

RAPPORT ANNUEL
SUR LE MARCHE DES TELECOMMUNICATIONS AU SENEGAL
– MARS 2016 –

Sommaire

Introduction.....	3
1. Analyse du marché.....	4
1.1 National.....	4
1.2 International.....	5
1.3 Promotions des opérateurs.....	6
1.4 Les abus de position dominante.....	7
1.5 Les ententes.....	7
1.6 Portabilité.....	8
2. Problèmes concurrentiels sur le marché de détail.....	9
3. Manque de transparence.....	10
4. Interconnexion.....	11
5. Régulation de l'interconnexion par L'ARTP.....	11
6. Leviers de régulation à mettre en œuvre.....	12
Conclusion.....	13

INTRODUCTION

Le Sénégal dans le secteur des TIC et plus précisément dans celui des Télécommunications présente un paradoxe incompréhensible. En effet, au moment où les opérateurs comptent leurs centaines de milliards de F CFA en résultat net, l'utilisateur sénégalais peine au quotidien et éprouve d'énormes difficultés pour bénéficier des services de qualité à des tarifs abordables (téléphonie mobile, internet et services à valeur ajoutée).

La cause principale de cette situation paradoxale est due à l'absence de concurrence entre les opérateurs. Pour comprendre cette problématique, ASUTIC a pris l'initiative d'une réflexion et analyse du marché des télécommunications au Sénégal afin d'identifier les obstacles à une concurrence saine et loyale des opérateurs au profit des consommateurs et enfin de proposer des solutions.

Dans cette analyse du marché des télécommunications, ASUTIC essaiera dans un premier temps d'identifier les obstacles à une concurrence entre opérateurs et dans un deuxième temps de proposer des solutions aux problèmes identifiés.

LE CONTEXTE

Etre dans le réseau, un besoin de plus en plus indispensable

Le Sénégal se numérise de plus en plus, aussi être dans le réseau téléphonique ou sur internet devient un besoin fondamental. Etre dans le réseau devient chaque jour le moyen le plus facile pour accéder aux services publics. Ce changement est pleinement encouragé par les autorités qui dématérialisent les services publics.

Ainsi de plus en plus de services pour les citoyens sont dématérialisés par exemple les offres d'emploi qui sont publiées sur internet et les candidatures peuvent se faire en ligne dans un pays où rechercher et trouver un emploi constitue un parcours extrêmement difficile. Par conséquent l'accès à internet devient un besoin plus qu'essentiel surtout pour les personnes à faible revenu. Ainsi ceux qui ne sont pas connectés sont marginalisés et l'exclusion numérique continue à affecter les couches défavorisées de la population sénégalaise.

La principale cause à l'exclusion numérique demeure le coût du matériel informatique, de l'appel téléphonique et de la connexion internet sans parler des services à valeur

ajoutée. En effet les tarifs proposés, inabordables pour le sénégalais moyen par rapport à son pouvoir d'achat, ne sont pas en mesure de satisfaire le besoin crucial d'être connecté pour la majeure partie de la population. Par conséquent pour une démocratisation de l'accès aux Télécommunications, une tarification abordable est nécessaire pour mettre un terme à l'exclusion de la société connectée les Sénégalais à faibles revenus donc la majorité.

1. ANALYSE DU MARCHÉ

Le bilan de l'évolution de la situation du marché des Télécommunications sur la période 2011-2015 fait ressortir une amélioration significative des différents indicateurs d'usage, et de parcs, en particulier en ce qui concerne les segments du mobile et d'Internet.

En revanche, le marché de la voix fixe n'a pas connu les mêmes progressions, à cause notamment du manque de concurrence sur ce segment.

Cependant l'évolution des prix n'a pas été favorable au consommateur sénégalais. En effet on constate une augmentation des tarifs de détails des opérateurs malgré l'adoption en 2011 d'un nouveau code des télécommunications dont l'un des objectifs majeur est de doter le secteur des Télécommunications d'un cadre réglementaire efficace et transparent favorisant une concurrence loyale au bénéfice des utilisateurs des réseaux et services des Télécommunications. Des leviers de régulation de la concurrence ont été déployés par l'ARTP depuis 2014, mais ils n'ont pas tous permis d'atteindre l'objectif de promotion de la concurrence.

1.1 National

Le constat est qu'il y a une progression importante en quelques années de la demande en communication pour atteindre en fin 2015 un parc de téléphonie mobile qui s'élève à 14.959.477 lignes (taux de pénétration de 110%). Cette demande très forte est un facteur important pour expliquer la faiblesse du degré d'intensité concurrentielle sur le marché de la téléphonie mobile pour changer la structure des parts de marché entre Expresso, Sonatel et Tigo. Ainsi les parts de marché des trois principaux acteurs restent stables avec des variations très faibles d'une année à l'autre.

Le progrès technique et l'amortissement de l'infrastructure réseau fait baisser les coûts. Et du fait que l'accroissement de l'intensité de la concurrence fait tendre les prix vers les coûts, le marché de la téléphonie mobile devrait offrir des quantités de plus en plus

importantes à des prix de plus en plus faibles. Mais au Sénégal, le marché a offert des quantités de plus en plus importantes à des prix de plus en plus élevés.

Si l'accroissement des quantités offertes aux utilisateurs sénégalais s'explique par le progrès et l'accroissement important de la demande, l'augmentation des prix est due essentiellement au manque de concurrence.

Manifestement le secteur de la téléphonie mobile au Sénégal souffre encore d'une absence totale de concurrence qui limite son développement et pénalise fortement les consommateurs. Ces derniers sont dans l'impossibilité, encore aujourd'hui, de trouver une offre, en termes de prix et de service, adaptée à leurs besoins.

Des offres alignées et peu avantageuses et une augmentation des prix constituent les caractéristiques de ce marché qui d'un duopole (Sonatel, Tigo), est devenu un oligopole depuis 2007 avec l'entrée d'Expresso.

Oligopole qui a généré une situation de position dominante dans laquelle un acteur, seul détermine les règles du marché. Ce qui a pour effet d'annihiler toute possibilité de baisse des prix par le jeu de la concurrence. Cette situation a démontré que certains opérateurs recourent systématiquement à un alignement de prix. Une telle situation jure d'avec l'esprit et les règles d'un système concurrentiel sains dans lequel le niveau des prix traduit autant la performance de l'opérateur que sa dimension économique ainsi que ses coûts internes de production.

Marché structuré par l'offre et non par la demande, c'est-à-dire par les besoins des utilisateurs. Ainsi le marché est verrouillé par le cartel des opérateurs à leur seul profit, ce qui explique la rentabilité anormalement élevée des opérateurs (EBITDA plus de 50%).

Il urge en conséquence, faute d'un marché libre et transparent, que l'autorité use de ses moyens de contrôle techniques et juridiques aux fins d'assurer la protection du pouvoir d'achat du consommateur.

1.2 International

Quand un utilisateur au Sénégal téléphone à un résident à l'étranger, il utilise le réseau d'Expresso, Sonatel ou Tigo et un réseau à l'étranger. Dans ce cas, une partie du prix payé par l'utilisateur de services de communication, est pour le service d'interconnexion à payer à l'opérateur étranger. De même, quand les réseaux nationaux acheminent des

communications venant de l'étranger vers des mobiles au Sénégal, ils perçoivent un revenu pour le service d'interconnexion.

Les conventions d'interconnexion signes avec les opérateurs étrangers et le trafic, permettent en principe d'analyser l'offre et la demande à l'extérieure de services d'interconnexion. Mais ces informations ne sont pas disponibles. L'ARTP dans ses rapports trimestriels ne produits pas les statistiques relatives au marché international. Ainsi on a un segment de marché où les tarifs sont flous.

1.3 Promotions des opérateurs

La promotion est une pratique commerciale entreprise en vue d'inciter les consommateurs, pendant une durée limitée, par le biais d'avantages et de bonus, à l'achat ou à l'abonnement à des services de Télécommunications.

Les promotions sont lancées par les opérateurs pour les objectifs suivants :

- ❖ d'acquérir de nouveaux clients libres et d'attirer éventuellement des clients insatisfaits avec les autres opérateurs,
- ❖ de fidéliser ses propres clients,
- ❖ de tester certaines formules pour s'informer sur le degré de réaction de la demande ; certaines promotions peuvent alors devenir permanentes. D'autres par contre peuvent se révéler non praticables et retirées du marché.

Les promotions sont devenues le principal moyen d'animation commerciale du marché de la téléphonie mobile, de l'internet et des services à valeur ajoutée au Sénégal, exclusivement sur le segment prépayé.

Bien que très fréquentes, les promotions sont perçues par les consommateurs comme la manifestation d'une forte intensité concurrentielle, mais elles sont en réalité un moyen de verrouiller les clients acquis et réduire la fluidité du marché.

En plus, les promotions sont utilisées par les opérateurs pour complexifier toutes comparaisons possibles des produits et des prix.

Ainsi les promotions sont donc, de ce point de vue, un moyen de réduction de l'intensité concurrentielle entre les opérateurs.

A l'instar des tarifs de détails, les conditions et modalités de lancement des promotions des services de télécommunications ne sont pas régulées par l'ARTP. Les consommateurs sont de nouveau laissés à la merci des opérateurs par l'autorité.

1.4 Les abus de position dominante

De la part d'une entreprise de grande taille, mettre en œuvre des pratiques d'abus de position dominante (ventes liées, remises de fidélité, rabais ciblés, etc.), est synonyme de capture des consommateurs et de maintien des marchés dans une structure figée. Des pratiques anticoncurrentielles limitant la fluidité du marché.

Cas de la Sonatel avec le programme d'Orange Sargal qui récompense votre fidélité, et l'offre bonus zone, accorde de tarifs réduits selon l'heure et l'endroit.

D'une façon générale, les pratiques de ventes liées contribuent à transformer une concurrence sur des éléments séparés en une concurrence sur des biens systèmes et ne doivent donc s'observer que si elles s'accompagnent de gains d'efficacité pour le consommateur.

Par exemple, le mouvement de convergence entre fixe, mobile et TV se traduit par l'émergence de nouvelles pratiques commerciales : proposer des offres « tout en un » (téléphone fixe, mobile, internet et télévision). Cas de la Sonatel avec les offres : Home d'Orange et pack adsl et kheweul. Ou encore la jonction entre Sonatel (Orange) et la société d'hydrocarbure Total. L'achat de combustibles avec Orange Money donne droit à des bonus.

Enfin L'utilisation croisée des bases de données clientèle et les offres de couplage peuvent produire des effets anticoncurrentiels lorsqu'elles sont utilisées par l'entreprise en position dominante.

Ainsi les offres de convergence limitent l'intensité de la concurrence dans la mesure où elles risquent de verrouiller les consommateurs et de distordre la concurrence au bénéfice de l'opérateur dominant.

1.5 Les ententes

Au Sénégal, comme partout au monde, sur le marché de la téléphonie mobile, de l'internet et des SAV, les opérateurs se connaissent et connaissent l'évolution des prix pratiqués par les autres, ainsi que l'évolution du marché. Ils savent qu'ils n'ont pas toujours intérêt à se livrer à une forte concurrence par les prix. Aussi la structure du marché de la téléphonie mobile est favorable aux concertations. Par conséquent les

échanges d'information, directs ou indirects, concernant les coûts de production et l'évolution de la demande, sont probablement fréquentes.

Les impacts des décisions des uns sur les résultats des autres sont tels que chaque action agressive, entreprise par un opérateur, génère des représailles, généralement de la part de l'opérateur en position dominante. Aussi il y a de fortes incitations à maximiser les profits communs, ou mettre en place une situation ne dérangeant aucun opérateur, surtout pas le plus puissant. L'émergence de l'entente est donc probable.

Si on veut démontrer que des comportements parallèles et souterrains sont le résultat de concertation et non seulement de similitudes de réponses d'opérateurs identiques à une même situation, il faut aller jusqu'à l'analyse des coûts de production et de commercialisation.

Mais, connaissant les différences technologiques, de capacités, de coûts fixes et autres charges, il est peu probable que les prix de revient d'une minute de communication mobile soient les mêmes chez Expresso, Sonatel, Tigo. Dans ce cas, la similitude des évolutions des prix de vente et la stabilité des parts peut être un signal d'entente pour contenir l'intensité de la concurrence.

Pour rappel pendant longtemps et avant 2014 Les prix de gros et de détails ont été les mêmes pour les 3 opérateurs présents au Sénégal. Encore une fois l'autorité est interpellée sur les ententes des opérateurs au détriment des utilisateurs des TIC.

1.6 Portabilité

Depuis le lancement du service de la portabilité le 1^{er} Septembre 2015, l'utilisateur sénégalais ne bénéficie pas des avantages que procure ce levier de régulation. En l'absence d'un signal de transparence, le consommateur est dans l'impossibilité de savoir s'il appelle sur un numéro dans le même réseau ou dans un autre du fait que l'appelé peut avoir transféré son numéro de l'opérateur d'origine, généralement identifiable par le préfixe, vers un autre fournisseur.

Par conséquent le service fonctionne actuellement en faveur des opérateurs. Ainsi l'objectif recherché par la mise en œuvre du service de portabilité, à savoir instaurer la concurrence entre les opérateurs peine à être atteint et ne sera pas atteint en l'absence d'un signal de transparence.

En plus il reste toujours incompris des consommateurs à cause d'un déficit de communication. Il faut constater que la disposition ne s'est pas accompagnée pour le

moment de campagnes commerciales significatives de la part des opérateurs et de l'autorité.

Il faut améliorer le service par un signal de transparence et une bonne campagne de communication afin que les utilisateurs puissent bénéficier des avantages de la portabilité.

2. PROBLEMES CONCURRENTIELS SUR LE MARCHE DE DETAIL

En analysant le marché, ASUTIC a identifié plusieurs problèmes concurrentiels, sur le marché de détail :

- ❖ Il apparaît que les opérateurs mobiles perçoivent un « droit de passage » qui dépasse encore largement le seul coût et abusent ainsi de leur position de monopole sur leur propre réseau.
Ainsi il existe des transferts financiers entre opérateurs mobiles dès lors que les trafics ne sont pas équilibrés entre ces derniers. Pour les « petits » opérateurs, Expresso et Tigo (**Part de marché 21,31% et 22,43% selon rapport T4 marché télécom 2015**) qui ont un parc relativement réduit de clients, une majorité des appels aboutit chez le concurrent (**Sonatel part de marché 56,26%**).
De ce fait, ils doivent verser des sommes importantes à la Sonatel et finissent donc par le subventionner. Ce surcoût, qui limite leur compétitivité, est bien évidemment, in fine, supporté par le consommateur sénégalais.
- ❖ Sur le marché de détail, existent des offres à effet de réseaux (**on-network**) qui reposent sur l'écart entre les coûts et le tarif de la terminaison d'appel. Elles génèrent des effets de clubs au bénéfice de Sonatel ayant le plus gros part de marché. Selon **le rapport T4 de 2015**, la part du trafic on-net voix dans le trafic total représente environ 92%, la même tendance est observée pour le trafic Sms avec environ 94,6 % du trafic total.
- ❖ Des distorsions de concurrence pour les opérateurs qui proposent des offres de détail plus généreuses ou plus agressives, comme les offres valables tous réseaux (Expresso, Tigo), qui ont tendance à déséquilibrer les flux de trafic et donc à engendrer des déséquilibres financiers en leur défaveur. Ces offres génèrent de forts déséquilibres de trafic et donc une perte de compétitivité des petits opérateurs qui auront des charges de terminaison d'appel nettement plus élevées que leurs revenus.

- ❖ Au Sénégal, quiconque souhaiterait s'affranchir de la souffrance d'une connexion Internet mobile 2G ou 3G avec des tarifs élevés et une mauvaise qualité, se dirige vers une option : obtenir un abonnement ADSL.

Problème : il n'a pas le choix et doit obligatoirement s'orienter vers Sonatel qui détient un monopole sur le réseau filaire, même situation sur le téléphone fixe. Ainsi L'opérateur historique Sonatel détient 94,3 % de part de marché en termes de lignes. Expresso utilisant la technologie CDMA, détient 5,7% de part de marché.

Cette situation du marché des Télécommunications au Sénégal procure à l'opérateur historique une situation de rente avec des transferts financiers importants à cause d'un tarif de terminaison d'appel fixe qui est élevé, mais aussi des distorsions de concurrence entre l'opérateur fixe (Sonatel) et ceux mobiles (Expresso, Tigo).

La position dominante de Sonatel sur le marché de la téléphonie fixe et l'ADSL lui donne aussi un avantage concurrentiel très important, surtout avec le développement de la convergence et des bouquets de services. D'ailleurs le monopole de Sonatel sur le marché de la téléphonie filaire et ADSL reste incompréhensible si on sait que le réseau de base a été réalisé avec l'argent du contribuable sénégalais.

3. MANQUE DE TRANSPARENCE

A ces problèmes concurrentiels s'ajoute le manque de transparence dans la facturation des opérateurs. En effet exceptés sur leurs sites web, les opérateurs n'informent jamais les consommateurs sur les tarifs des appels téléphoniques. En plus les informations commerciales communiquées aux consommateurs dans les documents publicitaires sont loin d'être toujours pleinement compréhensibles par les consommateurs.

Dans les offres de téléphonie mobiles, les consommateurs ont le choix entre une multitude d'offres, d'options et de conditions de souscription.

Selon l'opérateur, les combinaisons d'offres varient entre une petite dizaine et plusieurs dizaines. Les offres changent très régulièrement, et pratiquement chaque semaine il y a de nouvelles propositions commerciales des opérateurs.

Une telle multiplicité de choix peut être bénéfique au consommateur en ce qu'elle permette une personnalisation poussée de son besoin, mais uniquement à la condition que l'information soit complète. Or, la lisibilité des offres mobiles fait défaut. Ainsi on constate des grilles tarifaires opaques, floues sur les offres de promotion et sur l'offre de base, des prix similaires d'un opérateur à l'autre, sans aucune concurrence dans le marché.

Sur les cartes téléphoniques utilisées pour vendre des minutes de communications, le tarif ou le nombre de minutes dont on dispose en émettant des appels on-net ou off-net n'y figurent pas.

Opacité totale aussi dans la facturation des opérateurs. Aucun consommateur ne sait à quel tarif il est facturé par l'opérateur quand il émet un appel.

Ce manque de lisibilité des offres et de transparence dans la facturation des appels empêchent les consommateurs de mettre en concurrence efficacement les opérateurs. Une solution à ce problème est aussi souhaitée de l'autorité.

4. INTERCONNEXION

La question de l'interconnexion n'est pas seulement technique, elle revêt aussi un caractère stratégique pour les opérateurs. L'analyse des flux de trafics montre clairement que le développement des trafics internes a été fort privilégié. Et le maintien d'une symétrie des tarifs de terminaison d'appel ne peut bénéficier en l'état actuel du marché qu'à l'exploitant le plus dominant, en l'occurrence la Sonatel.

La permanence des offres promotionnelles qui ont largement favorisé l'internalisation du trafic entraînant le cloisonnement des réseaux et réduisant l'intensité concurrentielle entre les exploitants est un argument de poids pour une régulation très forte des tarifs de gros par l'autorité.

5. REGULATION DE L'INTERCONNEXION PAR L'ARTP

L'analyse des décisions **N°2014-0004**, **N°2014-0003**, **N°2014-0002** portant approbation des catalogues d'interconnexion d'Expresso Sénégal, Sentel GSM et Sonatel nous a permis de constater une baisse des tarifs de terminaison d'appel vocal mobile, vocal fixe et SMS sur la période du 1^{er} Janvier au 31 Décembre 2014.

Ainsi on observe sur le tarif de terminaison d'appel vocal mobile qui a été ramené à 15 Francs la minute, une baisse de 113% pour Expresso, 9% pour Sentel GSM, 35,8% pour Sonatel sur la période 2009 - 2014.

Cette baisse est aussi notée sur le tarif de terminaison d'appel SMS sur la même période, 59% pour Expresso, 37% pour Sentel GSM, 37% Sonatel pour un tarif de 5 Francs/SMS en 2014.

Cette tendance à la baisse s'est poursuivie en 2015. Ainsi le tarif de terminaison d'appel vocal mobile est de 12 Francs la minute pour Expresso, Sentel et Sonatel tandis que le tarif SMS est à 4 Francs.

En 2010, 2011, 2012, 2013 les tarifs de terminaison d'appel vocal mobile et SMS étaient respectivement de 23,4 francs et 10,3 francs.

Ainsi pour la période de 2010 à 2015 nous constatons une baisse de 48% sur le tarif de terminaison d'appel vocal mobile, et de 61% sur le tarif de terminaison d'appel SMS.

La baisse des tarifs d'interconnexion n'a pas été répercutée par les opérateurs sur les tarifs de détail. En effet durant la période considérée (2010-2015) les tarifs de détail ont augmenté pour Sonatel de 42% (de 1,40 francs la seconde en 2010 à 1,99 frs en 2015), Tigo 31% et Expresso 26% (de 1,50 francs la seconde en 2010 à 1,90 francs en 2015).

Le travail accompli par l'autorité (ARTP) pour obtenir cette baisse est appréciable. Cependant nous l'encourageons à poursuivre les efforts pour une baisse drastique des tarifs de terminaison d'appel vocal mobile, vocal fixe et SMS afin qu'ils soient orientés vers leurs coûts réels, si coûts il y en a, car **ASUTIC** estime que l'infrastructure réseaux des opérateurs devrait être amortie.

Aussi l'on se doit d'exiger des opérateurs des comptes analytiques et tableaux d'amortissement certifiés, ce qui permettra de définir la meilleure méthodologie à utiliser pour déterminer l'amortissement réel afin que les opérateurs ne mettent plus de marge sur les tarifs de gros.

Enfin une forte régulation des tarifs d'interconnexion et un partage des infrastructures sont les conditions minimales nécessaires afin que l'entrée sur le marché d'un quatrième opérateur se fasse dans de bonnes conditions pour que les sénégalais puissent enfin avoir des services de qualité à des prix abordables.

6. LEVIERS DE REGULATION A METTRE EN ŒUVRE

Afin de résoudre les problèmes concurrentiels identifiés, **ASUTIC** demande à l'autorité, suite à la **décision N° 2016 - 002** portant la liste des opérateurs puissants sur les marchés pertinents des télécommunications pour l'année 2016 :

- ❖ La mise en œuvre des **articles 14 et 15 de la loi 2011-1 du 24 Février 2011** portant code des Télécommunications. Une baisse drastique des prix de gros avec

un encadrement des tarifs de détail seraient susceptibles de créer les conditions d'une vraie concurrence.

- ❖ L'accélération du processus d'attribution de la licence globale incluant la 4G.
- ❖ Travailler pour l'entrée d'un nouvel opérateur dans le marché.
Un aménagement des conditions d'accès du nouvel entrant au marché avec le partage et la mutualisation des infrastructures consacrées par le code de 2011. Mais aussi une discrimination positive sur les tarifs d'interconnexion, permettrait au nouvel entrant de déployer son réseau plus rapidement et de dégager les moyens de financements nécessaires à l'obligation de couverture de la population et de proposer plus rapidement aux utilisateurs ses services.
- ❖ Le dégroupage de la boucle locale. Il est grand temps que l'ARTP finalise ce projet afin que le monopole sur le réseau filaire soit cassé et que la concurrence soit instaurée. Il y va de l'intérêt du consommateur qui doit pouvoir choisir entre plusieurs fournisseurs d'accès à Internet, qui eux-mêmes ne doivent pas être tributaires des services d'un seul opérateur.
- ❖ Parfaire le service de portabilité par la mise place d'un signal de transparence pour chaque opérateur. Au cours d'échanges avec L'ARTP au mois de septembre 2015, on nous avait promis son effectivité au plus tard en fin octobre 2015, à ce jour il ne l'est pas encore.
- ❖ Enfin l'autorité est invitée à règlementer les promotions des opérateurs sur les offres pré payées.

CONCLUSION

Le constat après l'analyse du marché est qu'il y a absence de concurrence entre les trois opérateurs. Le marché est structuré autour d'un oligopole formé des trois opérateurs de réseaux qui verrouillent la concurrence. Enfin, le prix des terminaisons d'appels, qui correspondent au coût d'interconnexion de deux réseaux distincts, est toujours élevé malgré les baisses de 2014, ce qui empêche la baisse des prix de détail, le développement d'offres illimitées valables tous réseaux, et favorise les offres à effet de clubs (l'obligation d'appeler des correspondants d'un même réseau) très contraignantes pour le consommateur.

Pour instaurer la concurrence dans le marché de la téléphonie mobile, ASUTIC estime qu'il est nécessaire que le régulateur prenne les mesures nécessaires afin que les objectifs suivants soient atteints :

- ❖ le partage des infrastructures,
- ❖ des tarifs d'interconnexion aussi bas que les coûts de production,
- ❖ une asymétrie dans les tarifs d'interconnexion,
- ❖ l'entrée d'un 4eme opérateur,
- ❖ le dégroupage de la boucle locale,
- ❖ l'amélioration du service de la portabilité,
- ❖ Des offres claires et compréhensibles mais aussi transparence dans la tarification,
- ❖ Des offres post payées plus favorables aux consommateurs,
- ❖ Une prise en charge écrite des réclamations des consommateurs par les opérateurs.

Ces mesures sont urgentes et incontournables si l'on veut donner à ce marché la dynamique concurrentielle qu'elle n'a jamais eu, au profit du consommateur.

L'objectif prioritaire d'**ASUTIC** est de collaborer avec les autorités, les opérateurs, les associations de consommateurs afin que les opérateurs développent des offres innovantes et de qualité à un coût abordable au bénéfice du consommateur grâce à une concurrence effective et loyale.

Ainsi **ASUTIC** estime que résoudre totalement ou au moins partiellement les problèmes concurrentiels identifiés devrait être parmi les objectifs majeurs de la régulation de l'**ARTP** pour l'année 2016.

Les résultats attendus sont :

- ❖ baisses significatives des tarifs de détail ;
- ❖ baisse des tarifs d'internet (Mobile, ADSL) ;
- ❖ intensification de la concurrence ;
- ❖ augmentation de l'usage ;
- ❖ disparition des offres on-net, et le développement des offres illimitées valables tous réseaux sans contrainte, quelle que soit l'origine ;
- ❖ amélioration du volume du trafic externe (Off net) des opérateurs ;
- ❖ plus de transparence dans les offres des opérateurs ;
- ❖ meilleur traitement des plaintes et réclamations des utilisateurs par la mise en place d'une procédure écrite.

La baisse importante des tarifs de terminaison d'appel vocal mobile et SMS amorcée depuis 2014, plus le travail remarquable effectué sur le processus d'attribution de la licence 4G prouvent que l'ARTP place désormais le pouvoir d'achat et l'intérêt des consommateurs au cœur de ses préoccupations.

ASUTIC salue cette nouvelle démarche et demande à l'autorité de rester sur cette voie et de ne pas se laisser dérouter par le lobby des opérateurs.

Le Président

Ndiaga GUEYE

Courriel : infos@asutic.org

Tél. : 77 307 18 18 / 70 785 85 85 / 70 650 63 63