

DECISION ANRT/DG/N°09/11 DU ..... 07 DEC. 2011  
PORTANT REVISION DES LIGNES DIRECTRICES  
ENCADRANT L'EXAMEN PAR L'ANRT DES OFFRES  
TARIFAIRES DES EXPLOITANTS DE RESEAUX PUBLICS  
DE TELECOMMUNICATIONS

 1/4

## **LE DIRECTEUR GENERAL DE L'AGENCE NATIONALE DE REGLEMENTATION DES TELECOMMUNICATIONS,**

Vu la loi n°24-96 relative à la poste et aux télécommunications, promulguée par le dahir n°1-97-162 du 2 rabii II 1418 (7 août 1997), telle qu'elle a été modifiée et complétée ;

Vu le décret n°2-97-813 du 27 chaoual 1418 (25 février 1998) portant application des dispositions de la loi n°24-96 relative à la poste et aux télécommunications en ce qui concerne l'Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications ;

Vu le décret n°2-97-1025 du 27 chaoual 1418 (25 février 1998) relatif à l'interconnexion des réseaux de télécommunications, tel qu'il a été modifié et complété par le décret n°2-05-770 du 6 jourmada II 1426 (13 juillet 2005) ;

Vu le décret n°2-97-1026 du 27 chaoual 1418 (25 février 1998) relatif aux conditions générales d'exploitation des réseaux des télécommunications réseaux de télécommunications, tel qu'il a été modifié et complété par le décret n°2-05-770 du 6 jourmada II 1426 (13 juillet 2005) ;

Vu les cahiers des charges des exploitants de réseaux publics de télécommunications, notamment Itissalat Al-Maghrib, Médi Telecom et Wana Corporate (WANA) ;

Vu l'arrêté du ministre délégué auprès du Premier ministre chargé des affaires économiques et générales n°977-08 du 03 juin 2008 fixant les modalités de promotion des services de télécommunications ;

Vu la décision n° ANRT/DG/N°03/07 du 21 mars 2007 relatives aux modalités de notification à l'ANRT par les exploitants de réseaux publics de télécommunications des tarifs et/ou modifications des conditions de vente des produits et services de télécommunications ;

Vu la décision n° ANRT/DG/N°05/10 du 11 août 2010 portant adoption des lignes directrices pour l'examen par l'ANRT des offres tarifaires des exploitants de réseaux publics de télécommunications ;

Vu la liste des marchés particuliers déterminés par l'ANRT ainsi que la liste des exploitants désignés annuellement comme exerçant une influence significative sur lesdits marchés ;

Vu la décision n° ANRT/DG/N°08/11 du 1<sup>er</sup> décembre 2011 relative à la révision de l'encadrement pluriannuel des tarifs de terminaison du trafic d'interconnexion dans les réseaux fixes et mobiles des exploitants ITISSALAT AL-MAGHRIB (IAM), Médi Telecom et WANA CORPORATE Corporate pour la période 2012-2013;

Vu les concertations engagées avec les opérateurs IAM, Médi Telecom et WANA CORPORATE ;

### **I - Sur l'objet de la décision**

La présente décision a pour objet de réviser les lignes directrices devant servir à l'examen, par l'Agence nationale de réglementation des télécommunications (ANRT), des tarifs de détail des différentes offres de produits et services soumises par les exploitants de réseaux publics de télécommunications (ERPT) adoptées par la décision n°05/10 susvisée.

### **II - Sur le cadre juridique**

Conformément aux dispositions de l'article 8bis de la loi n°24-96 susvisée, l'ANRT est chargée de veiller au respect de la concurrence loyale dans le secteur des télécommunications.



2/4

En application de l'article 2 du décret n°2-97-1026 précité : « *l'exploitation des réseaux publics de télécommunications doit se faire dans des conditions de concurrence loyale conformément à la législation en vigueur ou à défaut, en conformité avec les usages internationalement admis en matière de télécommunications* ».

En vertu de l'article 3 du même décret « *l'ANRT peut exiger des exploitants de réseaux publics de télécommunications d'apporter des modifications aux tarifs de leurs services ou de leurs conditions de vente, s'il apparaît que ces changements ne respectent pas les règles de concurrence loyale et les principes d'uniformité des tarifs nationaux des services de télécommunications. Ils doivent être justifiés, à la demande de l'ANRT, au regard des éléments de coûts y afférents* ».

Le titre III du décret n°2-97-1025 susvisé traite dans ses articles 15 à 24 de dispositions particulières applicables aux exploitants de réseaux publics de télécommunications désignés annuellement par l'ANRT comme exerçant une influence significative sur un marché particulier.

Enfin l'article 3 de la décision ANRT/DG/N°5/10 susvisée précise que: « *L'ANRT peut procéder, après consultation des opérateurs concernés, à la révision des présentes lignes notamment des valeurs retenues pour mener les tests et les analyses y prévues . Cette révision sera notifiée à la même date à tous les opérateurs concernés* ».

### **III - Sur les concertations engagées avec les ERPT**

Pour la révision des lignes directrices objet de la présente, l'ANRT a demandé aux opérateurs de lui transmettre leurs commentaires et propositions de modifications.

Les modifications retenues par l'ANRT ont tenu compte des commentaires pertinents des opérateurs (parvenus à l'ANRT entre le 7 et le 11 octobre 2011) et également des conclusions de l'analyse du marché réalisée par l'ANRT, en octobre 2011, avec l'assistance d'un Consultant externe.

### **IV Sur les conclusions de l'ANRT**

Suite à ce processus de concertation et d'échange avec les opérateurs concernés, les principales modifications apportées aux lignes directrices se présentent comme suit :


➤ ***La généralisation, à l'ensemble des opérateurs, de l'obligation de non-discrimination tarifaire***

L'analyse de l'ANRT de la situation du marché du mobile, a relevé l'impact important de l'obligation de non-discrimination tarifaire imposée aux opérateurs exerçant une influence significative sur les marchés pertinents.

Afin d'améliorer les effets de cette mesure et compte tenu de l'évolution importante qu'a connue le marché du mobile prépayé durant les douze derniers mois, l'ANRT procédera, à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2012, à la généralisation, à l'ensemble des opérateurs, de l'obligation de non différenciation tarifaire on net / off net pour les appels mobiles prépayés, et ce, dans l'objectif de réduire davantage, le niveau du taux d'internalisation du trafic et de favoriser le décloisonnement des réseaux et la baisse des prix.

➤ ***La revue des standards de coût dans les tests de ciseau tarifaire***

En prenant en compte la réalité du marché ainsi que les niveaux réels des coûts des opérateurs, tels que constatés notamment à travers les audits réglementaires, l'ANRT procédera, à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2012, à une révision des coûts de référence servant pour l'examen des offres de détail des opérateurs.

 3/4

➤ **La revue des profils de trafic servant pour l'examen des offres de détail**

Se basant sur les données du trafic communiquées à l'ANRT par les opérateurs et en vue de favoriser une meilleure compétitivité au niveau des offres de détail, l'ANRT procédera à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2012, à une révision des profils de trafic servant pour l'examen des offres de détail des opérateurs.

➤ **Clarifications et ajouts de certaines règles portant sur l'examen des offres de détail**

Il s'agit essentiellement :

- de la question de l'intervalle entre deux promotions portant sur le même service;
- du cas des offres dites de convergence;
- de la vérification par l'ANRT du respect par les opérateurs des dispositions de l'arrêté n°649-07 du 4 mai 2007 relatif à la publicité afférente aux offres et services des télécommunications ;
- des modalités d'examen des offres de détail relatives aux SMS, à l'Internet mobile et à l'ADSL.

**Décide :**

**Article 1 :** Sont révisées et adoptées, telle qu'annexées à la présente décision, les lignes directrices encadrant l'examen par l'ANRT des tarifs de détail des offres soumises par les exploitants de réseaux publics de télécommunications.

**Article 2 :** La présente décision entre en vigueur à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2012.

**Article 3 :** Pour les offres déjà commercialisées, les opérateurs sont tenus de se conformer, au plus tard le 1<sup>er</sup> janvier 2012, aux règles et principes édictés par la révision des présentes lignes directrices, notamment en ce qui concerne la généralisation, à l'ensemble des opérateurs, de l'obligation de non différenciation tarifaire on net / off net pour les appels mobiles prépayés.

**Article 4 :** L'ANRT peut procéder, après consultation des opérateurs concernés, à la révision des présentes lignes. Cette révision sera notifiée à la même date à tous les opérateurs concernés.

**Article 5 :** Le Directeur Central de la Concurrence et du Suivi des Opérateurs et le Directeur Responsable de la Mission Réglementation sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution de la présente décision qui est notifiée à Itissalat AL-Maghrib, à Médi Telecom et à Wana Corporate.

Le Directeur Général de l'Agence Nationale  
de Régulation des Télécommunications

Adine EL MOUNTASSIR BILLAH

# Lignes directrices encadrant l'examen par l'ANRT des offres tarifaires des exploitants de réseaux publics de télécommunications

*Version révisée annexe à la décision ANRT/DG/N° 09/11 du 07 décembre 2011*

## TABLES DES MATIERES

Préambule .....	3
1 Le périmètre des lignes directrices .....	4
1.1 Définitions .....	4
1.2 Les marchés, les opérateurs et les offres concernées .....	6
1.2.1 Cas des offres On-net (appels intra réseau).....	7
1.2.2 Cas des promotions .....	7
2 Les principes et paramètres retenus pour l'examen des offres tarifaires .....	9
2.1 Principe général .....	9
2.2 La caractérisation de l'offre .....	9
2.2.1 Durée de vie de l'offre .....	9
2.2.2 Revenu de détail pertinent .....	10
2.2.3 Profil de trafic .....	10
2.2.4 Définition de la part des appels en heures pleines pour les appels téléphoniques	10
2.2.5 Prévision de trafics.....	11
2.2.6 Principes de calculs .....	11
2.2.7 Définition de l'espace économique .....	11
2.3 Détermination des coûts pertinents pour les offres voix .....	11
2-5 Application du test de non discrimination On-Net et Off-Net .....	13
3 Modalités d'approbation des offres tarifaires par l'ANRT .....	14

## Préambule

*Conformément à la réglementation en vigueur, et dans le cadre de la mise en œuvre des dispositions de la note d'orientations générales du développement du secteur des télécommunications à l'horizon 2013 (cf. § 6 du chapitre 2.1.), l'Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications (dénommée ci-après ANRT) adopte et publie les présentes lignes directrices pour l'examen des tarifs de détail des Exploitants de Réseaux Publics de Télécommunications (dénommés ci-après ERPT).*

*Les présentes lignes directrices ont pour objet de fixer les principes et de décrire les règles devant présider à l'examen par l'ANRT des offres tarifaires des ERPT, dans le souci de donner une visibilité à l'ensemble des acteurs, sur le contexte global dans lequel doit évoluer l'offre de produits et services pour des marchés concurrentiels et ouverts et pour la fourniture de services innovants et compétitifs. L'objectif final est d'assurer les conditions d'une concurrence effective et loyale sur les marchés des télécommunications.*

## **1 Le périmètre des lignes directrices**

### **1.1 Définitions**

Au sens des présentes, on entend par :

- **Opérateur :**

Un exploitant de réseau public de télécommunications titulaire de la licence prévue par l'article 2 de la loi n°24-96, telle que modifiée et complétée.

- **Opérateur de référence**

Un opérateur de référence est un opérateur qui fournit des services de qualité standard (au regard des normes internationales) avec une base de coûts établie par rapport à un réseau utilisant les meilleures technologies industriellement disponibles et les plus efficaces pour fournir le service considéré.

Les principes et règles retenus pour la définition de la notion d'opérateur de référence ainsi que les parts de marchés, coûts et recettes y afférents sont précisés dans le cadre des présentes lignes directrices.

- **Recharge téléphonique :**

Une opération commerciale (sous forme d'offre ou promotion) qui consiste en l'achat de crédit temps, notamment par:

- l'acquisition de cartes ;
- l'acquisition de cartes à puce ;
- la recharge directe par le revendeur ou le distributeur agréé;
- la recharge via des transferts entre abonnés ;
- la recharge via une carte bancaire ;
- la recharge via le paiement en ligne.

### **Marché particulier des télécommunications et influence significative**

Conformément aux dispositions du décret n° 2-97-1025 relatif à l'accès et l'interconnexion, Le marché particulier est tout marché concurrentiel dont les caractéristiques peuvent justifier l'application de règles spécifiques

L'ANRT détermine, au regard notamment des obstacles au développement d'une concurrence effective, les marchés particuliers dont les caractéristiques peuvent justifier l'imposition de règles spécifiques.

### **Effet de squeeze (ciseau tarifaire)**

- Une situation de ciseau tarifaire survient lorsque l'offre, sur le marché de détail, d'un opérateur exerçant une influence significative sur un ou plusieurs marchés particuliers (opérateur dominant) ne peut être répliquée de manière économiquement viable par ses concurrents.
- La pratique de ciseau tarifaire est une stratégie par laquelle un opérateur verticalement intégré, fixe ses tarifs de détail en dessous des niveaux de coûts d'un opérateur de référence.



- La pratique de ciseau tarifaire est donc associée à un opérateur intégré exerçant une influence significative (ou réputé l'exercer) sur un ou plusieurs marchés particuliers. La position de l'opérateur sur le marché de gros lui permet d'impacter la base de coûts de ses concurrents sur le marché de détail de façon à restreindre la concurrence sur le marché de détail.

La formule générale du test de ciseau tarifaire à appliquer est la suivante:

$$p - a \geq c$$

où,

- ✓ « p » est le revenu de détail de l'opérateur exerçant une influence significative sur un marché particulier ;
- ✓ « a » est le tarif de gros (tarif d'interconnexion) de cet opérateur exerçant une influence significative sur un marché particulier ;
- ✓ « c » représente les coûts de détail encourus par l'opérateur n'exerçant pas une influence significative (opérateur non dominant) à savoir notamment les coûts relatifs au support, au marketing, au système d'information etc.,

L'écart (marge) entre le revenu de détail et le prix de gros (p-a) doit être suffisamment supérieur aux coûts de détail de l'opérateur n'exerçant pas une influence significative.

### **Prix de prédation**

Une situation de prix de prédation survient lorsqu'un opérateur exerçant une influence significative sur un ou plusieurs marchés particuliers expose ses concurrents à une réduction de leurs marges et de leurs volumes de ventes susceptible de les exclure du marché.

- La pratique de prix de prédation est une stratégie expressément établie par un opérateur, exerçant une influence significative, visant l'exclusion de ses concurrents du marché en fixant des prix inférieurs à ses coûts de production. Si l'opérateur "prédateur" réussit à éliminer ses concurrents existants du marché et à dissuader de nouvelles entreprises d'entrer sur le marché, elle peut alors relever ses prix et réaliser des bénéfices plus importants. La pratique de prix d'éviction est interdite par le droit de la concurrence.
- La pratique de prix de prédation est associée à un opérateur en position de dominance enregistrant des pertes à court terme et/ou capable de subventionner une partie de son activité par une autre.
- L'analyse de la pratique de prix de prédation s'appuie sur une modélisation de revenus et de coûts. Elle est appliquée aux offres des opérateurs exerçant une influence significative sur un ou plusieurs marchés particuliers.

### **La pratique de couplage (« bundle ») abusif**

Le lien de couplage entre deux offres peut être d'ordre tarifaire, ou technique. Il correspond à des ventes associant deux (ou plusieurs) services différents et/ou complémentaires.

Un couplage n'est pas abusif en soi, mais il le devient :

- s'il ne comporte aucune justification objective motivant notamment l'intérêt dudit couplage pour le client final ;
- s'il constitue un obstacle à la commercialisation des offres des autres ERPT;
- s'il ne peut être répliqué de manière économiquement et techniquement viable par un autre opérateur en utilisant notamment les offres de gros que ce dernier met à leur disposition pour répliquer ses offres de détail sur le marché sur lequel il exerce une position dominante;
- s'il entraîne un risque de capture à court terme, en faveur de l'opérateur dominant proposant l'offre couplée sur le marché concerné, d'une partie importante de la clientèle potentielle sur un marché de détail ayant pour effet l'accentuation de l'effet de club au profit dudit opérateur dominant ;
- et/ou s'il porte atteinte aux intérêts des clients.
- S'il peut conduire à limiter la demande dont peuvent bénéficier les concurrents ou à augmenter le coût de l'entrée sur le marché.

Les offres couplées doivent être commercialisées conformément à la réglementation en vigueur, en ce sens notamment qu'une offre couplée correspond à un seul contrat et à une seule facture pour le client final.

### **Subventions croisées abusives**

La pratique de subventions croisées abusives consiste, pour un opérateur exerçant une influence significative sur un ou plusieurs marchés particuliers, à essayer d'évincer ses concurrents en fixant un prix en dessous de ses coûts sur un marché potentiellement concurrentiel, tout en couvrant les pertes encourues sur ce marché par les profits engendrés sur un autre marché, sur lequel il possède une puissance significative. La pratique de subventions croisées abusives permet à l'opérateur de transférer sa position dominante vers un marché potentiellement concurrentiel verticalement ou horizontalement lié au marché sur lequel elle exerce une influence significative.

Il est à la charge de l'opérateur de justifier auprès de l'ANRT, l'absence des subventions croisées abusives. A cet effet, les opérateurs doivent communiquer à l'ANRT toute information nécessaire pour ladite analyse.

## **1.2 Les marchés, les opérateurs et les offres concernées**

Les marchés relatifs aux offres actuellement concernées par les dispositions des présentes lignes directrices sont :

- le marché de détail de la téléphonie fixe, quelque soit la technologie y afférente;
- le marché de détail de la téléphonie mobile quelque soit la technologie y afférente;
- Le marché Internet (ADSL , mobile 3G et autres) ;
- le marché des Liaisons Louées ;
- le marché DATA (SMS, MMS et autres services de transmission et de données).

Cette liste peut être élargie, de façon motivée, par l'ANRT.

Les offres de détail soumises à l'approbation de l'ANRT dans les conditions définies par la décision ANRT/DG/03/07 du 21 mars 2007 relative aux modalités de notification à l'Agence des tarifs et/ou des modifications des conditions de vente des services de

télécommunications, doivent respecter les principes édités par les présentes lignes directrices.

Tous les opérateurs (exerçant et non exerçant une influence significative sur un ou des marchés particuliers) sont tenus de transmettre à l'ANRT, au préalable et dans les délais réglementaires, leurs projets de tarifs de leurs services ou de leurs conditions de vente avant l'entrée en vigueur du tarif ou du changement envisagé.

Toute dérogation à cette règle doit être préalablement autorisée par l'ANRT, sur demande justifiée de l'opérateur.

- Dans le cas où l'opérateur exerce une influence significative sur un ou plusieurs marchés particuliers, ses offres tarifaires sont soumises systématiquement aux tests de :
  - squeeze ;
  - prédation ;
  - discrimination tarifaire
  - couplage abusif ;
  - subventions croisées abusives.

Pour les offres tarifaires ne relevant pas d'un marché particulier et/ou émanant d'un opérateur n'exerçant pas une influence significative sur un des marchés particuliers, l'opérateur concerné est tenu de transmettre, à la demande de l'ANRT, les justifications techniques et économiques relatives à son offre tarifaire de détail. Le but étant de s'assurer que cette offre :

- n'est pas de nature à entraver le développement de la concurrence sur le marché ;
- qu'elle respecte les principes d'égalité de traitement des usagers et d'uniformité des tarifs sur le territoire national.

### **1.2.1 Cas des offres On-net (appels intra réseau)**

Les opérateurs mobiles, quelque soient leurs positions sur le marché, doivent justifier auprès de l'ANRT toute différenciation des prix de détail des appels ON net - Off net au regard notamment des éléments de coûts et de recettes y afférents.

Pour les offres voix et/ou DATA (SMS, MMS et autres services de données) destinées aux clients mobiles prépayés, aucune discrimination (tarifaire ou autres) ne peut avoir lieu entre les appels On-net et Off-net.

### **1.2.2 Cas des promotions**

L'arrêté ministériel n°977-08 du 03 juin 2008, fixant les modalités de promotion des services de télécommunications définit, dans son article 2, la promotion comme étant: *«toute pratique ou opération commerciale entreprise par un opérateur pour encourager une partie ou l'ensemble du public, pendant un temps limité, moyennant des avantages financiers et/ou autres, pour acheter ou souscrire à ses services de télécommunications»*.

L'analyse des promotions, quelque soient leurs natures, est conduite par l'ANRT comme suit :

- Une promotion émanant d'un opérateur, exerçant une influence significative sur un ou plusieurs marchés particuliers, est analysée par l'ANRT sur la base de l'offre

support (plan tarifaire de base auquel elle se rattache) si elle satisfait notamment aux conditions suivantes :

- elle présente le même inducteur (« motivation ») d'achat (en dehors du rabais accordé) que celui de l'offre support ;
- le bénéfice tiré de la promotion présente la même durée de validité que celle de l'offre de base ;
- elle permet le même type de services que l'offre support (destinations des appels).

Dans ce cadre, toute promotion analysée sur la durée de vie de l'offre support doit tenir compte notamment de l'ensemble des coûts (coût complet : Réseau, support, commercial et interconnexion). Une telle promotion peut être considérée en tant que coût commercial impactant une offre existante.

- Dans le cas où la promotion, émanant d'un opérateur exerçant une influence significative sur un ou plusieurs marchés particuliers, ne satisfait pas aux conditions précitées, elle est analysée indépendamment de l'offre de base à laquelle elle se rattache.
- Si une offre promotionnelle émanant d'un opérateur exerçant une influence significative sur un ou plusieurs marchés particuliers peut créer une situation d'éviction, ou qu'elle est structurante et impacte significativement le marché y afférent, elle est systématiquement analysée séparément de l'offre support (à laquelle l'opérateur la rattache) par l'ANRT. L'opérateur concerné fournit à l'ANRT l'ensemble des informations permettant une telle analyse.
- Dans le cadre des tests de squeeze relatifs aux offres promotionnelles analysées séparément des offres support, le revenu moyen par minute proposé pour lesdites promotions par l'opérateur exerçant une influence significative, doit être obligatoirement supérieur à 15% du coût moyen d'interconnexion (en utilisant les profils et proportions de trafic défini au *paragraphe §2.2.3*).
- Le rajout par exemple d'une destination ou l'introduction d'une modification légère du tarif d'une offre promotionnelle déjà existante n'induit pas la définition d'un deuxième service et par la suite le lancement d'une nouvelle promotion.
- En vertu de l'article 4 de l'arrêtée n°977-08 fixant les modalités de promotion de services des télécommunications, les promotions portant sur les recharges englobent tous les bonus, avantages, remises ou rabais, gratuité en crédit temps et/ou crédit argent, forfait en heure ou minutes, accordés au client à l'occasion d'une opération de recharge. Ainsi, un opérateur a l'obligation d'observer une pause de 15 jours après un cycle de promotions (de 3 mois maximum) portant sur les recharges. Ce cycle est déclenché à l'occasion du lancement de la première promotion portant sur les recharges. Autrement dit, aucune promotion portant sur les recharges (quelque soit sa nature et son objet) ne doit être commercialisée durant ladite pause. L'arrêt d'au moins 15 jours de toute promotion portant sur les recharges pour un service concerné donne lieu implicitement à l'arrêt du cycle en cours. L'opérateur informera alors l'ANRT de l'arrêt dudit cycle.
- Une promotion ne doit pas dépasser par intervalles continues ou discontinues la durée totale et/ou quota prévus par la réglementation en vigueur en ce qui concerne la souscription aux offres promotionnelles. Cette durée est comptée à

partir de la date de notification de l'accord de l'ANRT pour la commercialisation de ladite promotion.

- Dans tous les cas, une promotion ne peut être commercialisée sans un accord préalable notifié par écrit à l'opérateur concerné.
- Un abonné bénéficie des avantages de la promotion (bonus ou autres) pour une période qui ne dépasse pas quatre vingt dix jours (90) jours.
- Les offres promotionnelles doivent être notifiées à l'Agence, avant les dates prévues pour leur lancement commercial, dans le délai prévu par la réglementation en vigueur. Ce délai est compté en jours et heures « ouvrables ».
- L'ANRT, et pour les besoins d'examen des offres promotionnelles, se réserve le droit de demander aux opérateurs de surseoir à la commercialisation de leurs projets de promotions notifiés à l'Agence.

## **2 Les principes et paramètres retenus pour l'examen des offres tarifaires**

### **2.1 Principe général**

Pour être approuvées par l'ANRT, les offres lancées sur les marchés de détail ne doivent pas conduire à l'apparition notamment de l'une des pratiques anticoncurrentielles suivantes :

- Effet de squeeze ;
- Prix prédateurs ou d'éviction ;
- Discrimination tarifaire anti-concurrentielle pour les appels on net-off net;
- Couplage abusif ;
- Subventions croisées abusives.

Afin de permettre à l'ANRT d'étudier leurs offres tarifaires, les opérateurs doivent transmettre, dans le délai et le format fixé par l'Agence, toute information et/ou donnée nécessaire à ladite étude.

Par ailleurs, et en vue permettre à l'ANRT de s'assurer du respect par les opérateurs, des dispositions de l'arrêté n°649-07 du 4 mai 2007 relatif à la publicité afférente aux offres et services des télécommunications, les opérateurs transmettent à l'Agence, le jour de leurs lancements au public, les enregistrements de tous les spots publicitaires Radio et Télévision afférents aux offres de détail commercialisées.

### **2.2 La caractérisation de l'offre**

#### **2.2.1 Durée de vie de l'offre**

La durée de vie d'une offre est un paramètre qui impacte directement le résultat du modèle d'analyse.

- Dans le cas d'un client postpayé, la durée moyenne de vie considérée est la durée du contrat liant l'opérateur au client. Dans le cadre de ses analyses de squeeze, l'ANRT retient, par défaut, une durée de vie de vingt quatre (24) mois pour un client postpayé;

- Dans le cadre d'un client prépayé, la durée moyenne de vie considérée est la durée de vie d'un client prépayé évaluée via la notion de churn (taux de résiliation). Dans le cadre de ses analyses de squeeze, l'ANRT retient, par défaut, une durée de vie de douze (12) mois pour un client prépayé;
- Dans le cadre d'une promotion analysée en relation avec une offre de base, la durée de vie à retenir est celle de ladite offre de base.
- Dans le cas où la promotion est analysée séparément de l'offre support, la durée de vie à retenir est celle de l'offre promotionnelle elle-même.

### 2.2.2 Revenu de détail pertinent

Le revenu de détail retenu pour l'analyse de squeeze et de prédation est le revenu réel encaissé par l'opérateur exerçant une influence significative sur un marché particulier. Ce revenu peut être différent du prix facial (prix affiché) au regard de l'ensemble des services offerts, de la distribution des appels en heure creuse et heure pleine, de l'effet des paliers de facturation (minute indivisible) et de l'impact du cumul avec notamment les offres promotionnelles (double recharge par exemple).

Dans le cadre de ses analyses de squeeze, et à l'exception des offres facturées à la seconde à partir de la première seconde, l'ANRT retient un taux de 15% pour tenir compte des effets liés aux paliers de facturation (effet de palier de temps indivisible<sup>1</sup>).

### 2.2.3 Profil de trafic

Le profil de trafic sortant retenu pour les analyses de squeeze et de répliquabilité, est le suivant :

*Pour le trafic mobile*

- Trafic on-net : **40%**
- Trafic off net : **60%**

*Pour le trafic Fixe*

- Trafic on-net : **50%**
- Trafic off net : **50%**

### 2.2.4 Définition de la part des appels en heures pleines pour les appels téléphoniques

Afin de bien retranscrire les différences de comportement de consommation, la plage des appels tout temps depuis un fixe, réalisés en heures pleines par un client particulier est de 45%, et par un client professionnel (entreprises et autres) est de 95%.

De même, pour un appel mobile, cette part des appels en heures pleines d'un client particulier est de 45% et pour un client professionnel (entreprises et autres), elle est de 85% .

---

<sup>1</sup> Il s'agit de crédit temps perdu par l'abonné en raison du non achèvement d'un palier de minutes et/ou secondes non indivisible

### **2.2.5 Prévision de trafics**

Les prévisions de trafic communiquées par les opérateurs pour les offres soumises à approbation doivent être conformes aux caractéristiques de l'offre et/ou aux profils normaux de trafic observés au Maroc (ne tenant pas compte uniquement des événements exceptionnels).

Des interventions sur le système de facturation des opérateurs, effectués par l'Agence, pourront avoir lieu, conformément à la réglementation en vigueur, pour vérifier notamment l'exactitude des données de trafic communiquées à l'ANRT par les opérateurs.

### **2.2.6 Principes de calculs**

Les recettes et coûts sont classés en deux catégories : récurrents par client, et récurrents par minutes. Les recettes et coûts récurrents et non récurrents doivent être alloués de manière appropriée, notamment en fonction de la durée de vie de l'offre et/ou celle du client.

### **2.2.7 Définition de l'espace économique**

L'espace économique est calculé à partir du tarif réellement facturé diminué du coût total d'un opérateur n'exerçant pas une influence significative sur le marché concerné.

Une offre est en principe validée lorsqu'il est démontré notamment que le niveau de marge, de l'opérateur non dominant désirant répliquer ladite offre, est positif et que le rapport «marge nette/Revenus de l'offre» est supérieur à 15%.

Pour les offres promotionnelles analysées séparément, le revenu moyen par minute y afférent proposé par l'opérateur exerçant une influence significative, doit être obligatoirement supérieur à 15% du coût moyen d'interconnexion (en utilisant les profils et proportions de trafic défini *au paragraphe §2.2.3*).

## **2.3 Détermination des coûts pertinents pour les offres voix**

Les coûts à prendre en compte pour l'analyse des offres voix, pourront être différents, selon qu'il s'agisse de réaliser un test de prédation et/ou d'un test de ciseau tarifaire :

- ✓ pour le test de prédation, il faut considérer les coûts propres de l'opérateur proposant l'offre ;
- ✓ pour le test de squeeze, il faut prendre en compte les coûts d'un opérateur de référence dont les éléments de coûts sont précisés ci-dessous :
  - les coûts de terminaison correspondant aux prestations d'interconnexion achetées auprès des ERPT pour la terminaison des appels ;
  - les coûts de réseau comportant les coûts de réseau propre (qui sont ceux d'un opérateur efficace) et les coûts récurrents de l'offre de gros ;
  - les coûts commerciaux comprenant les coûts d'acquisition du client qui sont indépendants du nombre de minutes consommées. Ces coûts comprennent :
    - les coûts de marketing et de publicité ;
    - les coûts de vente (et d'administration des ventes) ;
    - les promotions et autres avantages client (kits et packs offerts...).
  - les coûts support correspondant aux charges concernant les activités communes et de structure et notamment :

- les bâtiments mixtes ;
- les bâtiments administratifs ;
- la logistique et l'approvisionnement ;
- autres.

A cet effet, les valeurs suivantes, sont retenues par défaut, pour les analyses de squeeze tarifaire concernant les offres voix de la téléphonie fixe et mobile.

#### **Pour les offres voix Mobiles**

Destination d'appel (DH HT/min)	Coût réseau	Coût support	Coût commercial	Coût d'interconnexion
Vers Mobile off-net	0,1078	0,0477	0,1032	Coût moyen HP/HC
Vers Fixes (avec ou sans mobilité restreinte)	0,1074	0,0249	0,1032	Coût moyen HP/HC
Vers mobile On-net	0,1318	0,0130	0,1032	0
Vers international	0,0877	0,04955	0,1032	Coût moyen HP/HC

#### **Pour les offres voix Fixes**

Destination d'appel (DH HT/min)	Coût réseau	Coût support	Coût commercial	Coût d'interconnexion
Vers Fixe off-net (avec ou sans mobilité restreinte)	0,0998	0,0324	0,0418	Coût moyen HP/HC
Vers Fixe On-net	0,1208	0,0047	0,0418	0
Vers mobiles	0,1078	0,0690	0,0418	Coût moyen HP/HC
Vers international	0,1003	0,0595	0,0418	Coût moyen HP/HC

La terminaison d'Appel (interconnexion) moyenne pour le Fixe d'IAM est calculée sur la base des hypothèses suivantes :

- 20% en Intra-CAA,
- 60% en Simple Transit
- 20% en Double transit

Dans le cadre des analyses de squeeze, le coût de réseau d'un appel intra réseau mobile (On-net) est égal à la somme des coûts réseau, support et commercial dont valeurs sont décrites en haut.

#### **2-4 Pour les autres types d'offres**

##### **Concernant les offres SMS**

Dans le cadre des tests de squeeze relatifs aux offres SMS (offres permanentes et promotionnelles), le revenu moyen par minute proposé pour lesdites offres par l'opérateur



exerçant une influence significative, doit être obligatoirement supérieur à 15% du coût d'interconnexion SMS (en utilisant les profils et proportions de trafic défini *au paragraphe §2.2.3*).

### **Concernant les offres Internet mobile**

Les opérateurs sont tenus de transmettre à l'ANRT toutes les justifications techniques et économiques relatives à leurs offres tarifaires de détail Internet mobile. Le but étant de s'assurer que lesdites offres :

- Ne sont pas de nature à entraver le développement de la concurrence sur le marché ;
- Respectent les dispositions de l'arrêté n°649-07 du 4 mai 2007 relatif à la publicité afférente aux offres et services des télécommunications ;
- Respectent les principes de transparence notamment en ce qui concerne les dispositions du contrat d'abonnement (prépayé et postpayé) et les conditions techniques et commerciales de l'offre.

### **Concernant les offres ADSL**

Les offres de détail ADSL sont analysées au regard des règles et principes relatifs à l'examen des offres tarifaires tels que décrits dans les présentes lignes directrices.

A cet effet, les analyses de squeeze et de prédation afférentes aux offres ADSL sont menées au regard notamment :

- des éléments de coûts et recettes fournis par l'opérateur concerné,
- des offres de gros en vigueur ( en particulier les offres de dégroupage et les offres de gros Fournisseurs de service Internet « FAI »).

### **Concernant les offres dites de convergence**

Les offres de convergence, regroupant plusieurs services ( Fixe-mobile-Internet) et/ou technologies, sont analysées au regard des règles et principes relatifs à l'examen des offres tarifaires tels que décrits dans les présentes lignes directrices.

A cet effet, les opérateurs sont tenus de transmettre à l'ANRT toutes les données et justifications techniques et économiques relatives à leurs offres tarifaires de détail dites de convergence. Le but étant de s'assurer que lesdites offres respectent la réglementation en vigueur et qu'elles ne présentent pas des risques concurrentielles négatifs et notamment en ce qui concerne:

- La capture à court terme d'une partie importante de la clientèle potentielle sur un marché de détail, au profit de l'opérateur titulaire de l'offre et exerçant une influence significative sur un ou plusieurs marchés pertinents, lui permettant ainsi d'accroître son effet de club au détriment des concurrents;
- L'augmentation du coût de l'entrée et/ou d'acquisition des clients sur les marchés les marchés concernés par cette différenciation tarifaire off net;

## **2-5 Application du test de non discrimination On-Net et Off-Net**

Le test de non discrimination On-net /Off-net consiste à s'assurer de l'absence de toute discrimination quelque soit sa nature (tarifaire, méthode de facturation, avantages, bonus, gratuité et autres) entre les appels (voix ou autres) destinés à l'intérieur de réseau (On-net) et ceux terminant dans des réseaux tiers ( appels Off- net).

Ce test est applicable à l'ensemble des opérateurs, pour toutes les offres mobiles prépayés quelque soient leurs natures (promotions, offres permanentes, forfaits, illimités etc.).

### **3 Modalités d'approbation des offres tarifaires par l'ANRT**

Les offres objet des présentes lignes directrices soumises à l'approbation de l'ANRT, sont analysées compte tenu des principes et méthodes retenus.

Chaque offre examinée donne lieu, selon le cas :

- au refus motivé de son approbation ;
- à son approbation définitive ;

Par ailleurs, et afin de ne pas freiner le développement d'offres de produits et services et la dynamique commerciale des opérateurs, des autorisations provisoires pour la commercialisation des offres peuvent être accordées par l'ANRT, dans les cas suivants :

- L'opérateur ne dispose pas de tous les éléments nécessaires à l'examen de l'offre par l'ANRT.
- Lorsqu'il s'avère difficile pour l'ANRT d'apprécier l'exactitude et la pertinence des données fournies par l'opérateur pour l'analyse de l'offre, (exemple profils de trafic, coûts et recettes attendus...etc.).
- Pour permettre à l'ANRT de vérifier le respect par les opérateurs des dispositions de l'arrêté n°649-07 du 4 mai 2007 relatif à la publicité afférente aux offres et services des télécommunications.

Cette autorisation provisoire (soit pour une période limitée ou soit pour un nombre de bénéficiaires prédéterminé par l'Agence) donne lieu à un réexamen par l'ANRT de l'offre concernée, six mois au maximum (renouvelable une seule fois) après sa mise sur le marché (ou une fois atteint le nombre de bénéficiaires fixé au préalable par l'Agence). Avant la fin de cette échéance, l'opérateur communique à l'ANRT les données réclamées par l'Agence. L'ANRT réexamine l'offre en question à la lumière des données transmises et décide de son rejet ou de son approbation définitive. Dans le cas où l'opérateur ne remet pas les données demandées par l'Agence, l'offre en question doit être retirée du marché systématiquement à la demande de l'ANRT.

De même, l'ANRT peut accorder des autorisations (définitives ou provisoires) sous conditions définies préalablement par l'Agence (Exemples :amélioration des conditions techniques et/ou tarifaires des offres de gros, respect par les opérateurs des dispositions de l'arrêté n°649-07 du 4 mai 2007 relatif à la publicité afférente aux offres et services des télécommunications etc.).

L'opérateur concerné prend, sous sa responsabilité, toutes les dispositions juridiques et contractuelles pour prendre en ligne de compte les cas de non approbation définitive de l'offre ou de sa révision par l'ANRT.

Dans tous les cas, l'approbation d'une offre n'empêche pas la mise en œuvre des dispositions du décret n° 2-05-772 relatif à la procédure suivie devant l'ANRT en matière de litiges, de pratiques anticoncurrentielles et d'opérations de concentration économique.