

**Mai 2022**

République Tunisienne

Instance Nationale des Télécommunications

**Consultation publique**

**Diversification des activités et développement de partenariats**

**Modalités pratiques de réponse**

La présente consultation publique est ouverte du 17 mai au 17 juin 2022. Tout contributeur peut répondre à l’ensemble ou à une partie des questions posées.

Les réponses sont à adresser à l’Instance Nationale des Télécommunications par courrier électronique à l’adresse : [consultations-publiques@intt.tn](mailto:consultations-publiques@intt.tn).

Elles peuvent également être transmises par courrier à l’adresse suivante :

Instance Nationale des Télécommunications

Rue Echbia, 1073 Montplaisir, Tunis

**Table des matières**

[**I.** **Introduction** 4](#_Toc103328725)

[**II.** **Diversification des activités pour les acteurs et développement de partenariats** 5](#_Toc103328726)

1. **Introduction**

On assiste ces temps-ci à une mutation de la chaine de valeur qui est accélérée par l’émergence de nouveaux acteurs, le développement des usages ainsi que l'extension des activités des acteurs présents sur le marché qui cherchent d’avoir plusieurs casquettes pour faire face aux défis et enjeux de l'ère numérique.

Les acteurs du marché sont pratiquement obligés de réinventer leurs métiers et savoir-faire pour s’accrocher et produire davantage de services de qualité à forte valeur ajoutée afin de traverser sereinement la mutation de la chaine de valeur actuelle. Ils tentent de répondre aux nouvelles exigences de notre vie, rythmée par des besoins et demandes accrus, de plus en plus complexes des usages et services numériques (Voix, messagerie, Vidéo sur demande, Télévision sur demande, etc…) avec une meilleure qualité de services et à moindre coût.

En Tunisie, quatre principaux types d’acteurs opèrent sur le marché des télécommunications notamment les opérateurs de réseaux publics de télécommunications, les opérateurs de réseaux mobiles virtuels (MVNO), les fournisseurs de services Internet (FSI) et l’opérateur de réseau public des télécommunications pour la fourniture des services de gros très haut débit.

Chacun des trois opérateurs de réseaux publics des télécommunications (Tunisie Telecom, Ooredoo Tunisie et Orange Tunisie) commercialise (directement ou indirectement) les services d’internet fixe comme illustré ci-après :

* Topnet (FSI filiale de Tunisie Télécom depuis 2010) ;
* Orange Tunisie Internet (filiale d’Orange Tunisie) ;
* Ooredoo Tunisie (après absorption du FSI Tunet) ;
* Tunisie Telecom (autorisée à commercialiser directement les services Internet fixe sans passer par un FSI et ce depuis 2019).

Le cadre législatif en vigueur permet aux différents acteurs de se réinventer et de s’adresser à des segment de marché ou niche de marché différemment et ce notamment à travers les dispositions du 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 et celles du 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.

Ainsi, en tant que régulateur du marché des télécommunications en Tunisie, l’Instance Nationale des Télécommunications (INT) souhaite anticiper et travailler en amont avec les parties prenantes à travers la présente consultation publique qui vise à recueillir le retour de tous les acteurs de l’écosystème en Tunisie concernant les éventuels partenariats notamment entre les opérateurs de réseaux mobiles et les Fournisseurs de Services (FSI ou autre).

L’accent est particulièrement mis sur les opportunités potentielles et les risques éventuels de diversification des activités par les acteurs du marché (acteurs présents dans deux ou plusieurs segments du marché des télécommunications), dans le contexte socio-économique actuel, où priment les changements technologiques.

Des contributions de la part des acteurs concernés sont sollicitées par rapport à la mutation de la chaine de valeur ainsi que les retombées que pourraient avoir cette mutation sur le développement du marché des télécommunications en Tunisie.

Le but étant d’examiner les aspects règlementaires, techniques et économiques du développement des éventuels partenariats entre lesdits acteurs et de mener une réflexion prospective sur les éventuelles répercussions de cette mesure particulièrement sur les règles d’une concurrence saine et loyale.

1. **Diversification des activités pour les acteurs et développement de partenariats**

Lors de l’ouverture à la concurrence du secteur des télécommunications, les marchés de la téléphonie fixe, de la téléphonie mobile et de l’accès à Internet haut débit se sont, dans un premier temps, développés de manière relativement indépendante. Depuis quelques années, les opérateurs privilégient des stratégies de « convergence » entre ces différents marchés, au travers d’opérations de diversification, de concentration ou de partenariat. Les acteurs cherchent à développer des offres, capables de répondre à l’ensemble des besoins des consommateurs.

En effet, la modification des comportements des abonnés et l’accroissement des usages, des services et des besoins en termes de capacité, de bande passante, de qualité de service (induit par les services OTT) nécessitent la consolidation du marché des télécommunications et l'instauration de modèles de coopération entre les différents acteurs.

Au-delà de proposer une multiplicité d’offres aux clients finaux, la diversification des activités et le développement de partenariats entre les acteurs du marché pourraient offrir de nouvelles perspectives de croissance.

Cette évolution remet en cause le modèle économique classique adopté historiquement par les opérateurs de télécommunications et les incite, d’une part à utiliser de manière croisée leurs bases de clientèle en utilisant les données commerciales déjà détenues sur un marché (par exemple la téléphonie mobile) pour se développer sur un autre marché (par exemple l’Internet haut débit) et d’autre part à proposer des offres de couplage « tout en un », dites offres de convergence (Il peut s’agir de convergence commerciale ou de convergence technique).

En Tunisie, le cadre règlementaire a autorisé aux opérateurs de réseaux mobiles (**M**obile **N**etwork **O**perater : MNO) de miser sur des choix d’association/partenariat avec d’autres acteurs sous forme d’opérateurs de Réseau Mobile Virtuel (**M**obile **V**irtuel **N**etwork **O**perater : MVNO) ou de partenaire de licence de marque.

En effet, plusieurs types de partenariat sous forme de licence de marque ont été déjà mis en place en Tunisie à l’instar de « Nessma mobile », « CA mobile », « Taraji mobile », « CSS mobile », «ESS mobile», « Jawhara mobile », …

Si le partenariat avec un acteur en dehors du secteur des télécommunications ne soulève pas, à ce stade, d’interrogation notamment en relation avec la concurrence, celui avec un acteur relevant du même secteur pourrait susciter des éventuels soucis liés à la concurrence.

Les éventuelles relations commerciales, sous forme de partenariat, entre un MNO et un acteur du secteur des télécommunications qui nécessite un examen notamment de la part du régulateur ne peut avoir lieu logiquement qu’avec un Fournisseur de Service (FSI ou autre) puisque le partenariat avec un MVNO est régi par un texte règlementaire clair.

Un partenariat où le fournisseur de service peut potentiellement commercialiser les services avec sa propre marque pour le compte du MNO : un revendeur de marque.

En effet, la notion de revendeur de marque ou plus précisément la licence de marque consiste à mettre une marque à disposition du licencié (MNO) afin de permettre au propriétaire de la marque de conserver un regard sur la manière dont la marque est utilisée sans s’immiscer dans la façon de faire du licencié. D’un autre côté, ce partenariat permet au licencié d’exploiter une marque déjà existante et de l’utiliser : ainsi il capitalise sur l’attractivité d’une marque pour attirer les clients.

Ce partenariat entre un MNO et un acteur du même secteur de télécommunications (fournisseur de service) soulève au moins trois (03) questions primordiales :

1. Le cadre règlementaire régissant l’activité du fournisseur de service (FSI ou autre) permet-il ce genre de partenariat ?
2. Quelles sont les conditions nécessaires pour que les deux partenaires maximisent leurs profits via une alliance stratégique basée sur la revente, la différentiation de produit et le changement de marque/ou Co-marquage : Co-branding.
3. Quels sont les éventuels impacts de ce type de pratiques dans le secteur des télécommunications (l’impact aussi bien sur l’économie nationale que sur les intérêts économiques et financiers des acteurs).

À cet égard, il convient de signaler que ce partenariat devra être mutuellement bénéfique pour les deux parties : le MNO élargit les marchés desservis en économisant les coûts de distribution et en s’adressant à une cible particulière et le fournisseur de service tire profit de cette alliance (fidélisation des clients à la marque qui lui appartient, avantages financiers, …). En sus des avantages tirés aussi bien par le propriétaire que par le licencié via la licence de marque, ce type de partenariat pourrait présenter des risques pour les parties contractantes et pour le marché des télécommunications.

En effet, le MNO pourrait imposer des clauses contractuelles contraignantes à l’égard du fournisseur de service. Aussi, cette relation pourrait nuire au bon fonctionnement du marché des télécommunications.

Ainsi, le rôle du régulateur consiste à surveiller et analyser les conditions du marché et à exclure systématiquement tout acte de discrimination touchant aux règles de la concurrence saine et loyale.

Dans le but d’évaluer l’opportunité de conclure ces contrats de licence de marque, le régulateur a estimé qu’il est opportun de concerter les acteurs du marché des télécommunications.

***Les acteurs sont invités à présenter leurs observations, commentaires et propositions de manière détaillée sur les différents points abordés selon leur domaine d’activité.***

**Question.1.** Quelles sont les opportunités potentielles de partenariats entre les opérateurs de réseaux mobiles (MNO) et les autres acteurs du marché des télécommunications (fournisseur de service) dans le contexte actuel ?

**Question.2.** Quelles sont les principales conditions pour assurer un partenariat stratégique entre un MNO et un autre acteur du marché des télécommunications (fournisseur de service) qui soit mutuellement bénéfique ?

**Question.3.** Quels sont les enjeux/risques inhérents à la conclusion d’un accord de licence de marque pour les parties contractantes : MNO et FS ?

# 

**Question.4.** Est-ce que vous estimez que le modèle partenarial, licence de marque ou encore marque blanche, est un modèle qui aura des répercussions favorables pour le développement du marché des télécommunications ? Détaillez et argumentez votre réponse

# 

**Question.5.** Est-ce que vous estimez que le modèle partenarial (entre un MNO et un fournisseur de service notamment FSI) : licence de marque ou encore marque blanche est un modèle susceptible de nuire aux règles de concurrence saine et loyale sur le marché des télécommunications ? Détaillez et argumentez votre réponse

**Question.6.** Pensez-vous que ce modèle de partenariat va changer **la perception** du client vis-à-vis du fournisseur de service (élargissement du champ d’intervention de ce dernier)? S’agit-il d’un cas de conformité aux textes législatifs et règlementaires eu égard aux risques engendrés par la perception client ? Détaillez et argumentez votre réponse

**Question.7.** Est-ce que le modèle partenarial, licence de marque ou encore marque blanche, pourrait avoir un impact sur le paysage concurrentiel du marché des télécommunications ? Détaillez et argumentez votre réponse