



OBSERVATOIRE DU MARCHÉ DES TELECOMMUNICATIONS

TABLEAU DE BORD DU MARCHÉ DE LA TELEPHONIE MOBILE

Deuxième et Troisième trimestres 2014

Données trimestrielles susceptibles d'être ajustées au cours des prochaines publications

SOMMAIRE

SYNTHESE DES PRINCIPAUX RESULTATS	3
1. LES INDICATEURS DE DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE	4
1.1. Evolution trimestrielle du parc d'abonnés.....	4
1.2. Evolution trimestrielle du volume de trafic	5
1.2.1. Evolution trimestrielle du volume du trafic « départs » en minutes	6
1.2.2. Répartition en pourcentage du volume de trafic « départ » par trimestre.....	6
1.3. Evolution trimestrielle du volume du trafic SMS	8
1.3.1. Evolution du volume émis.....	8
1.3.2. Volume de SMS émis en pourcentage	9
2. LES INDICATEURS D'USAGE ET DE STRUCTURE DU MARCHE DE LA TELEPHONIE MOBILE	10
2.1. LES INDICATEURS DE CONSOMMATION	10
2.2. Les indicateur de structure du marché de la téléphonie mobile.....	11
2.2.1 Evolution de la part de marché.....	11
2.2.2 Evolution du taux de pénétration de la téléphonie mobile.....	12
ANNEXE DE DEFINITIONS :	13

SYNTHESE DES PRINCIPAUX RESULTATS

Le segment de la téléphonie mobile a poursuivi son évolution au deuxième et troisième trimestre 2014.

A cet effet, le nombre d'abonnés actifs a progressé en rythme trimestriel de 7,62% (+1167265 abonnés) au deuxième trimestre 2014 et de 8,12% (+1339038 abonnés) au troisième trimestre de cette même année pour s'établir respectivement à 16473478 et 17812516 abonnés sur ces deux trimestres représentant un taux de pénétration respectivement de 78,6% et 84,99% entre ces deux périodes.

Le trafic des communications a lui aussi enregistré une hausse sur ces deux trimestres. Ainsi, après avoir baissé au cours des trimestres précédents, le volume des communications vocales entre abonnés mobiles a progressé de 13,03% (+301969039 minutes) au second trimestre de l'année 2014. Cette hausse a été confirmée au 3^{ème} trimestre, le trafic voix enregistrant une croissance de l'ordre de 5,92% (+155052717 minutes). Concernant le nombre de SMS émis par les abonnés mobiles, celui-ci s'est encore accru en rythme trimestriel enregistrant une croissance de 19,46% (+91198439 SMS) au deuxième trimestre 2014 et un pic de l'ordre de 139,8% (+782761744 SMS) au 3^{ème} trimestre 2014.

La progression de ces indicateurs a permis aux abonnés mobiles d'améliorer leur niveau de consommation de trafic. Le panier d'usage mensuel par abonné a ainsi enregistré 01 SMS et 2 minutes supplémentaires au second trimestre 2014 en comparaison à son niveau du 1^{er} trimestre de la même année. Ce panier a encore évolué au 3^{ème} trimestre 2014 gagnant 1 minute et 14 SMS supplémentaires par rapport à son niveau du 2^{ème} trimestre 2014.

Cette activité se traduit globalement par une amélioration de la part de marché de l'opérateur Orange par rapport à celle de l'opérateur MTN.

Les analyses en rythme annuel se rapportent aux comparaisons entre les niveaux des chiffres au cours du même trimestre d'une année à l'autre.

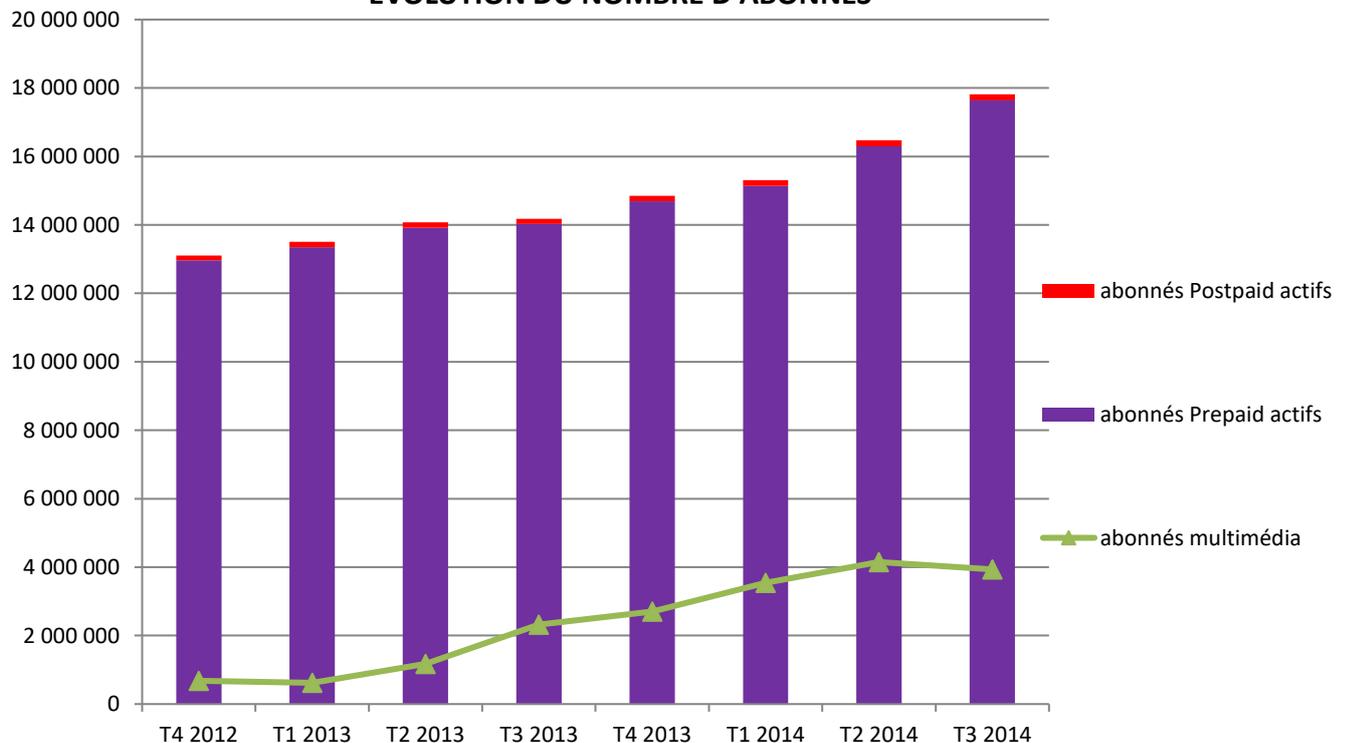
1. LES INDICATEURS DE DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE

Les indicateurs de développement du segment de marché de la téléphonie mobile permettent de suivre l'évolution générale des activités des opérateurs mobiles. Il s'agit du parc d'abonnés, du trafic voix et SMS issu des communications des abonnés.

1.1. Evolution trimestrielle du parc d'abonnés

Nombre d'abonnés	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014	T2 2014	T3 2014
abonnés Prepaid actifs (1)	13920097	14024416	14688139	15141251	16299859	17637905
<i>Croissance trimestrielle(%)</i>	▲ 4,31	▲ 0,75	▲ 4,73	▲ 3,08	▲ 7,65	▲ 8,20
<i>Croissance annuelle (%)</i>			▲ 13,27	▲ 13,46	▲ 17,09	▲ 25,76
abonnés Postpaid actifs (2)	158647	157286	159172	164962	173619	174611
<i>Croissance trimestrielle(%)</i>	▼ -2,7	▼ -0,86	▲ +1,20	▲ +3,64	▲ 5,24	▲ 0,57
<i>Croissance annuelle (%)</i>			▲ +12,86	▲ +1,12	▲ 9,43	▲ 11,01
Nombre total d'abonnés actifs (1+2)	14 078 744	14181702	14847311	15 306 213	16473478	17812516
<i>Croissance trimestrielle (%)</i>	▲ +4,2	▲ +0,73	▲ +4,69	▲ +3,09	▲ 7,62	▲ 8,12
<i>Croissance annuelle(%)</i>			▲ +13,22	▲ +13,21	▲ 17,01	▲ 25,60
Nombre d'abonnés multimédia (2G+) (3)	1 174 189	2 318 165	2 706 251	3 547 761	4150155	3 933 021
<i>Croissance trimestrielle(%)</i>			▲ +16,74	▲ +31,1	▲ 16,98	▼ -5,23
<i>croissance annuelle</i>					▲ 253,44	▲ 69,66
Abonnés multimédia en pourcentage du parc d'abonnés total (3)/(1+2)	8,34	16,35	18,22	23,18	25,19	22,08

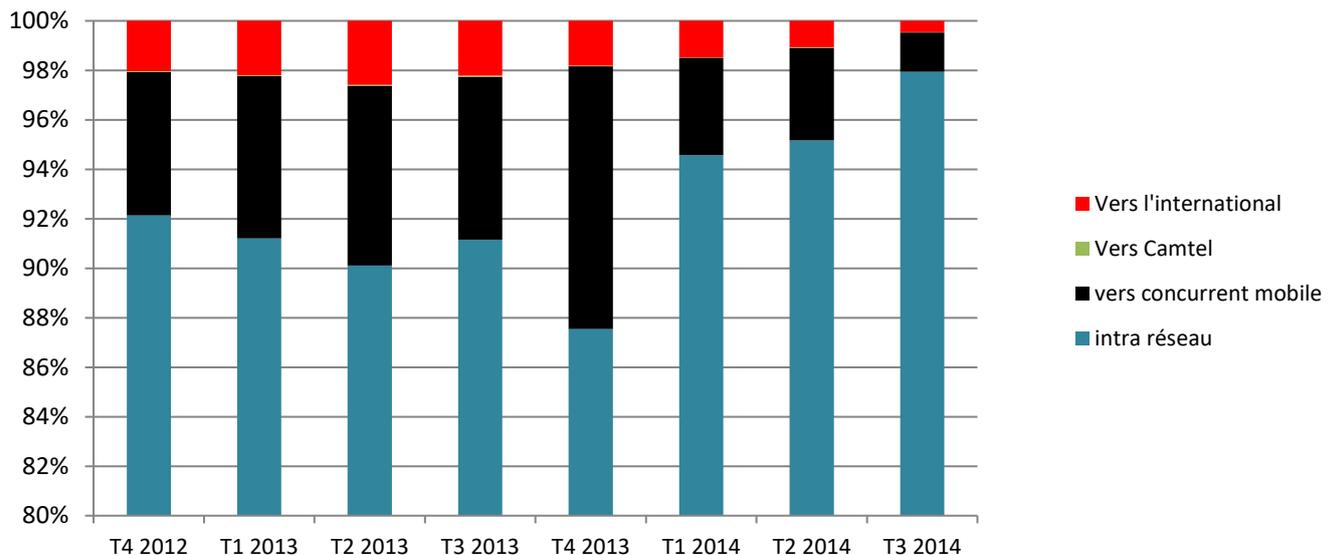
EVOLUTION DU NOMBRE D'ABONNES



1.3.2. Volume de SMS émis en pourcentage

SMS	T3 2013	T4 2014	T1 2014	T2 2014	T3 2014
intra réseau	91,16	87,54	94,58	95,16	97,95
vers concurrents mobile	6,58	10,62	3,93	3,75	1,59
Vers Camtel	0,04	0,03	0,02	0,02	0,01
Vers l'international	2,21	1,81	1,47	1,06	0,45
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Répartition du trafic SMS en pourcentage



Le volume de SMS émis a poursuivi sa hausse au cours du 2^{ème} trimestre 2014 enregistrant une croissance de 19,45% (+91198439 SMS entre le 1^{er} et le 2^{ème} trimestre). Cette croissance a été plus relevée au 3^{ème} trimestre 2014 se portant à 139,8% (+782761744 SMS entre le 2^{ème} et le 3^{ème} trimestre). Cette évolution est la conséquence de la politique commerciale des opérateurs MTN et Orange, dont les innovations ont conduit au développement de nouvelles offres encourageant la consommation de trafic.

A cet effet, la croissance du trafic SMS connaît une accélération en rythme annuel au second (+138,9%) et 3^{ème} (+416,28%) trimestres 2014. Comme dans le cas du trafic voix, le trafic SMS est essentiellement influencé par sa composante intra réseau, qui reste prédominante dans la répartition du volume globale (95,16% et 97,95% du volume entre les deux trimestres) et enregistre respectivement 20,2% (+89542299 SMS) et 146,82% (+782314428 SMS) de croissance aux 2^{ème} et 3^{ème} trimestres 2014.

A la différence du trafic voix, le volume du trafic SMS à destination du réseau mobile concurrent enregistre une croissance de 14,12% (2599985) au 2^{ème} trimestre 2014 et de 1,35% (283709) au troisième 2014.

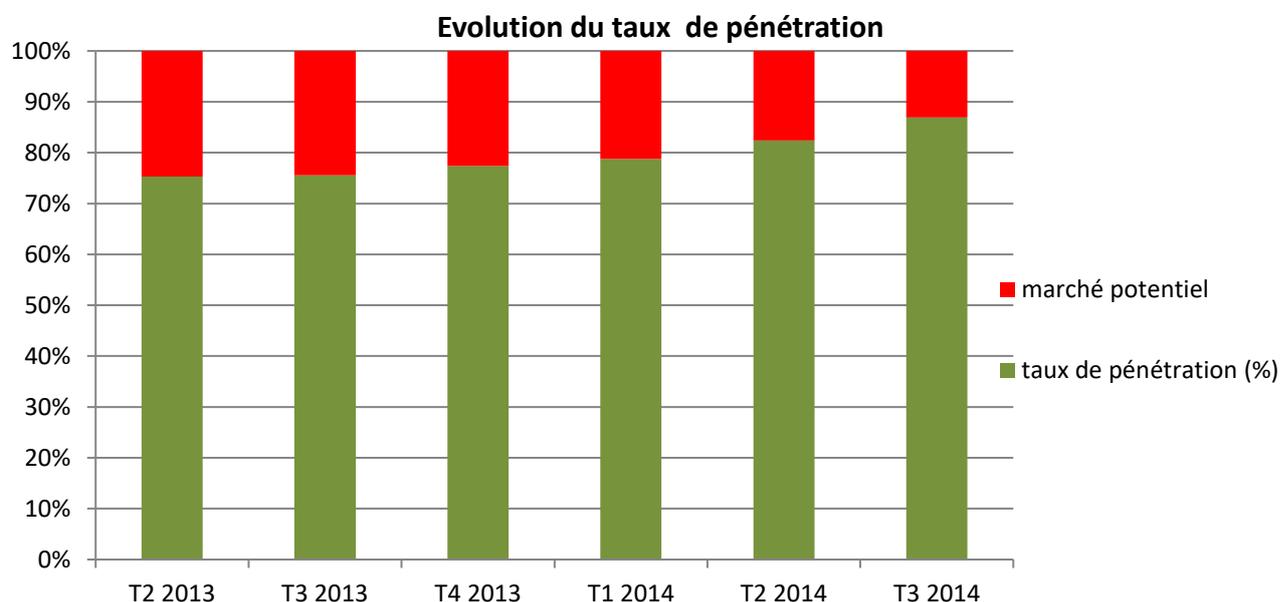
Sur les cinq derniers trimestres qui vont du 3^{ème} trimestre 2013 au 3^{ème} trimestre 2014, la part de marché de l'opérateur Orange a connu une progression quasi constante, enregistrant une légère baisse au second trimestre de l'année 2014 avec 0,5% en moins par rapport au 1^{er} trimestre de la même année.

Plus précisément, l'on a relevé dès le mois de janvier 2014, le lancement de l'offre « plenty » qui permettait à l'offre de base d'Orange de s'aligner sur les tarifs de l'offre de base « Best » de MTN. En outre, les forfaits de l'opérateur Orange lancés par la suite et rattachés à l'offre « plenty » ont renforcé la baisse des tarifs de communication sur le réseau d'Orange relativement à celle constatée pendant cette période sur le réseau de l'opérateur MTN. Malgré les variations observées, cette stratégie a globalement assuré à l'opérateur Orange de faire progresser son influence sur le marché. Sa part de marché a ainsi gagné 18 points sur un an entre le 3^{ème} trimestre 2013 et le 3^{ème} trimestre 2014.

2.2.2 Evolution du taux de pénétration de la téléphonie mobile

	T2 2013	T3 2013	T4 2013	T1 2014	T2 2014	T3 2014
Parc abonnés actifs mobile	14078744	14 181 702	14 841 311	15 306 213	16 473 478	17 812 516
Population estimée	20959473	20 959 473	20 959 473	20 959 473	20 959 473	20 959 473
taux de pénétration (%)	67,17	67,66	70,81	73,03	78,60	84,99

NB : * Population estimée en 2013 avec un taux de croissance annuel de 2,6 selon l'INS



Avec un taux de croissance soutenu du nombre d'abonnés mobiles actifs au 2^{ème} trimestre estimé à 7,21% qui a été confirmé au 3^{ème} trimestre à 8,12%, le taux de pénétration des services mobile a gagné 5 points entre le 1^{er} et le 2^{ème} trimestre 2014 puis 6 points entre le 2^{ème} et le 3^{ème} trimestre 2014 se portant respectivement à 78,6% et à 84,99% de la population du Cameroun sur ces deux trimestres. Ainsi en rythme annuel, le taux de pénétration a progressé de plus de 11 points au second trimestre 2014 et de plus de 17 points au 3^{ème} trimestre de la même année.

