

Décision Coll/Reg/2026/03 de l'Instance Nationale des Télécommunications en date du 07 janvier 2026 portant fixation des règles et conditions de commercialisation des actions de type « Customer Value Management »

L'Instance Nationale des Télécommunications,

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

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

Vu la loi n° 2001-1 du 15 janvier 2001 portant promulgation du code des télécommunications, telle que modifiée et complétée par la loi n° 2002-46 du 7 mai 2002 et par la loi n°2008-1 du 8 janvier 2008 et par la loi n°2013-10 du 12 avril 2013,

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

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

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

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

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

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

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

Vu la décision n° 54 de l'Instance Nationale des Télécommunications en date du 11 juin 2014 portant approbation de la méthode de détermination des tarifs et des procédures de validation des offres de services de détail destinées au grand public telle que modifiée et complétée par les décisions Coll/Reg/09 du 12 avril 2017 et Coll/Reg/2017/17 du 20 décembre 2017,

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

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

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

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

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

Vu la décision Coll/REG/2024/12 de l'Instance Nationale des Télécommunications en date du 25 septembre 2024 portant fixation des règles et conditions de commercialisation des actions de type "Customer Consumer Value",

Vu les échanges lors des réunions tenues, durant le mois de juin 2025 au siège de l'Instance Nationale des Télécommunications en présence des représentants des trois opérateurs des réseaux publics des télécommunications et ayant pour objet notamment la discussion des règles relatives aux actions CVM,

Vu les retours à l'issue desdites réunions de la Société Nationale des Télécommunications, de la Société Ooredoo Tunisie et de la Société Orange Tunisie respectivement en date des 27 juin, 30 juin et 02 juillet 2025,

Vu la consultation publique relative à la révision des règles et des conditions afférentes aux actions de type "Customer Value Management" (CVM) lancée par l'Instance Nationale des Télécommunications en date du 11 septembre 2025,

Vu le courrier de la société Ooredoo Tunisie en réponse aux questions posées au niveau de la consultation publique reçu en date du 26 septembre 2025,

Vu les courriers de la Société Nationale des Télécommunications et de la société Orange Tunisie en réponse aux questions posées au niveau de la consultation publique reçus en date du 30 septembre 2025,

I. Considérant le contexte

En tant que régulateur du marché des télécommunications en Tunisie, l'Instance Nationale des Télécommunications (INT), veille à l'instauration d'un environnement propice à la croissance de l'activité économique de tous les acteurs sur le marché et à l'investissement en mettant en place une concurrence saine et loyale entre les différents acteurs du marché.

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

- Décision Coll/Reg/2025/01 du 03 janvier 2025 portant révision de certaines mesures de régulation en matière d'offres commerciales.

Cette décision ainsi que celles qui l'ont précédé portent sur les procédures ainsi que la fixation des niveaux minima au-dessous desquels les opérateurs de réseaux publics de télécommunications ne sont pas autorisés à fixer leurs tarifs commerciaux pour les divers types des prestations (internet fixe, data mobile, voix et SMS).



Les approches ainsi que les niveaux se rapportant aux tarifs minima (ARPM, ARPSMS et ARPG) ont été révisés en fonction de l'évolution du marché (introduction de la 5G, développement de la fibre optique, changement des comportements des abonnés, ...).

Ces décisions ont été motivées par les constats établis sur le marché confortés par les résultats issus des missions d'audit des états de synthèse dégagés par la comptabilité analytique des opérateurs.

- Fixation des règles et des conditions afférentes aux actions dites « Customer Value Management (CVM) » par la décision Coll/Reg/2020/13 du 23 décembre 2020. L'INT a révisé lesdites conditions par la décision Coll/Reg/2022/10 du 18 mai 2022 et la décision Coll/Reg/2024/12 en date du 25 septembre 2024.

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

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

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

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

Le cadre actuel autorise aux opérateurs de réseaux publics de télécommunications à commercialiser des actions CVM adressées à leurs abonnés résidentiels, en observant les exigences suivantes :

- Un abonné (chaque SIM) n'est ciblé par une action CVM **qu'après au moins trente (30) jours d'ancienneté** de la date d'activation de sa ligne.
- Le nombre total des abonnés pouvant bénéficier **des actions CVM par mois calendaire** ne doit en aucun cas dépasser **30% du parc d'abonnés RGS 180**.
- L'abonné peut bénéficier autant de fois des actions CVM sans dépasser le plafond de 4,5 DT TTC par mois calendaire.
- Aucune communication grand public n'est autorisée quelle que soit sa nature. Les canaux de communication ciblant les abonnés concernés sont des canaux personnalisés (après authentification par MSISDN). Ces canaux sont limités à SMS, Espace client logué dans l'application mobile ou le site web).
- Les opérateurs de réseaux publics de télécommunications sont tenus de dédier un code USSD, à communiquer à l'INT, valable **uniquement** pour l'activation et la gestion des actions CVM ainsi que le suivi de la consommation des avantages CVM.
- Aucune action n'est autorisée pour les offres de type CVM au niveau des guichets.
- Les opérateurs de réseaux publics de télécommunications doivent s'interdire de combiner une action CVM et une/des offres commerciales et ce pour tous les volumes même pour les volumes inférieurs ou égaux à 1Go.



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

Toutefois, l'Instance Nationale des Télécommunications a détecté la présence de plusieurs pratiques en relation avec les actions CVM sur le marché ayant fait l'objet de plusieurs contestations (litiges, réclamations, ...). Parmi les pratiques on cite le lancement des actions non conformes aux dispositions réglementaires.

Plusieurs demandes des opérateurs de réseaux publics de télécommunications lui ont également été adressées pour revoir les règles régissant actuellement la commercialisation des actions CVM.

Face à ces cas de non-respect des exigences relatives aux actions CVM pouvant être la source de la destruction de la valeur du marché, l'Instance a demandé aux opérateurs réseaux publics de télécommunications de :

- Se conformer aux règles régissant la commercialisation des actions de type CVM.
- Faire parvenir à l'INT l'impact des CVM.
- Formuler les éventuelles demandes de modifications souhaitées.

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

À cet égard, l'Instance a estimé qu'il est opportun de réviser sa position en ce qui concerne la mise en place d'un système de contrôle tarifaire symétrique conformément à la réglementation en vigueur qui est de nature à trouver un juste équilibre entre la rentabilité et la pérennité de l'activité des acteurs d'une part et la proposition des tarifs abordables qui profitent aux consommateurs finaux d'autre part.

Ce système devrait in fine :

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



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

a) Cadre de la consultation publique :

Au vu du cadre actuel des actions CVM, des constats relevés sur le marché des télécommunications en relation avec ces actions et des discussions entretenues avec les opérateurs des réseaux publics des télécommunications, l'Instance Nationale des Télécommunications a lancé une consultation auprès des opérateurs de réseaux publics de télécommunications en vue de modifier sa décision Coll/Reg/2024/12 en date du 25 septembre 2024 dans le sens d'examiner les règles qui se rapportent aux éléments suivants et d'y apporter les éventuelles révisions:

- Abonnés cibles
- Seuil du nombre des abonnés à cibler par mois
- Récurrence des actions CVM par abonné et valeur
- Canaux de communication
- Combinaison action CVM et offre commerciale
- Avis préalable de l'Instance Nationale des Télécommunications et audit de la conformité des opérateurs aux règles fixées.

En effet, les constats et analyses des réalisations concernant les actions CVM lancées après l'adoption des nouvelles règles fixées en 2024, **ont montré une nette amélioration marquante des revenus des clients adhérents pendant les premiers mois de l'année 2025**. Ce qui incite l'Instance à creuser davantage pour améliorer les conditions du développement de ce segment du marché pour une meilleure croissance de la valeur.

b) Propositions de l'INT et Réponses des acteurs :

i. Abonnés cibles

Concernant **les abonnés cibles**, l'Instance a considéré qu'il est opportun de maintenir la règle déjà en vigueur concernant ce point qui prévoit que « un abonné (chaque SIM) n'est ciblé par une action CVM qu'après au moins trente (30) jours d'ancienneté à compter de la date d'activation de sa ligne ».

La Société Nationale des Télécommunications a estimé qu'il est possible de réviser cette proposition. Selon l'opérateur, si on ne retient pas l'abonné pendant les 30 premiers jours on risque de le perdre et on devra lui proposer d'autres offres plus compétitives après coup. Ainsi, la Société Nationale des Télécommunications considère qu'il convient de commencer à cibler les abonnés à partir de 15 jours d'ancienneté.

La Société Ooredoo Tunisie soutient, quant à elle, pleinement la mesure proposée, car elle garantit une expérience d'intégration fluide et pratique pour les clients et constitue un levier de rétention des clients.

Selon Ooredoo Tunisie, l'objectif principal est d'assurer un parcours client informatif durant le premier mois, en présentant ses services et ses offres et en incitant les nouveaux clients « Gross Adds » à rejoindre son programme de fidélité ou à télécharger l'application. C'est pour cette raison que l'opérateur ne propose pas de promotions ni de réductions de prix au cours de cette période. Ainsi, Ooredoo Tunisie reconnaît la pertinence de cette suggestion et soutient pleinement les bénéfices attendus en matière de renforcement de l'efficacité des mesures proposées.



De sa part, la Société Orange Tunisie réitère son opposition au maintien de cette mesure, selon laquelle les actions CVM ne peuvent cibler les abonnés qu'après un minimum de 30 jours d'ancienneté. En effet, pour atteindre les objectifs de prévention du churn, de rétention des clients et de stimulation des revenus, il est essentiel que les actions CVM débutent dès l'entrée du client dans la base active, idéalement à J+1 de l'activation.

Selon Orange Tunisie, le taux de churn reste parmi les plus élevés sur le premier mois de l'acquisition du client et le fait de retarder les actions CVM revient à manquer la période la plus critique pour l'accompagnement et la fidélisation. Ainsi, cibler les clients à J+1 de l'activation permet d'encourager et de stimuler leurs usages, leur présenter les offres disponibles et les accompagner pour une meilleure utilisation de leur SIM et de ses avantages

ii. Seuil du nombre des abonnés à cibler par mois

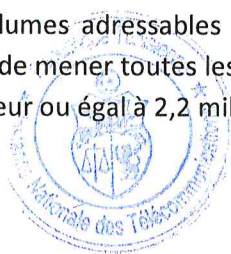
Concernant le **seuil du nombre des abonnés à cibler par mois**, l'Instance estime qu'il est envisageable de fournir plus de souplesse aux opérateurs des réseaux publics des télécommunications en révisant le seuil de la cible de 30% à 50%. Ainsi, la nouvelle disposition sera comme suit : « Le nombre total des abonnés pouvant bénéficier **des actions CVM par mois calendaire** ne doit en aucun cas dépasser **50% du parc d'abonnés RGS 180.** »

La Société Ooredoo Tunisie apprécie les efforts du régulateur pour accompagner les opérateurs en offrant davantage de flexibilité grâce à cet ajustement et soutient pleinement cette approche et valorise l'opportunité qu'elle représente pour toucher une clientèle plus large à travers les actions CVM.

Toutefois, Ooredoo Tunisie reste engagé à veiller à ce que les campagnes CVM soient mises en œuvre via la micro-segmentation. Cette approche garantit la personnalisation, évite les offres uniformes et assure que l'ensemble des clients puisse en bénéficier équitablement au fil du temps. Par ailleurs, l'opérateur est convaincu que ce cadre équilibré — 50 % au niveau agrégé — constitue le meilleur moyen de soutenir l'inclusion, la création de valeur et la croissance durable du secteur.

La Société Orange Tunisie estime que le principe de fixation de la taille de la cible CVM en fonction de la taille de chaque opérateur introduit une asymétrie en faveur de l'opérateur leader du marché et lui confère davantage de moyens. Orange Tunisie a signalé à nouveau que cette pratique conduit à renforcer la position de l'opérateur le plus gros et à affaiblir l'opérateur le plus petit du marché, ceci se traduit par un développement plus fort de son chiffre d'affaires au détriment de ses concurrents.

Selon Orange Tunisie, les opérateurs répondent à des obligations financières, techniques et réglementaires qui sont toutes indépendantes de leur taille, y compris pour le financement de projets requis par l'Etat, où les contributions sont réparties à parts égales. Ainsi, l'application d'une règle de proportionnalité à la taille pour les actions CVM, qui constituent un outil majeur pour stimuler les usages et les revenus des clients, renforce la position de l'opérateur dominant et pénalise significativement le développement commercial d'Orange Tunisie. A cet égard, Orange Tunisie réitère sa demande pour que les volumes adressables en CVM soient identiques pour les trois opérateurs, à un niveau qui permette de mener toutes les actions utiles à la stimulation du marché. Le niveau souhaité devrait être supérieur ou égal à 2,2 millions de clients par mois.



iii. Récurrence des actions CVM par abonné et valeur

Concernant la **récurrence des actions CVM par abonné et la valeur maximale**, l'Instance Nationale des Télécommunications a considéré qu'un abonné peut bénéficier de plusieurs actions CVM par mois avec une valeur cumulative maximale de 4,5 DT TTC.

L'Instance estime qu'à ce stade il est opportun de maintenir le niveau de la valeur du plafond à 4,5 DT TTC/ abonné ciblé/mois calendaire. Toutefois, elle considère qu'il est opportun de permettre des volumes de CVM en fonction du niveau de la consommation. Autrement, l'abonné ciblé peut bénéficier d'un volume de CVM dépassant le 1 Go/mois calendaire sans pour autant dépasser le plafond de 4,5 DT TTC autorisé.

Par exemple : Un abonné ayant activé et consommé un forfait 25 Go à 30 DT, pourra bénéficier de 2 Go supplémentaires avec un tarif du Go correspondant au palier concerné (soit 1,2 DT dans notre exemple) et ce dans la limite de 4,5 DT TTC. Cette mesure permettra d'adapter le bonus CVM pour chaque segment du marché.

La Société Ooredoo Tunisie apprécie la prise en compte de l'ajustement de la valeur CVM en fonction des profils de consommation des clients. Elle approuve pleinement cette suggestion, car elle garantit que les bénéfices restent significatifs pour tous les segments tout en respectant le plafond de 4,5 TND TTC. L'introduction d'un lien entre les bonus CVM et la consommation offre un cadre équilibré pour la gestion des clients et s'aligne sur l'objectif d'assurer l'équité et une opportunité attrayante pour les clients. Cela permet d'éviter de présenter des opportunités insignifiantes et garantit une valeur plus équitable lorsqu'elle est appliquée à différents niveaux de consommation.

Selon Ooredoo Tunisie, actuellement, « le comportement des clients prépayés montre une préférence pour les produits à courte durée de validité. Les conditions économiques poussent la majorité des clients à opter pour des forfaits abordables et à durée limitée, qu'ils souscrivent naturellement plusieurs fois au cours du même mois ». Afin d'éviter l'insatisfaction et une expérience client négative, Ooredoo Tunisie recommande fortement de permettre aux clients de bénéficier des offres CVM plusieurs fois durant le mois calendaire, avec un plafond de 4,5 TND par action.

L'objectif de cette proposition est de renforcer l'engagement client tout en garantissant l'alignement avec les directives tarifaires du régulateur. Ainsi, l'application de cette proposition devrait générer un revenu additionnel.

Cette approche améliore non seulement la satisfaction et la fidélité, mais augmente également le nombre de transactions, générant un revenu additionnel et créant une plus grande valeur à long terme pour les clients et le secteur. Une allocation CVM basée sur l'ARPG, avec un plafond de 4,5 TND, aligne les incitations sur les besoins des clients, favorise l'inclusion et renforce un écosystème télécom robuste et compétitif.

Selon Ooredoo Tunisie, approche proposée équilibre la protection des consommateurs et la croissance du secteur, assure un traitement équitable des abonnés et stimule des revenus supplémentaires tout en restant dans le plafond établi par action.

La Société Orange Tunisie considère de sa part cette proposition comme une mesure majeure. Toutefois, elle constate une certaine ambiguïté quant à la manière de l'appliquer et de la notion de niveau de consommation et l'ARPG qui sera facturé.



De plus, selon Orange Tunisie, l'exemple présenté contredit l'article 5 qui impose une interdiction de combinaison entre une offre commerciale et le catalogue d'offres CVM. A cet égard, la proposition d'Orange Tunisie s'articule autour des points suivants :

- Elle est favorable à l'attribution de plus de générosité en fonction du volume de l'option achetée depuis le catalogue d'options dédiées au CVM, à condition que l'achat en question soit fait à travers le menu USSD dédié au CVM.
- Le mécanisme du CVM doit rester une mécanique d'incitation et non de gratification par suite d'achats.
- Si la gratification se fait pour les achats effectués en dehors du menu CVM le contrôle du respect des règles sera impossible.

iv. Canaux de communication

Concernant **les canaux de communication**, l'Instance Nationale des Télécommunications a estimé opportun de maintenir la même disposition sans changement aucun.

Ainsi, les dispositions suivantes sont retenues :

- Aucune communication grand public n'est autorisée quelle que soit sa nature. Les canaux de communication ciblant les abonnés concernés sont des canaux personnalisés (après authentification par MSISDN). Ces canaux sont limités à SMS, Espace client logué dans l'application mobile ou le site web.
- Les opérateurs de réseaux publics de télécommunications sont tenus de dédier un code USSD, à communiquer à l'INT, valable **uniquement** pour l'activation et la gestion des actions CVM ainsi que le suivi de la consommation des avantages CVM.
- Aucune action n'est autorisée pour les offres de type CVM au niveau des guichets.

La Société Ooredoo Tunisie soutient pleinement le principe d'une communication personnalisée via des canaux authentifiés.

Toutefois, Ooredoo Tunisie a proposé de reconsidérer la restriction excluant les boutiques, points de service physiques et les centres d'appel des actions CVM. Le CVM est plus efficace lorsqu'il est intégré à l'ensemble des points de contact client, assurant inclusion, équité et cohérence dans le parcours client.

Selon Ooredoo Tunisie de nombreux abonnés, en particulier les moins actifs sur les canaux digitaux, dépendent des boutiques ou des centres d'appel pour accéder à leurs offres et les comprendre. Dans ces environnements contrôlés et authentifiés, les agents peuvent guider les clients dans leur espace connecté, améliorant ainsi la clarté, la confiance et l'adoption des actions CVM. Aucune intervention manuelle n'est nécessaire ; les offres CVM disponibles sur tous les canaux, y compris l'USSD, seront identiques à celles affichées en boutiques.

A cet effet, permettre le CVM sur ces points de contact offre :

- Un accès équitable pour les clients non digitaux, soutenant l'inclusion.
- Des interactions contrôlées et authentifiées garantissant la conformité.
- Un accompagnement humain qui améliore la compréhension et la satisfaction des clients.
- Une création de valeur accrue, entraînant un ARPU plus élevé et une fidélité renforcée.



Par ailleurs, Ooredoo Tunisie estime que les canaux CVM permettent de toucher un plus large public, favorisent un engagement plus fort et génèrent une création de valeur durable.

Ainsi, Ooredoo Tunisie recommande de maintenir les mesures de protection essentielles liées à l'authentification tout en autorisant les actions CVM dans les points de service physiques (boutiques et POS) et les centres d'appel. Cette approche équilibrée garantit l'équité pour tous les clients, optimise la création de valeur et renforce la confiance dans le secteur.

La Société Orange Tunisie maintient sa position exprimée lors de la précédente consultation. « La communication CVM devrait être limitée uniquement aux canaux s'adressant individuellement à l'abonné : SMS, push voice et application mobile ». Autrement, selon Orange Tunisie, le ciblage CVM sera dépourvu de son caractère personnalisé et pourra être détourné pour proposer des offres grand public plus avantageuses, ce qui constituerait une pratique anticoncurrentielle difficile à contrôler. Un menu USSD ou un menu de l'application mobile devra être dédié uniquement aux offres CVM et ne devra inclure aucune autre offre.

v. Combinaison action CVM et offre commerciale

Concernant la **combinaison action CVM et offre commerciale**, l'Instance Nationale des Télécommunications a estimé qu'il convient de maintenir les mêmes dispositions. Ainsi, les opérateurs de réseaux publics de télécommunications doivent s'interdire de combiner une action CVM et une/des offres commerciales et ce pour tous les volumes même pour les volumes inférieurs ou égaux à 1Go.

La Société Ooredoo Tunisie reconnaît pleinement l'importance de maintenir une séparation claire entre les actions CVM et les offres commerciales. Elle affirme son alignement complet avec cette disposition et reste pleinement engagée à assurer une conformité stricte. La société Ooredoo Tunisie s'engage à apporter tous les ajustements nécessaires afin de garantir qu'aucune action CVM ne soit combinée avec une offre commerciale, quelle que soit la taille du forfait. Ooredoo Tunisie est convaincue que ce cadre renforce la transparence, protège la concurrence équitable et consolide la confiance des clients.

La Société Orange Tunisie estime qu'il est important de maintenir les règles de séparation entre les offres commerciales et les actions CVM. Selon Orange Tunisie, les opérateurs doivent s'interdire de combiner une action CVM avec une ou plusieurs offres commerciales, et ce pour tous les volumes même pour les volumes, même pour ceux inférieurs ou égaux à 1Go. Par ailleurs, elle estime qu'il n'est pas optimal de changer les règles CVM à une fréquence élevée. Ceci occasionne une instabilité au niveau de la stratégie de l'opérateur concernant la fidélisation de son abonné.

vi. Avis préalable de l'Instance Nationale des Télécommunications

Concernant l'avis préalable de l'Instance Nationale des Télécommunications et l'audit de la conformité des opérateurs aux règles fixées, l'Instance a estimé qu'il convient de maintenir les mêmes dispositions.

Ainsi, l'Instance Nationale des Télécommunications considère qu'il n'est plus exigé son avis de non-objection pour commercialiser les actions CVM.

- Chaque opérateur est tenu d'informer l'Instance de l'action CVM à commercialiser avant au moins cinq (05) jours de la date de sa commercialisation.



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

La Société Ooredoo Tunisie reconnaît pleinement l'importance de la notification préalable, des mécanismes de suivi et d'audit, car ils garantissent la conformité, assurent la stabilité du marché et renforcent la confiance des clients. Elle confirme son alignement complet avec ces dispositions et reste engagée à informer l'Instance dans les cinq jours ouvrables requis avant toute action CVM. Elle est également favorable quant au processus d'audit annuel et confirme son entière coopération pour fournir tout le support et la documentation nécessaires.

Ooredoo Tunisie est convaincue que ce cadre facilite les opérations commerciales en assurant clarté, prévisibilité et responsabilité dans le déploiement des actions CVM. Elle considère qu'il permet également une résolution plus rapide des éventuels différends et renforce une relation transparente entre les opérateurs, l'Instance et les clients. Dans cet esprit, elle a exprimé son engagement à travailler en étroite collaboration avec l'Instance pour maintenir les meilleures pratiques et soutenir un secteur des télécommunications équitable, compétitif et durable.

La Société Orange Tunisie considère que ces dispositions sont appliquées depuis la notification de la décision n° 12/2024. Toutefois, elles n'ont pas pu empêcher des pratiques de concurrence déloyales d'autres acteurs. Elle appelle, dans ce cadre, à plus d'efficacité dans leur application.

Orange Tunisie a indiqué qu'elle n'est pas favorable à la multiplication des audits de différentes sortes, qui nécessitent des appels d'offres et des délais incompressibles de mise en place, aboutissant à des mesures tardives et inefficaces comme cela a été le cas par le passé. Elle appelle également à des interventions urgentes et directes de la part de l'Instance, immédiatement après le constat des infractions, afin de mettre fin à ces pratiques et de contraindre l'opérateur concerné à assumer pleinement ses responsabilités, conformément aux dispositions réglementaires en vigueur.



Au vu de ce qui précède, l'Instance Nationale des Télécommunications, après en avoir délibéré le 07 janvier 2026,

Décide :

Article premier :

Un abonné (chaque SIM) n'est ciblé par une action CVM qu'après au moins quinze (15) jours d'ancienneté de la date d'activation de sa ligne.

Article 2 :

Le nombre total des abonnés pouvant bénéficier des actions CVM par mois calendaire ne doit en aucun cas dépasser 50% du parc d'abonnés RGS 180.

Article 3 :

L'abonné peut bénéficier de plusieurs actions CVM par mois calendaire **avec une valeur cumulative maximale de 4,5 DT TTC**.

L'abonné ciblé peut bénéficier d'un volume data mobile dans le cadre d'action(s) CVM dépassant le 1 Go/mois calendaire, en fonction du niveau de la consommation (condition(s) d'éligibilité) tout en utilisant les règles adoptées par l'Instance Nationale des Télécommunications (niveaux d'ARPM, d'ARPG et des taux d'usage y afférents), sans pour autant dépasser le plafond de 4,5 DT TTC autorisé.

La gratification doit impérativement se faire exclusivement pour les achats effectués dans le menu CVM.

Article 4 :

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

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

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

Article 5 :

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

Article 6 :

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



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

Article 7 :

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

Cette décision abroge les dispositions de la décision Coll/Reg/2024/12 de l'Instance Nationale des Télécommunications en date du 25 septembre 2024 portant fixation des règles et conditions de commercialisation des actions de type "Customer Consumer Value".

Article 8 :

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

La présente décision a été rendue le 07 janvier 2026 par le collège de l'Instance Nationale des Télécommunications composé de :

- **M. Kamel SAADAOUI** : Président
- **M. Chaker TOUATI** : Vice-président
- **Mme Chiraz TLILI** : Membre permanent
- **Mme Soumaya HAMOUDA** : Membre
- **Mme Fatma OUESLATI** : Membre
- **M. Chahreddine GHAZALA** : Membre
- **M. Zied DRIDI** : Membre

**Le Président de l'Instance
Nationale des Télécommunications
Kamel SAADAOUI**

