

Télécoms: Le prépayé assure l'essentiel

• **Internet reste le segment le plus dynamique**

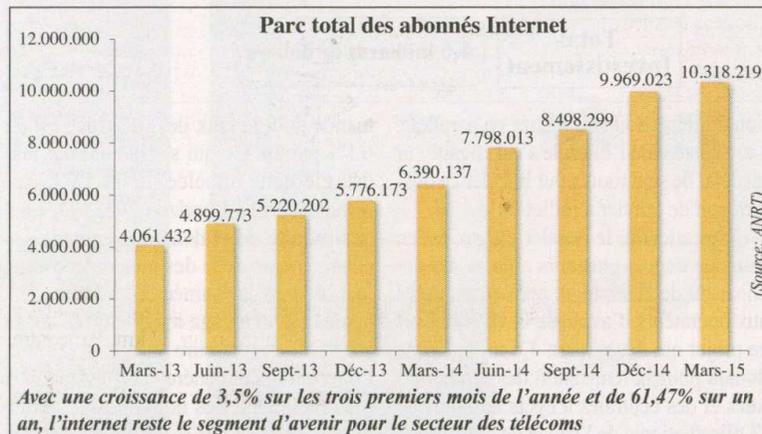
• **Le prépayé domine encore avec 94,59% de parts**

LE marché des télécoms a enregistré des évolutions tous azimuts sur le premier trimestre 2015, notamment au niveau de l'usage, du prix ou encore de l'accès. En effet, les prix des communications mobiles mesurés par le revenu moyen par minute (ARPM), qui est obtenu en divisant le chiffre d'affaires hors taxe des communi-

mensuel par client mobile. En témoigne, l'augmentation de l'usage moyen de 3% enregistrée entre fin mars 2014 et 2015 qui est passé de 88 à 91 min/client/mois. Au niveau du postpayé, la croissance est de 17%, alors que le mobile prépayé a connu pour sa part une contraction de 3% sur la même période. Parallèlement, le trafic sortant a aussi augmenté de 4,2%, atteignant 11,86 milliards de minutes au cours du 1er trimestre 2015. Le nombre de SMS échangés durant les trois premiers mois de l'année s'élève à 4,55 milliards d'unités en progression de 27,1% sur un an. Les baisses de prix couvrent aussi l'internet qui a vu sa facture moyenne mensuelle passer de 32 à 22 DH HT/mois/client entre mars 2014 et

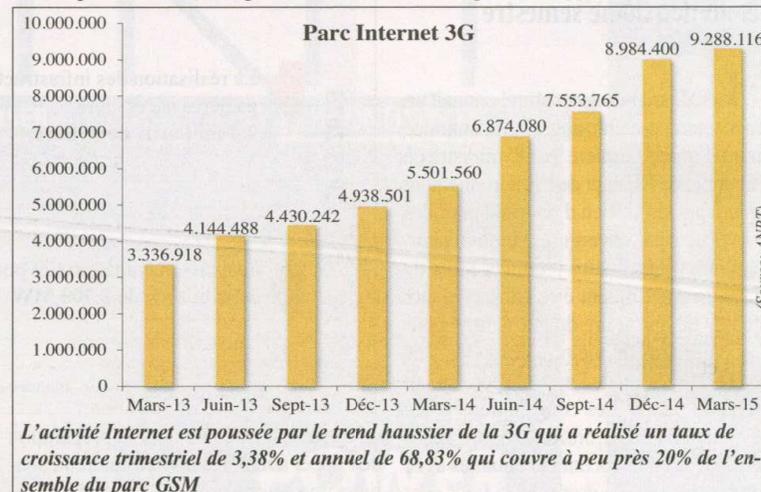
internet a atteint à fin mars 2015 10,3 millions d'abonnés réalisant un taux de croissance trimestriel de 3,50% et annuel de 61,47%. Fort de ce trend, la pénétration de l'internet a atteint 30,48% portée essentiellement par les différents segments de la 3G.

ayant un débit minimum de 4 Mbits/s représentent 99,85% des abonnements à fin mars 2015. En termes de parts de marché l'opérateur historique trustee 99,95% des abonnements. Au niveau des abonnés mobiles, le parc atteint 43,3 millions à fin mars



cations voix sortantes/trafic sortant en minutes, ont enregistré une baisse annuelle de 9%. A fin mars 2015, l'ARPM mobile a atteint 0,31 DH HT/min contre 0,34 DH HT/min à fin mars 2014. Sur cette même période, la plus forte baisse a été constatée au niveau du mobile postpayé, dont l'ARPM est passé de 0,41 à 0,32 DH HT/min, soit une contraction de 22%. Le prépayé pour sa part n'a reculé que de 3%. Des baisses de prix qui semblent avoir eu un effet positif sur l'usage moyen sortant

2015, soit un recul de 31%. Sur le segment de l'internet 3G, cette facture est descendue de 22 à 15 DH HT/mois/client lors de la même période, équivalent à une baisse de 32%. Scénario contraire pour l'ADSL qui a vu sa facture augmenter de 90 à 93 DH HT/mois/client enregistrant une hausse de 3%. Du côté du parc des abonnés, la tendance est aussi à la hausse. IAM détient ainsi 58,27% de parts de marché du parc Internet, Médiatecom vient après avec 24,1%, suivi de Wana Corporate avec 17,36%. Le parc



La 3G traditionnelle (90% du parc Internet global) a enregistré un taux de croissance trimestriel de 3,38% et annuel de 68,83%. En termes de parts de marché IAM détient 53,65% du parc 3G suivi de Médiatecom avec 26,77% et de Wana Corporate avec 19,58%.

Les abonnements 3G combinant «voix+data» s'élèvent pour leur part à un peu plus de 8 millions (87,02% du parc), pour un taux de croissance trimestriel de 5,60% et annuel de 106,85%. Pour ce qui est de la 3G «data only», les abonnements se chiffrent à 1,2 million (12,98% du parc Internet 3G) et connaissent une baisse de 9,38% par rapport à fin 2014 et de 24,38% sur une année. La hausse du parc concerne aussi l'ADSL qui a enregistré une croissance trimestrielle de 4,63% au cours du premier trimestre de l'année 2015 et de 15,96% sur une année. Les accès ADSL

2015. Sur les 3 premiers mois de l'année le segment accuse une baisse de 1,65% et une stagnation par rapport à mars 2014 (0,02%). A fin mars le taux de pénétration de la téléphonie mobile a atteint 128,18% à fin mars 2015. La baisse des abonnés mobile touche l'ensemble des opérateurs, IAM (-0,36%), Médiatecom (-0,51%) ou encore Wana Corporate qui a enregistré un tassement de 4,83%. En termes de PDM, l'opérateur historique détient 41,87% du parc, suivi de Médiatecom 31,17% et de Wana Corporate avec 26,96%. En ce qui concerne la répartition des clients de la téléphonie mobile, le prépayé domine avec 94,59% contre seulement 5,41% pour le postpayé. □

A. At

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com