



**DECISION N°14/SP/PC/ARPT DU 22 AVRIL 2007  
PORTANT REGULATION DES TARIFS DE DETAIL DE  
L'OPERATEUR ORASCOM TELECOM ALGERIE  
JUSQU'AU 31 DECEMBRE 2008**



**Le Conseil de l'Autorité de Régulation de la Poste et des  
Télécommunications (ARPT),**

- ❖ Vu la loi 2000-03 du 5 Jomada El Oula correspondant au 05 août 2000 fixant les règles générales relatives à la poste et aux télécommunications, notamment ses articles 10 et 13 ;
- ❖ Vu l'ordonnance 03-03 du 19 juillet 2003 relative à la concurrence ;
- ❖ Vu le décret présidentiel n°01-109 du 09 Safar 1422 correspondant au 03 mai 2001 portant désignation des membres du Conseil de l'Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications ;
- ❖ Vu le décret présidentiel du 19 Moharram 1427 correspondant au 18 février 2006 portant nomination d'un membre au Conseil de l'Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications ;
- ❖ Vu le décret exécutif n°01-219 du 1 Djoumada El Oula 1422 correspondant au 31 juillet 2001 portant approbation de licence d'établissement et d'exploitation d'un réseau public de télécommunications cellulaire de norme GSM et de fourniture de services de télécommunications au public attribuée à la société « Orascom Télécom Holding SAE » agissant au nom et pour le compte de la société « Orascom Télécom Algérie SPA » « ci après dénommée OTA » ;
- ❖ Vu le décret exécutif 02-141 du 3 Safar 1423 correspondant au 16 avril 2002 fixant les règles applicables par les opérateurs de réseaux publics de télécommunications pour la tarification des services fournis au public, notamment son article 4 ;
- ❖ Vu le Règlement Intérieur de l'Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications modifié et complété;

- ❖ Vu le procès verbal n°06/ 2007 relatif à la réunion du Conseil de l'ARPT tenue en date du 23 janvier 2007;
- ❖ Vu la décision du Conseil de l'ARPT n° 05/SP/PC/ARPT du 06 février 2007 portant définition des marchés pertinents des télécommunications ;
- ❖ Vu la décision du Conseil de l'ARPT n°06/SP/PC/ARPT du 06 février 2007 déclarant l'opérateur Orascom Télécom Algérie en position dominante sur le marché du service de la téléphonie mobile au public de type GSM ;
- ❖ Vu la décision n° 08/SP/PC/ARPT du 06 février 2007 portant dispositions transitoires applicables aux offres promotionnelles de l'opérateur Orascom Telecom Algérie ;
- ❖ Vu la décision n° 11/SP/PC/ARPT du 12 mars 2007 portant retrait sans délai, par l'opérateur Orascom Telecom Algérie de l'offre tarifaire relative à son produit ALLO OTA ;
- ❖ Vu la mise en demeure Réf : 693/DG/ARPT/2007 du 21 mars 2007.

**❖ Considérant les constatations suivantes, découlant de l'étude menée par l'ARPT sur le marche de la téléphonie mobile :**

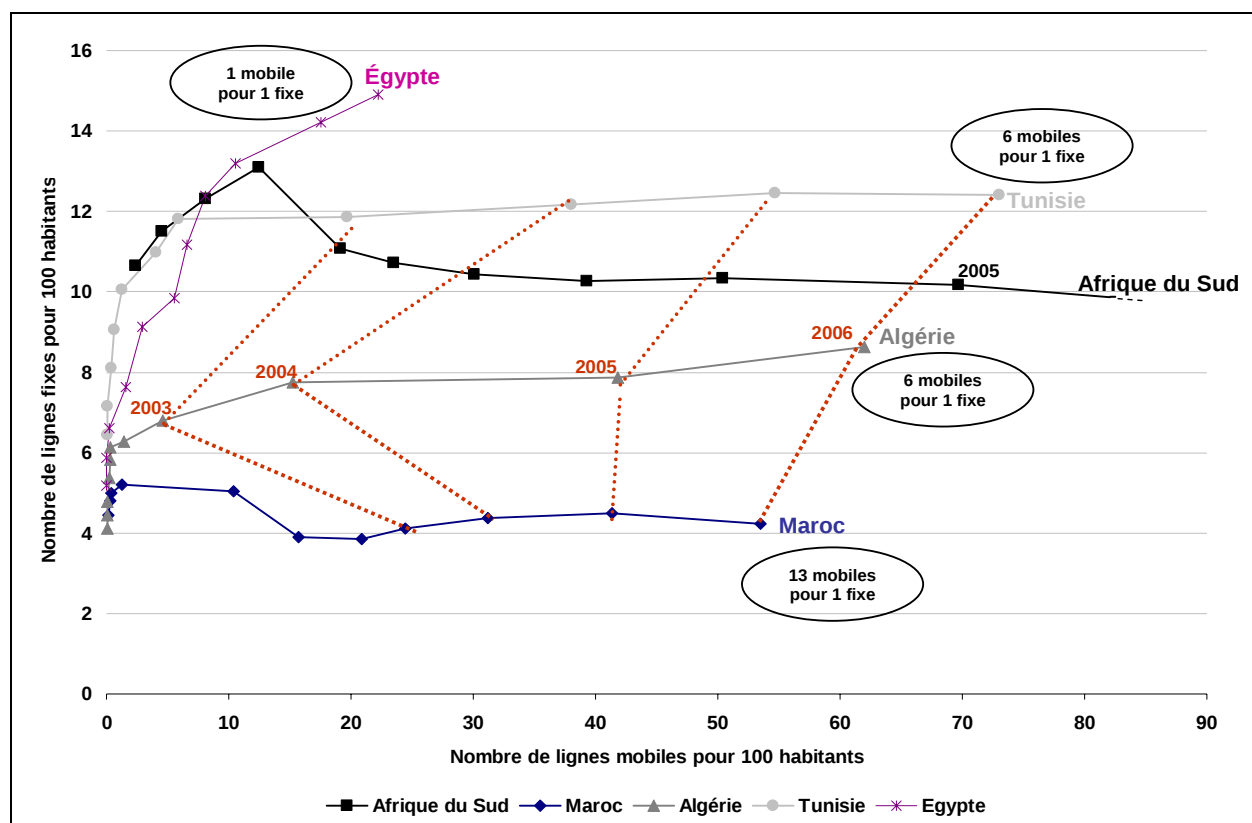
#### **A. LE DEVELOPPEMENT DU SECTEUR DE LA TELEPHONIE MOBILE EN ALGERIE**

1. Trois opérateurs sont autorisés à établir et à exploiter un réseau public de télécommunications cellulaire de norme GSM et à fournir des services de téléphonie mobile au public de type GSM :
  - La société Algérie Télécom Mobile (dénomination commerciale « Mobilis »), par décret exécutif n° .02/186 du 26 mai 2002.
  - La société Orascom Télécom Algérie (dénomination commerciale « Djezzy »), par décret exécutif n°01-219 du 1 Djoumada El Oula 1422 correspondant au 31 juillet 2001
  - La société Wataniya Telecom (dénomination commerciale «WTA»), par décret exécutif n° 04/09 du 11 janvier 2004.

Le secteur de la téléphonie mobile est donc caractérisé depuis août 2004, année du lancement commercial du dernier entrant WTA, par la présence d'une concurrence en infrastructure entre trois opérateurs.

2. Depuis 2005, le marché de la téléphonie mobile a connu une progression spectaculaire en termes de nombre d'abonnés mobiles, le taux de pénétration du mobile (rapport du nombre de clients mobiles au nombre d'habitants) y étant désormais comparable à celui au Maroc et en Tunisie (voir figure 1). Ce sont les modes de paiement en prépayé qui y sont extrêmement prédominants, et qui expliquent la forte croissance du taux de pénétration du mobile. Ainsi, les clients prépayés représentent à fin 2006 97% du total des clients mobiles algériens (ce qui correspond à un pourcentage de l'ordre de 85% du marché en valeur) sur la base des chiffres communiqués par les opérateurs de téléphonie mobile à l'ARPT dans leurs questionnaires statistiques trimestriels.

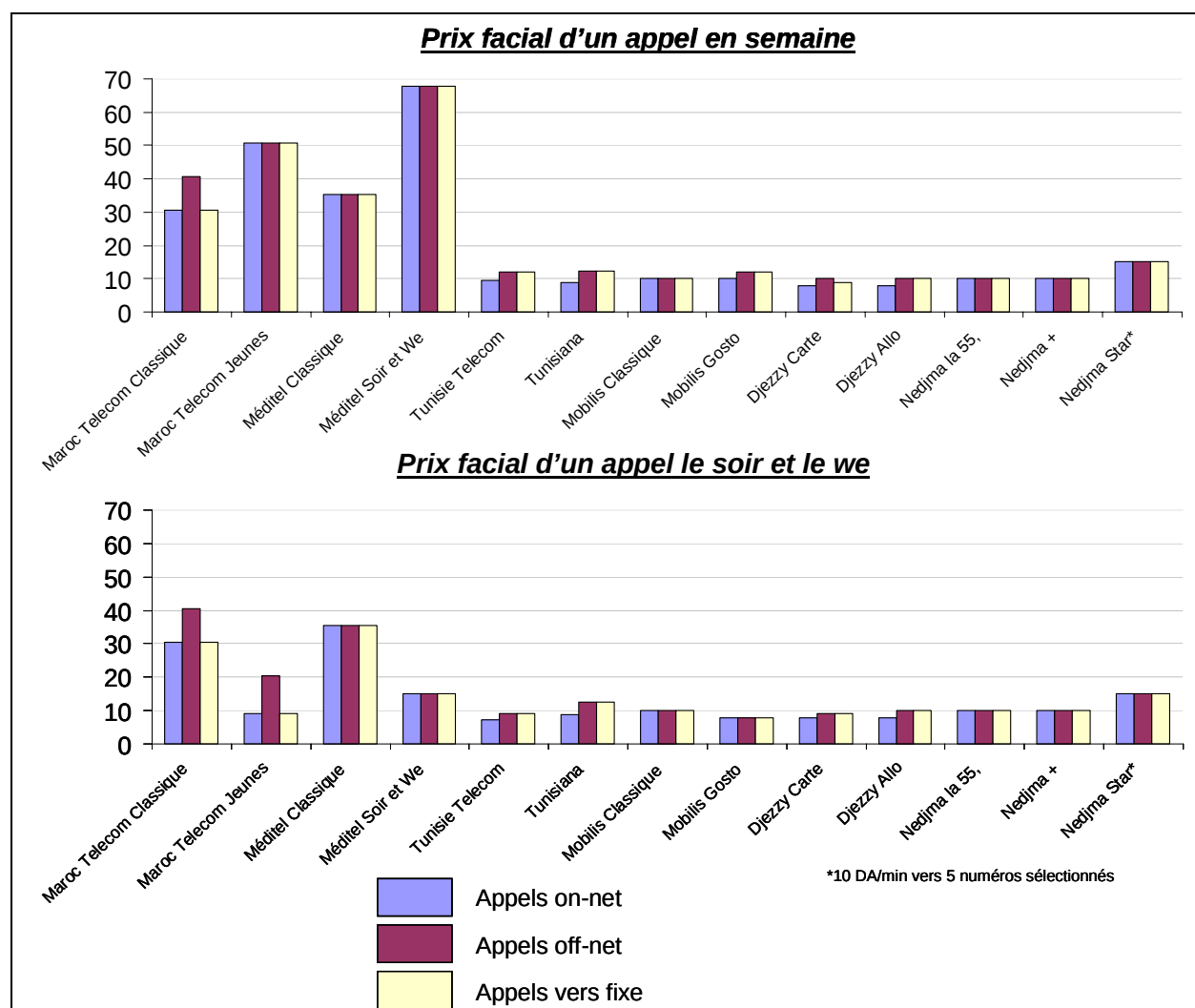
Figure 1 : Évolution comparée des télédensité fixe et mobile entre 1996 et 2006



Source : OMSYC Annuaire des télécommunications en Afrique et au Moyen Orient, analyses ARPT

- Le marché de la téléphonie mobile a également connu une évolution appréciable en termes de niveau tarifaire grâce à l'ouverture du marché à la concurrence. Les tarifs prépayés pour le service Voix sont en effet aujourd'hui parmi les plus bas du Maghreb, les tarifs prépayés pour le service SMS étant eux compris entre ceux pratiqués au Maroc et en Tunisie (voir figure 2).

Figure 2 : Comparaison du niveau des tarifs du mobile prépayé dans les pays du Maghreb

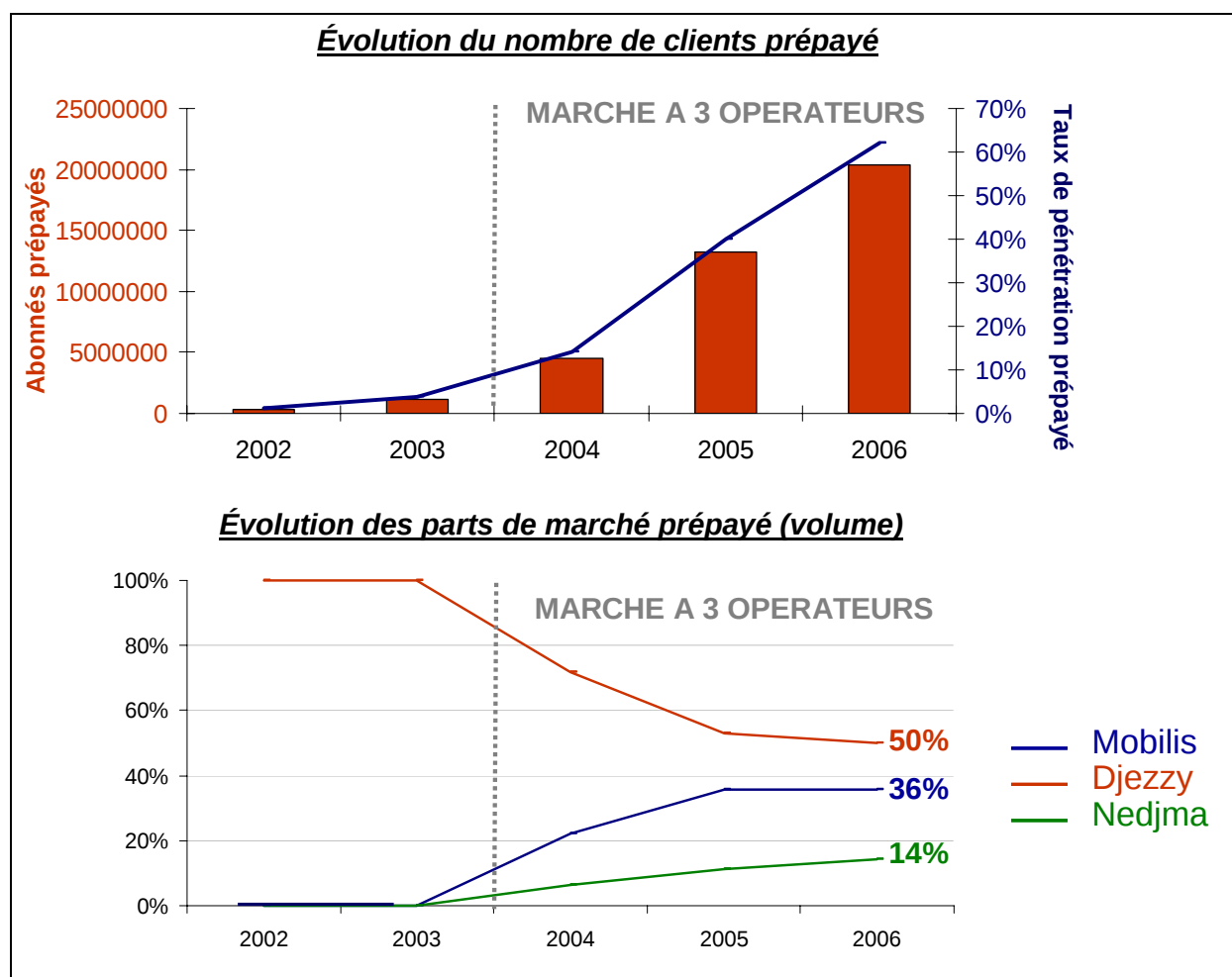


Source : Sites opérateurs – février 2007, analyses ARPT

## B. LA STRUCTURE DU SECTEUR DE LA TELEPHONIE MOBILE

- Alors que le marché mobile prépayé a connu une forte croissance, les parts de marché en clients des trois opérateurs (voir figure 3) se sont néanmoins stabilisées depuis mi 2005 à un niveau éloigné de l'équirépartition, établie à 33% sur un marché concurrentiel à trois acteurs ( $33\% = 100\% / 3$ ). Après une forte chute en 2003 et 2004, la part de marché de OTA est en effet aux alentours de 50%, ATM et WTA ayant à fin décembre 2006 respectivement 36% et 14% de parts de marché.

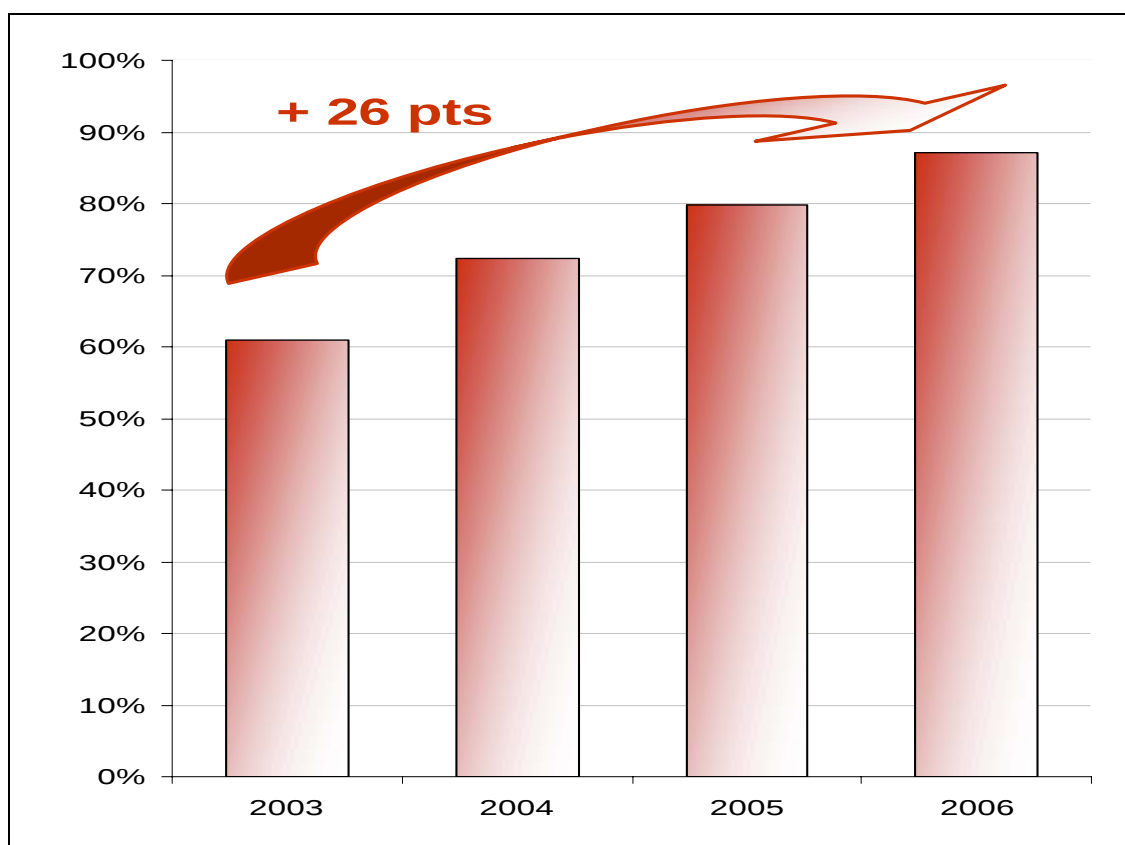
**Figure 3 : Comparaison des évolutions du nombre d'abonnés prépayé  
et des parts de marché prépayé (volume)**



Source : Analyses ARPT

5. Les opérateurs de téléphonie mobile n'appliquant pas des définitions rigoureusement identiques pour déclarer le nombre de leurs clients prépayé, l'ARPT a également évalué les parts de marché en volume sur la base du nombre total (car la décomposition minutes prépayé et postpayé n'est pas communiquée à l'ARPT par les opérateurs ; mais, en tout état de cause, les minutes prépayé sont extrêmement prédominantes comme le montre la répartition du marché en valeur) de minutes nationales sortantes (minutes intra réseau dites « on-net », minutes vers les autres réseaux mobiles dites « off-net », minutes vers le réseau fixe). Il apparaît que l'écart entre la part de marché en minutes nationales sortantes de OTA et celle de ses deux concurrents s'est accru au cours de la période ; **OTA apparaît à fin 2006 comme ultra dominant avec une part de marché de 78%, à comparer aux 15% de ATM et aux 8% de WTA. Le marché de la téléphonie mobile se caractérise donc par une structure fondamentalement déséquilibrée.**
6. Par ailleurs, la part des minutes intra réseau ou « on-net » dans le total des minutes nationales sortantes de OTA (voir figure 4) s'est accrue considérablement au cours de la même période, ce qui a pour conséquence d'assécher le trafic à destination des deux autres opérateurs. A la fin 2006, 87% des minutes de téléphonie mobile des clients de OTA étaient destinées à des clients OTA.

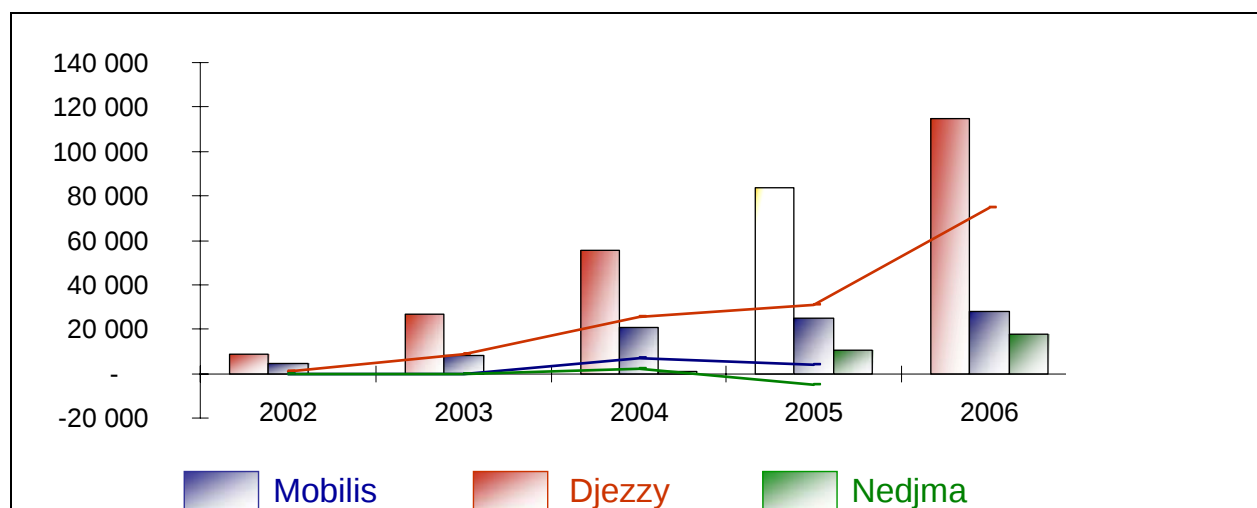
**Figure 4 : Part des minutes intra réseau ou « on-net »  
dans le total des minutes nationales sortantes de OTA**



Source : Analyses ARPT

7. A la fin 2006, le Chiffre d’Affaires de OTA est 4 fois supérieur et 6 fois supérieur aux CA respectifs de ATM et WTA, et croît de manière plus rapide. Par ailleurs, l’EBITDA 2006 de OTA est plus de 2,5 fois (respectivement 4 fois) plus élevé que le CA de ATM (respectivement WTA). **OTA dispose donc d’une position dominante telle sur le marché de la téléphonie mobile qu’il lui suffirait de diminuer son EBITDA d’à peine un quart (1/4) pour évincer totalement le dernier entrant, WTA, du marché mobile (voir figure 5).**

**Figure 5 : Évolution du CA (bâtons) et de l'EBITDA (lignes) des opérateurs mobiles algériens**



Source : Analyses ARPT (sauf OTA 2006 : Communication financière Orascom avec taux OANDA USD / DA moyen 2006)

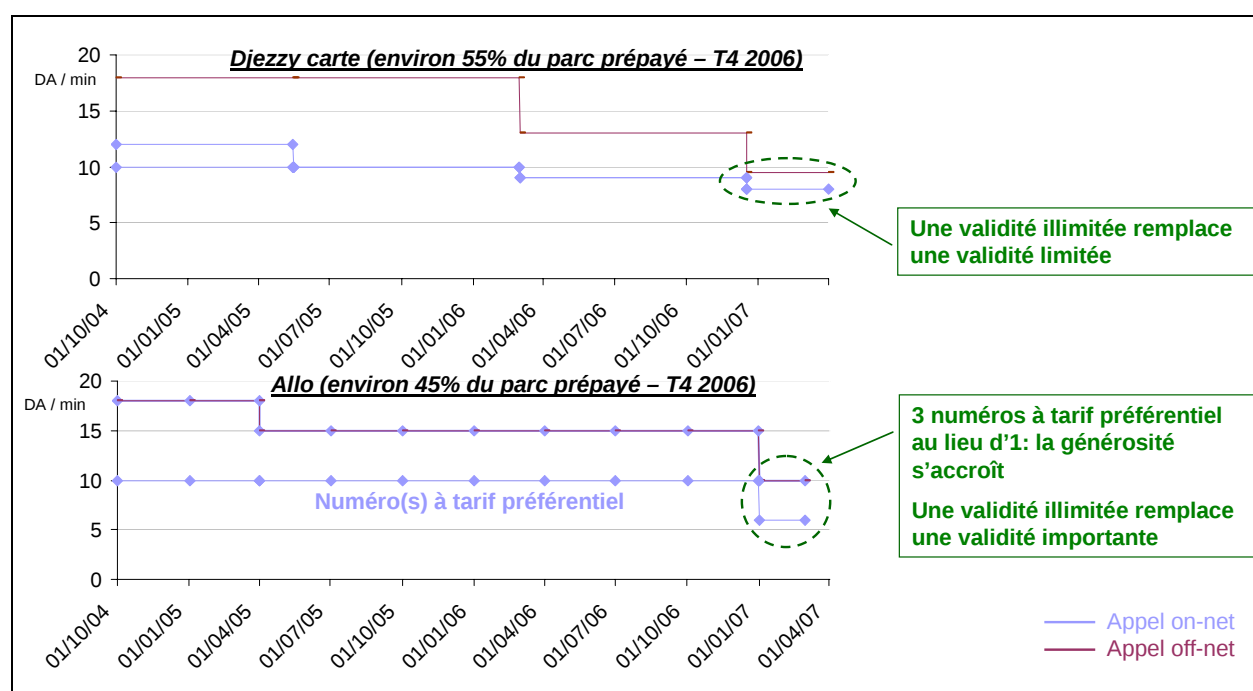
8. Sur la base des deux indicateurs « part de marché de OTA en minutes nationales sortantes » et « part des minutes intra réseau ou « on-net » dans le total des minutes nationales sortantes de OTA », il apparaît que le marché de la téléphonie mobile s'est très fortement concentré au cours des dernières années au bénéfice de l'opérateur OTA, et que, compte tenu du déséquilibre actuel des puissances financières, il y a risque majeur et immédiat d'éviction du dernier entrant WTA, voire de son autre concurrent ATM. Ceci aurait pour conséquence évidente de diminuer la concurrence en infrastructure sur le marché de la téléphonie mobile.

❖ **Considérant les analyses suivantes des pratiques tarifaires de OTA :**

**1. OTA EST A L'ORIGINE D'UNE PRATIQUE CONSTANTE ET MULTIFORME DE DIFFERENCIATION TARIFAIRE ON-NET / OFF-NET**

9. L'analyse des offres de détail de OTA depuis l'année 2004 (structure de marché à 3 opérateurs) met en évidence que OTA a initié une pratique constante et multiforme de différenciation tarifaire on-net / off-net. Les tarifs des appels Voix ou SMS à destination des clients OTA (appels intra réseau ou « on-net ») sont systématiquement moins chers que les tarifs des appels à destination des clients ATM ou WTA (appels « off-net »).
10. OTA a introduit la différenciation tarifaire on-net / off-net sur le mobile prépayé le 4 septembre 2004, juste avant le lancement commercial de WTA (effectué le 6 septembre 2004). Si cette différenciation tarifaire on-net / off-net se réduit au cours de la période sur l'offre « Djezzy carte » (environ 55% du parc prépayé – T4 2006), elle s'accroît fortement sur l'offre Allo (environ 45% du parc prépayé – T4 2006) (voir figure 6).

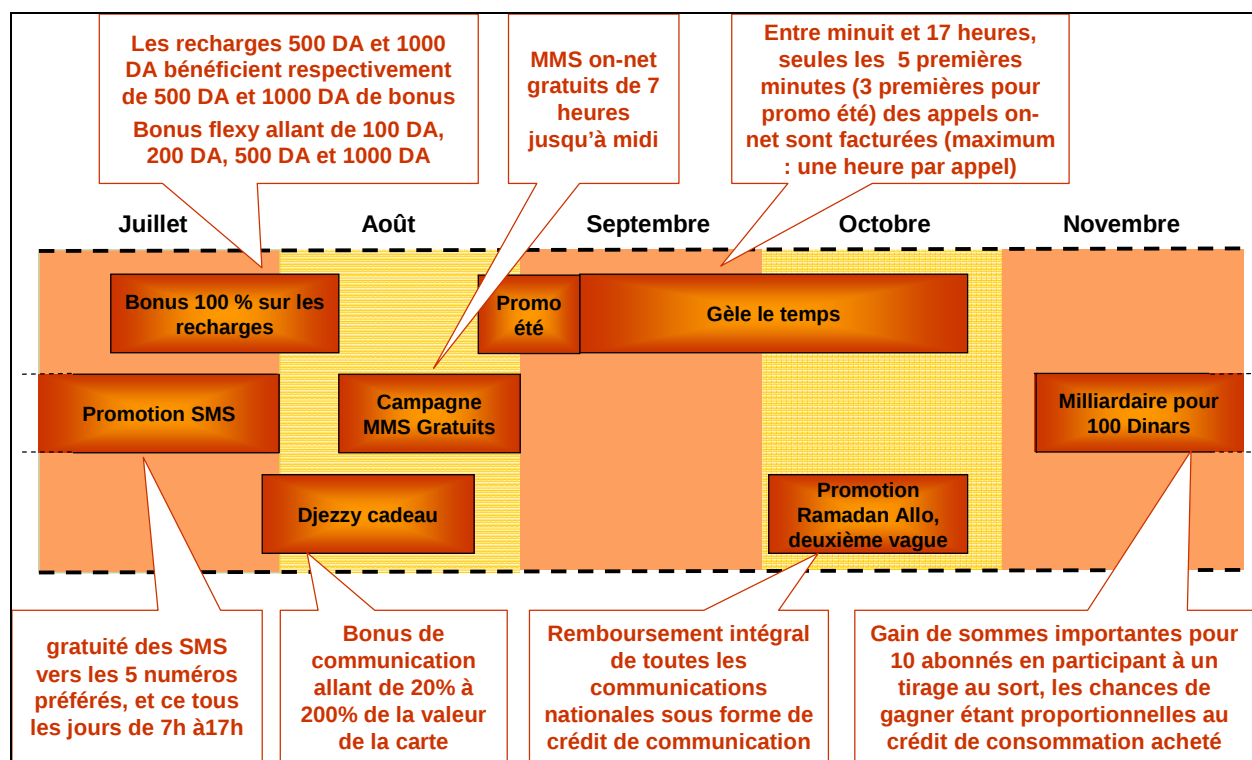
**Figure 6 : Évolution des tarifs prépayé VOIX de OTA : offres de base « Djezzy Carte » & Allo**



Source : Observatoire des tarifs, analyses ARPT

11. De plus, la différenciation tarifaire on-net / off-net est très importante dans les promotions de OTA qui se succèdent sans interruption depuis juillet 2006 (voir figure 7) avec un important effort de communication (presse, affichage urbain, etc.).

Figure 7 : Évolution des tarifs prépayé de OTA : promotions

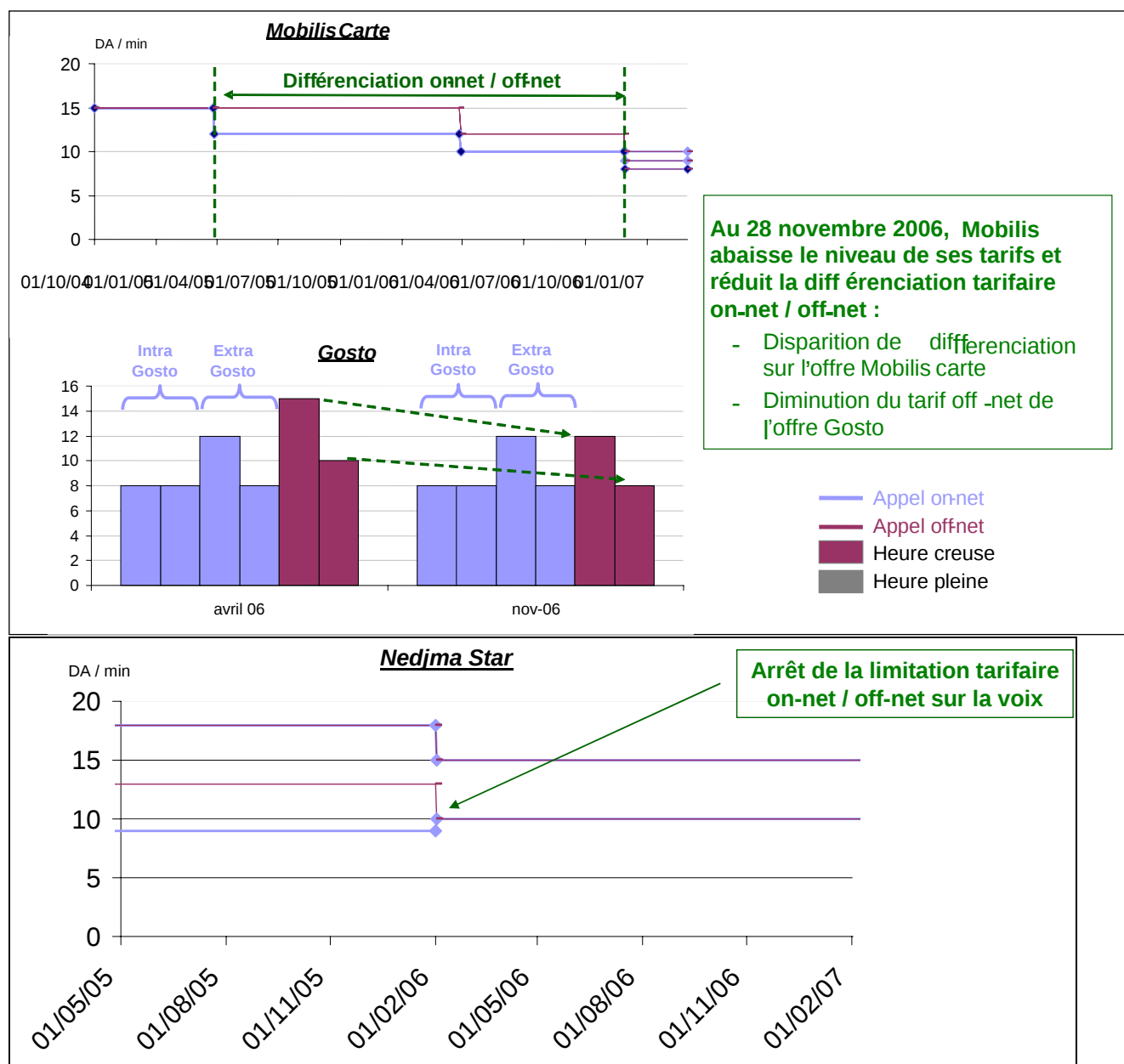


Source : Observatoire des tarifs, analyses ARPT

12. Les deux concurrents ATM et WTA ont eu un comportement suiveur vis-à-vis de cette pratique de différenciation tarifaire on-net / off-net sur les offres de base, différenciation qu'ils ont été par la suite conduits à réduire, voire à abandonner (voir figure 8).

- Parallèlement à l'introduction de la durée de validité illimitée pour sa carte Star en mai 2006, WTA retire en février 2006 la différenciation tarifaire sur la voix en fixant un tarif unique pour les 5 numéros préférés de la carte Star (qui représente 80% des clients prépayés de WTA au T4 2006) ;
- Au 28 novembre 2006, ATM abaisse le niveau de ses tarifs et réduit la différenciation tarifaire on-net / off-net : disparition de la différenciation sur l'offre ATM carte et diminution du tarif off-net sur l'offre Gosto.

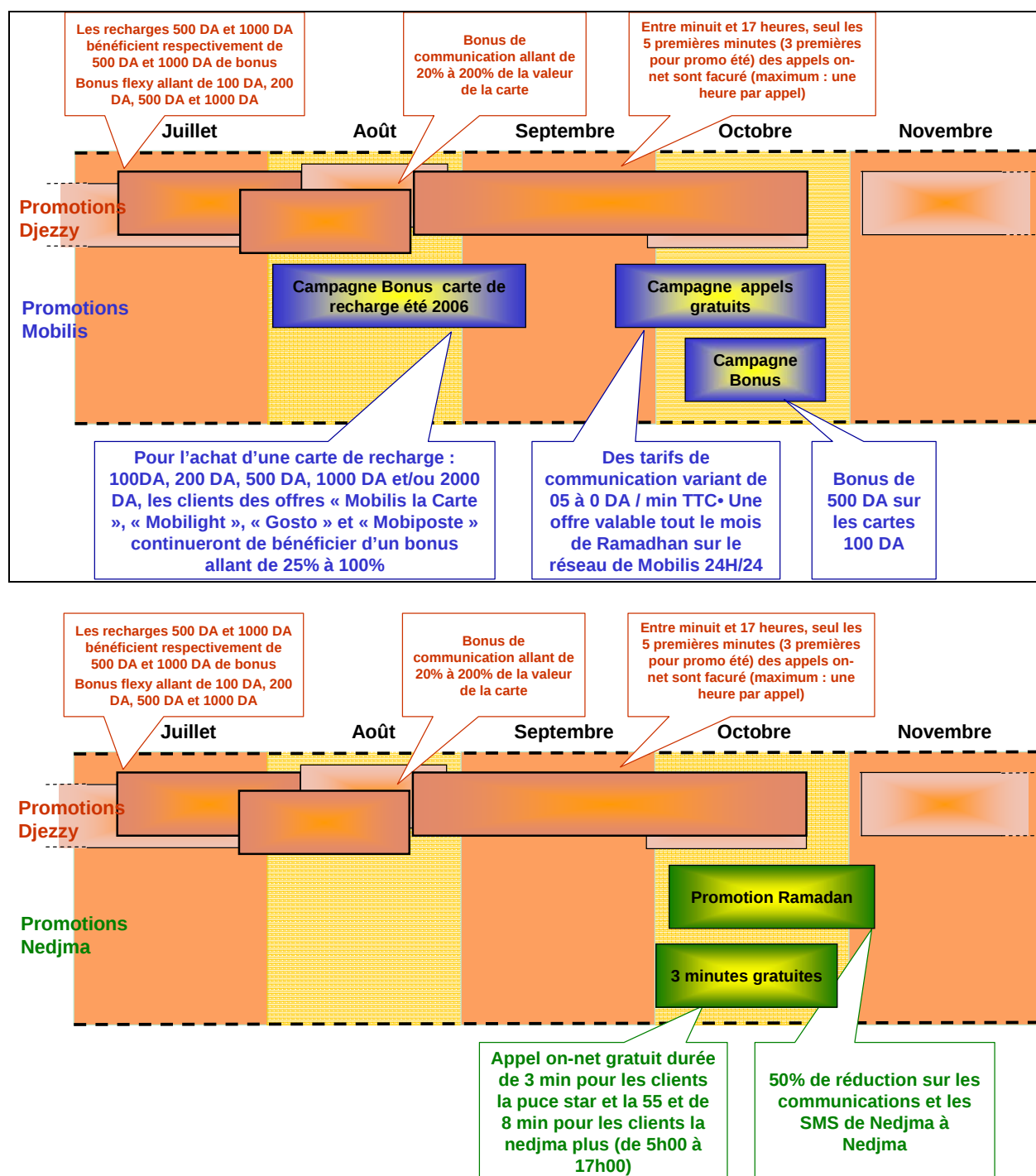
Figure 8 : Évolution des tarifs prépayé VOIX de ATM et de WTA: offres de base



Source : Observatoire des tarifs, analyses ARPT

13. L'ARPT constate que les deux concurrents ATM et WTA ont eu également un comportement suiveur vis-à-vis des promotions, WTA avec d'ailleurs un nombre de promotions beaucoup plus réduit puisque limité au mois d'octobre 2006 (voir figure 9).

Figure 9 : Évolution des tarifs prépayé de ATM et de WTA: promotions

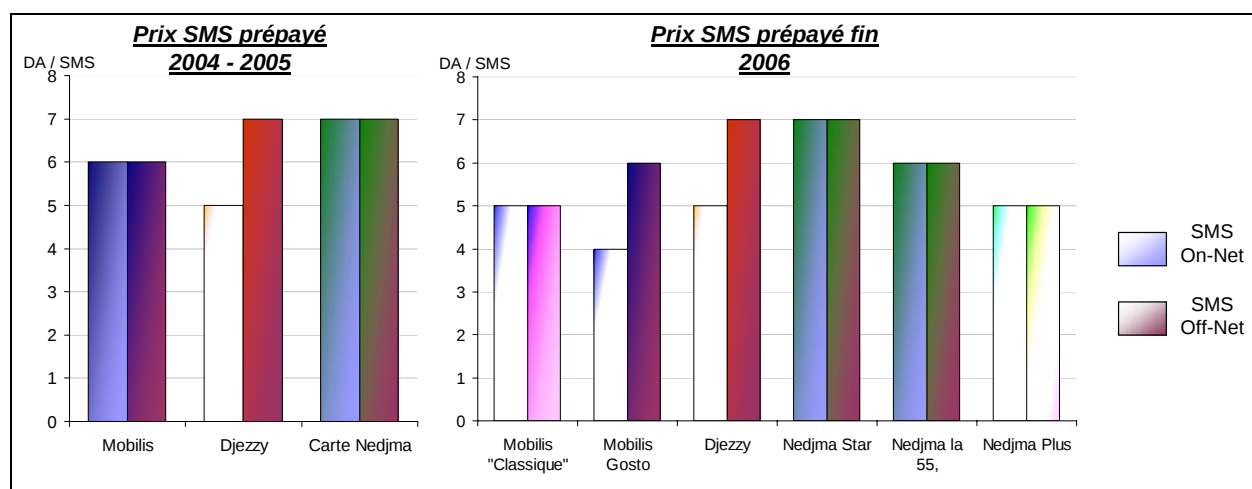


Source : Observatoire des tarifs, analyses ARPT

14. Des pratiques analogues sont constatées pour le service prépayé de SMS (voir figure 10) :

- OTA introduit des prix différenciés pour les SMS on-net et les SMS off-net dès 2004 ;
- ATM ne propose une différenciation tarifaire pour les SMS qu'à partir de 2006, et uniquement sur sa gamme de carte Gosto ;
- WTA n'a introduit une différenciation tarifaire entre les SMS on-net et les SMS off-net que pour la gamme Star, mais a retiré cette différenciation en août 2006.

**Figure 10 : Évolution des tarifs prépayé SMS des 3 opérateurs**



Source : Observatoire des tarifs, analyses ARPT

**B. CETTE PRATIQUE EST ANTICONCURRENTIELLE CAR ELLE GONFLE ARTIFICIELLEMENT L'EFFET DE CLUB ET ELLE EST SUSCEPTIBLE D'ENGENDRER UN CISEAU TARIFAIRE EMPÊCHANT SA REPLICATION**

15. Un opérateur en position dominante peut tenter d'évincer ses concurrents sur le marché sans consentir de pertes, c'est-à-dire en échappant à la qualification de prix « prédateurs »,

- soit en initiant et en pratiquant une différenciation on-net / off net (offre de base, promotion) qui ne satisfait pas au test de non discrimination tarifaire on-net / off-net tel que formulé par exemple par le Conseil de la Concurrence français lors du litige entre Bouygues Telecom Caraïbe et Orange Caraïbe portant entre autres sur la différenciation on-net / off-net pratiquée par l'opérateur dominant Orange Caraïbe dans un contexte de déséquilibre de marché comparable à l'Algérie – 82% du marché pour Orange Caraïbe, 18% du marché pour Bouygues Telecom Caraïbe - (Décision n° 04-MC-02 du 9 décembre 2004 relative à une demande de mesures conservatoires présentées par la société Bouygues Télécom Caraïbe à l'encontre de pratiques mises en oeuvre par les sociétés Orange Caraïbe et France Télécom) ;

- soit en pratiquant des tarifs de détail qui (à niveau des Terminaisons d'Appel mobiles donné) ne sont pas répliquables par ses concurrents.
16. Les offres on-net consistent en effet pour un opérateur mobile à inciter ses abonnés à communiquer entre eux et donc à favoriser les appels au sein de son réseau. Symétriquement, cela implique que l'offre on-net défavorise les appels vers les abonnés des réseaux mobiles concurrents. In fine, les offres on-net reposent toujours sur une incitation créée par une différenciation des tarifs entre les appels on-net et les appels off-net, les premiers étant moins coûteux pour les clients de l'opérateur que les seconds. Si de telles offres peuvent apparaître, en première analyse, bénéfiques pour les consommateurs (baisse du prix de certains appels), elles peuvent aussi générer des effets concurrentiels négatifs en engendrant une éviction des opérateurs de taille relativement plus petite.
17. Les offres on-net / off-net produisent des effets de club qui donnent aux opérateurs de gros réseaux des avantages liés à la taille du réseau :
- **Une attractivité plus forte du réseau de l'opérateur** : les effets de club augmentent l'attractivité des réseaux des gros opérateurs et donc doivent permettre d'attirer davantage de clients. Un indicateur pertinent de l'importance de cette attractivité est la part de marché en volume de l'opérateur du gros réseau : la part de marché en minutes nationales sortantes de OTA à fin 2006 a atteint 78% ;
  - **Un verrouillage des clients : le gros opérateur accroît la dépendance de ses clients à son égard en élevant les coûts de migration supportés par le client désirant le quitter. Au final, chaque client devient captif de son réseau, et contribue à verrouiller ses correspondants au sein du même réseau. Un indicateur pertinent de l'importance de ce verrouillage est la part des minutes intra réseau ou « on-net » dans le total des minutes nationales sortantes de l'opérateur du gros réseau : à fin 2006, 87% des minutes de téléphonie mobile des clients de OTA étaient destinés à des clients OTA.**
18. L'ARPT a suivi avec attention les campagnes de communication de OTA au cours des derniers mois et relève tout particulièrement (voir figure 11):
- Que la campagne sur l'offre de base « Djezzy Carte » fait clairement référence à l'effet de club, en annonçant « le meilleur tarif vers 10 millions d'abonnés »;
  - Que la campagne sur l'offre de base Allo « 3 = 3 » fait clairement référence à l'effet de club, en donnant comme exemple de numéros préférés les membres de la famille (père, etc....) ;
  - Que la promotion « Gèle le temps » sur septembre et octobre 2006 fait clairement référence à l'effet de club, en annonçant « tous vos appels OTA sont gratuits... » et est de plus qualifiée par un responsable de OTA comme « extrêmement agressive » : « Ces deux nouvelles offres promotionnelles s'ajoutent à celle lancée à quelques jours du début de Ramadhan, au profit des consommateurs de « Djezzy Carte ». Pour rappel, ces derniers bénéficient durant tout le mois du ramadhan de 450 heures de communications gratuites, soit, analyse Matthieu Galvani, directeur général adjoint chargé de la commerciale de OTA, 27 000 minutes gratuites pour chaque abonné. Ce dernier qualifie cette promotion inédite en Algérie, d' « extrêmement agressive ». « Ecouter notre clientèle est la force de Djezzy », assure-t-il. » (source : [www.algerie-dz.info](http://www.algerie-dz.info))

Figure 11 : Exemple de communication de OTA (offre de base, promotion)



Source : Observatoire des tarifs

### i) Analyse de l'offre de OTA Allo « 3=3 »

19. Les offres on-net / off-net augmentent artificiellement ces effets de club, et deviennent par conséquent discriminatoires, en ce qu'elles induisent une perte de part de marché pour les petits réseaux, et, toutes choses étant égales par ailleurs, à leur exclusion du marché, dès lors que « l'écart entre ces tarifs on-net et off net ne dépasse pas l'écart entre les coûts que [OTA] supporte pour l'acheminement de ces deux types de communications » (article 3, Décision n° 04-MC-02 du Conseil de la Concurrence français).
20. Le test de non discrimination tarifaire on-net / off-net consiste donc à vérifier que l'écart entre les prix (« P ») de détail on-net et off-net de OTA est inférieur ou égal à l'écart entre les coûts d'acheminement pour terminer les appels on-net et off-net.
  - Le coût de terminaison d'un appel off-net est égal à la terminaison d'appel (« TA ») que OTA doit payer à l'opérateur de l'appelé (opérateurs\_autres : ATM ou WTA) ;
  - Le coût de terminaison d'un appel on-net (« C ») est donné par le modèle de calcul des coûts de terminaison d'appel mobile de OTA mis en place par l'ARPT pour l'approbation des tarifs du catalogue d'interconnexion de OTA conformément à la réglementation.

$$P_{off-net} - P_{on-net} < TA_{opérateurs\_autres} - C_{Term.\_on-net}$$

**21. Application du test de non discrimination tarifaire on-net / off-net à l'offre de base Allo 3=3 de OTA.**

- Détermination de l'écart entre le prix d'une minute on-net et d'une minute off-net :
- Le prix d'un appel off-net est de 10 DA TTC / min (soit 8,6 DA HT) ;
- Le prix d'un appel on-net est: 6 DA TTC / min (soit 5,1 DA HT) pour les 3 numéros préférés et 10 DA TTC / min (soit 8,6 DA HT) pour les autres. Pour appliquer le test, il est donc nécessaire de déterminer le prix moyen d'un appel on-net à partir du % des appels sur ces 3 numéros préférés.
- A titre d'exemple, en France, le poids des trois numéros les plus appelés dans le trafic total représente près de 55 % du trafic total (et ce sans incitation tarifaire particulière à appeler ces trois numéros). Etant donné que le prix préférentiel de 6 DA TT incite clairement les consommateurs à appeler davantage ces trois numéros (cf. la communication massive autour du « 3=3 » accompagnant le lancement de cette offre tarifaire), on peut raisonnablement conclure que les appels on-net vers les 3 numéros on-net préférés dans le cadre de l'offre Allo « 3=3 » représentent au moins 55 % des appels on-net. Il est donc possible de déterminer le prix moyen d'un appel on-net en fonction du % des appels on-net vers ces 3 numéros préférés : 6,7 DA HT / min si le pourcentage est égal à 55%, 6,5 DA HT / min si le pourcentage est égal à 60%, etc.
- L'écart entre le prix d'une minute on-net et d'une minute off-net varie ainsi entre 1,9 DA HT / min (pourcentage sur 3 numéros préférés= 55%) et 2,4 DA HT / min (pourcentage sur 3 numéros préférés = 70%)

| Part du trafic on-net vers les 3 N° | Prix 3 N° | Prix autres numéros | Prix on-net moyen | Prix off-net | Ecart off-net / on-net |
|-------------------------------------|-----------|---------------------|-------------------|--------------|------------------------|
| 55%                                 | 5,1       | 8,6                 | 6,7               | 8,6          | 1,9                    |
| 60%                                 | 5,1       | 8,6                 | 6,5               | 8,6          | 2,1                    |
| 65%                                 | 5,1       | 8,6                 | 6,3               | 8,6          | 2,2                    |
| 70%                                 | 5,1       | 8,6                 | 6,2               | 8,6          | 2,4                    |

- Détermination de l'écart entre les coûts techniques de terminaison d'appels on-net et off-net :
- Le coût de terminaison d'un appel off-net est égal à la terminaison d'appel (« TA ») que OTA doit payer à l'opérateur de l'appelé (opérateurs autres : ATM ou WTA). Les terminaisons d'appel mobiles en vigueur s'élèvent à 4,5 DA HT / min pour ATM et à 5,5 DA HT / min pour WTA. Pour appliquer le test, il convient de déterminer une TA moyenne ; ceci est réalisé en pondérant les TA de ATM et de WTA par leurs parts de marché en clients à fin 2006 ; la terminaison d'appel moyenne d'une minute off-net est donc de 4,8 DA HT / min.
- Le coût de terminaison d'un appel on-net (« C ») est donné par le modèle de calcul des coûts de terminaison d'appel mobile de OTA mis en place par l'ARPT pour l'approbation des tarifs du catalogue d'interconnexion de OTA conformément à la réglementation. Or ce modèle de coûts produit des résultats sur la base de données de trafic 2005. Il ne peut donc être utilisé en l'état, car le trafic est un inducteur de coût majeur dans les réseaux mobiles et que le trafic total (entrant et sortant, national et international) de OTA a subi une hausse de près de 46% entre 2005 et 2006. La mise à jour du modèle de coût de OTA sur la base des trafics 2006 n'étant pas disponible à ce

jour, l'ARPT a été conduite à estimer les coûts 2006 de OTA à partir du niveau et de la structure des coûts 2005 et des évolutions de trafic entre 2005 et 2006.

- L'ARPT constate que les réseaux de OTA et de ATM sont comparables du point de vue du respect de leurs obligations de couverture. Ils supportent donc les mêmes coûts du point de vue des installations techniques pour cette couverture minimale du territoire algérien (coûts dits « fixes » car ils dépendent essentiellement des obligations de couverture figurant dans les cahiers des charges des deux opérateurs). Au-delà de ces coûts dits « fixes », les différences dans les volumes de trafic acheminés sur les réseaux de OTA et de ATM vont générer des différences dans les installations techniques nécessaires à la densification du réseau et au maintien de la qualité de service (coûts dits « variables » car ils dépendent essentiellement du trafic à acheminer dans les réseaux). Il est raisonnable de considérer que la densification des réseaux de OTA et de ATM pour traiter la croissance du trafic s'effectue à coûts variables unitaires identiques (technologie comparable). Un ratio 15%/85% de coûts fixes/coûts variables permet de retrouver les valeurs de coûts CMILT 2005 de OTA et ATM, compte tenu des valeurs de trafic 2005 et 2006.
- Pour l'analyse, il convient de retenir une marge de sécurité, soit un ratio établi à 20%/80%. L'écart entre les coûts d'acheminement pour terminer les appels on-net et off-net s'établit alors à 1,7 DA HT / min.

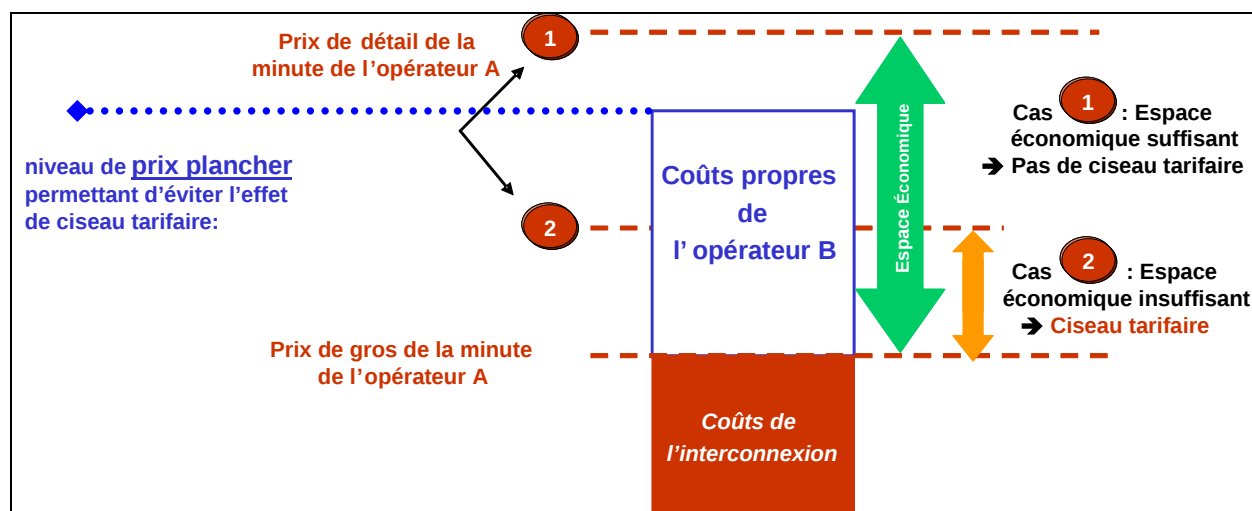
| Part des coûts fixes dans les coûts techniques en 2005 | Coût fixe unitaire en 2005 | Coût variable unitaire en 2005 | Coût fixe unitaire en 2006 | Coût variable unitaire en 2006 | Coût total unitaire en 2006 | TA appels off-net | Ecart off-net / on-net |
|--------------------------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------|--------------------------------|-----------------------------|-------------------|------------------------|
| 60%                                                    | 2,0                        | 1,3                            | 1,3                        | 1,3                            | 2,7                         | 4,8               | 2,1                    |
| 50%                                                    | 1,6                        | 1,6                            | 1,1                        | 1,6                            | 2,8                         | 4,8               | 2,0                    |
| 40%                                                    | 1,3                        | 2,0                            | 0,9                        | 2,0                            | 2,9                         | 4,8               | 1,9                    |
| 30%                                                    | 1,0                        | 2,3                            | 0,7                        | 2,3                            | 3,0                         | 4,8               | 1,8                    |
| 20%                                                    | 0,7                        | 2,6                            | 0,4                        | 2,6                            | 3,1                         | 4,8               | 1,7                    |

### ■ **Conclusion :**

- **L'écart de prix (entre 1,9 DA HT / min et 2,4 DA HT / min) étant supérieur à l'écart de coûts (1,7 DA HT / min), les prix des communications pratiqués par OTA dans le cadre de son offre Allo « 3 = 3 » sont discriminatoires et donc anticoncurrentielles.**
22. Du point de vue de la dynamique concurrentielle du marché de la téléphonie mobile, il convient également de s'assurer que les offres de OTA peuvent être effectivement répliquées par les autres opérateurs (notamment le dernier entrant WTA) qui souhaitent conserver leurs clients ou maintenir leur niveau d'acquisition.
  23. L'ampleur des baisses sur l'offre Allo « 3=3 » est en effet suffisamment importante pour que l'ARPT analyse non seulement la problématique de la discrimination on-net / off-net mais encore la problématique de la répliquabilité : baisse de 4 DA/min sur le tarif préférentiel (soit une baisse de 40%), baisse de 5 DA/min sur le tarif non préférentiel (soit une baisse de 33%).
  24. Une offre de OTA peut être effectivement répliquée par ATM ou WTA dès lors qu'elle ne génère pas de ciseau tarifaire (voir figure 12). Par définition, le ciseau tarifaire est avéré lorsque l'écart (nommé « espace économique ») entre le prix de détail d'un opérateur A en position dominante et son prix de gros est trop faible pour qu'un opérateur B concurrent supposé efficace puisse concurrencer l'Opérateur A sur son offre de détail. Les coûts de l'Opérateur B correspondent aux coûts de fourniture du service

de détail d'un opérateur concurrent efficace qui achète le service de gros de l'opérateur en position dominante pour le concurrencer au niveau du détail : ils sont donnés par la somme des coûts des prestations d'interconnexion achetées à l'Opérateur A en position dominante (« coûts d'interconnexion ») et des coûts propres de l'Opérateur B de fourniture du service (« coûts propres de l'opérateur B »), généralement des coûts d'acheminement sur son propre réseau, des coûts commerciaux et des coûts de structure.

**Figure 12 : Principe du test de ciseau tarifaire**



Source : Tarification des télécommunications pour le grand public et action du régulateur, Journées d'études du 18-19 décembre 2004, Éliès Chitour, Service de la régulation fixe et mobile, ARCEP

25. Dans le cas d'espèce, l'offre Allo « 3 = 3 » de OTA est répliquable par un opérateur concurrent ayant une part de marché comparable à celle du dernier entrant WTA à partir du moment où cet opérateur est à même de proposer une offre à attractivité au moins égale pour le consommateur sans supporter de pertes sur cette offre (voir figure 13).

- Pour les consommateurs algériens, une offre 3 numéros à tarif préférentiel parmi les seuls clients de WTA constitue une proposition de bien moindre valeur qu'une offre 3 numéros on-net à tarif préférentiel vers les clients de OTA (effet de club).
- Pour répliquer l'offre Allo « 3 = 3 », WTA ne peut donc réagir qu'en élargissant la générosité proposée sur les 3 numéros aux clients de tous les opérateurs mobiles algériens et pas seulement aux clients WTA.
- Hors impact du trafic international et SMS, l'espace économique disponible pour WTA est estimé par l'ARPT à 341 DA par mois par client.

**Figure 13 : Estimation de l'espace économique disponible pour WTA  
pour la réplique de l'offre de OTA Allo « 3=3 »**

|                                           |               | Trafic en %<br>du trafic<br>sortant | Prix unitaire<br>moyen HT | Coût unitaire<br>HT |
|-------------------------------------------|---------------|-------------------------------------|---------------------------|---------------------|
| On-net                                    | 3 N°          | x%                                  | x                         | x                   |
|                                           | autres        | x%                                  | x                         | x                   |
| Off-net                                   | 3 N°          | x%                                  | x                         | x                   |
|                                           | autres        | x%                                  | x                         | x                   |
| Vers fixe                                 |               | x%                                  | x                         | x                   |
| International                             |               | x%                                  |                           |                     |
| Entrant                                   | National      | x%                                  | x                         | x                   |
|                                           | international | x%                                  |                           |                     |
| Moyenne pondérée par le trafic            |               |                                     | x                         | x                   |
| Revenus/Coûts mensuels (MoU : 80 minutes) |               |                                     | x                         | x                   |
| Espace économique                         |               |                                     | 341                       |                     |

Source : Analyses ARPT

26. L'ARPT ne disposant pas d'informations suffisantes sur les opérateurs pour alimenter un modèle de coûts et de revenus d'un opérateur entrant efficace sur le marché incluant le trafic international, les SMS et autres services, compte tenu du temps nécessaire à la mise en place d'un tel modèle en concertation avec OTA, ATM et WTA, il a été procédé à une estimation des principaux coûts propres à un opérateur dernier entrant efficace de la taille de WTA (voir figure 14). Pour un ordre de grandeur de ces coûts estimé par l'ARPT à 420 DA par mois par client, l'espace économique établi à 341 DA se révèle à priori insuffisant. WTA n'est donc pas en situation de répliquer l'offre Allo « 3=3 », qui se révèle ainsi anticoncurrentielle.

**Figure 14 : Estimation des coûts propres pour un opérateur efficace de la taille de WTA  
pour la réplication de l'offre de OTA Allo « 3=3 »**

|                            |                                    |            |
|----------------------------|------------------------------------|------------|
| <b>Coûts réseaux</b>       | Extrapolation du CMILT 2005 Nadjma | <b>X</b>   |
| <b>Coût d'acquisition</b>  |                                    |            |
| Recharges                  | X% du CA                           | <b>X</b>   |
| Communications             | X% du CA                           | <b>X</b>   |
| <b>Autres (Licence...)</b> |                                    |            |
| Personnel                  | X%                                 | <b>X</b>   |
| CRM & Billing              | X%                                 | <b>X</b>   |
| Frais généraux             | X%                                 | <b>X</b>   |
| Licence                    | X                                  | <b>X</b>   |
| Contribution SY            | X% du CA                           | <b>X</b>   |
| <b>TOTAL</b>               |                                    | <b>420</b> |

Source : Analyses ARPT

27. Dans l'attente de la mise à jour des modèles de coût d'acheminement de l'ARPT avec les trafics 2006 et de la mise en place d'un modèle de revenus / coûts (hors acheminement) d'un opérateur entrant efficace sur le marché algérien de la téléphonie mobile, l'espace économique deviendrait suffisant si les prix de détail de l'opérateur dominant augmentaient d'environ 2,4 DA TTC / min [= (420-341) / 38 minutes sortantes) x 1,17], soit un prix de détail pour les 3 numéros préférés de 8,4 DA TTC. En tenant compte d'une possibilité pour le dernier entrant de se différencier avec des prix plus bas (dans une limite de 15% à la baisse par rapport à l'opérateur dominant) au titre de l'efficacité dynamique sur le marché algérien de la téléphonie mobile (le critère de l'efficacité dynamique conduit en effet à donner un avantage concurrentiel à court terme au dernier entrant pour assurer aux consommateurs un plus grand bénéfice à long terme), l'espace économique deviendrait suffisant si les prix de détail de l'opérateur dominant étaient supérieur à 9,7 DA TTC / min (=8,4 x 1,15).
28. **En conclusion, les pratiques tarifaires de l'opérateur dominant OTA avec l'offre Allo « 3=3 » sont anticoncurrentielles du point de vue de la non discrimination on-net / off-net et a priori anticoncurrentielles du point de vue de l'absence de ciseau tarifaire, donc répréhensibles aux termes de l'Article 4 du Décret exécutif n°02-141 du 16 avril 2002 fixant les règles applicables par les opérateurs de réseaux publics de télécommunications pour la tarification des services fournis au public. L'ARPT note que des dispositions analogues figurent aussi bien dans l'Ordonnance n°03-03 du 19 juillet 2003 relative à la concurrence et dans le Cahier de Charges de l'opérateur OTA (article 17, article 20.1).**

## ii) Analyse de l'offre « Djezzy Carte »

### 29. Application du test de non discrimination tarifaire on-net / off-net :

- Le prix des appels on-net est de 7,98 DA TTC / min, contre 8,98 DA TTC / min pour les appels vers ATM et vers les fixes et 9,98 DA TTC / min pour les appels vers WTA.
- Le prix moyen off-net est donc strictement inférieur à 9,98 DA / min, ce qui implique que l'écart entre le prix on-net et le prix off-net est inférieur à 2 DA TTC / min. L'offre « Djezzy Carte » n'introduit donc pas de discrimination tarifaire on-net / off-net.

### 30. Application du test d'absence de ciseau tarifaire :

- L'offre « Djezzy Carte » est répliquable par un opérateur concurrent ayant une part de marché comparable à celle du dernier entrant WTA à partir du moment où cet opérateur est à même de proposer une offre à attractivité au moins égale pour le consommateur sans supporter de pertes sur cette offre.
- Pour les consommateurs algériens, une offre proposant un tarif de 7,98 DA TTC / min vers les seuls clients de WTA constitue une proposition de bien moindre valeur qu'une offre proposant un tarif de 7,98 DA TTC / min vers les clients de OTA (effet de club).
- Pour répliquer l'offre « Djezzy carte », WTA ne peut donc réagir qu'en proposant un tarif sans différenciation on-net / off-net, à un niveau égal à la moyenne des tarifs de « Djezzy Carte, pondérée par les trafic, soit 8,1 DA TTC / min ou 7,0 DA HT / min.

|                     | Part du trafic dans le trafic sortant national de Djezzy | Prix de détail TTC | Prix moyen pondéré TTC |
|---------------------|----------------------------------------------------------|--------------------|------------------------|
| Appels on-net       | 87%                                                      | 7,98               | 8,1                    |
| Appels vers fixe    | 3%                                                       | 8,98               |                        |
| Appel vers Mobilis* | 7%                                                       | 8,98               |                        |
| Appel vers Nedjma*  | 3%                                                       | 9,98               |                        |

\*le trafic sortant vers les mobiles a été réparti au prorata des parts de parc des deux autres opérateurs mobiles

- Hors impact du trafic international et SMS, l'espace économique disponible (voir figure 15) pour WTA est estimé à 348 DA par mois par client.

**Figure 15 : Estimation de l'espace économique disponible pour WTA  
pour la réplique de l'offre « Djezzy Carte »**

|                                           |               | Trafic en %<br>du trafic<br>sortant | Prix unitaire<br>moyen HT | Coût unitaire<br>De gros HT |
|-------------------------------------------|---------------|-------------------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| On-net                                    | 3 N°          | x%                                  | x                         | x                           |
|                                           | autres        | x%                                  | x                         | x                           |
| Off-net                                   | 3 N°          | x%                                  | x                         | x                           |
|                                           | autres        | x%                                  | x                         | x                           |
| Vers fixe                                 |               | x%                                  | x                         | x                           |
| International                             |               | x%                                  |                           |                             |
| Entrant                                   | National      | x%                                  | x                         | x                           |
|                                           | international | x%                                  |                           |                             |
| Moyenne pondérée par le trafic            |               |                                     | x                         | x                           |
| Revenus/Coûts mensuels (MoU : 80 minutes) |               |                                     | x                         | x                           |
| Espace économique                         |               |                                     | <b>348</b>                |                             |

31. Dans l'attente de la mise à jour des modèles de coût d'acheminement de l'ARPT avec les trafics 2006 et de la mise en place d'un modèle de revenus / coûts (hors acheminement) d'un opérateur entrant efficace sur le marché de la téléphonie mobile, l'espace économique deviendrait suffisant si les prix de détail de l'opérateur dominant augmentaient d'environ 2,2 DA TTC / min [= (420-348) / 38 minutes sortantes) x 1,17], soit un prix de détail on-net de 10,2 DA TTC. En tenant compte d'une possibilité pour le dernier entrant de se différencier avec des prix plus bas (dans une limite de 15% à la baisse par rapport à l'opérateur dominant), l'espace économique deviendrait suffisant si les prix de détail de l'opérateur dominant était supérieur à 11,7 DA TTC / min (=10,2 x 1,15).
32. En conclusion, les pratiques tarifaires de l'opérateur dominant OTA avec l'offre « Djezzy carte » sont a priori anticoncurrentielles du point de vue de l'absence de ciseau tarifaire, donc répréhensibles aux termes de l'Article 4 du Décret exécutif n°02-141 du 16 avril 2002 fixant les règles applicables par les opérateurs de réseaux publics de télécommunications pour la tarification des services fournis au public. L'ARPT note que des dispositions analogues figurent aussi bien dans l'Ordonnance n°03-03 du 19 juillet 2003 relative à la concurrence et dans le Cahier de Charges de l'opérateur OTA (article 17, article 20.1).

**iii) Application du test de non discrimination tarifaire on-net / off-net à la promotion « Gèle le temps » de OTA pendant les mois de septembre et d'octobre 2006**

33. Détermination de l'écart entre les coûts techniques de terminaison d'appels on-net et off-net:
- Dans l'attente de la mise à jour du modèle de calcul des coûts de terminaison d'appel mobile de OTA avec les trafics 2006, l'écart entre les coûts d'acheminement pour terminer les appels on-net et off-net a été établi à 1,7 DA HT / min.

**34. Détermination de l'écart entre le prix d'une minute on-net et d'une minute off-net :**

- Le prix d'un appel off-net est de 14 DA TTC / min (soit 12,0 DA HT) en heure pleine et de 12 DA TTC / min (soit 10,3 DA HT) en heure creuse. Pour appliquer le test, il est donc nécessaire de déterminer le prix moyen d'un appel off-net à partir du % des appels en heure pleine et en heure creuse;
- Le prix d'un appel on-net est de 10 DA TTC / min (soit 8,5 DA HT) en heure pleine et de 8 DA TTC / min (soit 6,8 DA HT) en heure creuse. De plus, sur un appel d'une heure maximum, seules les cinq premières minutes sont facturées pendant la période de gratuité (minuit-17 heures) : le prix réel d'une minute « on-net » en période de gratuité dépend ainsi de la durée de l'appel, et est d'autant plus faible que l'appel dure longtemps. Pour appliquer le test, il est donc nécessaire de déterminer le prix moyen d'un appel on-net **(i)** à partir du % des appels pendant la période de gratuité (minuit-17 heures) et **(ii)** à partir de la durée de l'appel en période de gratuité.
- L'ARPT a réalisé une étude de sensibilité sur l'ensemble des paramètres déterminant le calcul de l'écart entre le prix d'une minute on-net et d'une minute off-net à travers 5 jeux d'hypothèses (Minimaliste, Basse, Moyenne, Haute et Maximaliste).

**35. Conclusion : L'écart de prix (entre 4,0 DA HT / min et 8,3 DA HT / min) étant supérieur à l'écart de coûts (1,7 DA HT / min), les prix des communication pratiqués par OTA dans le cadre de sa promotion « Gèle le temps » sont discriminatoires et donc anticoncurrentiels.**

|                                                             | Hypothèse   |       |         |       |             |
|-------------------------------------------------------------|-------------|-------|---------|-------|-------------|
|                                                             | Minimaliste | Basse | Moyenne | Haute | Maximaliste |
| Durée moyenne des appels concernés par la gratuité (en min) | 10          | 20    | 30      | 40    | 50          |
| % du trafic on-net période pleine entre midi et 17 heures   | 10%         | 20%   | 30%     | 40%   | 50%         |
| Part du trafic en période creuse                            | 5%          | 15%   | 25%     | 35%   | 45%         |
| Prix d'un appel on-net                                      | 7,9         | 6,4   | 5,1     | 3,9   | 2,9         |
| Prix d'un appel off-net                                     | 11,9        | 11,7  | 11,5    | 11,4  | 11,2        |
| Ecart off-net / on-net                                      | 4,0         | 5,3   | 6,4     | 7,5   | 8,3         |

❖ Considérant l'article 13 de la loi 2000-03 sus visée qui édicte que :  
« L'autorité de régulation a pour missions :

- *de veiller à l'existence d'une concurrence effective et loyale sur les marchés postal et des télécommunications en prenant toutes mesures nécessaires afin de promouvoir ou de rétablir la concurrence sur ces marchés. – (...). »*

❖ Considérant l'absolue et impérieuse nécessité d'éviter la reproduction des comportements tarifaires ici analysés et nuisant à la concurrence loyale sur le marché pertinent de la téléphonie mobile ;

## **DECIDE :**

### **ARTICLE 1 :**

L'opérateur OTA est tenu de soumettre à l'ARPT, préalablement à sa mise en application, toute nouvelle offre tarifaire (offre de base, offre promotionnelle de produit ou de service) accompagnée des informations adéquates sur les répartitions de trafic permettant à l'ARPT de vérifier que cette offre tarifaire satisfait aux deux tests suivants :

- Le test de non-discrimination on-net / off-net, afin de vérifier que l'écart des prix on-net et off-net de OTA ne gonfle pas artificiellement les effets de club au détriment de ses concurrents;
- Le test d'absence de ciseau tarifaire, afin de vérifier que la structure et le niveau des prix de OTA n'engendrent pas d'effet de ciseau tarifaire empêchant leur réplcation par ses concurrents.

L'ARPT publiera sur son site Internet des notes d'information sur la mise en œuvre du test de non-discrimination on-net / off-net et du test d'absence de ciseau tarifaire.

### **ARTICLE 2 :**

Dans l'attente de la mise à jour des modèles de coûts d'acheminement de l'ARPT avec les trafics 2006 et de la mise en place, en concertation avec les 3 opérateurs de téléphonie mobiles, d'un modèle générique des coûts et des revenus d'un opérateur entrant efficace sur le marché mobile, les dispositions transitoires suivantes s'appliquent :

- Le test de non-discrimination on-net / off-net est satisfait dès lors que l'écart entre le prix d'une minute (resp. d'un SMS) on-net et d'une minute (resp. d'un SMS) off-net est inférieur ou égal à 2,0 DA TTC / min (soit 1,7 DA HT / min).
- Le test d'absence de ciseau tarifaire pour l'offre OTA Allo avec 3 numéros préférés est satisfait dès lors que le prix de la minute pour les 3 numéros préférés est supérieur ou égal à 9,7 DA TTC / min.
- Le test d'absence de ciseau tarifaire pour l'offre « djezzy carte » est satisfait dès lors que le prix de la minute « on –net » est supérieur ou égal à 11,7 DA TTC / min.

Les offres déjà mises en œuvre par l'opérateur OTA, à la date de la présente décision, doivent être sans délai mises en conformité avec les exigences de test énumérées au présent article.

L'ARPT analysera au cas par cas les conditions d'application de ces dispositions transitoires aux offres promotionnelles de produit et de service en fonction de la nature et de la durée de la promotion proposée par OTA.

### **ARTICLE 3 :**

Les dispositions visées à l'Article 1<sup>er</sup> de la présente décision s'appliquent à l'opérateur OTA jusqu'au 31 décembre 2008.

Afin de permettre à l'ARPT de suivre l'évolution de la dynamique concurrentielle, l'opérateur OTA est tenu de communiquer par voie électronique à l'ARPT au plus tard 5 jours ouvrés après la fin d'un mois calendaire les statistiques de trafic permettant de produire les deux indicateurs clefs suivants :

- part de marché en minutes nationales sortantes;
- part des minutes intra réseau ou « on-net » dans le total des minutes nationales sortantes.

Afin de disposer des éléments statistiques depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2007, l'opérateur OTA est tenu de communiquer les statistiques correspondant aux mois de janvier, février et mars 2007 dans les 10 jours ouvrés suivant la date de notification de la présente décision.

Les modèles de tableau à renseigner mensuellement par l'opérateur OTA sont exposés ci-dessous.

| <b>Trafic ( en minutes)</b> |
|-----------------------------|
| <b>Intra-réseau</b>         |
| <b>Entrant</b>              |
| du fixe                     |
| du mobile                   |
| de l'international          |
| <b>Sortant</b>              |
| vers le fixe                |
| vers le mobile              |
| vers l'international        |

NB. Le trafic intra réseau est défini comme le trafic mesuré (par opposition au trafic facturé).

| <b>Trafic SMS</b>    |
|----------------------|
| <b>Intra réseau</b>  |
| <b>Entrant</b>       |
| Du national          |
| De l'international   |
| <b>Sortant</b>       |
| Vers national        |
| Vers l'international |

Le non-respect des dispositions visées à l'Article 3 exposera son auteur à une mise en demeure.

**ARTICLE 4 :**

La présente décision entre en vigueur à compter de la date de sa signature et sera publiée sur le site Internet de l'ARPT. :

**Pour le Conseil  
Le Président**