

Le parc de la téléphonie mobile a baissé de 2% en 2015



Le mode prépayé domine toujours le marché avec 93,81% du parc d'abonnés à fin 2015.

Le parc de la téléphonie mobile a légèrement baissé en 2015. Il a atteint 43,08 millions d'abonnements, en recul d'un peu plus de 2%. Ainsi, le taux de pénétration de la téléphonie mobile s'affiche en baisse, mais reste tout de même fort se situant à 127,27% à fin 2015 au lieu de 132,96% l'année précédente.

Le parc de la téléphonie mobile a affiché une légère baisse en 2015. Il a atteint 43,08 millions d'abonnements à fin de l'exercice précédent, contre 44,11 millions à fin 2014. Soit une baisse d'un peu plus de 2%. C'est ce qui ressort du rapport annuel 2015 de l'Agence nationale de réglementation des télécommunications (ANRT). Résultat : le taux de pénétration de la téléphonie mobile s'affiche en recul, mais reste tout de même fort se situant à 127,27% à fin 2015 au lieu de 132,96% l'année précédente. L'opérateur historique, Itissalat Al Maghrib, détient 42,48% du parc mobile suivi de Medi Télécom (31,89%) et de Wana Corporate (25,63%).

Globalement, indique l'ANRT, la répartition entre abonnements mobiles prépayés et post-payés n'a pas connu de changement significatif l'année dernière. L'Agence affirme par ailleurs que le mode prépayé domine toujours le marché avec 93,81% du parc d'abonnés à fin 2015 cédant, néanmoins, presque un point de pourcentage par rapport aux 94,73% de 2014. «Cela s'explique notamment par le fait que le nombre d'abonnés post-payés s'est renforcé, enregistrant une croissance annuelle d'environ 15% contre une baisse de près de 3% observée sur le parc mobile prépayé», expliquent

les experts du régulateurs télécoms. Le trafic voix sortant de la téléphonie mobile a atteint, lui, 52,87 milliards de minutes en 2015 en augmentation d'environ 10% par rapport à 2014. En revanche, le trafic SMS sortant du mobile a baissé d'environ 16% pour atteindre près de 16,6 milliards d'unités en 2015. Entre fin 2014 et fin 2015, l'usage moyen mensuel sortant par client mobile s'est apprécié de 10% à 101 minutes. Cette progression résulte de l'usage moyen enregistré sur le post-payé qui a augmenté de 22% à 591 minutes par mois et par client. Quant à l'usage moyen prépayé, il s'est légèrement amélioré de 1% à 72 minutes par mois et par client.

En outre, l'année 2015 a été marquée par une chute de 16% du prix mesuré par le revenu moyen par minute mobile (ARPM, Average Revenue Per Minute). En effet, l'ARPM mobile a atteint 0,27 DH HT/minute à fin 2015 au lieu de 0,32 DH à fin 2014. Côté Internet, ce marché confirme sa tendance haussière en réalisant un taux de croissance annuelle de plus de 45%.

Cette bonne performance s'est répercutée positivement sur le taux de pénétration de l'Internet qui a atteint 42,75% de la population à fin 2015. Selon l'ANRT, les abonnés à l'Internet mobile dominent toujours le marché avec plus de 92% du parc global contre près de 90% une année auparavant. En nombre, le parc d'abonnés s'élève à environ 13,34 millions en 2015 en hausse de 48,5% par rapport aux 9 millions d'abonnés enregistrés à fin 2014, confirmant l'évolution de ce mode d'accès au Maroc. ■

Sald Naoumi

Le marché de l'Internet confirme sa tendance haussière en réalisant un taux de croissance annuelle de plus de 45%.