

# OBSERVATOIRE DU MARCHE DES COMMUNICATIONS ELECTRONIQUES



## TABLEAU DE BORD DU MARCHÉ DE LA TELEPHONIE MOBILE

*Quatrième trimestre 2014 et premier trimestre 2015*

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



## Sommaire

<b>SYNTHESE DES PRINCIPAUX RESULTATS.....</b>	<b>3</b>
<b>1. LES INDICATEURS DE DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE.....</b>	<b>4</b>
1.1. Evolution trimestrielle du parc d’abonnés .....	4
1.2. Evolution trimestrielle du parc d’abonnés internet.....	5
1.3. Evolution trimestrielle du volume de trafic .....	6
1.3.1. Evolution trimestrielle du volume du trafic voix .....	7
1.3.2. Evolution trimestrielle du volume du trafic SMS .....	9
<b>2. LES INDICATEURS D’USAGE ET DE STRUCTURE DU MARCHE DE LA TELEPHONIE MOBILE .....</b>	<b>11</b>
2.1. Les indicateurs de consommation .....	11
2.2. Evolution de la part de marché .....	12
2.3. Evolution du taux de pénétration de la téléphonie mobile .....	13
<b>ANNEXE DE DEFINITIONS : .....</b>	<b>14</b>



## LISTES DES TABLEAUX

Tableau 1: Evolution du parc d'abonnés actifs .....	5
Tableau 2: Evolution trimestrielle du parc d'abonnés internet par type de technologie .....	6
Tableau 3: Evolution du volume du trafic voix sortant .....	8
Tableau 4: Répartition en pourcentage du volume de trafic départ par trimestre .....	9
Tableau 5: Evolution du volume du trafic SMS émis .....	10
Tableau 6: Volume de SMS émis en pourcentage .....	11
Tableau 7: Evolution trimestrielle de la consommation des abonnés.....	12
Tableau 8: part de marché des operateurs .....	13
Tableau 9: Taux de pénétration de la téléphonie mobile .....	14

## LISTES DES GRAPHIQUES

GRAPHIQUE 1: Evolution du parc d'abonnés actif.....	5
GRAPHIQUE 2: Evolution du parc d'abonnés internet par type d'accès .....	7
GRAPHIQUE 3: Evolution du volume de trafic total .....	8
GRAPHIQUE 4: Répartition du trafic voix en pourcentage .....	9
GRAPHIQUE 5: Evolution du trafic SMS.....	10
GRAPHIQUE 6: Evolution du volume SMS émis en pourcentage .....	11
GRAPHIQUE 7: Evolution trimestrielle de la consommation des abonnés .....	13
GRAPHIQUE 8: part de marché des opérateurs au 4eme trimestre.....	14
GRAPHIQUE 9: Evolution du taux de penetration .....	15

## SYNTHESE DES PRINCIPAUX RESULTATS

Après avoir connu une régression de 3,6% au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014, le parc des abonnés actifs des opérateurs mobiles a enregistré une croissance de 6,73% au 1<sup>er</sup> trimestre 2015. Il s'établit à **17 806 961** abonnés au 31 mars 2015, soit un taux de pénétration de 82,81% de la population nationale. Le parc internet mobile composé des abonnés ayant eu accès à Internet grâce aux normes 2G+ (GPRS, EDGE) ou à la 3G, continu quant à lui de progresser rapidement avec des hausses de 27,39% au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014 et de 18,39% au 1<sup>er</sup> trimestre 2015. Il s'établit à **5 944 274** abonnés au 31 mars 2015, soit plus de 33% de l'ensemble des abonnés mobiles.

L'évolution du parc d'abonnés mobiles a eu des conséquences mitigées sur l'évolution des trafics voix et SMS. En effet, au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014 le trafic voix recule de 14,61% alors que le trafic SMS connaît un envol de 22,45%. Au 1<sup>er</sup> trimestre 2015, tous les trafics enregistrent des croissances de 12,86% puis de 20,36% respectivement pour la voix et le SMS.

Suivant la même tendance que les trafics voix et SMS, les usages moyens voix et SMS des abonnés connaissent des variations parallèles à l'évolution des trafics. Ainsi au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014, la consommation moyenne de la voix recule de 14 minutes alors que la consommation moyenne de SMS gagne 24 SMS par rapport à son niveau au 3<sup>ème</sup> trimestre 2014. Au 1<sup>er</sup> trimestre 2015, l'usage moyen de la voix progresse de 8 minutes et l'usage moyen du SMS progresse encore de 12 SMS supplémentaires.

Concernant l'évolution des parts de marché, celles des opérateurs MTN Cameroun et Viettel Cameroun progressent au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014 et 1<sup>er</sup> trimestre 2015 alors que celle de l'opérateur Orange Cameroun enregistre un recul au cours de ces trimestres.

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

Les indicateurs de développement du marché permettent de suivre les tendances globales de l'évolution du marché de la téléphonie mobile. Ils se rapportent principalement au parc d'abonnés, aux volumes des trafics voix et SMS. Les situations de l'évolution de ces indicateurs jusqu'au 1<sup>er</sup> trimestre 2015 sont présentées ci-après.

### 1.1. Evolution trimestrielle du parc d'abonnés

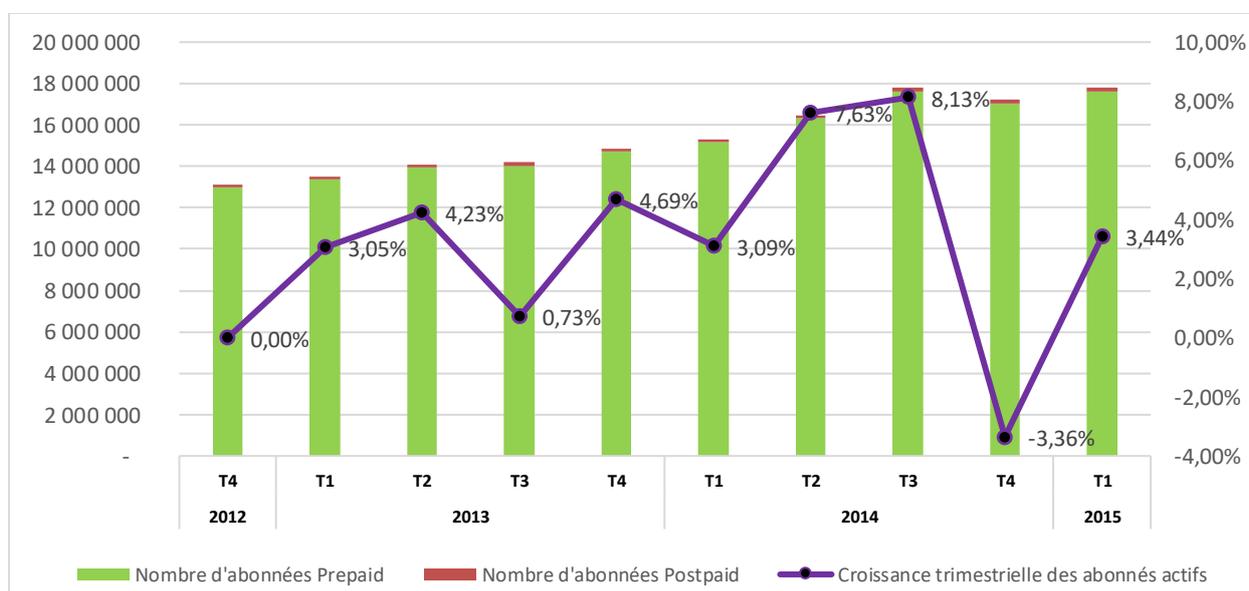
Les opérateurs mobiles offrent deux types d'abonnement à leur clientèle : les abonnements prépayés et les abonnements post payés.

Un abonné sera considéré comme actif lorsqu'il aura émis au cours des trois derniers mois un appel, un SMS ou lorsqu'il aura trafiqué sur internet. Le tableau ci-après présente la situation de l'évolution des parcs mobiles jusqu'au 1<sup>er</sup> trimestre 2015.

Tableau 1: Evolution du parc d'abonnés actifs

Nombre d'abonnés	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
<b>Abonnés Prepaid actifs</b>	15 141 251	16 299 859	17 637 905	17 038 728	17 620 382
Variation trimestrielle (%)	▲ 3,08	▲ 7,65	▲ 8,20	▼ -3,40	▲ 3,41
Variation annuelle (%)	▲ 13,46	▲ 17,09	▲ 25,76	▲ 12,39	▲ 16,37
<b>Abonnés Postpaid actifs</b>	164 962	173 619	174 611	176 067	186 579
Variation trimestrielle (%)	▲ 3,64	▲ 5,24	▲ 0,57	▲ 0,83	▲ 5,97
Variation annuelle (%)	▲ 1,12	▲ 9,43	▲ 11,01	▲ 10,61	▲ 13,10
<b>Nombre total d'abonnés actifs</b>	<b>15 306 213</b>	<b>16 473 478</b>	<b>17 812 516</b>	<b>17 214 795</b>	<b>17 806 961</b>
Variation trimestrielle (%)	▲ 3,09	▲ 7,62	▲ 8,12	▼ -3,36	▲ 3,44
Variation annuelle (%)	▲ 13,21	▲ 17,01	▲ 25,60	▲ 15,95	▲ 16,34

GRAPHIQUE 1: Evolution du parc d'abonnés actif



Le parc mobile a connu une forte régression de 3,36% de son nombre d'abonnés au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014 représentant une perte nette de 597 721 abonnés. Ce recul porté par les abonnés prépayés est la conséquence d'une modification des critères de comptabilisation des abonnés actifs chez certains opérateurs à l'effet de s'aligner davantage à la définition d'un abonné actif retenue par l'Agence. On note qu'au 1<sup>er</sup> trimestre 2015, l'évolution du nombre des abonnés mobiles renoue avec une croissance de l'ordre de 3,44% et s'établit à 17 806 961 abonnés.

En rythme annuel, l'évolution du parc d'abonnés conserve une croissance soutenue avec 15,95% et 16,34% respectivement au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014 et au 1<sup>er</sup> trimestre 2015.

Structurellement, le parc d'abonnés mobiles reste dominé par les abonnés du type prépayé qui représentent plus de 99% de la totalité des abonnés recensés au cours des trimestres considérés.

## 1.2. L'évolution du parc d'abonnés Internet

Le nombre d'abonnés internet des opérateurs mobiles par type d'accès est composé des abonnés WIMAX, GPRS/EDGE et 3G. Le parc Internet mobile est composé des abonnés ayant eu accès à Internet depuis leur mobile (multimédia) compatible aux normes 2G+ (GPRS/EDGE) ou 3G. Le parc Wimax est constitué des utilisateurs de modem (clés Internet) commercialisés par les opérateurs ou leurs filiales.

Le tableau ci-après dresse la situation du parc d'abonnés internet des opérateurs mobiles jusqu'au 1<sup>er</sup> trimestre 2015.

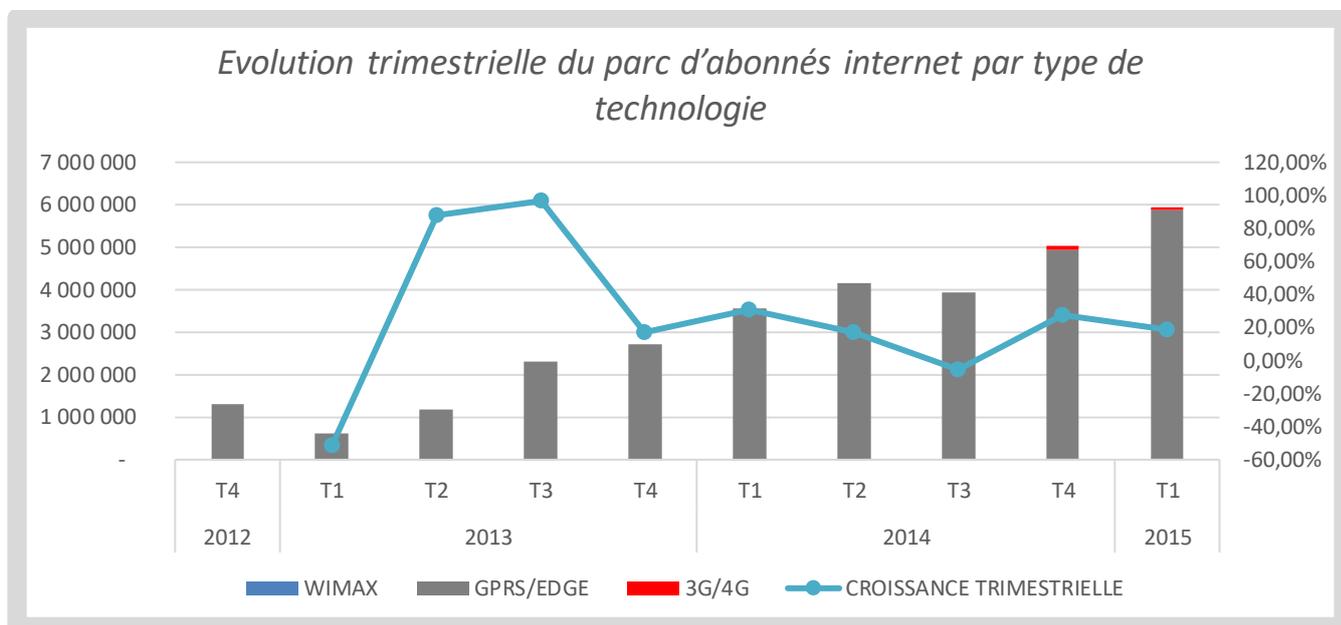
Tableau 2: Evolution trimestrielle du parc d'abonnés internet par type de technologie

	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
<b>WIMAX</b>	6 552	7 379	8 143	9 767	9 961
Variation trimestrielle(%)	▲ 3,31	▲ 11,21	▲ 9,38	▲ 19,94	▲ 1,99
<b>GPRS/EDGE</b>	3 547 761	4 150 155	3 933 021	4 932 183	5 860 367
Variation trimestrielle(%)	▲ 23,72	▲ 14,51	▼ -5,52	▲ 20,26	▲ 18,82
<b>3G</b>				78 877	73 946
Variation trimestrielle (%)				-	▼ -6,25
<b>TOTAL</b>	<b>3 554 313</b>	<b>4 157 534</b>	<b>3 941 164</b>	<b>5 020 827</b>	<b>5 944 274</b>
Variation trimestrielle (%)	▲ 31,03	▲ 16,97	▼ -5,20	▲ 27,39	▲ 18,39

\* Une carte SIM peut simultanément avoir fait l'objet d'un accès GPRS/EDGE, 3G.



GRAPHIQUE 2: Evolution du parc d'abonnés internet par type d'accès



A la différence du parc mobile, le parc des abonnés à Internet des opérateurs mobiles a connu des croissances soutenues au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014 et 1<sup>er</sup> trimestre 2015 respectivement de 27,39% et de 18,39%. On note que celui-ci reste principalement composé des utilisateurs des accès GPRS et EDGE.

En particulier, l'on observe que les abonnés à Internet utilisant la 3G ont connu un léger fléchissement de 6,25% au 1<sup>er</sup> trimestre 2015.

Globalement, au 1<sup>er</sup> trimestre 2015, plus de 33% des abonnés mobiles auront bénéficié d'un accès à internet via leur mobile.

### 1.3. Evolution trimestrielle du volume du trafic

Le suivi de l'évolution du trafic « départ » ou « sortant » des communications voix et SMS des abonnés tient lieu du fait que ce trafic est représentatif des ventes (nombre de SMS ; volume de minute) des services de communications électroniques de l'opérateur à ses abonnés. Ce trafic permet en outre, de mesurer les usages des abonnés et d'analyser leur comportement vis-à-vis de services de communications électroniques.



### 1.3.1. Evolution trimestrielle du volume du trafic en minutes

Tableau 3: Evolution du volume du trafic voix sortant

	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
<b>intra réseau</b>	<b>2 120 128 433</b>	<b>2 382 432 504</b>	<b>2 552 453 934</b>	<b>2 089 175 927</b>	<b>2 359 613 733</b>
Variation trimestrielle (%)	▼ 11,42	▲ 12,37	▲ 7,14	▼ 18,15%	▲ 12,94
Variation annuelle (%)	▲ 7,45	▲ 4,58	▲ 7,17	▼ 12,72	▲ 11,30
<b>vers concurrent mobile</b>	<b>140 960 349</b>	<b>172 061 018</b>	<b>156 891 791</b>	<b>215 273 185</b>	<b>252 269 010</b>
Variation trimestrielle(%)	▼ 3,22	▲ 22,06	▼ 8,82	▲ 37,21	▲ 17,19
Variation annuelle(%)	▼ 19,83	▲ 12,58	▼ 3,08	▲ 14,80	▲ 78,96
<b>Vers Camtel</b>	<b>5 695 374</b>	<b>6 182 751</b>	<b>5 939 680</b>	<b>5 232 678</b>	<b>4 933 018</b>
Variation trimestrielle(%)	▼ 6,04	▲ 8,56	▼ 3,93	▼ 11,90	▼ -5,73
Variation annuelle(%)	▼ 10,46	▼ 0,21	▼ 5,25	▼ 13,67	▼ -13,39
<b>Vers l'international</b>	<b>48 148 813</b>	<b>56 009 729</b>	<b>55 848 131</b>	<b>56 219 666</b>	<b>54 296 925</b>
Variation trimestrielle(%)	▲ 10,15	▲ 16,33	▼ 0,29	▲ 0,67	▼ -3,42
Variation annuelle (%)	▲ 26,76	▲ 39,13	▲ 31,24	▲ 28,61	▲ 12,77
<b>Roaming sortant</b>	<b>1 717 173</b>	<b>1 933 179</b>	<b>2 538 362</b>	<b>2 525 256</b>	<b>1 792 399</b>
Variation trimestrielle (%)	▲ 3,9	▲ 12,58	▲ 31,3	▼ 0,52	▼ -29,02
Variation annuelle (%)	▼ 4,072	▲ 138,96	▲ 47,4	▲ 52,79	▲ 4,38
<b>Total trafic départ</b>	<b>2 316 650 142</b>	<b>2 618 619 181</b>	<b>2 773 671 898</b>	<b>2 368 426 712</b>	<b>2 672 905 085</b>
Variation trimestrielle(%)	▼ 10,58	▲ 13,03	▲ 5,92	▼ 14,61	▲ 12,86
Variation annuelle (%)	▲ 5,54	▲ 5,67	▲ 6,92	▼ 8,58	▲ 15,38

GRAPHIQUE 3: Evolution du volume de trafic total

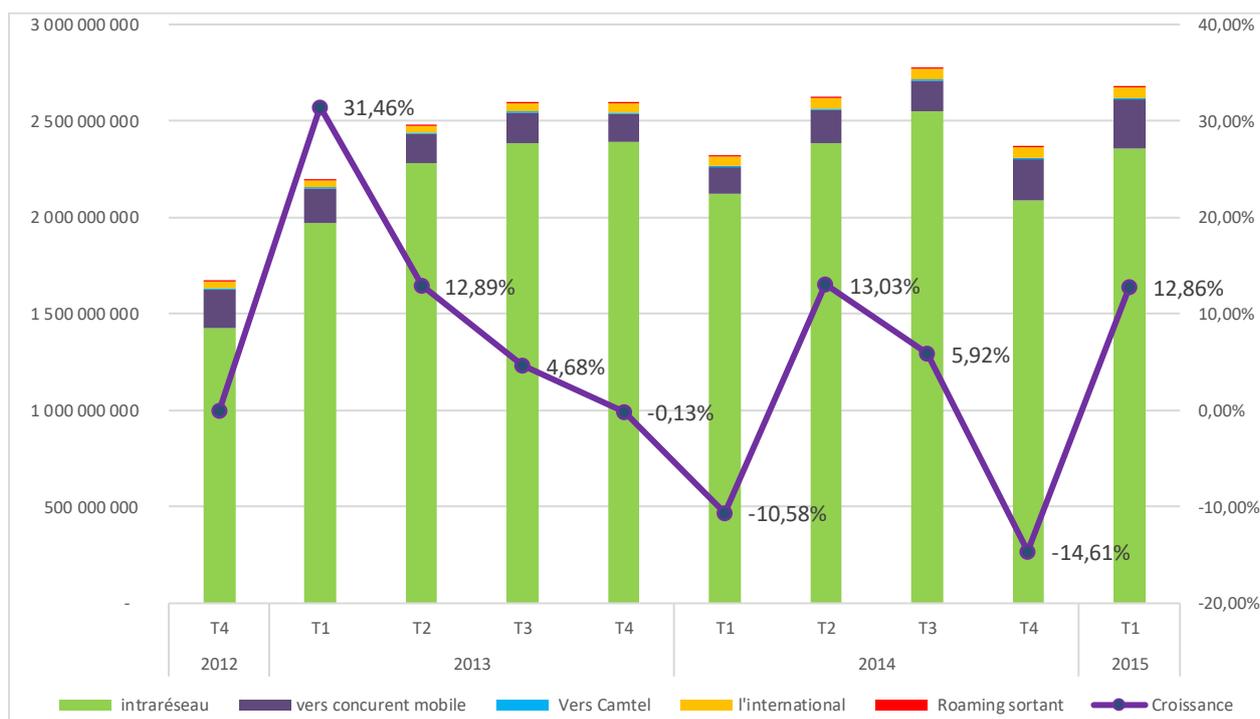
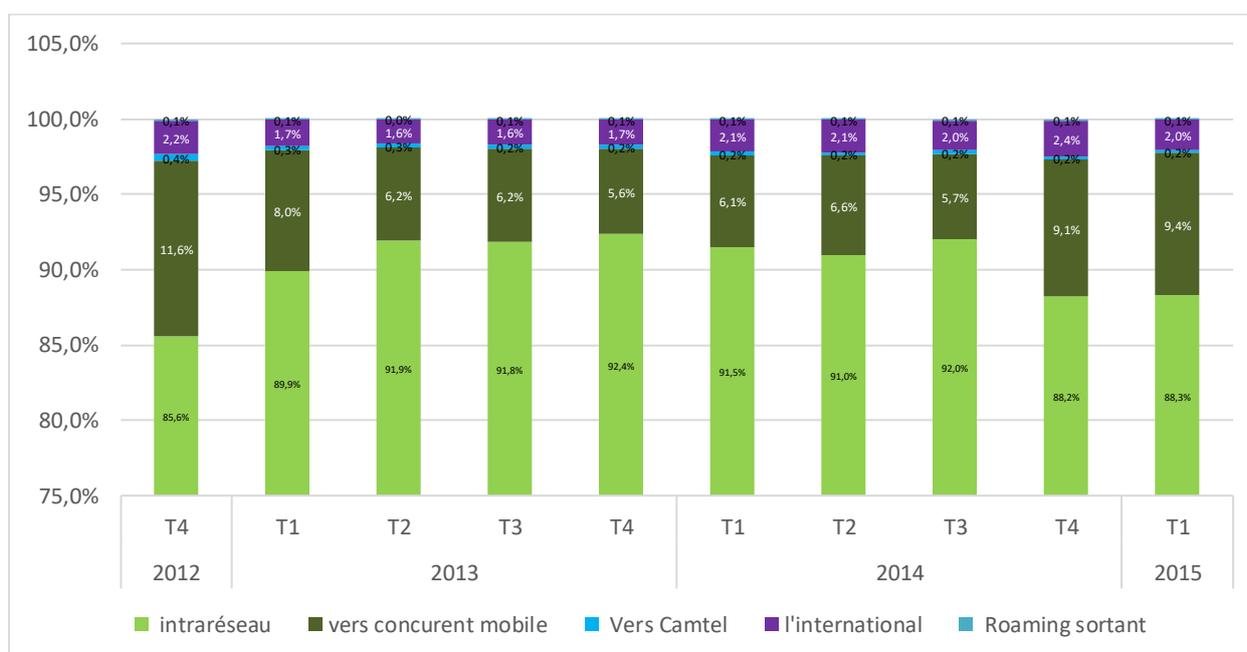


Tableau 4: Répartition en pourcentage du volume de trafic départ par trimestre

Trafic voix en pourcentage	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
<b>intra réseau (%)</b>	91,52	90,98	92,02	88,21	88,28
<b>vers concurrent mobile (%)</b>	6,08	6,57	5,66	9,09	9,44
<b>Vers Camtel (%)</b>	0,25	0,24	0,21	0,22	0,18
<b>Vers l'international(%)</b>	2,08	2,14	2,01	2,37	2,03
<b>Roaming sortant (%)</b>	0,07	0,07	0,09	0,11	0,07
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

GRAPHIQUE 4: Répartition du trafic voix en pourcentage



Le recul enregistré par le parc d'abonnés (-3,36%) au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014 a eu comme conséquence de faire baisser le trafic des communications vocales des opérateurs mobiles de l'ordre de 14,61% au cours de ce trimestre. Au 1<sup>er</sup> trimestre 2015, celui-ci a renoué avec une forte croissance de 12,86% plus que proportionnelle à celle enregistrée par le parc d'abonnés au cours de ce trimestre. Ce constat permet de relever qu'il existe un rapport de corrélation entre parc d'abonnés et trafic voix de sorte que, la variation du parc d'abonné entraîne une variation plus que proportionnelle du trafic voix.

Structurellement, le trafic des communications vocales reste essentiellement « on net » avec plus de 88% des appels au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014 et au 1<sup>er</sup> trimestre 2015. On note cependant qu'avec l'arrivée de VIETTEL sur le marché, la proportion du trafic national en direction du mobile concurrent évolue rapidement passant de 5,66% au 3<sup>ème</sup> trimestre 2014 à 9,44% au 1<sup>er</sup> trimestre 2015. En effet, le réseau de l'opérateur VIETTEL étant relativement moins

important que celui de ses concurrents directs, les habitudes de communications électroniques de ses abonnés sont à l'émission d'appels en priorité en direction de leurs correspondants présents sur les autres réseaux. Ce qui rend compte de l'intensification de l'activité concurrentielle sur le marché.

De ce fait, on observe que la proportion des communications vocale « on net » a significativement reculé dans la distribution des appels des abonnés mobiles passant de 92,02% au 3<sup>ème</sup> trimestre 2014 à 88,28% au 1<sup>er</sup> trimestre 2015.

## 1.2.2 Evolution trimestrielle du volume du trafic SMS

Tableau 5: Evolution du volume du trafic SMS émis

SMS	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
<b>intra réseau</b>	443 291 518	532 833 817	1 315 148 245	1 611 596 504	1 946 920 969
Variation trimestrielle(%)	▲ 64,68	▲ 20,2	▲ 146,82	▲ 22,54	▲ 20,81
Variation annuelle(%)	▲ 77,07	▲ 152,3	▲ 454,75	▲ 498,71	▲ 339,20
<b>vers concurrent mobile</b>	18 414 368	21 014 353	21 298 062	26 127 115	25 540 040
Variation trimestrielle(%)	▼ -43,61	▲ 14,12	▲ 1,35	▲ 22,67	▼ 2,25
Variation annuelle(%)	▲ 2,41	▲ 23,46	▲ 24,38	▼ -20	▲ 38,70
<b>Vers Camtel</b>	117 075	126 394	114 572	124 966	148 106
Variation trimestrielle(%)	▲ 13,07	▲ 7,96	▼ -9,35	▲ 9,07	▲ 18,52
Variation annuelle(%)	▼ -10,36	▲ 9,87	▲ 1,25	▲ 20,70	▲ 26,51
<b>Vers l'international</b>	6 884 693	5 931 529	6 106 958	6 301 490	6 257 952
Variation trimestrielle(%)	▲ 23,92	▼ -13,8	▲ 2,96	▲ 3,19	▼ 0,69
Variation annuelle	▲ 14,36	▼ -1,86	▲ 6,07	▲ 13,42	▼ 9,10
<b>Total</b>	<b>468 707 654</b>	<b>559 906 093</b>	<b>1 342 667 837</b>	<b>1 644 150 075</b>	<b>1 978 867 067</b>
Variation trimestrielle(%)	▲ 52,43	▲ 19,45	▲ 139,8	▲ 22,45	▲ 20,36
Variation annuelle(%)	▲ 70,76	▲ 138,9	▲ 416,28	▲ 434,69	▲ 322,20

GRAPHIQUE 5: Evolution du trafic SMS

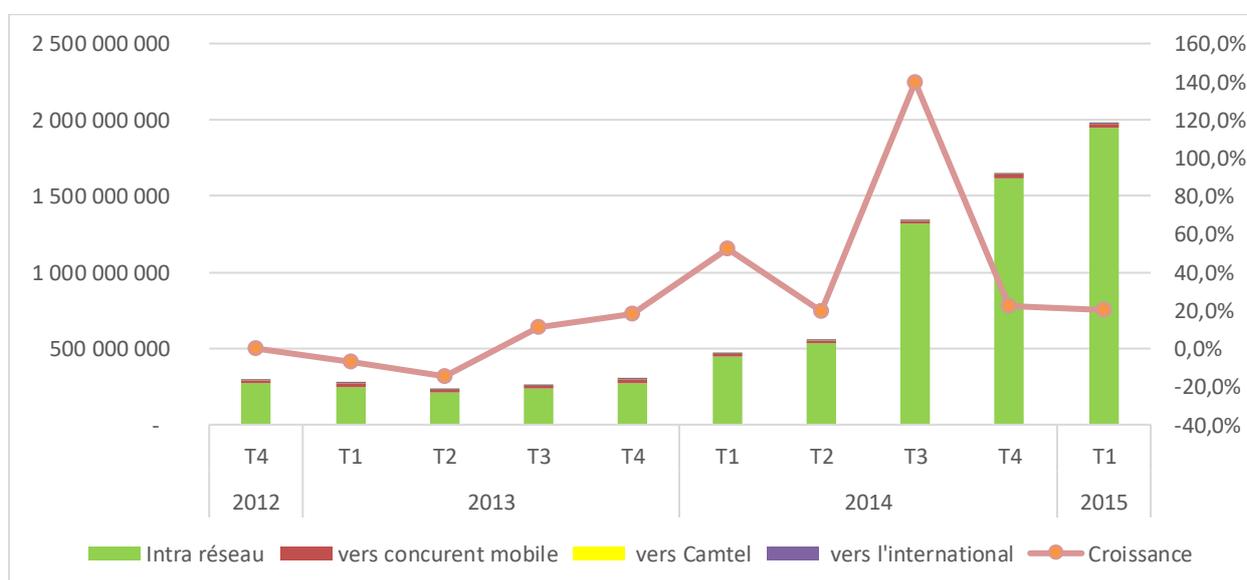
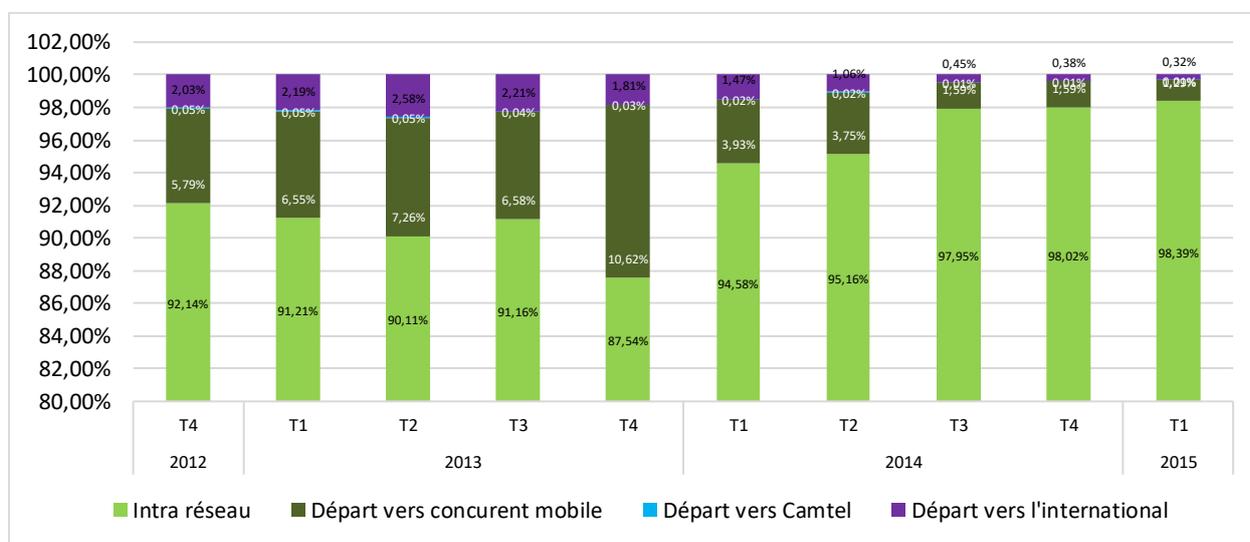


Tableau 6: Volume de SMS émis en pourcentage

SMS	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
intra réseau (%)	94,58	95,16	97,95	98,02	98,39
vers concurrents mobile (%)	3,93	3,75	1,59	1,59	1,29
Vers CAMTEL	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01
Vers l'international	1,47	1,06	0,45	0,38	0,32
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

GRAPHIQUE 6: Evolution du volume SMS émis en pourcentage



A la différence du trafic voix dont l'évolution trimestrielle s'est avérée significativement corrélée à l'évolution du parc d'abonnés, on observe que le trafic SMS a conservé une dynamique évolutive constante, enregistrant au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014 et 1<sup>er</sup> trimestre 2015 des croissances soutenues de l'ordre de 22,45% et de 20,36%, respectivement. Bien qu'en ralentissement en rythme trimestriel, on note que la croissance du trafic SMS explose en rythme annuel atteignant 434,39% au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014 et 322,2% au 1<sup>er</sup> trimestre 2015.

Structurellement, sous l'impulsion des très nombreuses offres d'abondance qui sont développées sur le marché en faveur du service SMS, le volume « on net » du trafic SMS poursuit sa progression dans la répartition globale du trafic SMS. Celle-ci est ainsi passée de 94,58% au 1<sup>er</sup> trimestre 2014 à 98,39% au 1<sup>er</sup> trimestre 2015 ce qui rend compte du niveau de promotions et de bonus relatifs à ce service.

## 2- LES INDICATEURS D'USAGE ET DE STRUCTURE DU MARCHÉ DE LA TELEPHONIE MOBILE

Les indicateurs d'usage permettent de rendre compte de l'évolution du comportement des abonnés mobiles vis-à-vis des services de communications électroniques offerts par les opérateurs. Les indicateurs de structures permettent de connaître l'état de la répartition des forces sur le marché.

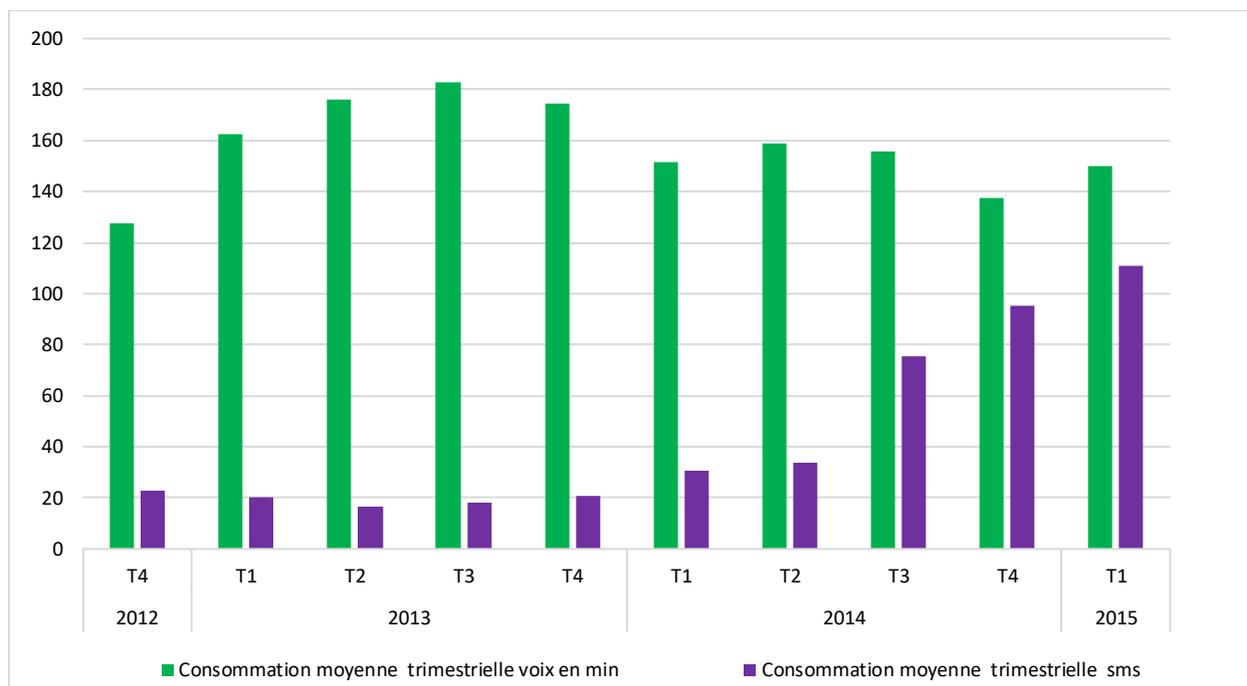
### 2.1 Les indicateurs de consommation

La consommation moyenne (SMS, voix) est le résultat du volume total du trafic (SMS ; voix) émis rapporté au nombre total d'abonnés actifs. Cet indicateur permet d'apprécier le niveau de consommation moyenne (SMS et Voix) individuel des abonnés au cours d'une période donnée. L'état de l'évolution de la consommation moyenne des abonnés mobiles est donné dans le tableau ci-après.

Tableau 7: Evolution trimestrielle de la consommation des abonnés

	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
Total trafic voix sortant	2 316 650 142	2 618 619 181	2 773 671 898	2 368 426 712	2 672 905 085
Total trafic sms sortant	468 707 654	559 906 093	1 342 667 837	1 644 150 075	1978867067
<b>Total des abonnés actifs</b>	<b>15 306 213</b>	<b>16 473 478</b>	<b>17 812 516</b>	<b>16 683 565</b>	<b>17 806 961</b>
Consommation moyenne trimestrielle voix en mn	151	159	156	142	150
Consommation moyenne trimestrielle sms	31	34	75	99	111
Consommation moyenne mensuelle voix en mn	50	53	52	47	50
Consommation moyenne mensuelle sms	10	11	25	33	37

GRAPHIQUE 7: Evolution trimestrielle de la consommation des abonnés



Les habitudes de consommation des services de communications électroniques voix et SMS des abonnés mobiles ont connu des évolutions différentes entre le 3<sup>ème</sup> trimestre 2014 et le 1<sup>er</sup> trimestre 2015.

Ainsi, après avoir régressé aux 3<sup>e</sup> (moins une minute par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre) et 4<sup>e</sup> trimestres (moins 5 minutes par rapport au 3<sup>ème</sup> trimestre) 2014, la consommation moyenne mensuelle par abonné du service de communication vocale a enregistré une hausse de 3 minutes par rapport à son niveau du 4<sup>ème</sup> trimestre 2014 au 1<sup>er</sup> trimestre 2015.

Concernant la consommation moyenne mensuelle du service SMS par abonné, elle connaît une progression continue depuis le 1<sup>er</sup> trimestre 2014. Au 1<sup>er</sup> trimestre 2015, elle enregistre une hausse de 4 SMS supplémentaires par rapport à son niveau atteint au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014.

## 2.2. Evolution de la part de marché

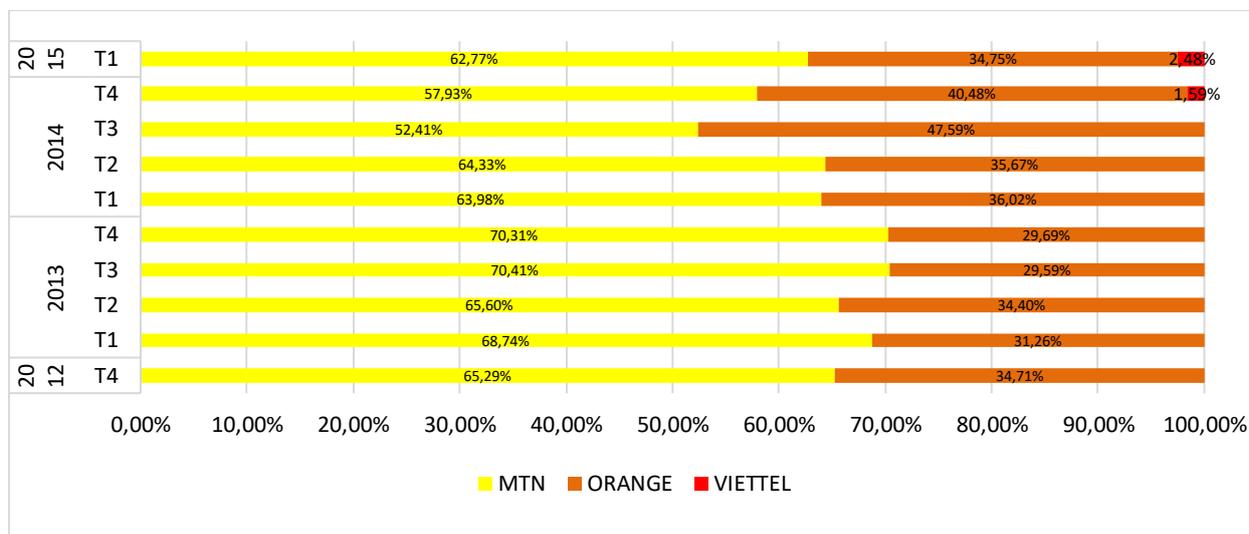
La part de marché des opérateurs mobiles, calculée en fonction du volume du trafic voix est le résultat du volume de trafic total émis au cours d'un trimestre par un opérateur rapporté au volume du trafic total des opérateurs mobiles au cours de ce trimestre.

Tableau 8: part de marché des opérateurs

Part de marché en %	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
MTN	63,98	64,33	52,41	57,93	62,77
ORANGE	36,02	35,67	47,59	40,48	34,75
VIETTEL				1,59	2,48



GRAPHIQUE 8: part de marché des opérateurs au 4eme trimestre



On note que la part de marché de MTN a connu une progression au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014 et au 1<sup>er</sup> trimestre 2015.

Les abonnés de l’opérateur VIETTEL totalisent 1,59% de l’ensemble du trafic voix émises au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014. La part de marché de VIETTEL progresse au 1<sup>er</sup> trimestre 2015 et s’établit à 2,48% au 31 mars 2015.

### 2.3. Evolution du taux de pénétration de la téléphonie mobile

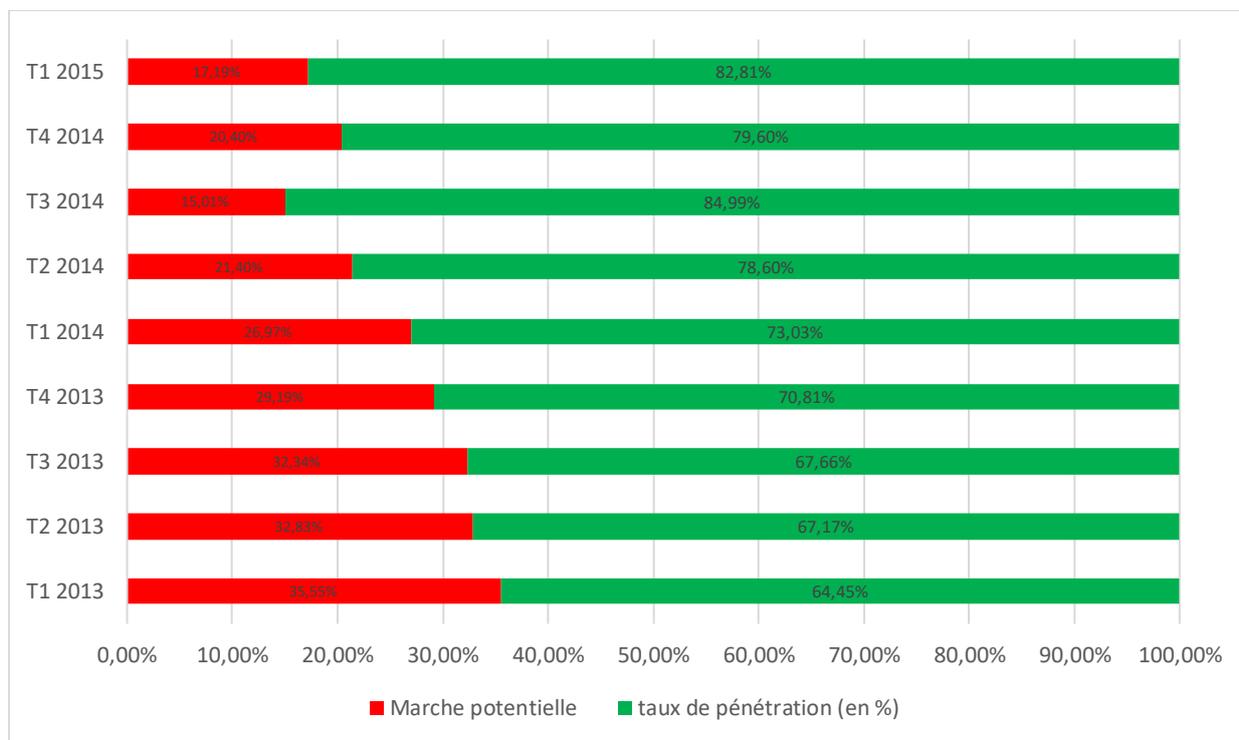
Le taux de pénétration permet d’estimer la proportion de la population nationale ayant accès aux services de communications électroniques offerts par les opérateurs mobiles. Il convient de noter que dans le cadre de cette estimation, les cas de doubles ou triples SIM sont comptabilisés comme autant d’abonnés actifs.

Tableau 9: Taux de pénétration de la téléphonie mobile

	T1 2014	T2 2014	T3 2014	T4 2014	T1 2015
<b>Parc abonnés actifs mobile</b>	15 306 213	16 473 478	17 812 516	16 683 565	17 806 961
<b>Population estimée</b>	20 959 473	20 959 473	20 959 473	20 959 473	21 504 419
<b>Taux de pénétration (%)</b>	73,03	78,6	84,99	79,6	82,81



GRAPHIQUE 9: Evolution du taux de pénétration



En conséquence de la baisse du nombre d’abonnés mobiles enregistré au 4<sup>ème</sup> trimestre 2014, le taux de pénétration au cours de ce trimestre a régressé de 6,34% pour s’établir à 76,60%. Au 1<sup>er</sup> trimestre 2015, ce nombre d’abonnés mobile a connu une hausse de l’ordre de 6,73%, portant le taux de pénétration des services mobile à 82,81% de la population du Cameroun sur ce trimestre.

## **ANNEXE DE DEFINITIONS :**

**Abonné actif :** Client (post-payé et prépayé) dont le numéro a effectué une activité génératrice de revenu au cours des trois derniers mois.

**Abonné multimédia (Internet mobile) :** ensemble de clients (prépayés et post payés) des opérateurs mobiles qui ont utilisé au moins une fois sur les trois derniers mois, un service du type internet, MMS, email. L'envoi d'un SMS n'entre pas en ligne de compte.

**EDGE :** Enhanced Data Rate for GSM Evolution. Norme GSM (comprise entre le GSM et l'UMTS) permettant des débits d'accès à Internet plus importants que le GPRS.

**EVDO :** Evolution Data Optimized est un type de connexion à l'Internet sans fil muni d'un modem USB portable et utilisant la technologie CDMA (la même que le CTPhone).

**GPRS :** Global Packet Radio System est une évolution du GSM permettant la transmission de données multimédia par paquets, à des débits importants, dans le contexte des infrastructures radio existantes.

**Parc d'abonnés :** Ensemble des cartes SIM en service enregistrées à l'enregistreur de localisation nominal (HLR) d'un opérateur à la date considérée.

**Parc post-payé :** Ensemble des cartes SIM faisant objet d'une facturation récurrente (forfaits, offres au compteur, comptes bloqués, etc.). Par défaut, est considéré comme client prépayé tout client non post-payé.

**Taux de pénétration :** Il est obtenu en divisant le nombre total des abonnés actifs par la population nationale. La population de référence est celle de l'année considérée estimée sur la taille de la population du Cameroun en observée en 2010, suivant un taux de croissance de 2,6 selon l'INS.