REPUBLIQUE DU NIGER

CABINET DU PREMIER MINISTRE

AUTORITE DE REGULATION DES COMMUNICATIONS ELECTRONIQUES ET DE LA POSTE

DÉCISION N° 000015 /ARCEP/CNRCEP/DG/22 DU 31 AOUT 2022 FIXANT LES CONDITIONS ET MODALITES APPLICABLES AUX OFFRES DE DETAIL DES OPERATEURS DE TELEPHONIE FIXE ET MOBILE

Le Conseil National de Régulation des Communications Electroniques et de la Poste (CNRCEP),

Vu la Constitution du 25 novembre 2010 ;

Vu la Loi N°2018-47 du 12 juillet 2018 portant création, organisation et fonctionnement de l'Autorité de Régulation des Communications Electroniques et de la Poste (ARCEP).

Vu la loi N°2018-045 du 12 juillet 2018 portant règlementation des communications électroniques au Niger modifiée par l'Ordonnance 2022-04 du 13 janvier 2022 ;

Vu le Décret N°2018-737/PRN/MPT/EN du 19 octobre 2018 portant modalités d'établissement et de contrôle des tarifs des services de communications électroniques ;

Vu le Décret N°2018-738/PRN/MPT/EN du 19 octobre 2018 portant conditions générales d'interconnexion et d'accès ;

Vu le décret N°2020-778/PRN/PM du 16 octobre 2020 portant nomination des membres du Conseil National de Régulation des Communications Electroniques et de la Poste (CNRCEP) ;

Vu le décret N°2020-779/PRN/PM du 16 octobre 2020 portant nomination de la Présidente du Conseil National de Régulation des Communications Electroniques et de la Poste (P/CNRCEP) ;

Vu le procès-verbal de prestation de serment N° 35/2020 du 30 octobre 2020 et celui du 19 novembre 2020 des membres de Conseil National de Régulation des Communications Electroniques et de la Poste (CNRCEP) ;

Vu le Procès-Verbal de prestation de serment N° de Greffe 16/2018 du 26 octobre 2018 du Directeur Général de l'Autorité de Régulation des Communications Electroniques et de la Poste ;

Vu le procès-verbal N°10/CNRCEP/ARCEP/22, relatif aux délibérations de la session du Conseil National de Régulation des Communications Electroniques et de la Poste tenue 31 août 2022.

Sur les motifs suivants :

Considérant l'article 2 de la loi n°2018-45 portant règlementation des communications électroniques au Niger modifiée par l'Ordonnance 2022-250 du13 janvier 2022 qui dispose que :

« *L'ARCEP est chargée de la régulation des activités exercées dans les secteurs des communications électroniques et de la poste sur l'ensemble du territoire national.*

L'ARCEP est particulièrement chargée de :[.....]

1) *protéger les intérêts de l'État, des utilisateurs et des opérateurs, en prenant toute mesure propre à garantir l'exercice d'une concurrence saine et loyale, conformément aux dispositions légales et réglementaires en vigueur [...]* » ;

Considérant l'article 6.2.1 de la loi N°2018-45 qui dispose que :

« *L'Autorité de Régulation définit : [...]*

les tarifs des services de communications électroniques non soumis à concurrence et les principes directeurs de tarification des autres services ; [..] » ;

Considérant l'article 11 de la loi N°2018-45, relatif aux pratiques restrictives qu'il définit comme étant :

« *Toutes pratiques qui ont pour objet ou qui peuvent avoir pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence sur le marché des communications électroniques sont prohibées.*

Sont notamment visées par cette prohibition, les pratiques qui tendent à : [.....]

- *faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché en favorisant artificiellement leur hausse ou leur baisse par des pratiques de dumping ou de subventions croisées anticoncurrentielles. Les subventions croisées sont considérées anticoncurrentielles lorsqu'elles consistent à subventionner des services ouverts à la concurrence, grâce à des ressources financières provenant de service sous exclusivité [....]*

Constituent également des pratiques prohibées, les subventions croisées anti concurrentielles par lesquelles une entreprise fait bénéficier directement ou indirectement une de ses activités des bénéfices réalisés par une autre de ses activités »

Considérant l'article 3 du décret N°2018-737 qui stipule que :

« *L'Autorité de régulation est chargée de:*

- *suivre l'évolution des tarifs;*
- *vérifier le respect par l'ensemble des opérateurs des règles de concurrence;*
- *engager les actions réglementaires contre les pratiques anti-concurrentielles ou les abus de position dominante;*
- *s'assurer de l'orientation des tarifs vers les coûts, notamment dans le cas des tarifs encadrés;*
- *élaborer les modalités d'encadrement tarifaire et vérifier leur respect par les opérateurs concernés conformément aux dispositions du présent décret;*
- *engager les actions réglementaires si les tarifs d'un fournisseur ne sont pas conformes à l'encadrement tarifaire ;*

- *vérifier l'application des tarifs publiés et l'application des principes d'équité et de non-discrimination dans le traitement des abonnés placés dans des conditions équivalentes de fourniture du service;*
- *instruire les litiges entre les Fournisseurs et engager des enquêtes sur la base de réclamations répétées des clients ou à sa propre initiative.* » ;

Considérant l'article 5 du décret N°2018-737 qui stipule :

« *L'encadrement des tarifs a pour objet de :*

a) *orienter les tarifs des services vers leurs coûts de revient résultant d'une gestion efficiente ;*

b) *éliminer les subventions croisées entre les services.*

L'encadrement des tarifs ne peut être décidé par l'Autorité de régulation que pour pallier l'absence ou l'insuffisance d'offres concurrentes sur un service ou plusieurs services.

Dans ce cas, l'Autorité de régulation procèdera, par décision motivée, à l'encadrement des tarifs en cause après enquête sur la position concurrentielle du ou des services concernés et l'évaluation des coûts de revient pertinent. »

Considérant l'article 6 du décret N°2018-737 qui dispose que :

« *Les opérateurs et les fournisseurs de services de communications électroniques au public garantissent l'égalité de traitement de leurs clients en matière de tarification. [...]*

Ils publient et affichent dans leurs bureaux ouverts au public une présentation détaillée des tarifs des services offerts au public ainsi que les conditions générales d'offres de leurs services.

Les contrats conclus entre les opérateurs et fournisseurs de services et les utilisateurs sont élaborés conformément à l'article 35 de la loi 2018-45 du 12 juillet 2018.

Ils remettent à toute personne qui en fait la demande une présentation des tarifs applicables pour les services qui lui sont fournis ou proposés. » ;

Considérant l'Article 1 de la décision n°17/ARCEP/CNRCEP/DG/20 du 31 décembre 2020 portant définition des marchés pertinents des communications électroniques au titre de la période 2021-2023 qui indique :

« *Sont définis comme marchés pertinents des communications électroniques au titre de la période 2021-2023, les marchés ci-après*

[.....] ***Au titre du Marché mobile de détail*** *:*

Marché D1 : Fourniture au détail de services mobiles domestiques sur réseaux 2G/3G/4G, en prépayé ou post payé, pour les particuliers ou les entreprises comprenant :

- *Abonnement à un réseau public mobile,*
- *Appels vocaux nationaux,*
- *Services de messagerie (SMS, MMS) nationaux,*
- *Services internet (via smartphone ou clé).*

Au titre des Marchés fixes de détail

Marché D2 - Fourniture au détail de téléphonie fixe nationale sur réseau filaire ou hertzien, en prépayé ou post payé, pour les particuliers ou les entreprises :

- *Abonnement à un réseau téléphonique public fixe,*
- *Appels fixes nationaux.*

Marché D3 : Fourniture au détail d'internet fixe

- *Accès internet fixe à large bande,*
- *Services internet fixes,*
- *Services de ligne spécialisée.* »

Considérant l'Article 1 de la décision n°006/ARCEP/CNRCEP/DG/22 du 28 janvier 2022 portant liste des opérateurs exerçant une influence significative sur les marchés pertinents des communications électroniques au titre de l'année 2022, qui indique que Celtel Niger S.A et ZAMANI COM SAS exercent une influence significative sur le marché D1 et Niger Télécoms sur les marchés D2 et D3.

Sur ces marchés de détail, l'Article 2 de la décision indique que « *les tarifs des services exploités par Celtel Niger S.A et ZAMANI COM SAS pour le marché D1 ainsi que par Niger Télécoms pour le marché D2 et D3 doivent se situer dans l'intervalle compris entre les tarifs planchers et plafonds qui seront définis par l'Autorité de Régulation* ».

Considérant que le marché de détail des communications électroniques est marqué au Niger par les reconductions systématiques des promotions qui apparaissent comme un élément clé du marché, et non pas comme un élément occasionnel qui jouerait un rôle accessoire de dynamisation temporaire et d'animation commerciale ;

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

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

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

Considérant les données de la comptabilité analytique fournies par les opérateurs MOOV AFRICA Niger S.A, Celtel Niger S.A et ZAMANI COM SAS lors du contrôle des obligations 2020 ;

Considérant le rapport de l'étude des marchés pertinents 2020 qui a mis en exergue une décroissance continue de l'ARPM/Voix (Revenu Moyen par Minute) qui reste le plus bas de la sous région ;

Considérant que le niveau global de l'ARPM/Voix mobile selon ledit rapport se situe pour les opérateurs MOOV AFRICA Niger S.A, Celtel Niger S.A et ZAMANI COM SAS à respectivement 4, 9 et 10 FCFA, soit en deçà des coûts de production des minutes d'appel, tels que révélés par leurs comptabilités analytiques ;

Considérant que ledit rapport montre aussi une baisse continue de l'ARP Go (Revenu Moyen par Gigaoctet), même si celle-ci est moins prononcée que pour la voix et le SMS ;

Considérant la part croissante de la data dans les revenus des opérateurs, mais qui reste insuffisante pour compenser la décroissance continue du chiffre d'affaires des opérateurs due à la destruction de la valeur des services voix et SMS ;

Considérant que l'Autorité de Régulation doit s'assurer que les opérateurs mobiles dégagent une certaine marge bénéficiaire pour garantir la pérennité de leurs activités ;

Considérant les soumissions d'offres récurrentes émanant de certains opérateurs pour lesquelles ils sollicitent de l'Autorité de Régulation la prolongation ou la reconduction de leurs offres promotionnelles ;

Après en avoir délibéré lors de sa session tenue le 31 août 2022 :

DECIDE :

Article 1 :

La présente décision a pour objet de fixer les conditions et modalités applicables aux offres de détail des produits fournis par les opérateurs de téléphonie fixe et mobile.

La présente décision s'applique aux offres postpayées et prépayées.

Article 2 :

Au sens de la présente décision, on entend par :

- Produit : un panier de services comprenant l'offre de base et ses options connexes s'il y a lieu ;
- Offre de base : toute prestation portant sur un ou plusieurs services de télécommunications commercialisée par les opérateurs au profit de leurs abonnés à des conditions tarifaires bien précises ;
- Option : tout service facultatif non prévu dans la fiche tarifaire de l'offre de base, l'abonné pouvant ou non activer cette option moyennant le paiement d'un supplément de prix ;
- Service : Voix, SMS ou DATA

Article 3 :

On entend par offre promotionnelle, toute action commerciale entreprise par un opérateur de téléphonie fixe et mobile accordant un avantage limité dans le temps, afin de permettre à court ou moyen terme de développer les ventes d'un service fixe et mobile donné (Postpayé et Prépayé) en vue d'inciter une partie ou la totalité du public, pendant une durée limitée par le biais d'avantages financiers et/ou autres, à l'achat ou à l'abonnement à ses services.

Cette définition couvre aussi :

- Les ventes sous forme de packs (terminal associé à une carte SIM) comprenant des avantages comme le rabais sur l'accès, la voix, la data, SMS, etc..., effectuées directement par l'opérateur (fixe ou mobile) ou indirectement selon la même formule et avec les mêmes avantages, par l'intermédiaire de concessionnaires des équipements terminaux ;
- Les ventes effectuées sur les marchés connexes, y compris celui des services financiers mobiles, en incluant à ces ventes un avantage pour les abonnés portant sur un produit de l'opérateur ;

- Les ventes effectuées au niveau des points de vente des réseaux de distribution directs et indirects aux clients, dans le cadre des « challenges » organisés par les opérateurs en vue d'augmenter les ventes.

Article 4 :

Toute offre promotionnelle sur un produit ne touchera à l'intérieur de ce produit que l'offre de base ou ses options s'il y a lieu conformément au catalogue d'offres approuvé par l'Autorité de Régulation.

Article 5 :

L'Autorité de Régulation met en place un tarif plancher pour la voix, SMS et DATA, comme indiqué dans le tableau ci-dessous et conformément à la méthodologie présentée en Annexe A de cette décision.

Service	Unité	Opérateurs dominants	Opérateurs non dominants
Voix	FCFA TTC/ mn	8,5	7,7
SMS	FCFA TTC/ SMS	2.3	2.0
DATA	FCFA TTC / Go	1100	1000

Tableau 1 : Tarif plancher (en FCFA TTC) par service

La fixation de ces tarifs se basant sur une méthodologie détaillée en Annexe A de cette décision, demeure une décision purement réglementaire de l'Autorité de Régulation dans le cadre de sa mission visant à promouvoir le développement du secteur des communications électroniques en veillant notamment à son équilibre économique et financier.

Pour leurs demandes de lancement d'offres, les opérateurs sont tenus de respecter les tarifs planchers des services, conformément aux tests tarifaires détaillés en Annexe A de cette décision.

Le non-respect par les opérateurs des tarifs planchers des services peut constituer un motif de refus par l'Autorité de Régulation d'une demande de lancement d'offres.

Les tarifs planchers font l'objet de révision en fonction de l'évolution des tarifs de terminaison d'appel approuvés par l'Autorité de Régulation.

Article 6 :

Les opérateurs sont tenus de transmettre, à l'approbation préalable de l'Autorité de Régulation, par voie de courrier officiel, tout projet d'offre promotionnelle.

A cet effet, ils sont tenus de transmettre, l'ensemble des informations conformément à la fiche de renseignements figurant en Annexe B.

L'Autorité de Régulation se réserve le droit de demander, en complément aux éléments figurant en Annexe B, toute information qu'elle juge nécessaire pour l'examen de la demande.

Article 7 :

L'Autorité de Régulation dispose, conformément au décret N°2018-737 portant modalités d'établissement et de contrôle des tarifs des services de communications électroniques, d'un délai de trente (30) jours pour examiner l'offre promotionnelle à compter de la date de complétude du dossier.

Après examen de la demande, l'Autorité de Régulation peut donner son accord pour le lancement de l'offre ou opposer son refus motivé.

Le silence de l'Autorité de Régulation ne peut en aucun cas être considéré, comme une approbation implicite de la demande de lancement de l'offre.

Article 8 :

1. Toute offre promotionnelle ne peut concerner qu'un produit à la fois avec ses éventuelles options.
2. La durée de commercialisation d'une offre promotionnelle pour le produit commercialisé sous forme postpayée et/ou prépayée ne peut dépasser soixante **(60)** jours.
3. La durée des effets de l'offre promotionnelle sur le produit commercialisé, est limitée au maximum, à six (06) mois pour la formule postpayée et à trois (03) mois pour la formule prépayée.
4. La demande de prolongation d'une offre promotionnelle doit être adressée à l'Autorité de Régulation au moins sept (07) jours avant la fin de la promotion.
5. Une même offre promotionnelle sur le même produit peut être reconduite une seule fois dans l'année à la condition qu'elle n'ait pas été prolongée précédemment.
6. La demande de reconduction d'une offre promotionnelle doit être adressée à l'Autorité de Régulation au moins sept (07) jours avant la date de lancement prévue.
7. L'intervalle entre deux offres promotionnelles portant sur un même produit commercialisé sous forme postpayée ou prépayée, ne saurait être inférieur à la durée des effets de la première promotion y compris les éventuelles prolongations et reconductions de cette dernière.
8. Le nombre total de promotions lancé par un opérateur sur un trimestre ne peut dépasser quinze (15).

Article 9 :

Est interdite toute offre promotionnelle résultant d'une opération effectuée sur un marché connexe, y compris le marché des services financiers mobiles, si elle se traduit par des subventions croisées.

Tout opérateur souhaitant commercialiser une offre en relation avec un marché connexe, doit fournir, à l'appui de sa soumission à l'Autorité de Régulation les preuves que cette offre n'introduit pas de subventions croisées.

Article 10 :

Les opérateurs disposent d'un délai de quinze (15) jours pour la mise sur le marché d'une nouvelle offre promotionnelle après son approbation par l'Autorité de Régulation.

Passé ce délai, l'approbation de l'Autorité de Régulation devient caduque. Toutefois, l'offre promotionnelle peut être réintroduite une nouvelle fois auprès de l'Autorité de Régulation.

Article 11 :

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

Les opérateurs sont tenus d'informer le public des tarifs et des conditions générales des offres en utilisant tous les supports de communication notamment leurs sites web. Ils publient et affichent dans leurs bureaux ouverts au public une présentation détaillée des tarifs des services offerts au public ainsi que les conditions générales d'offres de leurs services

Les opérateurs sont tenus d'assurer, à l'adresse de leurs clients, une information claire et sans équivoque sur les tarifs et les conditions de l'offre.

Ils doivent, en outre, s'interdire toute publicité de nature à induire en erreur les consommateurs notamment par l'indication d'avantages ou attributs qui ne seraient pas effectivement accordés au titre de l'offre promotionnelle.

Article 12 :

L'approbation de l'offre promotionnelle par l'Autorité de Régulation n'exclut pas son réexamen par celle-ci après son lancement et ce, à la lumière de l'évolution des données pertinentes du marché et au regard de la réglementation en vigueur.

L'Autorité de Régulation se réserve le droit de demander l'arrêt immédiat d'une offre promotionnelle durant sa commercialisation, dans les mêmes formes que le refus d'approbation.

Article 13 :

Les opérateurs sont tenus d'assurer la disponibilité de leur réseau durant la période des effets de la promotion, dans le respect de leurs obligations de qualité de service vis-à-vis de leurs abonnés.

L'Autorité de Régulation se réserve le droit d'interdire aux opérateurs défaillants en termes de qualité de service, la possibilité de lancement de promotions, jusqu'au retour aux normes de qualité de service, constaté par l'Autorité de Régulation.

Article 14 :

Les opérateurs sont tenus de transmettre à l'Autorité de Régulation l'ensemble des éléments qu'elle peut lui demander en rapport avec la performance et le suivi des offres promotionnelles, au plus tard un (01) mois après l'accusé de réception de la demande.

Article 15 :

A compter de la date de notification de la présente décision, les opérateurs de téléphonie fixe et mobile disposent jusqu'au 31 décembre 2022 pour s'y conformer.
Passé ce délai, les opérateurs défaillants s'exposent à des sanctions, conformément à la réglementation en vigueur.

Article 16 :

L'Autorité de Régulation procède à la révision de la présente décision en cas de modification de l'environnement technique, économique ou réglementaire, ainsi que pour répondre à un dysfonctionnement concurrentiel sur le marché.

Article 17

La présente décision prend effet à compter du 1er janvier 2023. Elle est notifiée aux opérateurs de téléphonie fixe et mobile.

Article 18 :

Le Directeur Général de l'ARCEP est chargé d'exécuter la présente décision qui prend effet à compter de la date de sa signature.

ONT SIGNE
LES MEMBRES DU CNRCEP

M. MOROU HASSANE Moussa

M. SABO Boubacar

M. IBRAHIM GARKA Tahirou

M. LAWAN KADER Guirguidi

M. OUNTEINI Congeoi

M. YACOUBA Alfari

LA PRESIDENTE DU CNRCEP

Madame BETY Aichatou Habibou Oumani

ANNEXE A DE LA DECISION N° /ARCEP/CNRCEP/DG/22

Cette annexe a pour objectifs de :

- Présenter aux opérateurs la méthodologie utilisée par l'Autorité de Régulation pour l'aide à la fixation des tarifs planchers des services voix, SMS et DATA
- Détailler les tests tarifaires qui seront conduits par l'Autorité de Régulation dans le cadre de l'examen des demandes de lancements des offres promotionnelles.

1. Fixation des tarifs planchers

En lien avec les résultats du rapport sur les marché pertinents, un tarif plancher différent entre les opérateurs dominants et non-dominants sera considéré.

Afin de laisser un espace économique pour le développement sur le marché des opérateurs non dominants, une différence de l'ordre de 15% à 30% par rapport aux tarifs planchers des opérateurs dominants sera appliquée. Cette différence est estimée par rapport à la différence entre le coût le plus élevé de terminaison d'appel chez les opérateurs dominants et celui chez les opérateurs non dominants, sachant le coût qu'estimé pour Niger Télécoms n'est pas pris en compte parce que considéré comme inefficace. En l'espèce, il s'agit de considérer la différence entre le coût de TA chez ZAMANI COM SAS (3 FCFA) et celui de MOOV AFRICA Niger (3,6 FCFA) qui est de l'ordre de 20%.

<u>Cas de la voix :</u>

Le tarif plancher pour la voix peut être calculé en appliquant la formule suivante qui est utilisée notamment en Tunisie :

Tarif Plancher voix = (DA+TA) x (1 + CCM) où

- DA : Départ d'appel ;
- TA : Terminaison d'appel (pouvant être substitué par le coût d'appel Off-Net) ;
- CCM : Mark-up à appliquer pour tenir compte des coûts commerciaux et communs.

Le DA est généralement exprimé en % de la TA approuvée par l'Autorité de Régulation. Ce pourcentage est plus proche de 100% quand les tarifs de TA approuvés par l'Autorité de Régulation sont proches des coûts de TA tels qu'évalués par le modèle. Elle peut permettre une première différentiation entre les opérateurs dominants et ceux non-dominants.

Pour le cas d'espèce, le tarif en vigueur approuvé par l'Autorité de Régulation est supérieur aux coûts de TA des deux opérateurs dominants. C'est pourquoi dans l'application de la formule, il est considéré pour les opérateurs dominants un pourcentage de 95%. Pour les autres opérateurs, il suffirait de faire une réduction du taux correspondant à la différence de coûts entre dominants et dominés qui est de de l'ordre de 20% comme estimé ci haut. Ce qui permet de considérer un taux de 75% pour les opérateurs non dominants.

Le CCM peut être déduit de la comptabilité analytique des opérateurs. Faute de données analytiques fiables, il est fait recours à un benchmark pour la définition de la valeur de ce mark-up.

Il est également possible de substituer la TA locale du Niger par la TA moyenne de la région.

Le tableau ci-dessous donne, à titre illustratif, le tarif plancher calculé avec cette approche avec une TA utilisée correspondant à la moyenne de la région.

Paramètre	Unité	Opérateurs dominants	Opérateurs non-dominants
DA	% TA	95%	75%
TA TTC	FCFA	3,5	3,5
CCM	%	25%	25%
Tarif TTC résultant	FCFA	8,5	7,7

Tableau 2 Illustration du calcul du tarif plancher voix avec la méthode proposée

Cas de la DATA :

Pour ce cas, la fixation du tarif plancher peut s'appuyer sur les résultats obtenus avec 3 approches différentes.

- Approche 1 : Benchmark international

Un benchmark a été préparé, en se focalisant sur la Côte d'Ivoire et la Tunisie qui ont instauré des tarifs planchers pour la DATA.

La Tunisie applique, ainsi depuis 2018, un tarif plancher dégressif, selon le volume du forfait, comme le montre le tableau ci-dessous.

Tarif min du Go en TND TTC	Volume de trafic dans le forfait
4.5	≤1 Go
4	]1-2] Go
3.5	]2-3] Go
3	]3-5] Go
2.5	]5-10] Go
2	]10-25] Go
1	]25-42] Go
0.95	]42-55] Go
0.91	>55 Go

Tableau 3 Tarif plancher de la DATA appliqué en Tunisie

Puisque les abonnés nigériens souscrivent principalement à des petits forfaits dont le volume est inférieur à 1 Go, la valeur de référence pour la Tunisie est **4,5 TnD, soit 908 FCFA**.

La Côte d'Ivoire a mis en place de son côté, depuis 2020, un tarif plancher DATA de **1000 FCFA** par Go.

- Approche 2 : Utilisation de la comptabilité analytique des opérateurs

Cette approche consiste en la prise en compte du coût moyen des opérateurs dominants et non-dominants, tels qu'issus de leur comptabilité analytique.

Toutefois, l'absence d'un audit permettant de statuer sur la fiabilité des données issus de la comptabilité analytique ne peut en faire l'unique approche de fixation du tarif plancher pour la DATA.

Par souci de confidentialité, les résultats obtenus avec cette approche ne sont pas communiqués.

- Approche 3 : Calcul à partir de la TA mobile

Avec cette approche, le tarif plancher DATA sera donné par la formule suivant :

Tarif Plancher DATA = Coût_DATA x (1 + CCM) où

- Coût_DATA: Coût du service DATA

- CCM: Mark-up à appliquer pour tenir compte des coûts commerciaux et communs.

Le service DATA n'étant pas régulé au Niger, le coût du service DATA a été estimé moyennant le calcul d'un facteur de conversion pour le passage du coût de la minute entrante vers le coût du Go. Ce facteur de conversion tient compte notamment des technologies réseaux utilisés pour acheminer les trafics voix et DATA.

Ainsi, en supposant une TA de **3,5 FCFA TTC** (soit la moyenne de la région), le tarif plancher du Go serait de l'ordre de **573 FCFA.**

L'approche du benchmark dont les résultats sont plus proches des tarifs pratiqués sur le marché courant, est retenue pour fixer les tarifs planchers.

Cas du SMS :

Pour les opérateurs dominants, il est proposé d'utiliser une formule similaire à celle utilisée pour le service voix, avec le coût du SMS entrant issu du modèle servant à fixer la TA.

Le tarif plancher pour les opérateurs non-dominants peut être fixé par la suite, en supposant qu'il reste 20% inférieur à celui des opérateurs dominants.

A titre illustratif, avec cette approche, le tarif plancher du SMS serait de 2,3 FCFA TTC pour les opérateurs dominants, contre 2 FCFA TTC pour les opérateurs non-dominants.

Tests tarifaires pour le respect des tarifs planchers

Les tests tarifaires doivent s'assurer que, pour chaque lancement, le tarif moyen par service ne descend pas en dessous du tarif plancher défini pour ce service.

Dans le cas d'une promotion portant sur un produit donné, il convient de distinguer le cas où la promotion ne concerne que l'offre de base, cas où l'avantage proposé porte sur une des options connexes à l'offre de base.

En effet, dans le cas où une option connexe à une offre de base est l'objet de la promotion, il convient de tester cette option, mais également l'offre de base à laquelle elle se rattache, comme le montre ce tableau.

Composante du produit	Test tarifaire	Résultat attendu
Offre	Tarif facial offre - Local	S'assurer que les tarifs faciaux sont supérieurs aux tarifs planchers des services
	Tarif facial offre - International	S'assurer que le tarif international facial est supérieur à la terminaison d'appel international pour la ou les destinations concernées
	Revenu prévisionnel par abonné	Le revenu moyen de l'offre (voix sortant local, SMS local sortant et DATA) qui reste supérieur au coût supporté en appliquant les tarifs planchers déjà définis
	Revenu moyen par service	S'assurer, pour chaque service, que le revenu moyen pour l'offre est supérieur au tarif

		plancher du service
Option connexe	Tarif facial local - Option	S'assurer que les tarifs faciaux sont supérieurs aux tarifs planchers des services
	Tarif facial International - Option	S'assurer que le tarif international facial est supérieur à la terminaison d'appel international pour la ou les destinations concernées
	Respect prix plancher - Option	S'assurer, pour chaque service, que le revenu moyen des clients de l'option, est supérieur au tarif plancher du service
	Offre de base - Revenu par abonné	Le revenu moyen de l'offre (voix sortant local, SMS local sortant et DATA) qui reste supérieur au coût supporté en appliquant les tarifs planchers déjà définis
	Offre de base - Revenu moyen par service	S'assurer, pour chaque service, que le revenu moyen pour l'offre est supérieur au tarif plancher du service

ANNEXE B DE LA DECISION N° /ARCEP/CNRCEP/DG/22

Cette annexe présente les informations qui devront être transmis par les opérateurs à l'Autorité de Régulation, dans le cadre de l'examen de leurs demandes de lancement.

Cas d'une promotion portant sur une offre de base :

Description	Nom commercial	
	Catégorie	Offre
	Type Structure tarifaire	Forfait / Bonus sur Recharge / Bonus sur Consommation / Autre (à détailler)
	Marché	Prépayé ou Postpayé
	Durée	Promotion
	Nombre de clients M+12	
	Services concernés	Voix / SMS / DATA / Mixte (plusieurs services) / International / Autre (à détailler)
	Date début	
	Date fin	
	Canaux de vente	
	Méthodes d'activation	
	Mode de publicité	
	Autres	

Structure tarifaire	Souscription / Frais fixes	
	Tarif minute On-Net - Hors gratuité	
	Tarif minute On-Net- Gratuité / Bonus	
	Tarif minute Off-Net - Hors gratuité	
	Tarif minute Off-Net- Gratuité / Bonus	
	Tarif minute international	
	Tarif SMS On-Net- Hors gratuité	
	Tarif SMS On-Net- Gratuité / Bonus	
	Tarif SMS Off-Net- Hors gratuité	
	Tarif SMS Off-Net- Gratuité / Bonus	

	Tarif SMS International	
	Tarif Mo - Hors gratuité	
	Tarif Mo - Gratuité / Bonus	

Avantages	Seuil Bonus recharge	
	% Bonus sur recharge	
	Seuil Bonus consommation	
	% Bonus consommation	
	Nombre de minutes On-Net incluses	
	Nombre de minutes Off-Net incluses	
	Nombre de SMS On-Net inclus	
	Nombre de SMS Off-Net inclus	
	Nombre de Mo inclus	
	Autres	

Consommation moyenne et Revenu moyen prévionnelles par abonné par mois (sur une année à partir du lancement)	ARPU offre (Voix - SMS et DATA)	
	Consommation minutes - facturé et Gratuité	
	Consommation SMS - facturé et Gratuité	
	Consommation Mo - facturé et Gratuité	
	ARPM Offre	
	Revenu moyen par SMS de l'offre	
	ARGo de l'offre	
	Justificatif économique	

Cas d'une promotion portant sur une option connexe :

Description	Nom commercial	
	Catégorie	Option
	Offre rattachée	
	Type Structure tarifaire	Forfait / Bonus sur Recharge / Bonus sur Consommation / Autre (à détailler)

	Marché	Prépayé ou Postpayé
	Durée	Promotion
	Nombre de clients bénéficiaires (M+12)	
	Nombre d'activations de l'option (M+12)	
	Services concernés	
	Date début	
	Date fin	
	Méthodes d'activation	
	Mode de publicité	
	Autres	

Structure tarifaire	Souscription / Frais fixes	
	Tarif minute On-Net - Hors gratuité	
	Tarif minute On-Net- Gratuité / Bonus	
	Tarif minute Off-Net - Hors gratuité	
	Tarif minute Off-Net- Gratuité / Bonus	
	Tarif minute international	
	Tarif SMS On-Net- Hors gratuité	
	Tarif SMS On-Net- Gratuité / Bonus	
	Tarif SMS Off-Net- Hors gratuité	
	Tarif SMS Off-Net- Gratuité / Bonus	
	Tarif SMS International	
	Tarif Mo - Hors gratuité	
	Tarif Mo - Gratuité / Bonus	

Avantages	Seuil Bonus recharge	
	% Bonus sur recharge	
	Seuil Bonus consommation	
	% Bonus consommation	
	Nombre de minutes On-Net incluses	
	Nombre de minutes Off-Net incluses	

	Nombre de SMS On-Net inclus	
	Nombre de SMS Off-Net inclus	
	Nombre de Mo inclus	
	Autres	

Description Offre rattachée - Consommation moyenne par abonné par mois (sur 1 année)	ARPU offre (Voix - SMS et DATA)	
	Consommation minutes - facturé et Gratuité	
	Consommation SMS - facturé et Gratuité	
	Consommation Mo - facturé et Gratuité	
	ARPM Offre	
	Revenu moyen par SMS de l'offre	
	ARGo de l'offre	
	Justificatif économique	

Consommation prévisionnelle unitaire - Clients de la promotion	Montant moyen recharge avec bonus	
	Consommation minutes prévisionnelle - Hors Gratuité	
	Consommation minutes prévisionnelle - Gratuité	
	Consommation SMS prévisionnelle - Hors Gratuité	
	Consommation SMS prévisionnelle - Gratuité	
	Consommation Mo prévisionnelle - Hors Gratuité	
	Consommation Mo prévisionnelle - Gratuité	

Impact prévisionnel sur l'offre de base - Tous les clients de l'offre de base sur la durée de lancement de la	Nombre moyen de clients	
	Revenus générés (Voix - SMS - Data)	
	Consommation minutes - facturé et Gratuité	

ℓ

promotion	Consommation SMS - facturé et Gratuité	
	Consommation Mo - facturé et Gratuité	
	ARPM Offre	
	Revenu moyen par SMS de l'offre	
	ARGo de l'offre	
	Justificatif économique	

ANNEXE C DE LA DECISION N° /ARCEP/CNRCEP/DG/22

L'annexe C détaille le workflow d'examen des demandes de lancement.

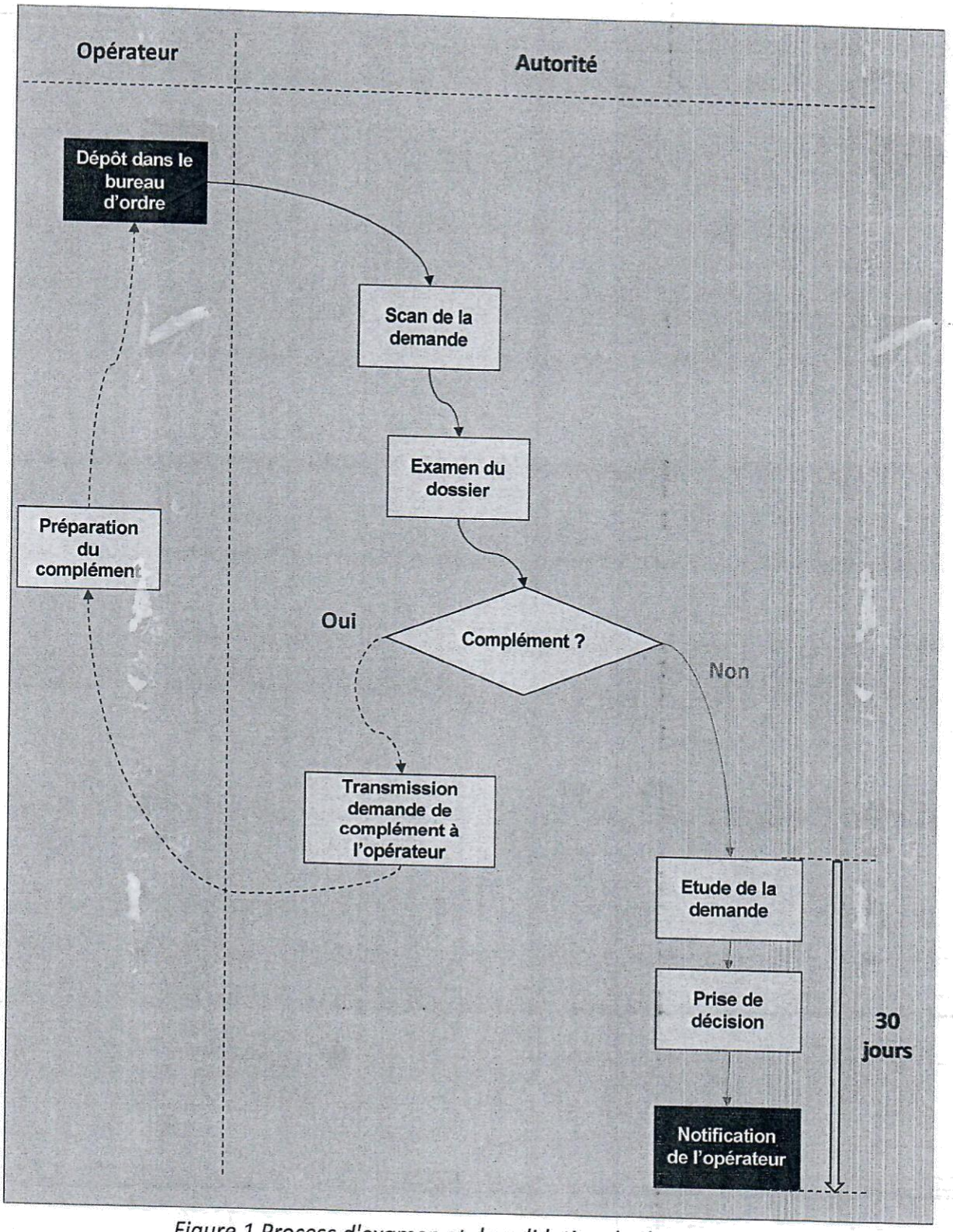

Figure 1 Process d'examen et de validation des lancements