

ANALYSE

Télécoms: Le postpayé monte en régime

• Le segment gagne du terrain: **+3,7%**

• Le parc des abonnés mobiles passe à 44 millions

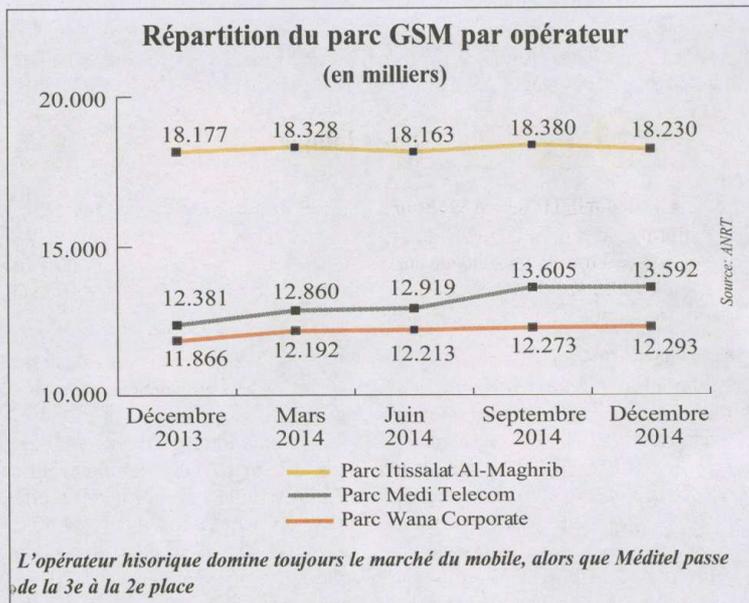
• La guerre des prix fait baisser les coûts/minute de 22% en 2014

Il y a du changement dans les ondes. «Le mode prépayé continue de dominer le marché du mobile avec 94,7% du parc à fin 2014, contre 94,98% à fin 2013», précise-t-on du côté du régulateur. Bien que le prépayé représente toujours le gros du parc, enregistrant même un taux de croissance de 9%, le postpayé n'est pas en reste avec une hausse de 3,7% entre 2013 et 2014. Cette variation s'explique par les efforts fournis en termes de prix et de marketing sur ce segment par les opérateurs. Au niveau du trafic voix sortant, il a atteint

48,26 milliards de minutes, ce qui représente une croissance de 20,43% par rapport à 2013. Une hausse impulsée par la recrudescence des offres sur la voix, tous opérateurs inclus, au niveau du prépayé et de la baisse des prix des forfaits prépayés. La

plus de pénétration sur la même période, passant de 129,13% à 132,96%. La structuration du segment reste inchangée. Selon le rapport annuel (2014) de l'Agence nationale de régulation des télécoms (ANRT), Maroc Telecom (IAM) détient 41,32% du business du mobile, suivi de Médiatelecom avec 30,81% et de Wana Corporate avec 27,87%. Du côté de la répartition entre les abonnements prépayés et postpayés, les deux segments ont enregistré des hausses respectives.

Le marché de l'internet, pour sa part, se rapproche de la barre des 10 millions d'abonnés en 2014, soit une croissance de 72,5%. «Une amélioration qui a eu des répercussions positives sur le taux de pénétration de l'internet au sein de la population, qui a atteint 30% à fin 2014», explique-t-on du côté du régulateur. La 3G domine toujours le marché avec 90,1% du parc global en 2014, contre 85,5% en 2013. Le parc d'abonnés 3G est passé de 5 à près de 9 millions, soit une croissance de 81,93%. Les usagers du service internet 3G «Data only» s'élèvent à 1,3 million et les abonnements combinant «Voix+Data» atteignent 7,6 millions de clients. L'accès à l'internet ADSL a enregistré, quant à lui, une croissance de 17,58% en 2014. Le parc d'abonnés s'élève à un peu plus de 982.000 clients au terme de cette même période, les lignes ADSL ayant un débit de 4 Mbits/s et plus représentent un peu plus de 99% du parc. En termes de prix, la facture moyenne mensuelle par client internet est



croissance touche aussi le trafic SMS qui a noté une hausse de l'ordre de 74,2% par rapport à 2013 avec près de 19,7 milliards d'unités. Cette amélioration, tous segments confondus, a entraîné l'appréciation de «l'usage moyen mensuel sortant par client mobile», qui est passé de 83 à 92 minutes/client/mois, soit une hausse de 11%. Concernant le prépayé, l'usage moyen a augmenté de 18% passant de 60 à 71 mi-



Malgré l'appréciation du postpayé en 2014, le prépayé domine toujours le marché du mobile

minutes/client/mois. Le postpayé, quant à lui, a noté une légère baisse de 1% passant de 488 à 485 minutes/client/mois. L'exercice 2014 a été marqué par une baisse de 22% du prix moyen par minute, passant de 0,41 DH HT/min en 2013 à 0,32 DH HT/min.

Par ailleurs, avec un peu plus de 44 millions d'abonnés en 2014, le parc de la téléphonie mobile continue à croître année après année et à porter le marché télécom. Entre 2013 et 2014, le parc d'abonnés mobile a enregistré une hausse de 4%, ce qui fait gagner au segment près de 4 points de

passée de 36 DH HT/mois/client en 2013 à 23 DH HT/mois/client en 2014, soit une baisse de 36%. Pour l'internet 3G, la facture est passée de 21 à 18 DH HT/mois/client, soit une baisse de 14%. La facture ADSL est quant à elle passée de 98 à 93 DH HT/mois/client, ce qui représente un recul de 5%. □

Amine ATER

Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com