

# Contributions intégrales des acteurs à la consultation publique sur les services SMS+

## 1. Introduction générale

L'Instance Nationale des Télécommunications (INT) a lancé une consultation publique sur les services de télécommunications de contenu et interactifs via SMS, dits services SMS+ et fournis via les numéros courts «85XXX», le 30 novembre 2016 sur son site web et a fixé la date du 02 janvier 2017 pour la remise des réponses et elle a reporté le délai, suite à la demande de différents acteurs, au 20 janvier 2017.

La consultation a porté sur l'analyse de l'activité de fourniture des services SMS+, et a comporté **15 questions** réparties sur les trois thèmes suivants :

- L'amélioration des procédures actuelles (Procédures auprès des opérateurs et de l'INT) ;
- La création de nouveaux modèles économiques encourageant les services innovants ;
- L'accroissement de la confiance des utilisateurs dans les services SMS+.

L'INT a recueilli, à travers cette consultation, les avis des acteurs concernés sur les évolutions possibles des conditions et des procédures de fourniture des services SMS+ dans le but d'assurer le développement de l'activité SMS+, qui ne représente actuellement que moins de 1% du chiffre d'affaire global des opérateurs, et ce via l'amélioration des procédures actuelles, la création de nouveaux modèles économiques encourageant les services innovants au bénéfice des utilisateurs et l'accroissement de la confiance des consommateurs dans les services SMS+.

A la date limite de réception des contributions, l'INT a enregistré **14 participations** émanant de différents acteurs dont notamment les opérateurs, les fournisseurs de services SMS+, la direction générale de l'économie numérique, de l'investissement et des statistiques du Ministère des Technologies de la Communication et de l'Economie Numérique (MTCEN) et la Chambre Syndicale Nationale des Services à Valeur Ajoutée (CSNSVA).

Le présent document regroupe les contributions intégrales de tous les acteurs à la consultation publique sur les services SMS+.

## 2. Contributions des acteurs

### Partie 1 : L'amélioration des procédures actuelles

<b>Q1. Quelles sont les remarques des acteurs concernés quant au cadre juridique actuel régissant l'activité de fourniture des services de télécommunications de contenu et interactifs via SMS en Tunisie ?</b>	
<b>Orange Tunisie</b>	<p>Aujourd'hui, le cadre juridique régissant l'activité de fourniture des services de télécommunications de contenu et interactifs via SMS en Tunisie est général et ne tient pas compte de la spécificité de ce marché. En effet, le cadre juridique actuel doit distinguer le mode pull du mode push afin de :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Protéger le client final des SMS intempestifs et non souhaités subis (SPAMS) résultant du vol de ses contacts par des tiers.</li><li>○ Contrôler et interdire les cas de fraudes liés au détournement des SMS internationaux.</li></ul> <p>Par ailleurs, il conviendrait d'étudier la question de la réglementation du contenu numérique acheminé via le canal SMS par une Instance de régulation ou une autorégulation (une association de fournisseurs de contenu).</p>
<b>CSNSVA</b>	<p>Le cadre juridique actuel est assez flou et prête à confusion dans certains points dont notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Des restrictions importantes à l'innovation,</li><li>○ Ainsi que la qualification des services eux-mêmes. Nous estimons aussi qu'il est incomplet, imprécis dans les aspects opérationnels et parfois inadapté à l'activité économique :</li><li>○ Ne pas restreindre le cadre juridique uniquement aux services fournis par SMS, mais l'élargir pour couvrir les différents services multimédia et les différents canaux de transmission (SMS, MMS, Vocal, USSD, internet mobile, etc.);</li><li>○ Il faut instaurer un minimum d'exigences techniques et matérielles (capital social, ressources humaines et matérielles) pour devenir FSVA pour assurer une qualité meilleure vis-à-vis des clients et partenaires et la pérennité de l'entreprise. Le fournisseur local doit avoir cette activité comme activité principale. Il faut empêcher les acteurs non spécialisés d'exercer cette activité si nous voulons développer le secteur et l'activité économique;</li><li>○ Définir les Acteurs du secteur (Régulateur, Opérateurs, Fournisseurs locaux) : Le concept d'agrégateur ne doit pas figurer. Le fournisseur local doit avoir cette activité comme activité principale et il doit avoir une connexion directe avec l'opérateur;</li><li>○ Protection des données personnelles (loi de 2004) : il faut préciser l'application de cette loi dans l'activité et le FSVA doit propager des clauses légales sur les contrats clients (ces clauses peuvent être convenues explicitement avec le régulateur);</li><li>○ Principe de transparence : le trafic échangé dans le cadre de l'activité doit obéir au principe de transparence, il est donc normal de pouvoir réaliser un monitoring dessus. Mais nous trouvons qu'il n'est pas approprié que les opérateurs élaborent des outils anti spam ou autres filtres agissant de manière unilatérale avec des règles échappant totalement aux acteurs (contre le principe de transparence). Bien entendu, exception faite pour des cas de lawful interception;</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Conditions de déclaration des SVA : nécessités d'un workflow informatisé pour gérer cette déclaration de manière formalisée et fluide entre les parties (FSVA, opérateur, régulateur) ;</li> <li>○ Aspect des fournisseurs étrangers : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Il y a actuellement une tendance très dangereuse qui prend de l'ampleur, à savoir l'entrée de compagnies étrangères sur le marché tunisien. Ceci se combine au foisonnement des applications mobiles qui extraient les contacts des usagers, souvent à leur insu. Ceci aboutit à la constitution de base de données sur les usagers tunisiens, qui peuvent être échangées ou commercialisées à l'étranger, sur lesquelles peuvent aussi s'appuyer de nouveaux entrants étrangers, ce qui pourrait aboutir à une confiscation du marché par des opérateurs étrangers. De plus, ces BD peuvent être segmentées aisément avec des outils de big data.</li> <li>• Autoriser le transport du trafic via des agrégateurs SMS étrangers pour le marché local aboutira également à la destruction du tissu économique tunisien. Certains agrégateurs étrangers ont déjà manifesté leur intérêt pour opérer sur le marché tunisien en tant que revendeur final (veulent proposer un service à des enseignes commerciales). Il importe que le législateur et le régulateur mettent ce sujet à l'ordre du jour, afin de prendre les mesures légales nécessaires pour éviter d'aboutir à une situation catastrophique, ce sujet étant un sujet transversal à examiner sous l'angle de protection des données tunisiennes ainsi que sous l'angle de l'activité économique des opérateurs tunisiens du domaine SVA.(réflexion à faire sur le statut des entreprises acteurs du secteur, sur l'hébergement des données qui doit être local, sur l'hébergement des plates-formes SVA qui doit être local, sur le recours par les opérateurs à des agrégateurs étrangers etc.).</li> </ul> </li> </ul>
<b>Mobizone</b>	Actuellement le cadre juridique est assez complet il permet d'assurer la transparence entre tous les acteurs du marché et assure la protection du consommateur final.
<b>Mobile et Media</b>	Une procédure légèrement lourde, surtout pour les habitués, un allègement par mail serait le bienvenu.
<b>Jet Multimedia</b>	Le cadre juridique actuel est assez Flou et prête à confusion dans certains points dont notamment : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Des restrictions importantes à l'innovation.</li> <li>○ Ainsi que la qualification des services eux-mêmes. Ceci sera détaillé dans les points qui suivront De plus il faudra à un moment ou un autre le mettre en conformité par rapport au nouveau code du numérique et au code d'incitations aux investissements qui s'annoncent.</li> </ul>
<b>Somatel &amp; Syscomedia</b>	Le cadre juridique actuel est obsolète puisqu'il a été initié lorsque les réseaux des ORPT ne permettaient pas de véhiculer des services à contenu à part ceux à base de Voix (IVR) et de SMS. Or , depuis, les réseaux des ORPT a radicalement changé, permettant d'offrir aux abonnés des services à contenu beaucoup plus riches que ceux permis par les SMS et les serveurs vocaux. Or, tous ces services à contenu multimédia se trouvent non encadrés juridiquement et exercés donc en dehors du cadre juridique des services à contenu. Nous proposons donc que les nouvelles dispositions soient étendues à tous les services à contenu multimédia, quel qu'en soit le canal d'accès : SMS, USSD, internet mobile, ring back tone, serveur vocaux, etc. Pour les services interactifs de jeux concours (par : SMS, serveur vocal, ussd, etc.) doivent être soumis à un décret ou une loi spéciale

	<p>autre que celle relative aux jeux promotionnels qui limite la valeur du lot a 25000 DT et qui exige que la participation doit être gratuite et sans obligation d'achat.</p> <p>Le cahier de charge doit être révisé de tel sorte d'enlever l'ambiguïté concernant le fait que un fournisseur de service puisse fournir un service de contenu à travers un seul opérateur téléphonique, et que la non-discrimination dans ce cas devrait concerner les abonnés de cet opérateur et non les abonnés de tous les opérateurs.</p>
<p><b>Squaretek Tunisia</b></p>	<p>Globalement, le cadre juridique est incomplet, imprécis dans les aspects opérationnels et parfois inadapté à l'activité économique.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Aspect de protection des données personnelles (loi de 2004) : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Préciser l'application de cette loi dans l'activité, c'est-à-dire le rôle du FSVA sur cet aspect : il n'est finalement responsable que de l'archivage des données personnelles pour des besoins légaux dans le cadre de l'envoi vers des cibles de l'annonceur.</li> <li>• Préciser que l'opt-in est à gérer par l'annonceur, il s'y engage (cette mention contractuelle doit exister entre le FSVA et l'annonceur).</li> <li>• Le FSVA ne dispose pas des moyens de contrôle pour contrôler en amont que les données personnelles ne seront pas traitées pour extraire une information dérivée (évolution des traitements avec les outils de big data), le dégager de l'exclusivité de cette responsabilité.</li> </ul> </li> <li>➤ Le FSVA doit propager des clauses légales sur les contrats clients (ces clauses peuvent être convenues explicitement par le régulateur) opt-in : l'opérateur ne doit pas tenir le FSVA pour unique responsable, l'abonné de l'opérateur est également un client de plusieurs enseignes commerciales, avec un comportement qui varie dans le temps (le client peut vouloir recevoir des notifications, puis changer d'avis etc.)</li> <li>➤ C'est pourquoi il semble nécessaire, au-delà des engagements pris par chacun, de prévoir une solution opérationnelle pour le client final qui consiste à se désinscrire d'une enseigne /D'un label. Cette solution existe dans d'autres pays, et permet la désinscription d'un label, la réinscription également.</li> <li>○ Aspect des services CRM en rapport avec la loi sur l'agent publicitaire : l'application dans le domaine SVA doit être précisée. Le principal problème actuellement est que le trafic push est assimilé à de la publicité. Or les services push actuellement sur le marché regroupent des applications aussi diverses que la notification d'échéances de paiement, l'envoi d'informations personnalisées de fidélisation, l'envoi d'alertes à du personnel d'astreinte, l'envoi d'informations pratiques personnalisées etc. : ces services ne peuvent être assimilés à de la publicité. L'agrément d'agent publicitaire ne devrait à notre sens pas être applicable pour les services d'informations, ni pour les services CRM car il s'agit d'une communication d'entreprise à client, et non vers un prospect. Par analogie, les entreprises envoyant des emails à leurs clients (newsletter, etc.) n'ont aucun besoin de disposer d'un agrément d'agent publicitaire !</li> <li>○ Inspection du trafic par les opérateurs : le trafic échangé dans le cadre de l'activité doit obéir au principe de transparence, il est donc normal de pouvoir réaliser un monitoring dessus. Mais nous trouvons qu'il n'est pas approprié que les opérateurs élaborent des outils anti spam ou autres filtres agissant de manière unilatérale avec des règles échappant totalement aux acteurs (contre le principe de transparence). Bien entendu, exception faite pour des cas de lawful interception.</li> </ul>

- Loi sur la taxe des jeux : ok pour la taxe mais pourquoi requérir un numéro court spécifique (xx8 ou xx9) ? Un jeu est souvent organisé pour une petite période, avec un délai d'implémentation très court
- Prendre un numéro spécifique rajoute à la difficulté de gestion des numéros par le FSVA : pénalisation du modèle économique (pas de possibilité de louer sur une courte période, impossibilité de réutiliser un numéro déjà programmé chez le FSVA au bon palier), implémentation longue chez les opérateurs. Sachant que d'autres difficultés sont présentes, telles que le mono palier par numéro court, alors que la tarification par mot clé devrait être disponible depuis longtemps chez les opérateurs.
- Ressource de numérotation spécifique pour les services push : pourquoi exiger un numéro court à part pour ces services ? Nous n'en voyons pas la nécessité et c'est pénalisant économiquement, vu le tarif de location.  
Il faudrait rédiger la séparation de la ressource et du service : le FSVA doit pouvoir programmer plusieurs types de services sur un même numéro (push, pull, jeu et non-jeu), à des tarifs différents (multi-paliers), la liaison faite actuellement entre la ressource de numérotation et le service est un frein important à l'activité.
- Conditions de déclaration de service du cahier des charges sont à revoir :
  - Nécessité d'un workflow informatisé pour gérer cette déclaration de manière formalisée et fluide entre les parties (FSVA, opérateur, régulateur)
  - Déclarer tout nouveau service dans quel but ? L'ancien régime de déclaration était plus "léger" dans le sens où seul un nouveau type de service devait être déclaré. Le régime du cahier des charges est cependant appréciable. Actuellement, la déclaration de chaque nouveau service est quasiment ingérable pour le FSVA et l'information est souvent utilisée à mauvais escient par l'opérateur pour retarder l'activité du FSVA.
- Il est impératif de préciser le calcul de toutes les taxes (l'interprétation varie selon l'opérateur) : redevance télécoms etc., ces prix apparaissant sur les appels à facture ou bons de commande, ainsi que sur les factures.
- Prévoir le workflow informatisé nécessaire pour le clearing des bons de commande / appels à facture des opérateurs, via l'INT (Template commun préférable).
- Faire jouer la concurrence entre les opérateurs : en la favorisant, on consolide la position du FSVA et on lui permet de proposer une meilleure offre notamment en termes de QoS. On évite l'abus de position dominante (mauvais service, mauvaise relation commerciale), tout en sachant que le FSVA a toujours intérêt à disposer d'une connexion MO et MT en direct avec chaque opérateur.
  - garantir l'interco en Push,
  - instaurer l'interco en Pull : par routage du MO en interco.
- Portabilité des numéros : ce projet national a été géré uniquement entre le régulateur et les opérateurs télécoms. Outre l'aspect stratégique, les FSVA n'ont pas été sollicités au cours de l'élaboration, cela pose actuellement un problème d'exploitation à résoudre dans les meilleurs délais. Le FSVA ne peut plus déterminer à quel opérateur appartient le destinataire, la solution la plus simple est de simplifier les offres commerciales existantes, à savoir uniformiser les tarifs on net et off net, les FSVA peuvent faire des propositions. Il faut noter qu'outre les aspects financiers, il y a actuellement des problèmes de routage car les opérateurs ne se sont pas préparés complètement à l'impact du MNP sur les services à valeur ajoutée. Nous sommes en train de résoudre les problèmes au fur et à

	<p>mesure de l'exploitation !</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Aspect des fournisseurs étrangers : POINT TRES IMPORTANT !!!!! <ul style="list-style-type: none"> <li>• Il y a actuellement une tendance très dangereuse qui prend de l'ampleur, à savoir l'entrée de compagnies étrangères sur le marché tunisien. Ceci se combine au foisonnement des applications mobiles qui extraient les contacts des usagers, souvent à leur insu. Ceci aboutit à la constitution de base de données sur les usagers tunisiens, qui peuvent être échangées ou commercialisées à l'étranger, sur lesquelles peuvent aussi s'appuyer de nouveaux entrants étrangers, ce qui pourrait aboutir à une confiscation du marché par des opérateurs étrangers. De plus, ces BD peuvent être segmentées aisément avec des outils de big data.</li> <li>• Autoriser le transport du trafic via des agrégateurs SMS étrangers pour le marché local aboutira également à la destruction du tissu économique tunisien. Certains agrégateurs étrangers ont déjà manifesté leur intérêt pour opérer sur le marché tunisien en tant que revendeur final (veulent proposer un service à des enseignes commerciales).</li> </ul> </li> <li>➤ Il importe que le législateur et le régulateur mettent ce sujet à l'ordre du jour, afin de prendre les mesures légales nécessaires pour éviter d'aboutir à une situation catastrophique, ce sujet étant un sujet transversal à examiner sous l'angle de protection des données tunisiennes ainsi que sous l'angle de l'activité économique des opérateurs tunisiens du domaine SVA.(réflexion à faire sur le statut des entreprises acteurs du secteur, sur l'hébergement des données qui doit être local, sur l'hébergement des plateformes SVA qui doit être local, sur le recours par les opérateurs à des agrégateurs étrangers etc.)</li> <li>○ Universalité d'un service : ne devrait être exigé par la loi que pour les services d'intérêt national.</li> </ul>
<b>UIB</b>	Le cadre juridique actuel régissant l'activité de fourniture des services de télécommunications de contenu et interactifs via SMS est un cadre non complexe, conforme aux exigences permettant de bien gérer le domaine et bien organiser ce secteur.
<b>TLSMS</b>	Pour le commencement de l'activité, les démarches sont logiques et raisonnables.
<b>Direction générale de l'économie numérique, de l'investissement et des statistiques du MTCEN</b>	<p>Dans le cadre des services de télécommunications de contenu et interactifs, la catégorie des services interactifs « Jeux et Quiz » occupe une place prépondérante puisqu'elle constitue 25,59% de la totalité des 9 catégories de services ventilées dans la présentation accompagnant cette consultation.</p> <p>Bien qu'il ne soit pas expressément mentionné dans cette présentation, la catégorie des « Jeux et Quiz » accapare aussi le volume le plus important en termes de chiffres d'affaires réalisé mais aussi des revenus au profit de l'Etat (30% taxe sur la participation aux jeux +15% (depuis 2017) de la valeur du montant ou lot gagnés par le ou les participants gagnants).</p> <p>Cependant, ce type de services n'est pas bien encadré sur le plan juridique. En effet, il existe actuellement d'une part un Décret-loi n° 20 du 24 Octobre 1974 relatif aux installations foraines, aux jeux de salon et aux loteries qui édicte le principe de l'interdiction, sauf dispositions législatives contraires, des jeux de hasard dans lesquels la chance prédomine sur l'adresse et les combinaisons de l'intelligence. D'autre part une loi spécifique qui est la loi n° 2002-62 du 09 Juillet 2002 relative aux jeux promotionnels qui régit un autre type de jeux à savoir les jeux promotionnels, qu'ils soient basés sur le hasard ou sur le concours et l'intelligence, les jeux promotionnels entrent dans le cadre de la stratégie commerciale d'une entreprise économique en lui donnant la possibilité de réaliser des campagnes</p>

publicitaires pour son propre compte que ce soit directement ou par intermédiaire et via différents supports. Les deux principes de base qui président à l'organisation de ce type de jeux ce sont l'exemption de toute participation financière directe ou indirecte de la part du participant et l'absence de toute obligation d'achat.

Le Ministère des Technologies de la Communication et de l'Economie Numérique, à travers les travaux de la Commission des SVA, au temps où la fourniture desdits services était soumise à une autorisation, permettait l'organisation des jeux promotionnels par SMS à toute entreprise économique y compris les opérateurs de télécommunications (la loi de 2002 ne prévoit pas de restriction à cet égard) sous la condition que la participation du public soit gratuite (pas de SMS surtaxé mais uniquement le coût du transport). Cependant, le décret de 2009 sur la taxe relative aux jeux ainsi que la convention du partage des revenus a contraint les opérateurs à appliquer un tarif réduit (0.150Dt). Il n'en demeure pas moins qu'en vertu de ce tarif réduit on a essayé de tenir compte de l'essence de la loi de 2002 puisqu' à travers le jeu promotionnel avec un tarif réduit du SMS l'entreprise commerciale ne cherche pas à réaliser des gains. La motivation principale est de promouvoir les ventes de ses propres produits.

Toutefois, il est important de rappeler que le produit essentiel commercialisé par un opérateur de télécommunications ou un fournisseur de services de contenu et de services interactifs n'est autre que les services vocaux et les services SMS, ce qui nous amène à conclure de la nécessaire révision de la loi de 2002 sur les jeux promotionnels pour prendre en compte cette réalité car la règle prévue dans cette loi qui stipule que la participation au jeu ne doit pas être conditionnée par une obligation d'achat n'a aucun sens pour notre cas étant donné que le participant à un jeu promotionnel par SMS organisé par un opérateur de télécommunication devra avoir une ligne mobile rattachée à l'opérateur concerné (que ce soit un numéro attribué par l'opérateur concerné ou choisi par l'abonné dans le cadre du service de la portabilité des numéros).

De surcroît, nous considérons qu'il est utile de réviser le Décret-loi de 1974 ou d'adopter une nouvelle loi qui octroiera aux Médias audiovisuels la possibilité d'organiser des jeux par SMS qui se basent sur le hasard. Progrès technologique oblige, il est temps d'élaborer de nouvelles législations qui tiennent compte de la métamorphose des jeux qui sont l'activité humaine la plus pratiquée depuis l'enfance jusqu'à la sénilité car désormais le plus gros lot des jeux se pratique par des moyens électroniques. Les nouvelles maisons de jeux se caractérisent par leur virtualité et se situent sur Internet et dans les studios des chaînes de télévisions avec une participation illimitée voire même mondialisée des téléspectateurs et des internautes. La Tunisie ne devrait pas rater l'occasion qui lui est offerte de devenir l'exportateur des jeux notamment télévisés au pays du Maghreb et au monde arabe.

Etant donné que le Décret de 2009 prévoyant la taxe au titre de la participation aux jeux impose aussi cette taxe même sur la participation par téléphone aux jeux et puisque ce type de jeux par voie de téléphone est organisé notamment par les chaînes de Télévisions et Radios, il est de l'intérêt de l'Etat pour garantir le recouvrement de ces taxes de prévoir une disposition légale qui impose à ces Médias de Communiquer dans le cadre des émissions avec le public à travers des numéros platines comprenant des tarifs surtaxés ce qui permettra aux autorités publiques de recouvrer les taxes qui lui sont dues. Par ailleurs, Les appels du public dans le cadre de la participation aux émissions de variété et des jeux, garantira un revenu pour le compte de ces Médias qui souffrent énormément de manque de ressources financières en raison de l'exiguïté du marché de la publicité.

Enfin, pour les Jeux SMS de type Quiz et culture générale, il est opportun d'adopter une loi qui régit l'organisation de ce type de jeux. Le

cahier des charges des services de contenu et services interactifs ne suffit pas à lui-même pour encadrer ces jeux. Nous proposons de constituer un comité composé des Ministères de l'Industrie et du Commerce, des Technologies de la Communication et de l'Economie Numérique, de l'Intérieur et des Finances avec les deux instances de régulation à savoir la Haica et l'INT pour proposer une loi-cadre à caractère général qui régit l'organisation des trois types de jeux (de hasard, promotionnels et quiz) en tenant compte des différents supports que ce soient classiques ou technologiques.

D'un autre côté, concernant la bonne application des dispositions du cahier des charges des services de contenu et notamment les dispositions de l'alinéa 1 de son article 6 qui oblige le fournisseur des services à «permettre l'utilisation du service à tous les demandeurs, de manière égale et non discriminatoire», il est utile de présenter le point de vue des services de la Direction Générale de l'Economie Numérique, de l'Investissement et des Statistiques au sein du Ministère des Technologies de la Communication et de l'Economie numérique sur l'interprétation de ces dispositions. Nous considérons que ces dispositions n'obligent en aucun cas les fournisseurs à fournir leurs services aux abonnés de tous les opérateurs des télécommunications sous peine de tomber dans la discrimination.

Pour bien démontrer le bienfondé de notre attitude, nous allons procéder à l'analyse suivante qui se base sur un simple rappel des définitions des termes et concepts utilisés dans l'article 6 et tout le cahier des charges avant de conclure aux applications de l'alinéa 1 de son article 6 :

#### **Les Définitions :**

1. Fournisseurs de services : ce concept est formé de deux composantes :

- Fournisseurs : comprend toutes les personnes autorisées à fournir des services tel que précisé dans **l'article 7** du cahier des charges. Cette Catégorie Globale se compose en plusieurs sous catégories de fournisseurs (nouveau promoteur : entreprise individuelle-SSII-opérateurs-Entreprises pub et sociétés commerciales privées-Associations.
  
- Services : ce terme est entendu dans le cahier des charges sous trois aspects :
  - Aspect matériel de contenu ou d'objet : cet aspect est prévu et précisé dans les définitions des services de télécommunication de contenu et services interactifs dans l'article 2 du cahier des charges.
  - Aspect technique technologique : précisé au sein de l'article 3 du cahier des charges qui mentionne à titre indicatif et non limitatif quelques technologies (SMS-MMS-Serveur Vocal).
  - Aspect économique : inhérent au domaine et types de services que chacune des sous-catégories de fournisseurs est autorisée à fournir. Les nouveaux promoteurs et les SSII ont un champ global tandis que toutes les autres sous catégories de fournisseurs ne peuvent fournir que des services entrant dans leurs activités principales et pour le compte de leurs clients et usagers.

2. L'utilisation du service : deux volets sous-tendance terme :

- Un volet technique : pour utiliser un service il est primordialement obligatoire et impératif de respecter certaines exigences et de suivre les étapes nécessaires pour obtenir et bénéficier du service à l'instar de l'appel du numéro du service et l'introduction du code correspondant au service et d'inscrire, pour certains types de services comme les services bancaires, le code personnel

secret et la navigation dans les différentes rubriques du services compte tenu de l'organigramme (notamment les services fournis via le serveur vocal). En contrepartie le client est soumis à un système de facturation initialement indiqué et recevra l'information ou le service demandé via un SMS ou par voie vocal ou par communication directe.

- Volet juridique contractuel : de l'exécution des différentes étapes techniques sus-indiquées, naît une relation contractuelle entre l'utilisateur et le fournisseur qui se base sur l'offre et l'acceptation (إيجاب وقبول) et aboutit à la fourniture d'un service contre le paiement d'un prix.

3. Demandeurs des services : pour acquérir cette qualité deux préalables sont nécessaires :

- Toute personne est nécessairement avisée au préalable qu'il est concerné par le service en question ou il n'est pas du tout concerné. Il n'existe pas de demandeur de service dans l'absolu. Certains services sont accessibles à travers des abonnements, d'autres services proviennent et émanent de la relation juridique initiale entre l'opérateur, la société commerciale, l'entreprise publique, l'association et son client /usager. Dans d'autres cas ce sont les affiches et spots publicitaires qui informent le spectateur qu'il est concerné par le service en question.
- Cette même personne ne devient pas un Demandeur du simple fait qu'il prend connaissance qu'elle est concernée par le service, encore faut-il qu'il procède à l'expression de sa volonté de bénéficier du service proposé en commençant par appliquer les différentes étapes techniques de l'utilisation du service. Les formes d'expression de cette volonté diffèrent selon les types de services : elle peut être instantanée par l'appel du numéro du service ou l'envoi du SMS requis comme elle peut se manifester d'une manière préalable et expresse qui suppose du fournisseur d'envoyer le SMS au demandeur du service périodiquement dans le cadre d'un modèle économique basé sur un abonnement.

#### **Les Applications :**

Compte tenu de ce qui précède on interprète l'alinéa 1 de l'article 6 du cahier des charges de la manière suivante :

Cet article exige et oblige le fournisseur du service (dans l'acceptation globale de ce terme tel que sus indiqué) à garantir l'égalité et la non-discrimination en liaison avec l'utilisation du service (tout service) en soumettant tous les utilisateurs (voir notre définition dans le paragraphe ci-dessus) aux mêmes conditions techniques concernant :

L'accès au service à travers un numéro, un code et un organigramme uniques, les mêmes tarifs appliqués et le même contenu commercialisé.

Cet article ne contient pas une obligation au fournisseur du service de fournir son service à tous les abonnés de tous les opérateurs.

Il consacre par ailleurs le principe de l'unicité de l'utilisateur qui est dans une relation contractuelle directe avec un fournisseur de service et dont l'objet dudit contrat est la fourniture du service en question abstraction faite du nombre des réseaux publics des télécommunications empruntés lors de la fourniture du service. Ce qui ne permet pas au fournisseur du service de ne changer aucune des conditions techniques afférentes au service ou son contenu en fonction de chaque opérateur de réseau public des télécommunications.

<b>Q2. Quelles sont les remarques des acteurs concernés quant aux personnes autorisées à la fourniture des services de télécommunications de contenu et interactifs et quelles sont leurs propositions ?</b>	
<b>Orange Tunisie</b>	Le cadre juridique actuel limite les Opérateurs à lancer des services liés à leurs activités uniquement alors que les Opérateurs pourraient avoir un rôle important à jouer pour dynamiser le marché et donner de la visibilité et communiquer sur ce type de service. Sachant que les Opérateurs seront tenus à respecter par ailleurs les conditions prévus dans le cahier de charge SMS+.
<b>CSNSVA</b>	<p>Le cadre actuel laisse beaucoup de points flous quant aux acteurs ayant le droit de fournir les SAV, En outre il ouvre la porte à des acteurs non spécialistes et ayant des cœurs de métiers très disparates comme les banque, les assurances, les opérateurs, Etablissements publics à caractère administratif ou non administratif, les sociétés commerciales et les associations de tout type. Ceci ouvre aussi la porte aux sociétés écrans de sociétés étrangères et à des pratiques de dumping et même de blanchissement d'argent interne ou externe, de fuite de devises via de fausses factures, etc. De même le fait d'ouvrir la fourniture de services aux Etablissements publics à caractère administratif ou non administratif, est d'une part contraire aux orientations stratégiques de désengagement de l'Etat des secteurs concurrentiels et tue le marché et le décrédibilise (acteurs non spécialisés qui ne sont pas dans une logique de rentabilité et de qualité de service. Ceci engendre aussi une sursaturation du marché, une dégradation de la qualité du service rendu aux consommateurs finaux et une fragilisation des acteurs économiques du marché (Fournisseurs locaux). Afin de préserver le secteur, le booster et pour créer un écosystème durable et bénéfique à l'économie tunisienne, nous proposons que :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Seuls les acteurs économiques ayant pour activité principale la fourniture des SVA, peuvent exercer dans ce secteur,</li> <li>○ Toute autre société tunisienne ou étrangère doit passer impérativement par un fournisseur local pour proposer ses services directement aux clients finaux ou via convention avec un opérateur,</li> <li>○ Un opérateur de télécommunication n'a pas le droit de contrôler directement ou à travers ses filiales un FSVA.</li> </ul>
<b>Jet Multimedia</b>	Le cadre actuel laisse beaucoup de points flous quant aux acteurs ayant le droit de fournir les SAV, En outre il ouvre la porte à des acteurs non spécialistes et ayant des cœurs de métiers très disparates comme les banque, les assurances, les opérateurs, Etablissements publics à caractère administratif ou non administratif, les sociétés commerciales et les associations de tout type. Ceci ouvre aussi la porte aux sociétés écrans de sociétés étrangères et à des pratiques de dumping et même de blanchissement d'argent interne ou externe, de fuite de devises via de fausses factures, etc. Ceci engendre aussi une saturation du marché et une dégradation de la qualité du service rendu par les opérateurs aux sociétés spécialisés et par conséquent de ses sociétés aux consommateurs. Nous proposons au moins de préciser clairement les termes « leurs clients et liés à leurs activités ». De même le fait d'ouvrir la fourniture de services aux Etablissements publics à caractère administratif ou non administratif, est d'une part contraire aux orientations stratégiques de désengagement de l'Etat des secteurs concurrentiels et tue le marché et le décrédibilise (acteurs non spécialisés qui ne sont pas dans une logique de rentabilité et de qualité de service, mais de « je fais tout et je ne réussis en rien » (exemples, les erreurs de proclamation des résultats des concours nationaux depuis qu'ils sont faits par l'administration et le fait de les faire à une heure de la journée où il y a déjà un fort usage des réseaux alors qu'ils étaient faits depuis 2006 la Nuit ce qui ajoute du revenue aux opérateurs et anime la Tunisie et l'activité économique locale les premiers soirées de l'été ).

<b>Somatel &amp; Syscomedia</b>	La réglementation actuelle n'a pas préservé l'intégrité du marché de contenu au profil des fournisseurs de services spécialisés , puisqu'elle permet à d'autres acteurs non spécialisés et exerçant une autre l'activité principale, de fournir des services interactifs et a contenu tels que les banques , les assurances STEG, CNSS etc. ce qui a énormément réduit le marché pour les fournisseurs SVA spécialisés menaçant jusqu'à son existence .
<b>Squaretek Tunisia</b>	<p>Constats sur la situation actuelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les opérateurs proposent des offres SMS qui font concurrence déloyale aux FSVA sur le segment corporate : une interface d'envoi de SMS gratuits, des packs SMS dont le cout unitaire est moindre que celui dont bénéficie le FSVA.</li> <li>○ Rien ne les empêche actuellement de faire le choix d'une entreprise FSVA pour réaliser un partenariat, voire même ils créent leur propre filiale FSVA. Ces partenaires ou filiales bénéficient de prix que n'ont pas les autres FSVA, ce qui est contraire à la législation. De plus, les opérateurs sont souvent démarchés par les clients finaux qui, cherchant un fournisseur SVA, s'adressent à eux. La plupart du temps, les opérateurs redirigent ces prospects vers leurs partenaires ou filiales.</li> </ul> <p>Remèdes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Lister précisément la liste des services pour lesquels les opérateurs peuvent faire appel à une filiale à eux : par exemple, l'envoi de SMS de promotion sur une offre ou un service de l'opérateur. De manière générale, le contenu des messages doit être lié aux produits commercialisés par l'opérateur. Donc typiquement, ne pas autoriser la commercialisation de produits tels qu'un espace SMS en SaaS, etc.</li> <li>○ Dans le cas de la sélection d'un partenaire par l'opérateur, pour réaliser un projet ou un service (sous-traitance), il faut respecter les clauses de concurrence, à savoir proposer les tarifs en vigueur (pour tout ce qui est fixé par les conventions)</li> <li>○ Bien préciser la notion de cible finale : parler d'abonnés et non de clients de l'opérateur. En effet, un abonné de l'opérateur est client d'enseignes ou de services et peut être sollicité dans le cadre légal.</li> </ul>
<b>UIB</b>	Les personnes autorisées à la fourniture des services de télécommunications de contenu et interactifs sont personnes bien qualifiées.
<b>TLSMS</b>	Le fait que les établissements privés et publics, tel que radios, télé, peuvent fournir des services de télécommunications et aient leurs propres short code, diminuent les chances des sociétés SMS+ d'avoir des clients surtout avec l'augmentation de nombre de ces société d'une part et que le marché tunisien reste une opportunité réel pour des gains sans passer par le virement à l'étranger et les grandes sommes à payer par suite à la recette des finances.
<b>Tunisie Telecom</b>	TT propose que les opérateurs peuvent fournir des services de contenu interactifs à leurs clients sans se limiter au blocage que les services liés à leur activités (exemples : Jeu Quiz, Sondage, Vote, News, etc.).
<b>Direction générale de l'économie numérique, de l'investissement et des</b>	<p>Cette question se rapporte à la section 3 du cahier des charges relative aux « personnes autorisées à fournir les services » composée des articles 7 et 8. Nous estimons qu'il est important de garder les mêmes catégories de personnes mentionnées et nous saisissons cette occasion pour mettre la lumière sur les trois idées fondamentales qui sous-tendent cette section 3 à savoir :</p> <p>Inciter et pousser vers la création d'un tissu d'entreprises en Tunisie qui détient une grande partie de la chaîne de la fourniture des services des télécommunications de contenu et interactifs depuis la conception et le développement et programmation informatique jusqu'à la commercialisation au public. En effet, les nouveaux promoteurs qui vont créer des sociétés spécialisées dans l'activité des</p>

<b>statistiques du MTCEN</b>	<p>services de télécommunications de contenu et services interactifs seront amenés à se constituer en des sociétés des services d'ingénieries informatiques qui sont habilitées à fournir les mêmes services au même titre que les nouveaux promoteurs et sociétés spécialisées. La contrainte des moyens humains minimums requis (au moins un ingénieur et un technicien supérieur spécialisés en télécommunications ou en informatique) pèsera pour beaucoup dans le choix de ce type de sociétés dans l'optique d'optimiser les coûts. Mais cela permettra aussi à la même société d'ingénierie informatique de pouvoir exploiter commercialement les applications développées par ses équipes compte tenu des difficultés réelles que rencontrent les SSII pour vendre leurs applications sur le marché tunisien. Par contre, l'expérience qui sera acquise par ladite entreprise SSII en ce qui concerne la réaction et les attentes exprimées par le consommateur tunisien de l'application vont l'aider à améliorer ces applications pour gagner en compétitivité lors de l'exportation de ces produits vers des marchés extérieurs.</p> <p>Encourager l'investissement Direct étranger par le fait de ne plus imposer aucune condition ou contrainte par rapport à la composition et structure du capital pour la création des sociétés spécialisées dans le domaine des services des télécommunications de contenu et services interactifs et services d'ingénieries informatiques. La seule condition est que la personne morale soit constituée conformément au droit tunisien au sens de l'article 10 du code des sociétés commerciales qui stipule que le siège principal de la société soit situé dans le territoire tunisien. Outre le transfert technologique et de nouveaux modèles économiques de la fourniture des services de contenu et services interactifs, l'investisseur étranger est tenu d'embaucher un chargé d'exploitation de nationalité tunisienne et diplômé du supérieur qui aura la direction effective de l'activité et sera le vis-à-vis légal auprès de l'Administration (MTCEN+INT...) et des clients pour ce qui concerne la gestion quotidienne du projet. Même s'il n'est pas exclu en vertu de la lecture des dispositions du cahier des charges que l'ingénieur occupe en même temps le poste de chargé d'exploitation il n'en demeure pas moins vrai que l'investisseur étranger confie la fonction de chargé d'exploitation à un diplômé de nationalité tunisienne spécialiste en Marketing ou autres spécialités analogues ce qui aboutira effectivement à l'embaucher trois cadres tunisiens et contribuera à l'effort d'employabilité des jeunes diplômés.</p> <p>Ouvrir la voie à l'externalisation des services comme cela se déduit de l'avant dernier paragraphe de l'article 7 du cahier des charges. Les parties qui peuvent recourir à l'externalisation des services qui leur reviennent au profit des sociétés spécialisées et les SSII sont les opérateurs des télécommunications, les établissements publics (EPA et EPNA) les sociétés commerciales et les associations. Limitées par la condition de ne fournir que les services qui entrent dans le cadre de leurs activités et pour le compte de leurs propres clients ou usagers les sociétés commerciales, les EPA et EPNA et les associations pourraient ne pas être motivés à supporter les coûts d'installation des plateformes et acquisition de numéros de services et tendraient à se consacrer à leur corps de métiers et donner la fourniture des services SMS à des fournisseurs spécialisés sur la base de conventions conclues à cet effet. Pour le cas des opérateurs de télécommunications, plus que les trois autres parties susmentionnées, l'objectif des services SMS qu'ils peuvent fournir n'est pas de réaliser des gains ou de faire supporter le coût du service sur l'abonné mais de réussir à fidéliser l'abonné et promouvoir la qualité des services de l'opérateur de télécommunications (ex : SMS de dérangement, jeux promotionnels). Pour réaliser cet objectif, les opérateurs sont disposés même à dépenser de l'argent surtout dans un contexte caractérisé par une rude concurrence entre les différents opérateurs. Les numéros courts SMS de la plage 85xxx ne sont pas incontournables pour les opérateurs des télécommunications pour</p>
------------------------------	---

	leur permettre de répondre aux réclamations de leurs abonnés-clients. Pour cela, ils disposent de certains numéros à quatre chiffres utilisés via le menu USSD outre les numéros verts (80xxxxxx), les numéros bleus à coût partagés (82xxxxxx) et les numéros platine des centres d'appels locaux (81xxxxxx). Les numéros SMS constituent un support additionnel de promotion. Nous considérons qu'il est bénéfique pour le marché des services SMS, non pas uniquement de limiter l'usage et l'octroi desdits numéros au profit des opérateurs, mais aussi d'inciter ces derniers à organiser leurs jeux promotionnels à travers des fournisseurs de services de contenu ce qui créera des nouvelles opportunités pour ces petites entreprises.
<b>Ooredoo Tunisie</b>	Revoir la possibilité d'améliorer la réglementation actuelle en prenant en considération les avancées technologiques. Des agrégateurs de contenu internationaux s'affichent de plus en plus comme des acteurs incontournables sur le marché de par leur technicité et leur spécialisation. Ils pourraient donc s'associer aux fournisseurs de services locaux et aux opérateurs, afin d'optimiser la fourniture de services.

<b>Q3. Quelles sont les remarques des acteurs concernés quant aux moyens humains et matériels requis pour la fourniture des services de télécommunications de contenu et interactifs et quelles sont leurs propositions ? Faut-il encourager des modèles d'usage de type cloud (SAAS, PAAS, IAAS) et le cas échéant à quelles conditions ?</b>	
<b>Orange Tunisie</b>	Orange Tunisie recommande d'encourager les modèles d'usage de type Cloud et ce à condition de laisser la libre concurrence réguler cette activité. En revanche, Orange Tunisie considère que les moyens humains et matériels requis pour la fourniture des services de télécommunications de contenu et interactifs via SMS ne sont pas suffisants pour veiller au bon fonctionnement du service et développer le marché.
<b>CSNSVA</b>	Les exigences actuelles sont trop faibles pour assurer la qualité de service demandée, et garantir la crédibilité du fournisseur vis-à-vis ses partenaires. D'autant plus que les exigences techniques actuelles ne sont adaptées que pour les services SMS et non pas aux autres services à contenu (applications, vidéos...) Nous proposons la possibilité aux acteurs du marché de recourir au Cloud en mode IAAS exclusivement, et ce, dans des Plateformes (DATA CENTER) Tunisiens installés sur le territoire Tunisien avec un engagement d'au moins une année en mode IAAS avec Backup. L'INT ainsi que les services de l'inspection du Ministère des TIC devra pouvoir contrôler le renouvellement de l'hébergement, sinon la disponibilité de serveurs physiques annuellement ou via des visites inopinés. Nous proposons de retirer les clauses obsolètes du cahier des charges, et parler en termes fonctionnels et non pas physiques pour les ressources matérielles.
<b>Mobizone</b>	Aujourd'hui la législation ne prend en compte que les moyens humains et techniques relatifs aux services SMS alors que le marché connaît une diversification très importante de ces services où effectivement le « cloud computing » pourrait être une solution.
<b>Jet Multimedia</b>	Nous proposons la possibilité aux acteurs du marché de recourir à Cloud en mode IAAS exclusivement et ce dans des Plateformes (DATA CENTER) Tunisiens installés sur le territoire Tunisien. L'engagement devra être d'au moins une année en mode IAAS avec Backup. L'INT ainsi que les services de l'inspection du MTCEN devra pouvoir contrôler le renouvellement du Hosting sinon la disponibilité de serveurs physiques annuellement ou via des visites inopinés.

<b>Somatel &amp; Syscomedia</b>	Les exigences actuelles sont trop faibles pour assurer la qualité de service demandée, et garantir la crédibilité du fournisseur vis-à-vis ses partenaires. Il faudra par exemple imposer un capital minimal de 100000 DT pour exercer cette activité afin de donner plus de garanties pour nos partenaires que nous hébergeons leurs services générant du trafic important. D'autant plus que les exigences techniques actuelles ne sont adaptées que pour les services SMS et non pas aux autres services à contenu.
<b>Squaretek Tunisia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Conditions du cahier des charges sur les moyens humains (art9) : à revoir. Afin de s'adapter à la réalité économique, il faudrait assouplir le cahier des charges ou expliciter les décrets applicatifs en ce qui concerne les justificatifs de l'équipe.</li> <li>➤ Permettre que le FSVA fasse appel à l'infogérance avec une entreprise tunisienne. Le plus important étant qu'une équipe compétente soit responsable de la plate-forme et des services.</li> <li>○ Conditions du cahier des charges sur les moyens matériels (art10) : à revoir. Afin de se préserver d'une obsolescence rapide (vu l'évolution de l'IT), il vaut mieux reformuler les exigences en termes de besoins fonctionnels et non d'éléments physiques. Par exemple, les serveurs physiques ne sont plus d'actualité, depuis plusieurs années les techniques de virtualisation et l'hébergement en cloud ont gagné du terrain. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conserver une formulation minimum afin de ne pas créer de contraintes là où ce n'est pas nécessaire. Par exemple, ne pas exiger "d'ordinateur de développement", alors que certains services ou activités n'en requièrent pas du tout. Garder la formulation "le cas échéant", ou "si applicable".</li> <li>• Possibilité de cloud : il est impossible de tourner le dos à l'évolution technologique, il faut donc le permettre mais à certaines conditions qui seront pensées pour éviter les dangers sur l'activité. Les principaux dangers sont l'invasion du marché par les sociétés étrangères, la perte de confidentialité des données personnelles tunisiennes, la cannibalisation du marché par les opérateurs télécoms. Nous pensons que les moyens d'éviter cela sont : d'autoriser les plateformes hébergées en cloud, mais sur une architecture IAAS fiable (infrastructure as a service). Cela permettra à la rigueur au FSVA de faire appel aux services cloud d'un tiers ou de l'opérateur même, mais protégera l'activité. Si le Saas est autorisé, les opérateurs le proposeront automatiquement et leur position dominante tuera le marché. Il est important que tous les opérateurs se mettent à niveau et autorisent la connexion au SMSGW depuis internet, en mode VPN.</li> </ul> </li> </ul>
<b>UIB</b>	Les moyens humains et matériels requis pour la fourniture des services de télécommunications de contenu et interactifs sont bien qualifiés et bien étudiés. La mise en place des nouvelles technologies est souhaitable (A condition à être certifié et conforme).
<b>TLSMS</b>	Pour les moyens humains c'est le minimum qu'on peut demander, pour le matériel, L'INT doit avoir le dernier mot car des fois certains opérateurs demandent des conditions un peu dur et chaque opérateur à sa façon, l'utilisation des modèles d'usages de type cloud peut compliquer les choses surtout si les opérateurs commencent de mettre leur condition, du coup le dernier mot doit rester toujours à l'INT et ce modèle d'usage doit être demandée dans des cas précis.
<b>Tunisie Telecom</b>	Oui, nous proposons que les nouveaux promoteurs qui ne possèdent pas des locaux techniques peuvent acquérir des services Cloud en mode Housing ou achat des VM en mode Cloud et ce a travers les opérateurs de télécommunications.
<b>Direction générale de</b>	L'actuel cahier des charges ne tient pas compte des nouveaux modèles d'usage de type Cloud (SAAS,PAAS, IAAS).Sur cet aspect nous serons amenés à le modifier pour faire la distinction entre le fournisseur de services de contenu et services interactifs stricto-sensu d'une

<b>l'économie numérique, de l'investissement et des statistiques du MTCEN</b>	<p>part et le fournisseur technique chargé de la gestion d'une plateforme de fourniture des services sus-indiqués pour le compte d'un ou de plusieurs fournisseurs de services de contenus et services interactifs.</p> <p>Pour ce faire, il est primordial de prévoir le statut des « Data Center » dans le nouveau code numérique et élaborer un cahier des charges pour l'exercice de cette activité en Tunisie en garantissant les aspects sécuritaires et respectant les dispositions législatives inhérentes à l'usage, stockage et au traitement des données personnelles.</p>
---	---

<b>Q4. Quelles sont les remarques des acteurs concernés quant aux procédures de déclaration des services SMS+ auprès de l'INT et comment les faire évoluer?</b>	
<b>Orange Tunisie</b>	<p>Il est naturel de s'orienter vers un modèle de déclaration en ligne et d'enlever les procédures contraignantes aux différents acteurs. Cependant les conditions minimales d'entrée devraient être prévues afin de garantir la qualité des services et contenus offerts aux citoyens et de permettre la création de valeur sur le marché.</p>
<b>CSNSVA</b>	<p>Nous proposons que les procédures de déclarations des services SMS+ auprès l'INT soient faits de manière électronique et gardent leur caractère déclaratives comme le stipule le Cahier des Charges actuel, afin d'éviter toute dérive vers des « autorisations préalables » ou des Accusés de Réception (AR), qui ne sont pas mentionnées dans le Cahier des Charges. La Preuve de déclaration d'un service doit être générée et attribuée, d'une manière totalement automatique et instantanée, en reprenant simplement et complètement les termes de description du service fait par le FSAV déclarant, qui l'engagent. L'INT pourra faire la vérification à postériori de la conformité du service à la déclaration. Nous entendons par conformité le service final rendu et non pas le parcours utilisateur ou les techniques utilisés qui doivent rester dynamiques et qui peuvent être couvert par le secret professionnel et donc non divulguables mêmes aux autorités de régulation qui ne sont pas assimilés à des associations de droits d'auteurs ou de dépôt de marque ou de secret de fabrication ou de commercialisation de par la législation en vigueur. Nous souhaitons vivement que seules soient obligatoires les déclarations d'un nouveau TYPE de service, et non pas de chaque service rendu (le même type de service pourra être rendu à des clients différents).</p>
<b>Jet Multimedia</b>	<p>Nous proposons que les procédures de déclarations des services SMS+ auprès l'INT soient faits de manière électronique et gardent leur caractère déclaratives comme le stipule le Cahier des Charges actuel, afin d'éviter toute dérive vers les anciennes pratiques de validation camouflé du type attente de validation pour octrois des Accusés de Réception (AR), qui ne sont pas mentionnées dans le Cahier des Charges et qui s'ils sont maintenus, être attribués et générés de manière totalement automatiques et instantanés en reprenant simplement et complètement les termes de description du service fait par le FSAV déclarant, qui l'engagent. L'INT pourra faire la vérification à posteriori de la conformité du service à la déclaration. Nous entendons par conformité le service final rendu et non pas le parcours utilisateur ou les techniques utilisés qui doivent rester dynamiques et qui peuvent être couvert par le secret professionnel et donc non divulguables mêmes aux autorités de régulation qui ne sont pas assimilés à des associations de droits d'auteurs ou de dépôt de marque ou de secret de fabrication ou de commercialisation de par la législation en vigueur.</p>

<b>Squaretek Tunisia</b>	<p>Nous souhaitons effectivement que le maximum des procédures se fasse en ligne, à travers un workflow adapté à l'activité. Ceci contribuera à alléger et sécuriser les déclarations, ainsi qu'à les rendre plus transparentes. Cela participera également à la protection du FSVA par rapport à la fuite d'informations auprès des opérateurs, l'INT étant au centre du processus de déclaration et garante de la bonne marche. Par conséquent, nous adhérons totalement à cette idée.</p> <p>Nous souhaitons vivement que seules soient obligatoires les déclarations pour un nouveau type de service. Par exemple, si le FSVA dispose d'un service de notification d'échéance pour le compte d'une assurance, il n'est pas obligé de re-déclarer le même service, dès qu'il obtient un nouveau contrat avec un autre assureur. Le cas échéant, faire exception pour les jeux. Ceci n'empêchera pas le calcul du trafic par numéro, puisque le FSVA fournit ses statistiques à l'INT chaque année.</p> <p>Délai de déclaration : le délai de déclaration est actuellement de 3 jours après lancement du service, ce délai est apprécié et nous souhaiterions le porter à une semaine calendaire, pour favoriser notre activité.</p> <p>Pièces du dossier initial : assouplir le volet des moyens humains, en permettant la production d'un contrat d'infogérance (cas où le FSVA fait appel à un tiers qualifié pour la gestion de la plate-forme). Maintenir la responsabilité d'exploitation au FSVA.</p> <p>Expliciter les réponses de l'INT dans chaque cas de figure de déclaration, ainsi que les délais.</p>
<b>UIB</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les procédures de déclaration des services SMS+ auprès de l'INT sont longues.</li> <li>○ Beaucoup de papiers à fournir.</li> <li>○ Minimiser les délais et les pièces.</li> </ul>
<b>TLSMS</b>	<p>La procédure de déclaration des services SMS+ est simple. Mais si ça devient numérique, même le dépôt et la signature du formulaire et la récupération de l'autorisation, ça fera gagner beaucoup de temps et c'est ça la tendance en plus, et si on prend en considération les sociétés non localisées à Tunis centre, ça va leur faciliter la vie et aussi encourager les nouveaux promoteurs de créer leurs projets dans différents gouvernorats et de créer de nouvelles offres d'emploi.</p>
<b>Tunisie Telecom</b>	<p>Nous proposons que les procédures de déclarations et de validation des services SMS+ par l'INT et par les opérateurs seront validés d'une manière électronique (par mail) et éviter les papiers (zéro papiers).</p>
<b>Direction générale de l'économie numérique, de l'investissement et des statistiques du MTCEN</b>	<p>Il est intéressant, tout d'abord, d'apporter quelques éléments de précision en ce qui concerne la terminologie utilisée. En effet, les procédures effectuées selon le cahier des charges auprès de l'INT concernent le dépôt du dossier et l'obtention des numéros courts. La procédure de « Déclaration » renvoie au régime juridique d'exercice de l'activité de la fourniture des services des télécommunications et des services des télécommunications interactifs régis par les dispositions de l'article 6 du code des télécommunications, du décret n°2012-2361 du 5 octobre 2012 fixant les services des télécommunications soumis à un cahier des charges et l'arrêté du Ministre des Technologies de l'Information et de la Communication portant approbation du cahier des charges fixant les conditions et les procédures de fourniture des services des télécommunications de contenu et services interactifs des télécommunications. Ainsi, à l'instar de l'autorisation pour le cas d'autres services des télécommunications qui est accordée par le Ministre chargé des télécommunications, la déclaration pour les services qui y sont concernés se fait aussi auprès du Ministre chargé des Télécommunications. Ce constat est valable pour tous les cahiers des charges relatifs aux différents services des télécommunications prévus dans le cadre de l'application des dispositions de l'article 6 du code des télécommunications et des décrets d'application y afférents. D'ailleurs à quoi sert une déclaration</p>

auprès de l'INT si le fournisseur n'a pas encore obtenu les ressources de numérotation indispensables pour la fourniture des services. Ce n'est qu'après le dépôt du dossier auprès de l'INT, l'obtention des ressources des numéros suite à l'accomplissement des procédures inhérentes, puis le transfert par les services de l'Instance au Ministère chargé des télécommunications du dossier comportant les trois composantes principales (dossier juridique et administratif du fournisseur contenant les exposés des services, et le cas échéant les conventions avec les partenaires et fournisseurs + contrats et constats technique avec les opérateurs + décision d'octroi des ressources de numérotation par l'INT) qu'on vient au bout de la procédure de la Déclaration.

Dans la procédure de la déclaration de l'exercice de l'activité de fourniture de services de contenu et services interactifs, il existe deux phases expressément mentionnées dans le cahier des charges à savoir la phase procédurale auprès des opérateurs puis celle auprès de l'Instance. Il existe cependant une phase sous-jacente et préliminaire pour les nouveaux promoteurs et les nouveaux investisseurs qui consistent en la création de la personne morale.

Les sociétés commerciales, les EPA-EPNA et les associations sont exemptées de cette phase procédurale puisqu'elles sont déjà constituées. Les opérateurs des télécommunications ne sont contraints qu'une seule phase qui est celle de dépôt du dossier et obtention des ressources de numérotations auprès de l'INT. Il est vrai que le présent cahier des charges a omis de préciser que les opérateurs, de par leur statut, sont exemptés de justifier des moyens humains, matériels et d'avoir un contrat et d'opérer un constat technique, et qu'en pratique on ne demande pas ces justificatifs pour les opérateurs, mais il serait préférable de le mentionner si on procèdera à une modification du cahier des charges actuel ou à l'élaboration d'un nouveau cahier des charges.

Une dernière remarque à formuler concerne le récépissé délivré par les services de l'INT au fournisseur après l'accomplissement par celui-ci de son dossier relatif au service concerné. C'est une étape qui n'est pas prévue dans le cahier des charges et dénature le régime d'exercice de l'activité du régime de la déclaration au régime de l'autorisation.

Dans ce cahier des charges, la première responsabilité de contrôle a posteriori de l'exercice de l'activité et du respect surtout des conditions administratives revient de prime abord aux services du Ministère chargé des télécommunications qui devrait procéder, sur la base des articles 17 et 18 du cahier des charges à opérer les opérations de contrôle et prendre les sanctions administratives par et au nom du Ministre chargé des Télécommunications après avis de l'INT.

**Q5.1. Quelles sont les remarques des acteurs concernés quant aux procédures auprès des opérateurs et comment les faire évoluer ?**

**Q5.2. Quelles sont les remarques et les propositions des acteurs quant aux procédures et délais d'activation d'un numéro court et de modification de la tarification d'un service ?**

**Q5.3. Quelles sont les remarques et les propositions des acteurs quant aux procédures de facturation et de règlement notamment les délais d'appel à facture et de règlement des factures ?**

**Q5.4. Quelles sont les remarques et les propositions des acteurs quant aux procédures de contestation de factures et les délais y afférents ?**

<b>Orange Tunisie</b>	<p><b>Q5-1:</b> Concernant les procédures auprès des opérateurs, Orange Tunisie recommande la mesure suivante : Facturation du service de conformité technique et ce en raison des coûts que supporte l'opérateur notamment les coûts de déplacements et de mobilisation des ressources techniques pour le site survey et les coûts de supports.</p> <p><b>Q5-2:</b> Concernant les procédures et délais d'activation d'un numéro court et de modification de la tarification d'un service, Orange Tunisie recommande les mesures suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Fixer un délai de 1 mois suite à la demande d'activation d'un numéro court pour la première fois avec un Fournisseur de Service de SMS+.</li><li>○ Fixer un délai de 15 jours calendaires pour l'activation d'un numéro court pour un fournisseur ayant déjà déposé un numéro court et le changement tarifaire.</li></ul> <p><b>Q5-3 &amp; Q5-4:</b> Concernant les procédures de facturation et de règlement, Orange Tunisie recommande la mesure suivante : Vu le nombre de fournisseurs et la multitude de numéros acheminant les services l'ORPT se retrouve à gérer un nombre important et croissants de factures sur des périodes différentes pour des volumes très faibles ce qui peut être coûteux en terme de ressources. Il est donc souhaitable de mettre en place une facturation trimestrielle pour les Fournisseur de Service SMS+ ayant une activité régulière sur l'année, avec des délais fixés le long du parcours de facturation. L'émission d'appel à factures par l'ORPT doit être organisée selon un calendrier trimestriel et fixe.</p>
<b>CSNSVA</b>	<p><b>Q5-1:</b> Nous souhaitons que :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Le maximum des procédures se fasse en ligne avec un workflow adapté à l'activité ;</li><li>○ Les délais maximales de réponse des opérateurs soient fixés et connues d'avance ;</li><li>○ Dans le cas de non-respect de ces délais, des recours doivent être instaurés (prise de position par l'INT, amendes)</li></ul>

**Q5-2:**

Actuellement, les opérateurs implémentent les numéros ou modifient les tarifs, chacun à son rythme, sans que le FSVA ne puisse avoir de garantie sur le délai. Il est arrivé à nos FSVA d'attendre plusieurs mois pour l'activation d'un numéro court pour une raison inconnue. Une telle situation a porté atteinte, malheureusement, à la crédibilité de nos FSVA avec leurs clients et les a fait perdre des revenus potentiels. Nous proposons d'instaurer le délai maximal de 7 jours pour l'activation et/ou la modification de prix. Pendant cette période, le numéro ne sera pas facturé par l'INT. Au-delà de ce délais si le numéro n'est pas activé et/ou le prix n'est pas modifié, le fournisseur de service a le droit de demander dédommagement du manque à gagner induit par ce retard auprès de l'INT. Nous proposons un dédommagement de 1000 dinars par jour de retard.

**Q5-3:**

Actuellement, tous les opérateurs pratiquent des délais d'appel à facture et de règlement des factures très importantes (Certains opérateurs ont dépassé les 12 mois pour certains FSVA, il y a un opérateur qui propose la traite comme moyen de paiement). Cette situation à peser lourd sur la situation et la stabilité financière de nos FSVA, et donc sur la crédibilité nos entreprises vis-à-vis de nos bailleurs et partenaires. Nous proposons d'instaurer les délais maximums suivants :

- Appel à facture du mois M : 10 jours, maximum, après la fin du mois M ;
- S'il y a une différence de statistiques (avec une différence tolérables de 2%), le FSVA facture la partie convenue et conteste la différence (voir mécanisme de contestation proposé dans la réponse de la question Q5.4) ;
- Règlement des factures : 30 jours date facture avec paiement par virement ou cheque ;
- Dans le cas de non-respect de ces délais, des recours doivent être instaurés :
  - Prise de position par l'INT ;
  - Pénalité de 1000 dinars pour chaque jour de retard pour l'appel à facture pour chaque numéro court ;
  - Pénalité de retard de 1% de la totalité de la facture TTC par jour de retard de paiement.

**Q5-4:**

Malgré qu'un mécanisme de contestation a été instauré avec l'un des opérateurs, mais malheureusement, il n'est pas appliqué, et ce, à cause de l'absence de moyens de recours. Nous proposons le mécanisme de contestation de statistique pour un taux de divergence supérieur à 2% :

- Le FSVA doit transmettre à l'opérateur son rapport détaillé contre décharge, sous 21 jours calendaires à partir de la date de réception de l'état récapitulatif des statistiques ;
- L'opérateur analyse le rapport des états statistiques et transmet au FSVA sa réponse contre décharge, dans les 15 jours calendaires qui suivent la date de réception de la contestation du FSVA ;
- Dans le cas où le FSVA maintient sa position de contestation, il informe l'opérateur contre décharge dans un délai de 10 jours calendaires qui suivent la date de réception de la réponse de l'opérateur ;
- Dans ce cas, une réunion visant à trouver une solution à l'amiable se tiendra à une date fixée conjointement par les 2 parties dans les 15 jours calendaires suivant la date de dépôt de maintien de la contestation. Le volume résultant des efforts mutuels de

	<p>rapprochement est appelé volume corrigé. Ce volume corrigé fera l'objet d'une facture complémentaire ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Si le désaccord persiste, un arbitrage sera fait par l'INT pour résoudre ce conflit. Ses décisions seront définitives et non contestables.</li> <li>○ S'il n'y a pas respect de ces délais ou absence de réponse de l'opérateur, ceux sont les statistiques du FSVA qui prévalent. Notons que l'opérateur est responsable de l'acheminement, de la facturation et du recouvrement des SMS / minutes/ MMS ou tout autre moyen de facturation via les opérateurs, il reste redevable au FSVA jusqu'à preuve de finalisation des procédures juridiques jusqu'à cassation.</li> </ul>
<b>Jet Multimedia</b>	<p><b>Q5-1:</b> La procédure de Simplifier et exiger des délais maximales de réponse de la part des opérateurs et des recours pouvant déboucher sur des prises de position de l'INT en cas de dépassement des délais.</p> <p><b>Q5-2:</b> Il faut exiger un délai maximal pour l'activation et/ou la modification de prix pendant lequel le numéro n'est pas facturé par l'INT. Au-delà de ce délai si le numéro n'est pas câblé et/ou prix modifié le fournisseur de service a le droit de demander dédommagement du manque à gagner induit par ce retard auprès de l'INT.</p> <p><b>Q5-3:</b> Appel à facture : délais de 10 jours la fin du mois de l'activité Si différents des statistiques, facturer la partie convenue, et passer le reste à la vérification. Délais de résolution des différends 15 jours de la date réclamation puis si pas accord 15 jours de délais d'arbitrage par l'INT. Appliquer des pénalités pour chaque jour de retard d'appel à facture et de résolution de différends. L'opérateur est responsable de l'acheminement, de la facturation et du recouvrement des SMS / minutes / MMS ou tout autre moyen de facturation via les opérateurs, il reste redevable au FSVA jusqu'à preuve de finalisation des procédures juridiques jusqu'à cassation. Au-delà de ces délais ou d'absence de réponse de l'opérateur, c'est les statistiques FSVA qui prévalent. Règlement des factures dans un délai de 30 jours date facture par chèque ou virement.</p> <p><b>Q5-4:</b> Prendre la formule proposée dans l'avenant de Q5.3 en ajoutant des pénalités de retard automatiques.</p>
<b>Somatel &amp; Syscomedia</b>	<p><b>Q5-2:</b> Le délai d'activation des numéros doit ne pas dépasser une semaine.</p> <p><b>Q5-3:</b> Malgré le caractère contractuel des délais de facturation et de paiement, ces délais sont très peu respectés par les opérateurs. Il faudra trouver une solution à ce problème qui risque de mettre en péril les équilibres financiers des fournisseurs de service.</p> <p><b>Q5-4:</b> Le délai de réponse à la contestation ne doit pas dépasser un mois.</p>
<b>Squaretek Tunisia</b>	<p><b>Q5-1:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Il convient d'intégrer le maximum des étapes de cette procédure en ligne, à travers la plate-forme de déclaration de l'INT. Passer les ordres électroniquement permet un meilleur recours par le FSVA et contribue à garantir le respect des délais à chaque étape.</li> <li>○ Nous recommandons l'exploitation d'un système en ligne dès le début du processus, c'est-à-dire dès l'initiation des procédures avec</li> </ul>

l'opérateur, avant même de déposer le dossier à l'INT. Cela implique une première démarche de la part du FSVA auprès de l'INT pour retirer le dossier nécessaire et bénéficier de la création d'un compte sur la plate-forme.

- Toutes les étapes décrites plus haut (première déclaration et procédures d'exploitation) ont intérêt à être passées en ligne\*fixer des délais pour chaque étape :
  - Délai d'envoi de l'appel à facture : 30 jours après échéance-délai de règlement après facturation : uniforme pour tous les opérateurs, 30 jours.
  - Délai de traitement des contestations : 30 jours.

**Q5-2:**

Actuellement, les opérateurs implémentent les numéros ou les modifications tarifaires, chacun à leur rythme, sans que le FSVA ne puisse avoir de garantie sur le délai. Il nous est arrivé d'attendre plusieurs mois pour l'activation d'un numéro court pour une raison inconnue. Délai recommandé pour l'activation d'un numéro : 15 jours calendaires au maximum, à compter de la date de la requête. Délai pour modification d'un palier : 7 jours calendaires

**Q5-3:**

Voir éléments de réponse donnés au point Q5-1. Le point important est que la somme des délais d'appel à facture et de règlement ne dépasse pas 60 jours, compte non tenu du délai d'émission de la facture par le FSVA. Le FSVA est tenu d'utiliser la plate-forme en ligne et de mettre à jour l'état des appels à facture, afin que l'INT dispose de données fiables en cas d'intervention nécessaire, et pour la production de données statistiques le cas échéant.

**Q5-4:**

Existant :

- Actuellement, l'appel à facture adressé par l'opérateur est établi sur la base des statistiques dont il dispose, le FSVA est sollicité pour fournir ses statistiques à titre purement indicatif.
- Lorsqu'une divergence est constatée dans les statistiques avec l'opérateur (peut s'élever jusqu'à 90% de différence !), le FSVA ne dispose d'aucun moyen efficace actuellement pour adresser une contestation et obtenir gain de cause.
- Il faut savoir également que la totalité des divergences entre les statistiques, opérateur et celle du FSVA sont toujours en de faveur du FSVA, alors que vu la position de chacun dans la chaîne de traitement du SMS-MO, s'il y a différence, c'est à cause d'une perte de SMS donc le FSVA reçoit normalement n SMS, avec  $n \leq N$ , N étant le nb de SMS reçus par l'opérateur.
- Il faut savoir que le FSVA met à disposition de son client une interface web permettant l'accès au trafic traité (SMS-MO) en temps réel, afin d'assurer la transparence de l'activité. Remède :
- Il faut établir une procédure de contestation uniformisée à tous les opérateurs, avec des recours en cas de dépassement de délai ou de non convergence des statistiques à l'issue de la contestation. Le FSVA est disposé à fournir un listing détaillé des SMS reçus et traités sur la période de contestation.
- Fixer un seuil (delta) au-delà duquel une contestation peut être engagée : seuil à fixer en monnaie ou en nb de SMS, non en % (un

	<p>petit pourcentage sur un grand volume de SMS échangés peut constituer une perte non négligeable).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Idéalement, l'opérateur doit fournir au FSVA un accès transparent au trafic échange sur son compte, les passerelles utilisées chez l'opérateur pour cette activité le permettent.</li> <li>○ Prévoir des délais pour la résolution de la contestation (cote FSVA pour fourniture des éléments de preuve, cote operateur pour la réponse).</li> </ul>
<b>UIB</b>	<p><b>Q5-1:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les procédures auprès des opérateurs sont moins souples.</li> <li>○ Minimiser les délais.</li> </ul> <p><b>Q5-2:</b> Les procédures et délais d'activation d'un numéro court et de modification de la tarification d'un service sont acceptables.</p> <p><b>Q5-3:</b> Facturation normale. Aucun problème n'a été signalé.</p> <p><b>Q5-4:</b> Pas de remarques.</p>
<b>TLSMS</b>	<p><b>Q5.1 :</b> La procédure n'est pas identiques au près des trois opérateurs, l'unifier ça va rendre le processus plus rapide et plus facile.</p> <p><b>Q5.2 :</b> Comme chaque opérateur active le short code à une période, je pense que l'INT doit mettre des pénalités pour chaque opérateur qui n'active pas le short code après un délai défini à préciser,</p> <p><b>Q5.3 :</b> L'INT doit obligatoirement et d'une façon urgente intervenir dans ce point précis car pas mal de fois les appels à factures tardent et même le règlement des factures, ce qui engendre des problèmes avec nos clients. Et chaque opérateur doit préciser un vis-à-vis quant au retard des règlements pour ne pas tourner en boucle sans avoir de réponse.</p>
<b>Direction générale de l'économie numérique, de l'investissement et des statistiques du MTCEN</b>	<p><b>Q5.4 :</b> L'INT en tant qu'autorité de régulation peut jouer le rôle d'arbitrage.</p>

<b>Q6. Quelles sont les remarques des acteurs concernés quant aux services actuellement fournis, et comment faire évoluer l'offre de service actuelle et permettre l'introduction de services innovants au bénéfice des utilisateurs ?</b>	
<b>Orange Tunisie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Intégrer l'ORPT en tant que fournisseur de services à contenu ;</li> <li>○ Rajouter dans la liste des services innovants : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le téléchargement qui permettra de générer des revenus pour tous les contenus Premium : jeux, vidéos, photos, musique, application, personnalisation du mobile ;</li> <li>• Les jeux : permettant de proposer des jeux, des fonctionnalités intégrées dans les jeux (déblocage de niveaux, achat de nouvelles fonctionnalités ...).</li> </ul> </li> </ul>
<b>CSNSVA</b>	<p>Actuellement, les opérateurs ne proposent pas la même offre commerciale (ensemble de fonctionnalités):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Le MT charging n'est pas proposée par tous les opérateurs. De même, pour les accusés de livraison;</li> <li>○ Un opérateur donné ne propose pas la même offre commerciale à tous les FSVA.</li> <li>○ Deux opérateurs sur les 3 ne proposent pas d'offre push adaptée aux FSVA. Cependant, ils proposent une offre push aux Banques;</li> <li>○ Les opérateurs proposent des solutions de paiement par solde (abonnement VOD, des api de paiement proposés par des sites étrangers) ; mais ces solutions ne sont pas mis à la disposition de nos FSVA malgré nos demandes ;</li> <li>○ Le service A2P, qui n'est pas une terminaison d'appel et qui est totalement différent du P2P (activité principale de l'opérateur), est totalement détourné par les opérateurs malgré qu'il fait partie de l'activité du FSVA ;</li> <li>○ Les opérateurs ne communiquent pas sur leurs offres, services et nouvelles fonctionnalités. Même sur demande il est difficile d'obtenir l'information ;</li> </ul> <p>Pour la plupart des services, le FSVA doit implémenter un service étant accessible par tous les abonnés, indépendamment de l'opérateur. Cela est souvent impossible actuellement car les opérateurs ne proposent pas des offres commerciales uniformes en termes de services / fonctionnalités. Une situation qui tue le service dès son lancement. Les FSVA sont les moteurs de l'activité. Ceux sont eux qui créent le besoin et apportent les tendances. Nous sommes dans l'attente de services de géolocalisation depuis des années par exemple. Les opérateurs doivent envisager le FSVA comme un partenaire apportant de nouveaux revenus, et non pas comme un concurrent cannibalisant l'ARPU. Le législateur doit veiller à ce que le cadre réglementaire suive l'évolution des services, mieux encore il devrait anticiper cette évolution afin de booster le secteur : Il faut laisser place à l'innovation qui ne peut pas être gérée par la réglementation existante. Nous proposons d'ajouter les services de contenus interactifs suivantes ouverts chez tous les opérateurs en utilisant les techniques de MT Billing, Internet+, USSD, Web Services ... ouverts à tous les FSVA qui désirent les utiliser:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Services de Micro paiement</li> <li>○ Services de contenu et services interactifs:</li> <li>○ Services à l'acte pour le SVI ;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Services SMS+ et MMS+ et SVI avec abonnement à montant fixes ou dynamiques.</li> </ul>
<b>Jet Multimedia</b>	<p>Nous proposons d'ajouter les services de contenus interactifs suivantes ouverts chez tous les opérateurs en utilisant les techniques de MT Billing, Internet+, USSD, Web Services etc. ouverts à tous les FSAV qui désirent les utiliser :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Services de Micro-paiement ;</li> <li>○ Services de contenu et services interactifs : Services à l'acte pour le SVI ;</li> <li>○ Services SMS+ et MMS+ et SVI avec abonnement à montant fixes ou dynamiques.</li> </ul>
<b>Somatel &amp; Syscomedia</b>	<p>Un SMS PUSH: La nouvelle réglementation doit absolument encadrer de manière précise et claire l'envoi de SMS push en différenciant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les SMS publicitaires envoyés par les fournisseurs de services SMS pour le compte des marques à une base de prospects choisis selon des critères de ciblage précis, a des abonnés qui non pas contesté de figurer sur les bases des fournisseurs: technique de L'OPT OUT. Les procédures par lequel ce consentement est donné doivent être allégées et adaptées aux nouvelles technologies, en permettant notamment l'obtention de l'opt-out par des moyens électroniques, notamment par SMS ou USSD. Les OPRT peuvent être garants de cette opt-out et doivent de ce fait être autorisés à le vérifier auprès des fournisseurs de services SMS.</li> <li>○ Les SMS publicitaires envoyés par les fournisseurs de services SMS pour le compte de marques avec des listes de MSISDN fournies par la marque annonceur. Dans ce cas, les règles d'opt-in, restent la responsabilité de la marque.</li> <li>○ Les SMS publicitaires non commerciaux : il s'agit des SMS envoyés par des ONG à but non lucratif pour des causes nationales (sécurité routière, don du sang,...).</li> </ul> <p>Les SMS push appelant aux dons par SMS 2 autre type de services :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Il faut considérer les autres services (abonnement, chat SMS, micro paiement par SMS) comme des services a contenu et les traités dans le même cadre juridique.</li> <li>○ Concernant le MT charging ce n'est qu'un mode de facturation qui figure dans la convention de 2004 et validée par l'INT. La facturation des services SMS reste un choix qui revient à la nature de service et en accords entre le fournisseur et le l'opérateur.</li> </ul>
<b>Squaretek Tunisia</b>	<p>Actuellement :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les opérateurs ne proposent pas la même offre commerciale (ensemble de fonctionnalités) entre eux. Par exemple, le MT charging n'est pas proposé par tous.</li> <li>➤ Les accusés de livraison ne sont pas fournis par tous les opérateurs.</li> <li>○ Un opérateur donné ne propose pas la même offre commerciale à tous les FSVA. Par exemple, Deux opérateurs sur les 3 ne proposent pas d'offre push adaptée aux FSVA, sauf pour certains FSVA à savoir les banques par ex.</li> <li>○ Les opérateurs ne communiquent pas sur leur offre, les services et nouvelles fonctionnalités ne font l'objet d'aucune communication, même sur demande il est difficile d'obtenir l'information.</li> <li>○ Les FSVA sont les moteurs de l'activité, à savoir que c'est eux qui tirent le besoin et apportent les tendances. Par exemple, nous sommes dans l'attente de services de géolocalisation depuis des années. Paradigmes :</li> <li>○ Les innovations FSVA requièrent souvent que la plate-forme opérateur permette l'évolution, c'est une interaction permanente entre le FSVA et l'opérateur.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les opérateurs doivent envisager la relation avec les FSVA comme un partenariat apportant de nouveaux revenus, et non un concurrent cannibalisant l'ARPU.</li> <li>○ Pour la plupart des services, le FSVA doit implémenter un service étant accessible par tous les abonnés, indépendamment de l'opérateur. Cela est souvent impossible actuellement car les opérateurs ne proposent pas des offres commerciales uniformes en termes de services / fonctionnalités.</li> <li>○ Le législateur doit veiller à ce que le cadre réglementaire suive l'évolution des services, mieux encore il devrait anticiper afin de booster le secteur. Il faut aussi se départir de l'esprit que lorsqu'il n'y a pas de loi qui légifère, c'est interdit. Remède :</li> <li>○ Communication systématisée à travers la chambre syndicale requise, pour toutes les évolutions disponibles-se réunir sur une base périodique avec toutes les parties (opérateurs, FSVA, régulateur, législateur) afin d'échanger sur les tendances : le FSVA exprime son besoin, l'opérateur planifie son investissement, le régulateur arbitre sur les intérêts respectifs des parties en considérant l'intérêt des services pour le secteur et le business model adéquat. Cette mesure contribuera à instaurer une meilleure relation entre les parties, car c'est actuellement le frein majeur à l'essor du secteur.</li> <li>○ Uniformisation des factures proposées par les opérateurs. par exemple : service push, support des accusés de livraison, mt -charging- facturation des SMS Push sur la base des SMS livrés uniquement, proposé par un des opérateurs : à rejeter, car la livraison n'est pas un segment que le FSVA maîtrise, on ne peut donc savoir sur quel palier tarifaire on sera facturé en fin de mois + se base sur le mécanisme d'ack de livraison qui n'est pas fiable  Difficulté de maîtriser les coûts pour le FSVA + source de litige supplémentaire avec l'opérateur-services de géo localisation : attendu depuis des années, permettra une gamme importante de nouveaux services-m-paiement : le régulateur et le législateur ont un rôle important à jouer, pour définir le ou les business modèles qui sont adaptés à l'échelle nationale. Le m-paiement n'a pas encore décollé en Tunisie principalement à cause de l'absence de visibilité et de l'absence de définition d'un schéma /cadre clair par le législateur, établi par toutes les parties du secteur !</li> </ul>
<b>UIB</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les services actuellement fournis sont acceptables ;</li> <li>○ Revoir les paliers de facturation ;</li> <li>○ Réviser les prix appliqués.</li> </ul>
<b>TLSMS</b>	Il manque une certaine flexibilité surtout pour les contenus d'information et l'introduction des abonnements et du micro-paiement permettra l'introduction des services innovants.
<b>Tunisie Telecom</b>	<p>Nous proposons d'ajouter les services de contenus interactifs suivantes en collaboration avec l'opérateur de télécommunication en utilisant la technologie MT Charging, commande USSD, CBC et VOD :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <u>Services de contenu et services interactifs:</u></li> <li>○ Téléchargement de contenu: Personnalisation du mobile (images, sonneries), jeux, vidéos, musiques, etc.</li> <li>○ Services d'informations: Actualités, météo, sport, astrologie, etc.</li> <li>○ Services communautaires: Chat, blogs et services de mise en relation entre utilisateurs, etc.</li> <li>○ Interactivité média : Votes, dédicaces, interactions avec des émissions de télévision ou de radio, etc.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Interactivité avec une marque: Demande d'information produit, participation à un évènement, etc.</li> <li>○ Paiement de contenu sur Internet (réception par SMS d'un code d'accès web).</li> <li>○ Contribution à un service d'informations: Enrichir un article, relayer un évènement par l'envoi de photos reportages, etc.</li> <li>○ Mise à jour de profils ou sites personnels : Personnaliser un profil avec des photos, mettre à jour un blog, créer un album photos en ligne, etc.</li> </ul> <p>➤ <u>Services de Micro-paiement</u></p> <p>Le micro-paiement (aussi appelé micro-transaction) est un service de paiement permettant d'acheter des services ou des contenus de faible valeur unitaire par l'envoi par SMS surtaxé d'un mot clé permettant la réception d'un code d'accès.</p> <p>➤ <u>Services SMS+ et MMS+ avec abonnement</u></p> <p>Dans le cadre de ces services, le client est facturé à chaque SMS ou MMS reçu, correspondant à la livraison d'un contenu ou d'un service. Ce type de service nécessite une inscription préalable de la part de l'utilisateur. Celui-ci est informé régulièrement de sa consommation et peut à tout moment se désinscrire du service. On distingue :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les services récurrents : La fréquence d'envoi des SMS/MMS par le FS est fixe. Exp : Livraison de contenus de manière régulière ou abonnement à un service de téléchargement de contenu</li> <li>○ Les services aléatoires: La fréquence d'envoi est déclenchée par un événement. Exp : Alertes (actualités, annonces immobilières, etc.) ou notifications (mail, etc.).</li> </ul>
<p><b>Direction générale de l'économie numérique, de l'investissement et des statistiques du MTCEN</b></p>	<p>Dans l'actuel cahier des charges (version arabe) il existe trois limites quant à la fourniture des services de contenu et services interactifs. Les fournisseurs ne peuvent pas fournir des services :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Qui portent atteinte à l'ordre public ou aux bonnes mœurs,</li> <li>○ Des services basés sur les SPAMS c'est-à-dire l'envoi en masse des SMS sans avoir eu au préalable l'accord explicite des clients,</li> <li>○ Qui consistent en des jeux de hasard et de pronostic.</li> </ul> <p>La version française du même cahier des charges a ajouté une quatrième limite concernant l'interdiction de prospecter le marché ou de faire de la publicité directe.</p> <p>Cependant, en application de la loi tunisienne c'est la version arabe qui fait foi.</p> <p>Nous estimons que les limites sus-indiquées ne réduisent pas le champ vaste qui reste devant les fournisseurs pour innover.</p>
<p><b>Ooredoo Tunisie</b></p>	<p>Les services SMS commerciaux connaissent aujourd'hui une importante dégradation : le service reçoit aujourd'hui une mauvaise appréciation de la part du consommateur.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Par le non-respect de la loi sur la protection des données personnelles (utilisation de bases destinées à des services à contenu pour des campagnes commerciales).</li> <li>○ Par le non-respect des règles d'opt-in en envoyant des SMS publicitaires à des abonnés sans leur consentement.</li> <li>○ Par l'utilisation des ressources techniques d'un opérateur pour cibler les abonnés d'un autre opérateur.</li> </ul>

**Q7. Quelles sont les remarques des acteurs quant au système de tarification et règle de partage de revenus en vigueur et quels sont leurs propositions pour assurer le développement de l'activité et l'introduction de services innovants ?**

<p><b>Orange Tunisie</b></p>	<p>L'évolution de la structure de tarification doit être accompagnée de mesures de transparence tarifaire :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La définition d'une signalétique commune à tous les numéros SMS et son utilisation systématique par les éditeurs de contenu et les opérateurs.</li> <li>• La revue des paliers tarifaires concernant le prix du « service », à la fois harmonisés et adaptés aux besoins des éditeurs de contenu.</li> </ul> <p>Ces mesures relevant de la politique commerciale des opérateurs et des éditeurs de contenu, il est primordial qu'ils soient impliqués dans leur définition et leur mise en œuvre, dans un cadre multilatéral.</p>
<p><b>CSNSVA</b></p>	<p>Quelles sont les remarques des acteurs quant au système de tarification et règle de partage de revenus en vigueur et quels sont leurs propositions pour assurer le développement de l'activité et l'introduction de services innovants ?</p> <p>Cette classification tarifaire par paliers et sa liaison aux ressources de numérotation n'a aucun intérêt et n'apporte aucune valeur ajoutée sur le développement de l'activité. Elle n'est plus d'actualité depuis l'instauration du nouveau plan de numérotation. Nous proposons de ne plus l'utiliser sauf pour distinguer les services de type jeux (858XY et 859AB) des autres services. En ce qui concerne la tarification utilisée des Numéro courts, nous proposons :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pour les services de type jeux par SMS : pas de limitation de prix ;</li> <li>○ Pour les services de type Hors-jeux : possibilité de limiter le prix maximal à 10 DT TTC ;</li> <li>○ D'adopter les tarifications standards suivantes (pour faciliter l'implémentation au niveau de l'opérateur) :             <ul style="list-style-type: none"> <li>• De 0,050 TND TTC à 1 TND TTC : par palier de 0,05 TND</li> <li>• De 1 TND à 2 TND : par palier de 0,1 TND</li> <li>• De 2 TND à 10 TND TTC : par palier de 0,5 TND</li> </ul> </li> <li>○ D'avoir la possibilité d'une tarification selon mot clé dans un même numéro court (MO et MT);</li> <li>○ D'accorder systématiquement 3 SMS-MT gratuits, et ce, pour chaque SMS-MO ;</li> <li>○ D'accorder 1 SMS-MT gratuit supplémentaire pour chaque tranche de 300 millimes TTC du prix SMS-MO</li> <li>○ De mettre en place des Numéros courts VERTS (prix à payer par l'Utilisateur : zéro millime ; l'opérateur facture au FSVA 0,05 TND TTC pour chaque SMS-MO reçu. Ce Numéro vert donne droit à 3 SMS-MT pour chaque SMS-MO reçu) ;</li> </ul> <p>En ce qui concerne le partage de revenu et afin d'assurer le développement de l'activité, nous souhaitons revoir ce partage vers la hausse pour les FSVA. Nous proposons 85% pour le FSVA et 15% pour l'Opérateur. Cette nouvelle formule de partage permettra le développement de l'activité vu l'amplification actuelle des coûts de production et la nécessité des investissements importants pour introduire des services innovants à rentabiliser comme le mobile payment, le micro paiement, le téléchargement des applications et des contenus innovants. Des services dont les éditeurs de contenu demandent des parts de revenus plus importantes, et qui permettront de générer une employabilité importante. Ces mêmes recommandations (tarification ; partage de revenu...) doivent être appliqués aux</p>

	services fournis par IVR, USSD ou tout autre canal mis en place, pour faire évoluer cette activité et introduire des services innovants.
<b>Mobizone</b>	Les taux de partage actuels doivent impérativement être maintenus. L'opérateur actuellement n'est que le transporteur du SMS, le fournisseur de service quant à lui crée toute la valeur ajoutée autour du service et ainsi met en place des moyens humains et technologiques très importants et qui évoluent au fil des ans. Effectivement aujourd'hui pour pouvoir s'adapter aux nouvelles données technologiques et pour offrir le service le plus fiable en terme de sécurité de respect des consommateurs et d'innovation les coûts sont de plus en plus élevés plus que jamais ces taux de partage doivent être maintenus sinon revue à la hausse au profit du fournisseur de services.
<b>Jet Multimedia</b>	<p>Nous proposons de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Alléger les frais de raccordement et favoriser la mutualisation des supports afin d'éviter la pratique d'hégémonie des opérateurs qui veulent imposer de souscrire à leurs offres de connexion.</li> <li>○ Réviser les options de débit instantané vers la baisse qui datent des temps où la Tunisie comptait seulement 3 Millions d'abonnés !! Tarification des SMS-MO / MMS-MO :</li> <li>○ Ajouter des niveaux de tarification de 1, 5 à 100 DT TTC par palier de 500 millimes jusqu'à 20 DT TTC et par palier de 1 DT TTC jusqu'à 100 DT TTC.</li> <li>○ Tarification selon mots-clés dans un même SC (en MO ou MT) Le partage de revenus entre l'Opérateur et le Fournisseur de services sur tous les services</li> <li>○ Au max 35% pour les OP</li> <li>○ Au min 65% pour les FSAV</li> <li>○ La base de calcul de reversement doit se faire en TTC puisque la redevance télécom doit être supportée par les opérateurs puisqu'elle leur est adressée.</li> <li>○ Accorde au FSAV systématiquement 3 SMS-MT gratuits et ce pour chaque SMS-MO</li> <li>○ Permettre 1 SMS MT gratuit pour chaque tranche de 300 millimes TTC de prix de SMS MO.</li> <li>○ Si Le FSAV prend en charge ou Garantit les lots (de même pour les autres frais de communication, etc.) d'un Jeu organisé au profit de l'opérateur (et non pas seulement pour ses clients) : 100% du revenu est récupéré par le FSAV jusqu'à couverture des lots (de même pour les autres frais de communication, etc.).</li> <li>○ Si L'OP prend en charge ou Garantit les lots d'un Jeu organisé au profit de l'opérateur (et non pas seulement pour ses clients) : 100% du revenu est récupéré par l'OP jusqu'à couverture des lots.</li> <li>○ Si l'opérateur prend en charge la communication (TV, Affichage, Radio) sur le service du FSAV : couverture des coûts validés par le fournisseur ou sur la base des prix obtenus par le fournisseur pour la même prestation.</li> <li>○ Appliquer la convention standard (min 65% FSAV -max 35% pour l'OP) sur le CA – Coûts (lots et/ou communication)</li> <li>○ Si l'OP s'engage à informer son réseau et sa clientèle (via des canaux à définir : FB sponsorisés, Agences, Internet Ads, SMS, etc.) 5% à 15% barème prédéfini selon le pack proposé.</li> </ul> <p>Penser au cas d'un Service sponsorisé par l'opérateur (que l'opérateur souhaite pousser pour développer sa marque ou son image, etc.)</p>

	auxquels cas proposer un partage supplémentaire au FSVA de 5% à 15% selon un barème prédéfini et validé d'avance par l'INT suite à cette consultation.
<b>Somatel &amp; Syscomedia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Les tarifs des SMS, MMS et des minutes IVR et de tout type de contenu doivent être totalement libéralisés, sous conditions de transparence totale dans leur affichage sur tout support de communication.</li> <li>○ Le partage de revenus doit être ré- équilibré au profit des fournisseurs de services et ceux de contenu avec un taux de partage de 75% Fournisseurs et 25% Opérateurs.</li> </ul>
<b>Squaretek Tunisia</b>	<p>Cette classification tarifaire par paliers et liée aux ressources de numérotation n'a aucun intérêt, bride l'activité pour plusieurs raisons :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Le FSVA organise la plupart des services MO pour le compte de ses clients, qui souhaite un tarif calculé en fonction d'un modèle économique, peut ne pas correspondre aux tarifs proposés</li> <li>○ Quel intérêt d'avoir des paliers? Aucune communication n'est faite vers le grand public par rapport au consommateur afin d'informer de ces tarifs. Si c'était le cas, en quoi cela peut-il protéger le consommateur? Par contre, il est impératif que le consommateur soit informé sur les supports adéquats du tarif qu'il va payer pour utiliser le service.</li> <li>○ Lier le tarif à une ressource de numérotation constitue un casse-tête pour les FSVA, étant donné le peu de flexibilité dans la location des numéros courts actuellement. Rend difficile la mutualisation des services sur un même numéro (pour amortissement), et le client n'est souvent pas prêt à payer la location d'un numéro court à l'année, pour un service qui parfois va être temporaire.</li> <li>➤ Une tarification libre est souhaitée, faisons confiance à l'autorégulation du marché.</li> <li>○ Un tarif plafond (max) peut à la rigueur être accepté, dans le souci de protection du consommateur.</li> <li>○ Plages x8 et x9 pour les jeux : on souhaiterait éviter de réserver un numéro uniquement pour l'activité de jeu.</li> <li>○ L'impôt sur les jeux peut être calculé sur le trafic du service concerné (simple requête opérateur)</li> <li>○ 1 à 3 SMS gratuits : les opérateurs ne proposent pas systématiquement 3 SMS gratuits pour toutes les réponses MO. Nous souhaiterions que 3 SMS nous soient garantis en réponse, que soit le service. Il n'y a pas que les services à contenu qui nécessitent 3 SMS, beaucoup de services d'informations à contenu personnalisé le requièrent également. De son côté, l'opérateur a les moyens de faire les vérifications nécessaires pour ne pas que le FSVA utilise ce trafic MT gratuit dans l'objectif de push.</li> <li>○ le SMS-MO est trop taxé au jour d'aujourd'hui (part opérateur, impôt jeu...) ce qui a contribué à faire baisser le trafic MO drastiquement. Beaucoup de tiers abandonnent l'idée de services SMS Pull</li> <li>➤ Nous souhaitons diminuer le % de la part de revenu opérateur, il est préférable de fixer la part opérateur en dinars.</li> </ul>
<b>UIB</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Prix très élevés.</li> <li>○ Revoir les paliers de facturation.</li> <li>○ Réviser les prix appliqués vers la baisse.</li> </ul>
<b>TLSMS</b>	Pour le partage des revenus avec les opérateurs ça serait bien de diminuer leur part si c'est possible mais surtout je vous suggère d'avoir une main pour le partage des revenus entre la société tunisienne et leurs clients étrangers.
<b>Tunisie Telecom</b>	TT proposons d'adopter les paliers, grilles tarifaires et la règle de partage de revenus suivantes afin de développer l'activité comme suit : I. <u>Frais de mise en service</u> :

I.1 Frais de raccordement : selon le support Data utilisé et les tarifs associés.

I.2. Frais mensuels :

I.2.1 Options de débit : Avec l'option mensuelle classe de débit sur les SMS-MT et les SMS push, il est possible de choisir une classe de débit, puis augmenter ou réduire cette classe de débit en cours d'année :

Classe de débit	Prix de l'option mensuelle
1 SMS/Sec	gratuit
2 SMS/Sec	150 DT HT
5 SMS/Sec	400 DT HT
10 SMS/Sec	800 DT HT
20 SMS/Sec	1200 DT HT
30 SMS/Sec	1 600 DT HT
40 SMS/Sec	2 000 DT HT
50 SMS/Sec	3 200 DT HT

I.2.2 Frais de l'option d'entête alphanumérique : 10 DT-TTC /par mois/par N° court.

I.3- Tarifcation

A- Tarifcation des SMS-MO / MMS-MO :

Paliers tarifaires	Tarifs Max du service en DT TTC	Types de services	Tarifs intermédiaires en DT TTC appliqués pour chaque palier
P1	Tarif du SMS ordinaire	Services d'intérêt général, d'inscription et de désinscription.	de 0,000 au Tarif du SMS ordinaire
P2	0,500	Services SMS/MMS à l'acte.	0,100/0,150/0,200/0,250/0,300/ 0,350/0,400/0,450/0,500
P3	1,000	Services SMS/MMS à l'acte, services SMS/MMS avec	0,550/0,600/0,650/0,700/0,750/ 0,800/0,850/0,900/0,950/1,000
P4	1,500	abonnement et services de	1,050/1,100/1,150/1,200/1,250/

		micro paiement.	1,300/1,350/1,400/1,450/1,500
<b>P5</b>	4,950		de 1,550 à 4,950 (par palier de 0,100)
<b>P6</b>	100,000	Services de micro paiement et services SMS/MMS avec abonnement.	de 1,000 à 100,000 (par palier de 0,500)
<b>P7</b>	3,000	Services de type jeu (promotionnels, culturels, etc.).	de 0,050 à 3, 000 (par palier de 0,050)

**B- Conditions de commercialisation:**

Tarification dynamique : pour un même numéro court et pour un même palier (flottement en min max selon le mot clé par exemple)

I.4 : Répartition du partage de revenus au titre des services des télécommunications de contenu et des services interactifs :

I.4.1 Le partage de revenus entre l'Opérateur et le Fournisseur de services au titre des (SMS-MO/MMS-MO et SMS-MT charging, services VOD) ainsi pour les services des télécommunications du contenu et interactifs sera négocié et convenu en commun accord des deux parties.

Le partage de revenu se fait sur la base de la règle suivante 35 % / 65 % soit dans les deux sens pour les deux Parties (35%min et 65%max) ou (35%max et 65%min) et ce selon la nature du service rendu au client.

- La base de calcul de reversement se fait sur les revenus hors redevance Telecom.

I.4.2 accorde au FS jusqu'à 3 SMS-MT gratuits et ce pour chaque SMS-MO sauf pour les services de type jeu ayant des tarifs intermédiaires qui varient de 0,050 à 0,250 DT TTC. Dans ce dernier cas, TT ne fournira aucun SMS-MT gratuit pour chaque SMS-MO reçu.

<b>Direction générale de l'économie numérique, de l'investissement et des statistiques du MTCEN</b>	<p>Le Ministère a essayé, auparavant dans la convention de 2009, de protéger les fournisseurs de services en leur accordant la majorité du revenu (65% au moins) contre 35% au plus pour les opérateurs. Il y a eu une reconnaissance timide en recommandant un pourcentage de 15% au moins de revenu à l'éditeur de contenu.</p> <p>Nous pensons que cette question aussi bien de tarification que du partage de revenu devrait être largement et amplement débattue en faisant participer d'autres corporations de métiers comme les syndicats des entreprises audiovisuelles, les artistes (chanteurs, peintres, poètes...), des sociétés organisatrices des Méga jeux qui peuvent être parfois des opérateurs de télécommunications et ce pour établir aussi la répartition des revenus en fonction de la nature et de la spécificité des services. Car il s'est avéré qu'il n'est pas opportun d'établir une unique modalité de partage des revenus.</p>
<b>Ooredoo Tunisie</b>	<p>Nous recommandons de libéraliser les tarifs des SMS, sous réserve d'une communication totalement transparente. Nous recommandons également de rééquilibrer le partage de revenus au profit des opérateurs avec un taux de partage de 50%-50%.</p>

<b>Q8. Quelles sont les remarques des acteurs quant à l'offre push actuelle et quelles sont leurs propositions pour l'améliorer ?</b>	
<b>Orange Tunisie</b>	<p>L'accès aux offres SMS Push doit être réservé ou limité aux fournisseurs de Services SMS pouvant justifier du respect de la loi sur la gestion des données à caractères personnelles.</p>
<b>CSNSVA</b>	<p>Actuellement, Seul Tunisie Télécom propose une offre push à tous les fournisseurs de service. Les autres opérateurs ne le font pas d'une manière transparente et équitable comme prévu par la loi : ils proposent une convention push uniquement aux banques ou des conditions commerciales et techniques différentes, parfois inacceptable et inadapté à l'activité que nous pouvons l'assimiler à un refus de vente (accusé de livraison payant, activation de l'EXPEITEUR par l'opérateur dans des délais très importants...) pour chaque FSVA. C'est pourquoi le régulateur doit valider un avenant au contrat actualisé, portant sur le push, que tous les opérateurs doivent proposer à tous les FSVA. L'avenant devra décrire les conditions de l'offre (garantir le transport fluide du trafic, la gratuite des accusés de livraison, un cout réduit pour les entêtes alphanumériques voire la gratuite ainsi que la possibilité de configurer ces labels au niveau du FSVA). La politique tarifaire actuelle des opérateurs différencie le trafic ON-net du OFF-net, ce qui n'a plus lieu d'être avec la MNP (portabilité des numéros). Il faut initier rapidement la simplification de l'offre PUSH, et la réduction des tarifs globalement, vu le cout réel du SMS pour l'opérateur, même en interco. Nous proposons aussi d'indexer le prix des SMS push au prix des SMS en interco. Si ce dernier baisse, le prix des SMS push baisse systématiquement sans attendre la mise en place d'un nouvel avenant qui pourra prendre plusieurs mois, voire même des années. De même pour assurer la pérennité de cette activité, nous estimons qu'il faut interdire aux opérateurs d'offrir des prix en détail (même en pack pour les particuliers ou pour les sociétés) inférieurs aux prix de gros proposés aux FSAV. Même chose pour le trafic SMS A2P envoyés par des acteurs étrangers qu'ils soient des particuliers, des Sociétés commerciales ou marques ou bien des Plateformes revenant à des sociétés ou des OTT et destinés aux tunisiens. Le cas échéant, il faut proposer une offre spécifique aux FSAV Tunisiens pour le trafic A2P avec entête alphanumérique.</p>
<b>Jet Multimedia</b>	<p>Aligner les offres push on-Net et of-Net doivent être alignées et révisées à la baisse pour s'aligner sur le prix de l'interconnexion. De</p>

	<p>même les opérateurs n'ont pas le droit d'offrir des prix en détails (même en pack pour les particuliers ou pour les sociétés) inférieurs aux prix de gros proposés aux FSAV La même chose pour les acteurs étrangers qu'ils soient des particuliers, des Sociétés commerciales ou marques ou bien des Plateformes revenant à des sociétés ou des OTT : le cas échéant proposer une offre spécifique aux FSAV Tunisien pour le trafic étranger avec entête alphanumérique.</p>
<b>Somatel &amp; Syscomedia</b>	<p>Pour cette offre qui doit être :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Appliquée par les trois opérateurs à la fois.</li> <li>• Révisée chaque fois que le coût de l'interconnexion diminue.</li> <li>• Ne pas proposer des offres par les opérateurs au public moins cher que cette offre tel que l'offre en ligne proposée par OOREDOO ou Orange du genre 1000 SMS A 500 Millimes.</li> </ul> <p>Pour l'unification de l'on-net et l'off-net c'est devenu une nécessité surtout avec l'apparition de la portabilité des numéros mobiles.</p>
<b>Squaretek Tunisia</b>	<p>Revue de l'existant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La convention présentée ne correspond pas aux tarifs présents dans la convention que nous avons signée. Ces tarifs sont pour ceux de l'on-net uniquement. Les tarifs off-net sont plus chers.</li> <li>○ Seule Tunisie Télécom propose une convention push à tous les fournisseurs de service, les autres opérateurs ne le font pas de manière transparente et équitable comme prévu par la loi, et proposent une convention push uniquement aux banques ou aux entreprises de leur choix.</li> <li>○ Plus précisément, Ooredoo propose une simple offre push (pas sous la forme d'un contrat), à des conditions inacceptables pour l'activité. A titre d'exemple, l'accusé de livraison est payant (au prix du SMS public !), tout envoi doit être précédé d'un avis préalable, les labels sont configurés par l'opérateur. =&gt; la situation actuelle est grave, cela s'apparente à un refus de vente de la part des opérateurs. Remède : <p>L'INT doit valider un avenant au contrat actualisé, portant sur le push, que tous les opérateurs doivent proposer à tous les FSVA. L'avenant devra décrire les conditions de l'offre (garantir le transport fluide du trafic, la gratuite des accusés de livraison, un cout réduit pour les entêtes alphanumériques voire la gratuite ainsi que la possibilité de configurer ces labels au niveau du FSVA). *Actuellement, la politique tarifaire des opérateurs différencie le trafic on-net de l'off-net, ce qui n'a plus lieu d'être avec la MNP (portabilité des numéros). Il faut initier rapidement la simplification de l'offre Push, et la réduction des tarifs globalement, vu le cout réel du SMS pour l'opérateur, même en interco.</p> </li></ul>
<b>UIB</b>	Acceptable avec des prix raisonnables.
<b>TLSMS</b>	Offre push acceptable
<b>Direction générale de l'économie numérique, de</b>	Les opérateurs et fournisseurs sont mieux habilités à répondre à cette question et proposer des solutions concrètes et efficaces.

<b>l'investissement et des statistiques du MTCEN</b>	
<b>Tunisie Telecom</b>	Pour le service micro paiement, il faut modifier le gille tarifaire vers la hausse de 1 jusqu'au 100 DT par palier de 500 millimes. Cependant il faut modifier la règle de partage de revenu pour le service de micro-paiement selon le service rendu : partage de revenu sera sur la base de tarif client final ou le partage de revenu sera sur la base de la commission convenu entre les deux parties.

<b>Q9. Quelles sont les modèles économiques les plus appropriés pour encourager le développement des services innovants notamment les services chat par SMS, micro paiement par SMS ?</b>	
<b>CSNSVA</b>	<p>Quelles sont les modèles économiques les plus appropriés pour encourager le développement des services innovants notamment les services chat par SMS, micro paiement par SMS ? Pour encourager le développement des services innovants, nous vous proposons :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ D'ajouter de nouveaux paliers de tarification pour le SMS (jusqu'à 10 TND TTC) ;</li> <li>○ D'avoir la possibilité d'une tarification selon mot clé dans un même numéro court (MO et MT);</li> <li>○ D'ajouter des moyens de paiement innovant comme l'internet+, Direct billing, USSD+, etc.</li> <li>○ D'ajouter de nouveaux paliers de tarification pour l'IVR (jusqu'à 10 TND TTC) afin de favoriser les services à forte valeur ajouté à l'acte via le Vocal ;</li> </ul> <p>Revoir la part de l'opérateur à la baisse (15%) et augmenter la part du FSVA (85%) et donc de l'éditeur de contenu. D'autre modèles peuvent être proposé et doivent être étudié au cas par cas avec tous les acteurs du secteur (régulateur, Opérateurs, Fournisseurs locaux). Cette approche garantira des modèles économiques adaptés au contexte tunisien et donc le développement des services.</p>
<b>Jet Multimedia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pour le service micro paiement, il faut modifier le gille tarifaire vers la hausse de 1 jusqu'au 100 DT par palier de 500 Millimes jusqu'à 20 DT TTC et par palier de 1 DT TTC par la suite.</li> <li>○ Ajouter Internet+, Direct Billing</li> <li>○ Prix à l'appel pour le Vocal (SVI) (après 10 secondes, l'appelant est facturé par exemple 1 DT ou 2 DT jusqu'à 10 DT pour le service rendu) afin de favoriser les services a forte valeur ajouté à l'acte via le Vocal.</li> <li>○ Le part Opérateur doit être plafonné à une valeur maximale pour les services a contenu culturel ou d'intérêt communautaire ou national.</li> </ul>
<b>Somatel &amp; Syscomedia</b>	<p>1: Micro paiement par SMS: il faut passer par des paliers de numéros courts ou les opérateurs touchent selon le tarif du SMS un forfait sur chaque MO reçu et non un partage de revenu. (Exemple: 85XXX a 1DT L'opérateur touche 50 millimes par MO, 85YYY a 2 DT L'opérateur touche 100 millimes par MO, 85ZZZ a 5 DT L'opérateur touche 100 millimes par MO).</p> <p>2: Chat par SMS: partage de revenu en contrepartie d'un nombre bien défini de MT. (Exemple l'abonné de ce service achète un ou plusieurs packs de SMS à prix prédéfini et on applique le partage de revenu à ces prix-là).</p>

<b>Squaretek Tunisia</b>	Les étudier au cas par cas avec toutes les parties du secteur. Cette approche garantira des modèles économiques adaptés au contexte tunisien et donc le développement des services.
<b>UIB</b>	Publicité. Jeux Concours.
<b>TLSMS</b>	L'abonnement
<b>Direction générale de l'économie numérique, de l'investissement et des statistiques du MTCEN</b>	<p>Le présent cahier des charges concerne les services de contenu (téléchargement-informations) et interactifs (jeux - voting - sondages d'opinion, chat...). Si par micro-paiement on entend le téléchargement d'une adresse URL, par exemple, pour accéder à un contenu nous sommes toujours dans le cadre de ce cahier des charges. Mais, si par micro-paiement on entend l'achat et l'acquisition de biens ou service (Ticket de bus ou de Métro ou de restaurant ou de match ou de cinéma...) nous pensons qu'il n'est pas pratique de l'effectuer par voie d'un numéro court de SMS.</p> <p>Outre la question du partage du revenu entre le fournisseur et l'opérateur, il convient de rappeler que les services SMS+ sont soumis au même régime fiscal que les autres services de télécommunications pour ce qui concerne la redevance télécom de 5% et la TVA à raison de 18%. Or l'acquisition des biens ou de services est encadrée par d'autres législations et sont soumises à d'autres régimes de fiscalité.</p> <p>L'achat de biens et services par le biais de la téléphonie mobile (M-paiement) fera l'objet de textes juridiques indépendants ou les opérateurs des télécommunications se contenteront de jouer le rôle de simples transporteurs. L'argent proprement dit demeure auprès des institutions financières (Banques et Poste).</p>

### Partie 3: L'accroissement de la confiance des utilisateurs des services SMS+

<b>Q10. Quelles sont les remarques des acteurs quant aux mesures exigées concernant les informations légales exigées et quelles sont leurs propositions pour les améliorer dans le but de renforcer la confiance des consommateurs dans l'utilisation des services SMS+ ?</b>	
<b>Orange Tunisie</b>	Orange Tunisie recommande les approches qui sont à la faveur de la mise en place d'une concurrence libre et saine sur le marché afin de lever les restrictions et les entraves au développement du secteur.
<b>CSNSVA</b>	En tant que Chambre Nationale des SVA, Il est incontestablement important que le prix du service soit affiché ou annoncé au consommateur, sur les supports de communication qui en font la promotion. Et c'est au FSVA, qui n'est, en général, qu'un partenaire technique, d'informer l'éditeur ou l'annonceur de l'obligation de respecter ces exigences, à travers un contrat récapitulatif des obligations et les exigences légales. Pour ce faire, en tant que chambre Nationale des SVA, nous pouvons prévoir un modèle type de conditions générales récapitulatif des obligations légales qui sera validé par l'INT, et sur lequel le tiers s'engage. Cependant, il ne faut pas imposer des critères prédéfinis d'affichage car cela pourra ne pas être possible techniquement surtout pour les émissions ou services TV. Il faut laisser à la créativité et à l'innovation de jouer leur plein rôle sans mettre de frontière.
<b>Jet Multimedia</b>	Instaurer une base de données d'Opt-out par service et de Black-listage tous services confondus :

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Séparer entre Opt-out des services ou des classes de services (qui peut être soit centralisé ou tenue par un FSVA ou OP,</li> <li>○ Et Blackout de toute sollicitation via SMS+ sur une base centralisé géré par l'INT via un des SVA sur un Numéro court GOLG et Gratuit du Style 85000.</li> </ul>
<b>Squaretek Tunisia</b>	<p>Il est indéniablement important que le prix du service soit affiché ou annoncé au consommateur, sur les supports de communication qui en font la promotion.</p> <p>C'est la responsabilité de l'éditeur ou de l'annonceur de respecter ces exigences, le FSVA est un partenaire technique. Toutefois, le FSVA doit également avoir le rôle de rappeler ou présenter ces exigences au tiers organisateur afin de faire respecter les exigences légales.</p> <p>Pour le faire, il faudrait prévoir un modèle type de contrat récapitulatif des obligations légales, et sur lequel le tiers s'engage. Nous pouvons faire des propositions de contrat, à travers la chambre syndicale.</p> <p>Le FSVA implémente le service client afin de recueillir les réclamations des consommateurs et y répondre, mais en cas de non-respect des engagements, nous pensons que le régulateur devrait engager la responsabilité de l'annonceur en même temps que celui du FSVA.</p>
<b>UIB</b>	Assurer une bonne sécurité surtout pour le paiement par SMS.
<b>Direction générale de l'économie numérique, de l'investissement et des statistiques du MTCEN</b>	On peut attendre des propositions de la part des fournisseurs ou même des consommateurs. Mais globalement le problème ne consiste pas dans l'insuffisance des dispositions juridiques fixant les informations et mentions légales mais dans la tendance des fournisseurs en tant que commerçants à les négliger. Procéder au contrôle régulier en est une solution, mais la manière la plus efficace serait de sensibiliser le consommateur sur les mentions légales obligatoires et l'inciter à ne plus demander un service en cas de mentions lacunaires ce qui conduira les fournisseurs à afficher toutes les mentions en bonne et due forme.

<b>Q11. Quelles sont les remarques des acteurs sur l'approche d'autorégulation et sur les domaines de son intervention ?</b>	
<b>Orange Tunisie</b>	Mettre en place une charte déontologique afin d'encadrer l'utilisation des services liés à l'utilisation de SMS dans le respect du consommateur. Cette charte doit être respectée par tous les éditeurs et fournisseurs de service.
<b>CSNSVA</b>	En tant que Chambre Nationale des SVA, nous proposons aussi de mettre en place une charte de déontologie que chaque FSVA s'engage à respecter pour pouvoir exercer le métier d'un FSVA. Cette charte sera un moyen plus flexible et plus efficace pour réglementer le secteur dans le détail de l'activité. Elle sera considérée comme un moyen complémentaire à la législation en vigueur qui ne peut pas avoir la même pertinence et la même flexibilité.
<b>Jet Multimedia</b>	Instaurer une charte de bonnes pratiques et déontologique entre les acteurs et géré par la Chambre Syndicale des SVA de l'UTICA.
<b>Squaretek Tunisia</b>	Nous adhérons à cette approche d'autorégulation dans le secteur et souhaitons qu'elle soit appliquée au maximum des domaines du secteur. Cela peut se dérouler sur un mode interactif avec l'INT, à savoir l'INT exprime le besoin de réguler tel aspect et les FSVA

	proposent leur solution à travers la chambre syndicale. L'autorégulation s'avère un moyen plus flexible et plus efficace pour réglementer le secteur dans le détail de l'activité, comme moyen complémentaire de la législation qui ne peut avoir la même pertinence.
<b>UIB</b>	L'INT joue un rôle très important pour régler le marché et intervient si nécessaire.
<b>Direction générale de l'économie numérique, de l'investissement et des statistiques du MTCEN</b>	<p>Le socle sur lequel se base l'exercice de l'activité de fourniture de services de contenu et services interactifs est la libre négociation des tarifs et des modalités de partage de revenus entre les opérateurs et le fournisseur fixé dans une convention cadre qui sera validée par L'INT. L'autorégulation est une manifestation du caractère libéral du marché basé sur l'offre et la demande avec l'arbitrage d'entités neutres.</p> <p>Mise à part les tarifs (qui touchent les mêmes clients des opérateurs et des fournisseurs) et le partage des revenus qui intéressent au même degré les opérateurs comme les fournisseurs, il n'est pas opportun d'étendre le domaine de l'autorégulation à d'autres aspects comme par exemple les services à fournir car dans ce cas on accorde aux opérateurs le pouvoir de négocier voire même d'empêcher les fournisseurs de fournir certains services sous prétexte qu'ils ne sont pas suffisamment rentables. A notre avis, les opérateurs des réseaux devraient garder la neutralité par rapport au contenu des services.</p>

<b>Q12. Quelles sont les remarques et les propositions des acteurs quant aux mesures possibles pour assurer la protection du consommateur relative aux SMS indésirables ?</b>	
<b>Orange Tunisie</b>	Mettre en place un système de coordination entre les Opérateurs et les Fournisseurs de Service SMS+ pour l'interdiction des pratiques de SPAM et de détournement des SMS internationaux et de donner la possibilité aux consommateurs de se désinscrire de tout SMS indésirables. Mettre en place une charte déontologique afin d'encadrer l'utilisation des services liés à l'utilisation de SMS dans le respect du consommateur. Cette charte doit être respectée par tous les éditeurs et fournisseurs de service.
<b>CSNSVA</b>	En tant que Chambre Nationale des SVA, nous déjà soulevé ces sujets avec l'INT au cours de l'année 2016, et nous sommes tout à fait ouverts à la gestion pratique de ces aspects, qui sont de nature à consolider la crédibilité de notre activité. En effet, la loi prévoit le principe de l'Opt-in depuis 2004 ainsi que la protection des données personnelles, mais ne propose aucune solution pratique afin de respecter cette Opt-in. Ce flou rend l'activité Push difficile et constitue un frein à son développement. Il est, donc plus réaliste et flexible de prévoir une solution d'Opt-out à l'échelle nationale comme discuté lors de nos différentes réunions avec l'INT. Cette solution d'Opt-out qui permettra au consommateur de gérer gratuitement ses inscriptions (désinscription, réinscription) aux annonces d'un LABEL donné via un numéro court très facile à retenir et qui sera attribué gratuitement par l'INT, sera gérée par notre Chambre Nationale des SVA. La publicité de ce service d'intérêt national sera assurée par les instances gouvernementales et les associations de protection du consommateur. En ce qui concerne la plage horaire pour l'envoi de SMS : il est déjà implémenter par plusieurs FSVA. Cependant, il faut faire la différence entre SMS de type publicitaire qui doit respecter cette limitation de plage horaire, et un SMS de type notification ou alerte (récupération de mot de passe, SMS SOS, ...) déjà sollicité par le consommateur et qui doit le parvenir à n'importe quel moment.
<b>Jet Multimedia</b>	Instaurer une base de données de :

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Désinscription gratuite (relatif à un service)</li> <li>○ Opt-Out et/ou Black-Listing (tous les services push confondus)</li> <li>○ Et gérés d'une manière centralisée par la Chambre Syndicale des SVA via un numéro court GOLD (85000) affecté Gratuitement par l'INT à la CNSVA Garder le cadre actuel pour la publicité (on ne peut pas afficher le prix avec la même taille que le Numéro du Short Code !!)</li> </ul>
<b>Squaretek Tunisia</b>	<p>Nous avons discuté de ces sujets avec l'INT au cours de l'année 2016 et sommes tout à fait ouverts à la gestion pratique de ces aspects, qui sont de nature à consolider la crédibilité de notre activité.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ opt-in / opt-out : la loi prévoit le principe de l'opt-in depuis 2004 ainsi que la protection des données personnelles, mais ne propose aucune solution pratique afin de respecter cette opt-in. Ce flou rend l'activité Push difficile et constitue un frein à son développement. Il est plus réaliste et flexible de prévoir une solution d'opt-out à l'échelle nationale consistant par exemple en : un service stop permettant à tout moment au consommateur de se désinscrire d'un service ou d'une annonce. Si le consommateur change d'avis dans le temps, il peut rétablir le service (restart). Ces requêtes sont inscrites dans une base de données commune, gérée au niveau de la chambre. Toutes les opérations push des FSVA (et de leurs clients) doivent tenir compte des requêtes faites afin de ne pas adresser un message indésirable à une cible. Ce mécanisme existe dans d'autres pays, il permet également de conserver les données nécessaires pour apporter les preuves en cas de litige. La publicité de ce service d'intérêt national se fera par les instances gouvernementales et les associations de protection du consommateur.</li> <li>○ Plage horaire pour l'envoi de SMS : pour notre part, nous implémentons déjà ces limitations au niveau de notre plate-forme pour tous les services non critiques (non liés à un processus fonctionnel de l'entreprise). Mais il demeure que le SMS peut rester dans le réseau de l'opérateur qui va se trouver à l'acheminer à un horaire non tolérable. Il conviendrait de demander aux opérateurs d'appliquer cette limitation au niveau de leur SMSC aussi.</li> </ul>
<b>UIB</b>	Il faut intervenir à poids fort pour protéger les consommateurs contre tout dépassement. Appliquer des amendes avec des montants très élevés.
<b>TLSMS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ne pas permettre à n'importe qui d'acquérir une base de données des msisdn.</li> <li>○ L'envoi ne se fait qu'après l'accord des opérateurs et ces derniers doivent être contrôlés quant aux nombres des fois d'envoi par mois.</li> </ul>
<b>Direction générale de l'économie numérique, de l'investissement et des statistiques du MTCEN</b>	Les SMS indésirables ne proviennent pas uniquement des fournisseurs locaux mais de plus en plus elles sont envoyées depuis l'étranger. Inviter les opérateurs à perfectionner leurs équipements pour mieux détecter les flux des SMS et les empêcher de parvenir au consommateur est une solution envisageable. Cependant, le mieux serait de sensibiliser le consommateur pour ne plus répondre ou réagir à ces SMS.