs actions CVM sur le mois, mais ne peut bénéficier ou transformer qu'à hauteur du seuil de 4,5 DT/mois.

Orange Tunisie a également proposé à ce titre que la valeur de la générosité accordée dans le cadre du CVM soit adaptée selon les profils d'usage client, en proposant de nouveaux paliers différents (en plus du 4,5 DT).

Ainsi, tous les opérateurs des réseaux publics des télécommunications ont demandé lors de la réunion du 12 septembre susvisée de leur accorder la possibilité d'adapter la valeur de l'action CVM selon les profils d'usage client et ce en ajoutant des montants spécifiques pour les autres clients (qui ne peuvent pas se voir satisfaits par ce type d'action dont notamment les clients « high value »).

#### iv. Canaux de communication

Concernant **les canaux de communication**, l'Instance Nationale des Télécommunications a estimé qu'aucune communication grand public n'est autorisée quelle que soit sa nature. Le seul canal de communication ciblant les abonnés concernés est le SMS. Cette position a été adoptée suite à la multiplication d'infractions et de litiges portant sur les canaux de commercialisation.

La Société Nationale des Télécommunications a proposé d'autoriser les canaux digitaux à savoir l'application mobile et site web personnalisée pour chaque abonné pour l'activation et suivi du solde des actions CVM.

La Société Ooredoo Tunisie a recommandé fortement d'exclure cette condition et de permettre d'utiliser les canaux les plus appropriés en fonction du comportement et des préférences des clients. En effet, dans une perspective de digitalisation et de promotion du canal susmentionné futur support de toutes les industries, il convient de démocratiser les supports de communications pour les actions CVMs.

La Société Orange Tunisie a considéré que la communication CVM devrait être limitée uniquement aux canaux s'adressant individuellement à l'abonné : SMS, Push voice et application mobile. Elle a également proposé qu'un menu USSD/ menu de l'application mobile devra être dédié uniquement aux offres CVM et ne devra inclure aucune autre offre.

Les opérateurs se sont mis d'accord sur le fait que les canaux de commercialisation ne doivent pas être limités au canal SMS et doivent s'étendre aux autres canaux **personnalisés** pour chaque abonné (digital : APP Mobile et l'espace client sur le site web ...).

A l'issue des discussions lors de la réunion du 12 septembre susvisée, deux points liés aux canaux de communication des actions CVM ont été soulevés :

- Les actions CVM au niveau des guichets.
- L'utilisation du canal USSD (canal dédié ou non, possibilité de communication).

Concernant ces deux points les avis des opérateurs ont divergé.

En effet, pour l'activation des actions CVM au niveau des guichets :

La Société Nationale des Télécommunications a considéré que, les agents dans le guichet ne peuvent en aucun cas affecter/cibler des campagnes CVM aux clients mais peuvent consulter les campagnes CVM qui leurs sont attribuées afin de pouvoir ainsi les informer et les guider sur la manière de les activer moyennant les canaux spécifiques au CVM.



Pour sa part, la Société Ooredoo Tunisie a considéré que la disponibilité des produits CVM dans les magasins est essentielle pour une cible déterminée. En effet, certains de nos clients sont sensibles par le canal « Boutique » et préfèrent le contact et l'interaction avec les agents. Les conseils des agents sont d'une grande importance pour eux afin de faire leur choix. Ainsi, l'agent de guichet ne peut activer que les offres éligibles au client selon son comportement et avec un objectif de création de valeur. L'affichage des offres CVM au guichet est un canal de plus et similaire aux autres canaux (USSD, APP, ...). Ce canal pourra être audité.

La Société Orange Tunisie n'est pas favorable à cette proposition qui rendra le contrôle par l'Instance Nationale des Télécommunications très complexe et n'est pas cohérente avec le ciblage personnalisé du client. De plus, le CVM n'étant pas un outil de vente/acquisition, il n'est pas cohérent de lui ouvrir l'accès sur les outils de vente et guichets des opérateurs.

Par ailleurs, concernant l'utilisation du canal USSD :

La Société Nationale des Télécommunications a estimé que le canal USSD devrait être spécifique aux actions CVM. Elle a recommandé d'ajouter tous les canaux digitaux personnalisés (après authentification par MSISDN) pour les actions CVM.

La Société Ooredoo Tunisie a proposé la communication comme suit :

- Les canaux de communication sur les offres BTL :
  - Tous les canaux de publicité doivent être interdites (exemples : panneau d'affichage, télévision, radio, espace non logué sur le site Web...)
  - Tous les canaux CVM doivent être autorisés (exemples : USSD, SMS, application, l'espace client sur le site web, boutiques espace logué, WhatsApp...)
- Les Canaux de communication sur les canaux CVM (USSD, My Ooredoo APP...): Tous les canaux grand public et de CVM doivent être autorisés

Pour la Société Orange Tunisie et compte tenu du fait que toute communication grand public (ATL) sur le CVM est interdite, les canaux de communication personnalisés (SMS, application et USSD) utilisés pour le CVM doivent être dédiés au CVM, et ne doivent pas être combinés ni intégrer d'autres offres commerciales.

#### **v. Combinaison action CVM et offre commerciale**

Concernant la **combinaison action CVM et offre commerciale**, l'Instance Nationale des Télécommunications a estimé qu'il convient de s'interdire de combiner une action CVM et une/des offres commerciales et ce pour tous les volumes même pour les volumes inférieurs ou égaux à 1G (autrement le CVM ne peut être que gratuit).

La Société Nationale des Télécommunications a considéré qu'il n'y a pas lieu d'interdire la combinaison entre action CVM et offre commerciale tant que les règles de l'Instance Nationale des Télécommunications sont respectées pour les deux composantes. Elle a estimé également qu'il s'agit d'une marge de manœuvre et flexibilité donnée à l'opérateur pour dynamiser le marché mobile en situation de stagnation et de standardisation des règles de régulation.

La Société Ooredoo Tunisie a considéré de sa part que les actions CVM et les offres commerciales se complètent et les canaux CVM aident à atteindre une base de clientèle plus large, améliorant ainsi l'engagement client et augmentant la valeur client. Elle a également mis l'accent sur le fait



actions CVM doivent être traitées comme des forfaits uniques et intégrés, tout en respectant les niveaux des tarifs et les seuils d'approbation de l'Instance.

Elle a ainsi recommandé de permettre à l'opérateur :

- D'afficher le produit ATL dans le canal CVM
- D'accorder des remises sur le prix des forfaits
- D'accorder une gratuité (en volume voix-volume data-bonus-etc)

La Société Orange Tunisie a considéré qu'il n'est pas recommandé d'accorder des remises directement sur les options du catalogue de l'opérateur, compte tenu des pratiques constatées sur le marché. Orange Tunisie a précisé qu'elle est en phase avec la proposition de l'Instance qui vise à simplifier le contrôle des actions CVM des opérateurs.

#### vi. Avis préalable de l'Instance Nationale des Télécommunications

Concernant l'avis préalable de l'Instance, l'Instance Nationale des Télécommunications a jugé de ne plus exiger son avis de non-objection pour commercialiser les actions CVM.

- Chaque opérateur est tenu d'informer l'Instance de l'action CVM à commercialiser avant au moins cinq (05) jours de la date de sa commercialisation.
- L'Instance peut intervenir, si elle constate une non-conformité, avant le lancement ou au cours du commercialisation pour demander la modification ou l'arrêt de l'action CVM.
- L'Instance peut intervenir si elle constate, avec tout moyen, un impact négatif des actions CVM sur le marché.
- L'Instance peut engager un audit ponctuel en cas de litige ou d'infraction constatée concernant une/des actions CVM.
- L'Instance effectue un audit annuel concernant les actions CVM de chaque opérateur. Les frais de la mission d'audit sont **à la charge de l'opérateur de réseau public de télécommunications**. L'Instance et les opérateurs se mettent d'accord sur les modalités de l'audit et le choix des auditeurs.

La Société Nationale des Télécommunications a proposé de partager avec l'Instance un planning semestriel des actions CVM à exécuter et elle a exprimé son engagement à prendre toutes les mesures nécessaires pour la conduite de l'audit annuel concernant les actions CVM. Toutefois, la Société Nationale des Télécommunications s'est interrogée sur les frais de la mission d'audit et ce afin de connaître à l'avance le budget à prévoir à cette mission puisqu'il a été mentionné que l'audit sera à la charge de l'opérateur de réseau public de télécommunications.

La Société Ooredoo Tunisie est favorable à la proposition de l'Instance, elle a exprimé son engagement de collaborer avec l'Instance pour mener à bien la mission d'audit annuel concernant les actions CVM et à prendre en charge les frais de de cette mission.

La Société Orange Tunisie n'a pas d'objection quant à la proposition de l'Instance et elle a également exprimé son engagement de collaborer avec l'Instance pour mener à bien les missions d'audit. Toutefois, Orange Tunisie a exprimé ses soucis concernant l'importance de la mission de contrôle de l'Instance dans le passage ex-post. Elle a indiqué qu'il est souhaité que le budget soit convenu d'avance et dans l'ordre de grandeur cité par les autres opérateurs.



Au vu de ce qui précède, l'Instance Nationale des Télécommunications, après en avoir délibéré le 25 septembre 2024,

Décide :

**Article premier :**

Un abonné (chaque SIM) n'est ciblé par une action CVM qu'après au moins trente (30) jours d'ancienneté de la date d'activation de sa ligne.

**Article 2 :**

Le nombre total des abonnés pouvant bénéficier des actions CVM par mois calendaire ne doit en aucun cas dépasser 30% du parc d'abonnés RGS 180.

**Article 3 :**

L'abonné peut bénéficier autant de fois des actions CVM sans dépasser le plafond de 4,5 DT TTC par mois calendaire.

**Article 4 :**

Aucune communication grand public n'est autorisée quelle que soit sa nature. Les canaux de communication ciblant les abonnés concernés sont des canaux personnalisés (après authentification par MSISDN). Ces canaux sont limités à SMS, Espace client logué dans l'application mobile ou bien logué dans le site web)

Les opérateurs de réseaux publics de télécommunications sont tenus de dédier un code USSD, à communiquer à l'Instance Nationale des Télécommunications, valable **uniquement** pour l'activation et la gestion des actions CVM ainsi que le suivi de la consommation des avantages CVM.

Aucune action n'est autorisée pour les offres de type CVM au niveau des guichets.

**Article 5 :**

Les opérateurs de réseaux publics de télécommunications doivent s'interdire de mettre sur le marché des offres commerciales à des valeurs inférieures aux tarifs planchers sous le prétexte de leur combinaison avec des offres CVM. Ainsi, toute combinaison d'une action CVM et d'une (ou des) offre(s) commerciale(s) quel que soit le volume (y compris les volumes inférieurs ou égaux à 1Go) n'est pas autorisée.

**Article 6 :**

Les opérateurs de réseaux publics de télécommunications ne sont plus tenus d'obtenir l'avis de non-objection de l'Instance Nationale des Télécommunications avant de commercialiser les actions CVM. Néanmoins, les conditions suivantes doivent être respectées :

- Chaque opérateur de réseaux publics de télécommunications est tenu d'informer l'Instance Nationale des Télécommunications de l'action CVM à commercialiser avant au moins cinq (05) jours ouvrables de la date de sa commercialisation.
- L'Instance Nationale des Télécommunications peut intervenir, si elle constate une non-conformité, avant le lancement ou au cours du commercialisation pour demander la modification ou l'arrêt de l'action CVM.



- L'Instance Nationale des Télécommunications peut intervenir si elle constate, avec tout moyen, un impact négatif des actions CVM sur le marché.
- L'Instance Nationale des Télécommunications peut engager un audit ponctuel en cas de litige ou d'infraction constatée concernant une ou des actions CVM.
- L'Instance Nationale des Télécommunications effectuera un audit annuel concernant les actions CVM de chaque opérateur de réseaux publics de télécommunications. Les frais de la mission d'audit sont **à la charge de l'opérateur de réseau public de télécommunications**. Le régulateur et les opérateurs se mettent d'accord sur les modalités de l'audit et le choix des auditeurs.

**Article 7 :**

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

La décision n°Coll/Reg/2020/13 portant fixation des règles et des conditions de commercialisation des actions de type « Customer Consumer Value » telle que modifiée par l'article 3 de la décision n°Coll/Reg/2022/10 est abrogée dès l'entrée en vigueur de cette décision.

**Article 8 :**

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

La présente décision a été rendue le 25 septembre 2024 par le collège de l'Instance Nationale des Télécommunications composé de :

- **M. Mohamed Tahar MISSAOUI** : Président
- **M. Chaker TOUATI** : Vice-président
- **Mme Chiraz Tlili** : Membre permanent
- **M. Majdi HASSAN** : Membre
- **M. Kamel REZGUI** : Membre
- **M. Karim CHAOUACHI** : Membre
- **Mme Soumaya HAMOUDA** : Membre

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

