

ROYAUME DU MAROC  
LE CHEF DU GOUVERNEMENT



# **TABLEAU DE BORD\*** **MARCHÉ DU MOBILE AU MAROC**

**-Septembre 2015-**

\* Ce document est publié à titre indicatif. Les dispositions y figurant sont à considérer à titre d'information.

# **SOMMAIRE**

**1. Marché global de la téléphonie mobile**

**2. Marché mobile Post-payé**

**3. Marché mobile Prépayé**

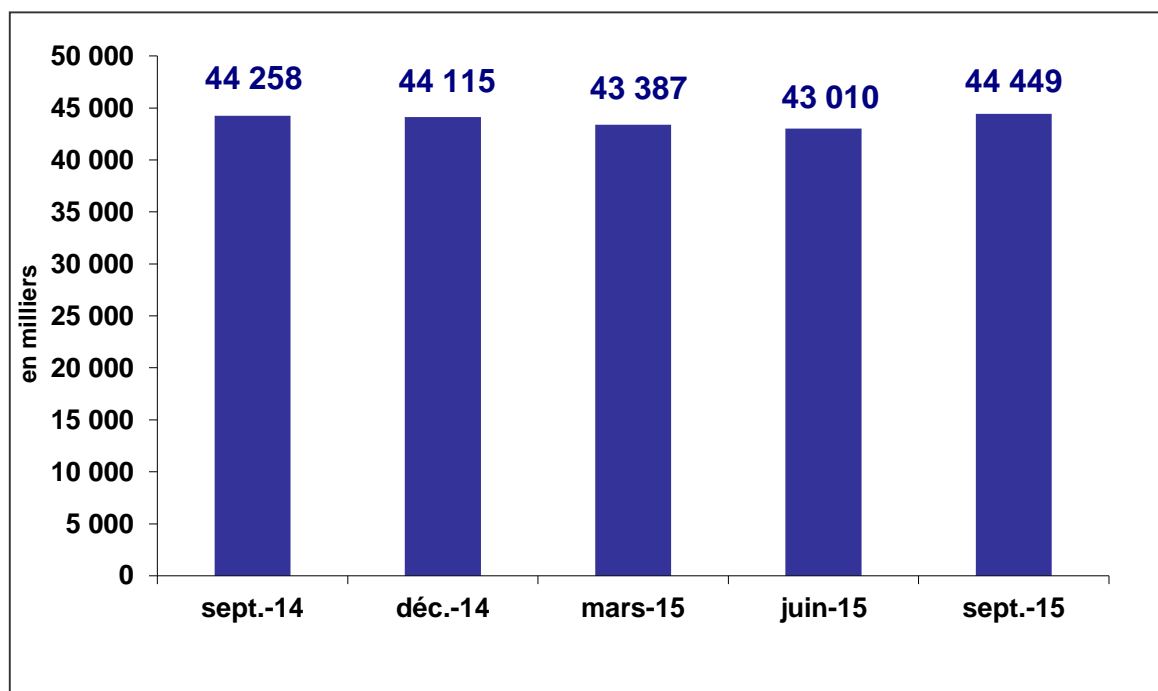
**4. Trafic voix sortant mobile**

**5. Trafic SMS sortant**

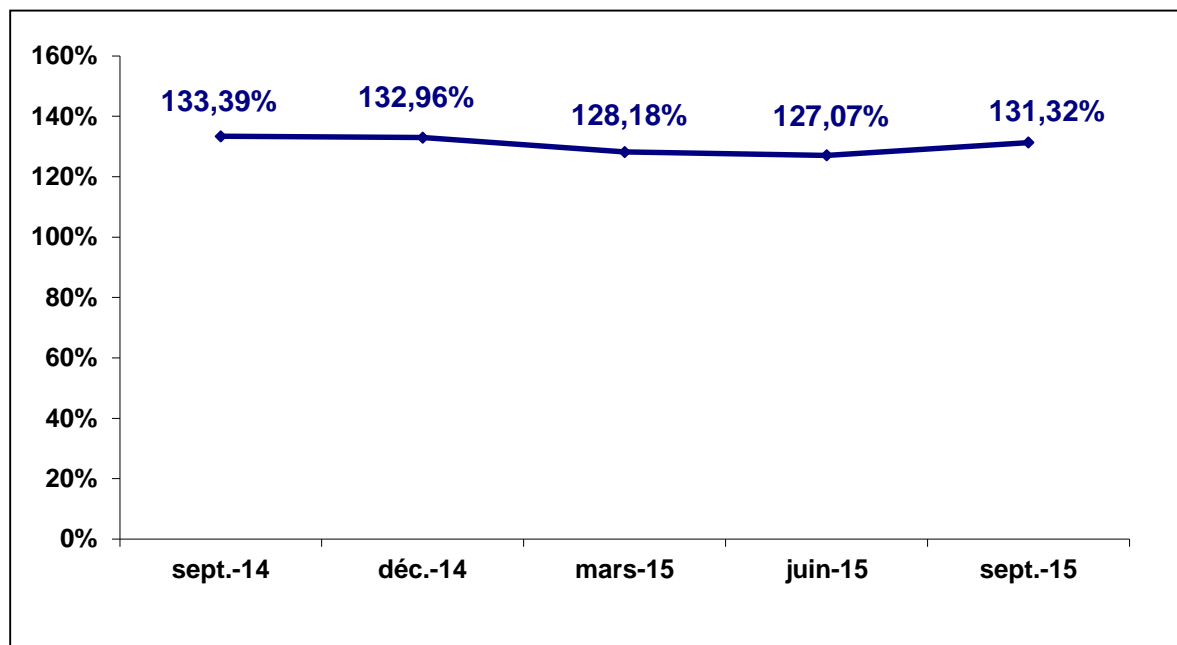
**6. Evolution des prix et de l'usage moyen sortant  
par client mobile**

## 1. MARCHE GLOBAL DE LA TELEPHONIE MOBILE

### 1.1. Evolution trimestrielle du parc global de la téléphonie mobile

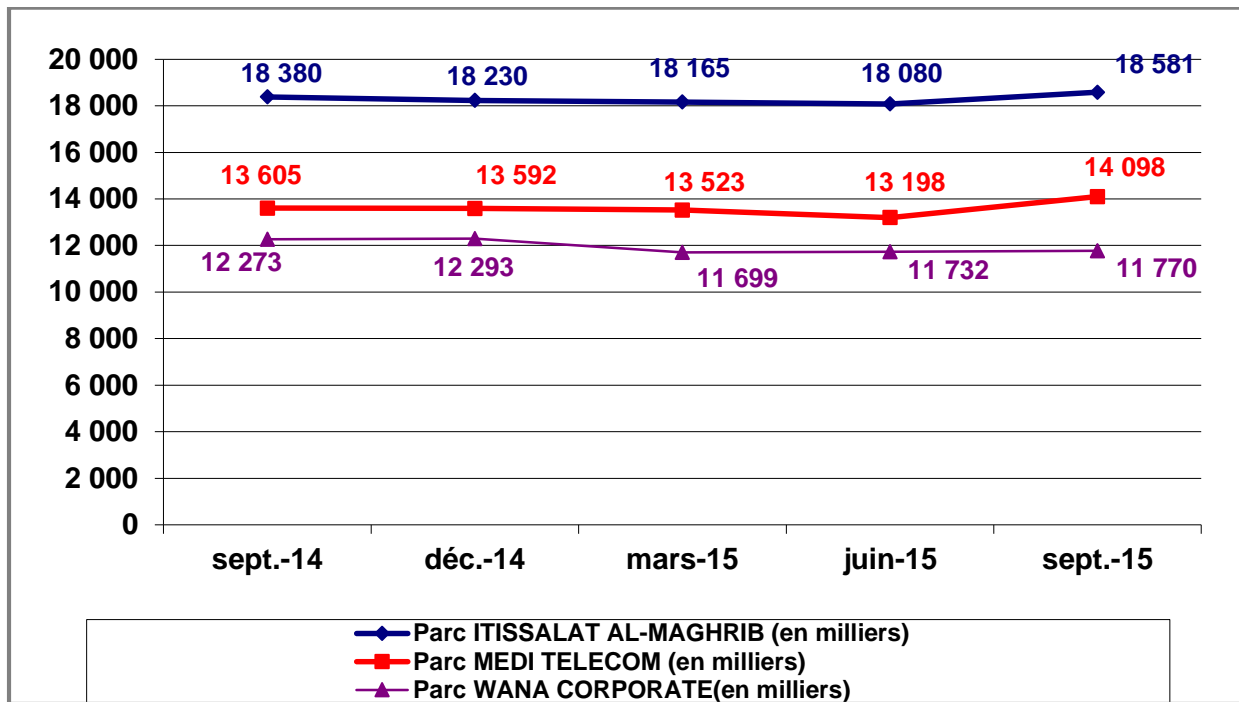


### 1.2 Evolution trimestrielle du taux de pénétration<sup>1</sup>

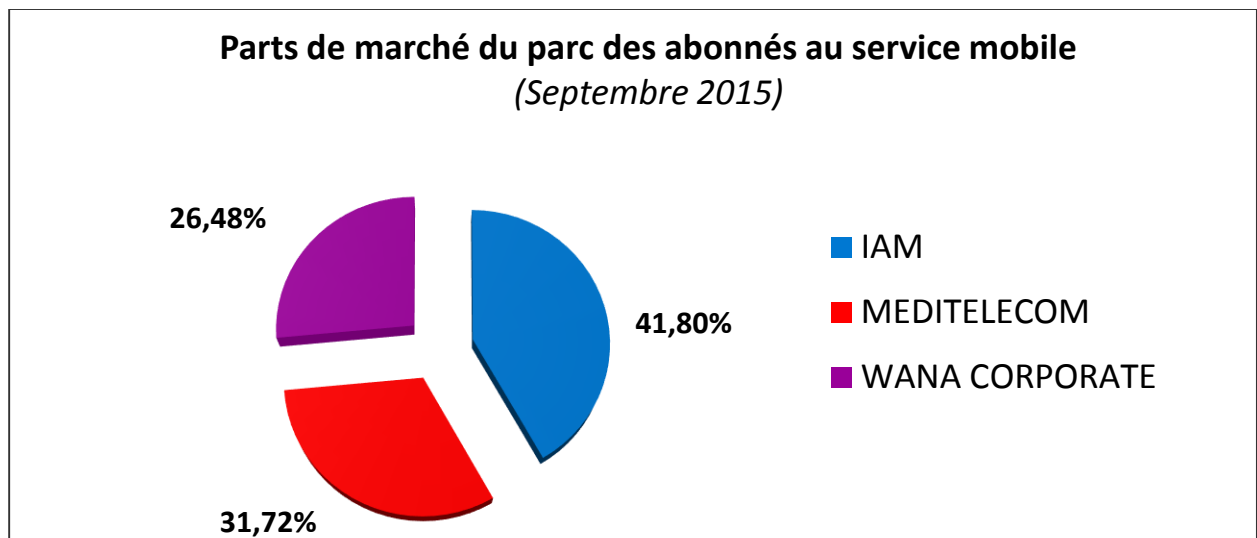


<sup>1</sup> A partir du mois de mars 2015, le calcul du taux de pénétration se base sur les résultats du dernier recensement de la population et de l'habitat (RGPH 2014/HCP). Avant cette date, le calcul de ce taux se basait sur les projections de la population (RGPH 2004/HCP).

### 1.3 Evolution trimestrielle du parc de la téléphonie mobile par opérateur



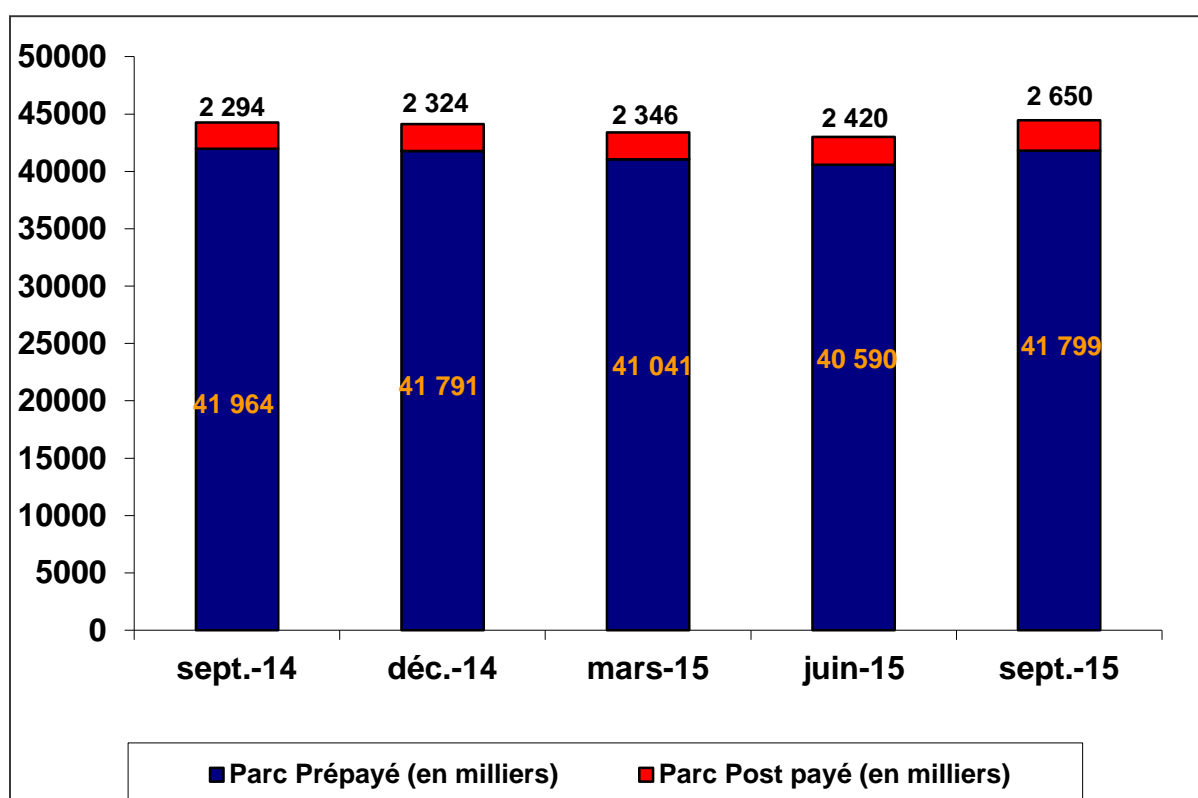
### 1.4 Répartition du parc mobile à fin septembre 2015



## 1.5 Evolution de la croissance trimestrielle

Marché du mobile (en milliers)	Sept-14	Déc-14	Mars-15	Juin-15	Sept-15
Croissance nette <sup>2</sup>	963	- 143	- 728	- 284	1 439
croissance en % <sup>3</sup>	2,23%	- 0,33%	- 1,65%	- 0,87%	3,34%

## 1.6 Répartition Post payé/ Prépayé

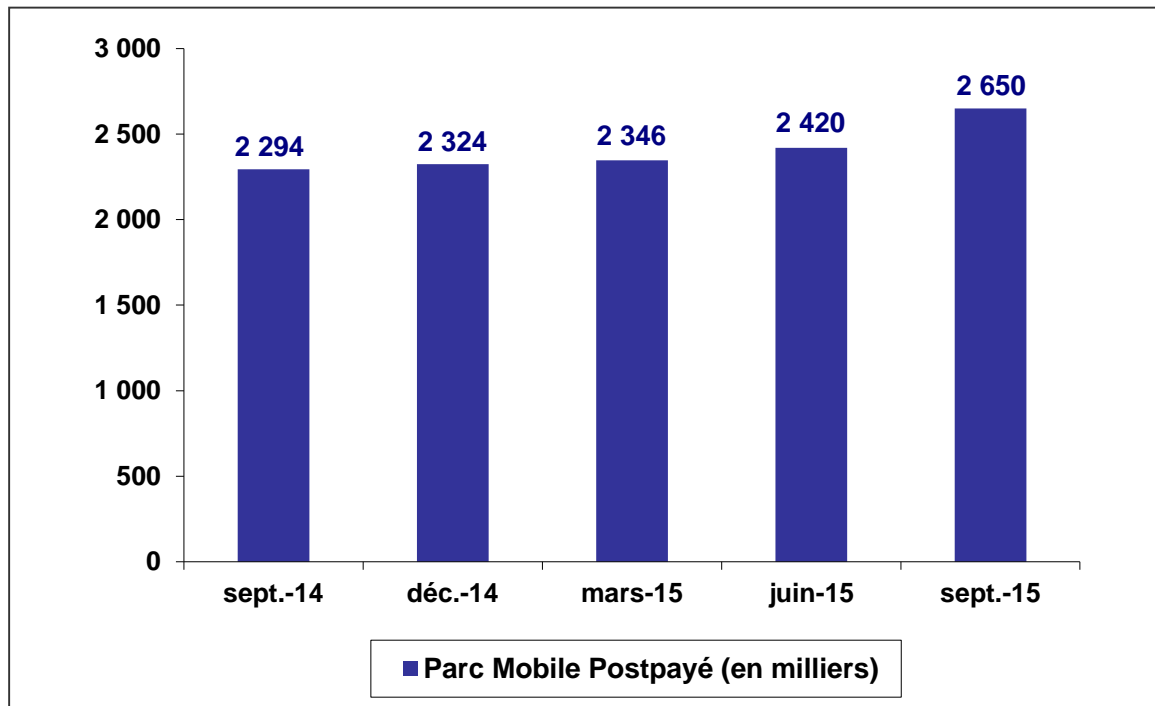


<sup>2</sup> La croissance nette correspond à la différence entre le parc du mois M et celui du mois M-3.

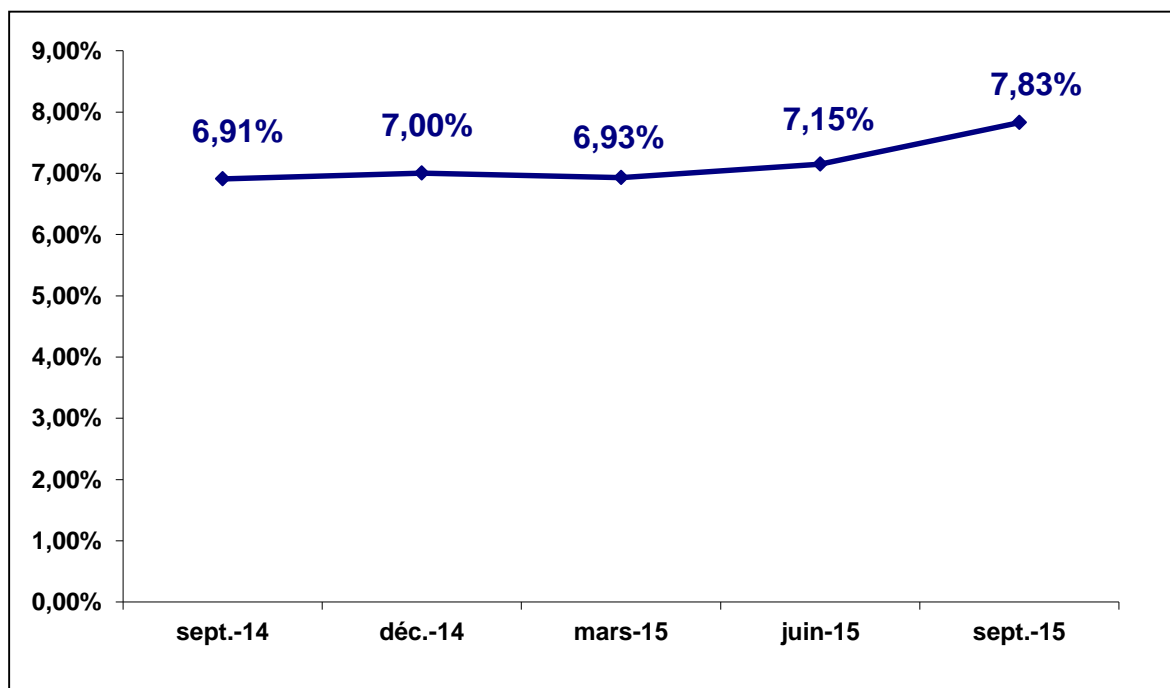
<sup>3</sup> La croissance en % correspond à la croissance nette au mois M, rapportée au parc du mois M-3.

## 2. MARCHE MOBILE POST-PAYE

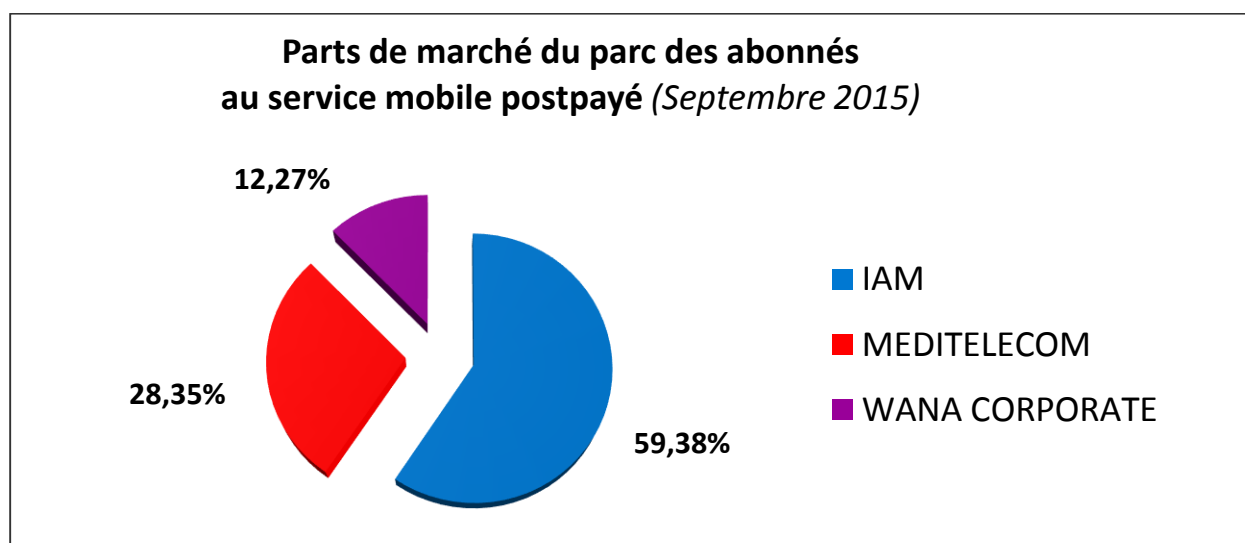
### 2.1. Evolution trimestrielle du parc Post-payé



### 2.2. Evolution du taux de pénétration du Mobile Postpayé



### 2.3. Répartition du parc mobile Post-payé à fin septembre 2015



### 2.4. Evolution de la croissance trimestrielle

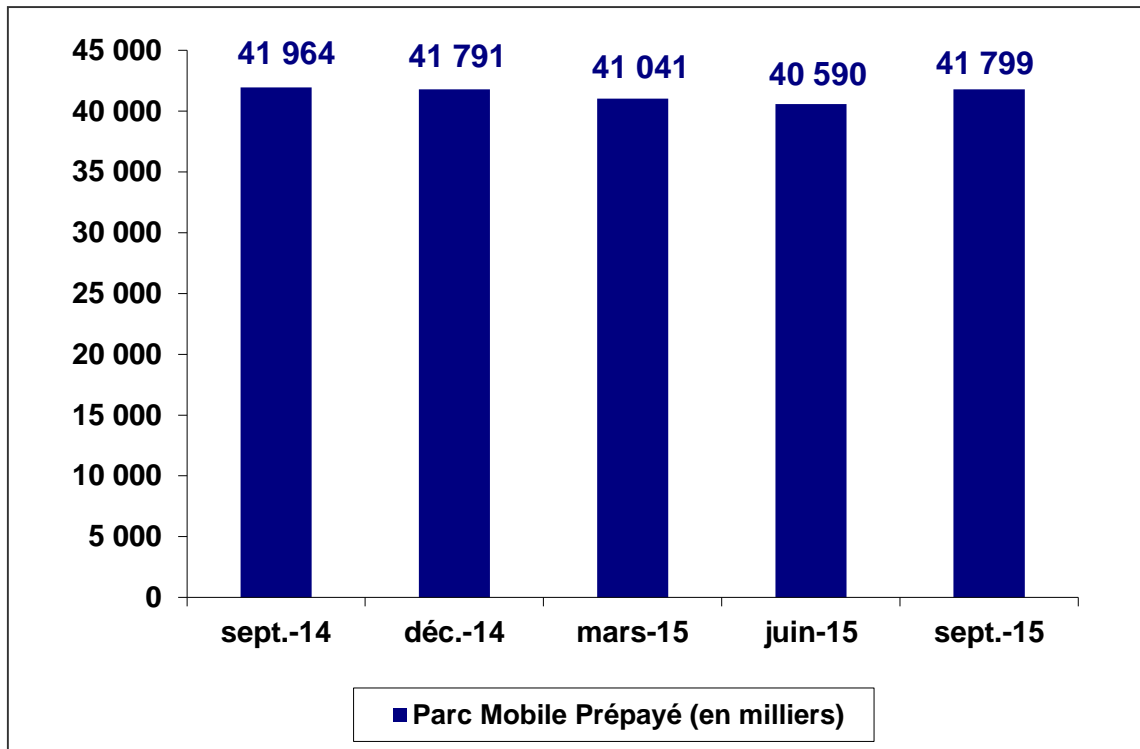
Marché du Post-payé (en milliers)	Sept-14	Déc-14	Mars-15	Juin-15	Sept-15
<b>Croissance nette<sup>4</sup></b>	<b>3</b>	<b>30</b>	<b>22</b>	<b>74</b>	<b>229</b>
<b>croissance en %<sup>5</sup></b>	<b>0,16%</b>	<b>1,26%</b>	<b>0,96%</b>	<b>3,17%</b>	<b>9,47%</b>

<sup>4</sup> La croissance nette correspond à la différence entre le parc du mois M et celui du mois M-3.

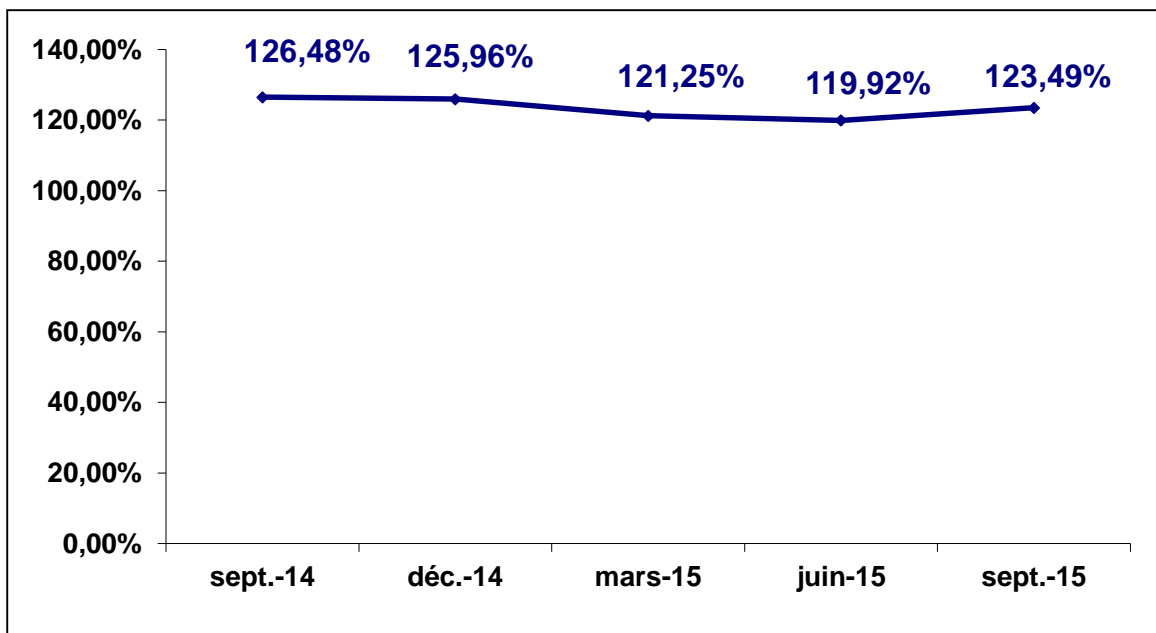
<sup>5</sup> La croissance en % correspond à la croissance nette au mois M, rapportée au parc du mois M-3.

### 3. MARCHE MOBILE PREPAYE

#### 3.1. Evolution trimestrielle du parc Prépayé

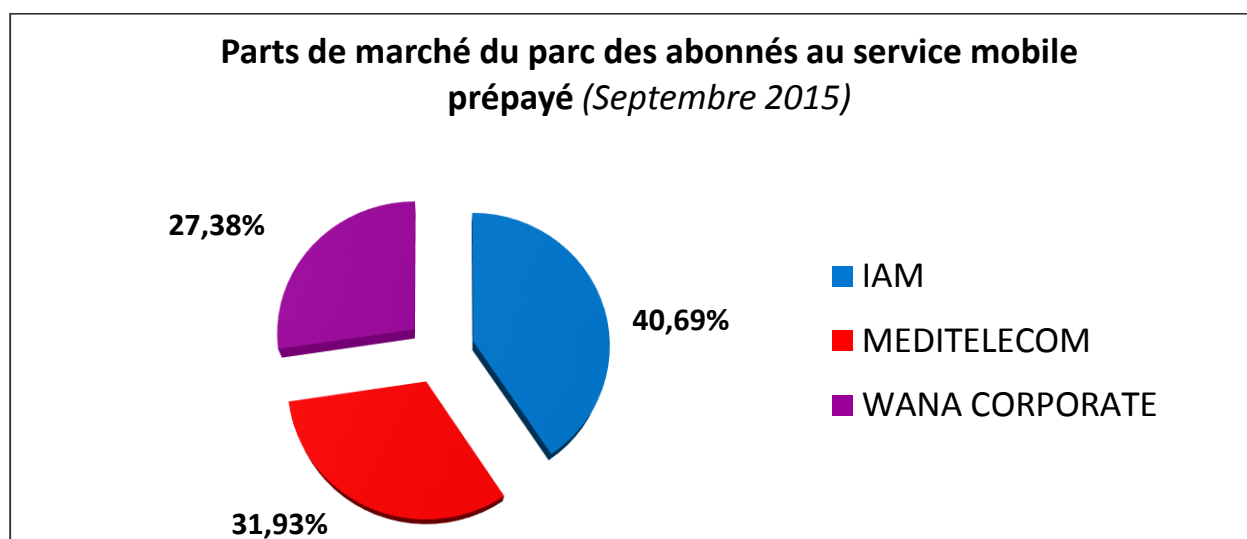


#### 3.2. Evolution du taux de pénétration du mobile Prépayé





### 3.3. Répartition du parc mobile prépayé à fin septembre 2015



### 3.4. Evolution de la croissance trimestrielle

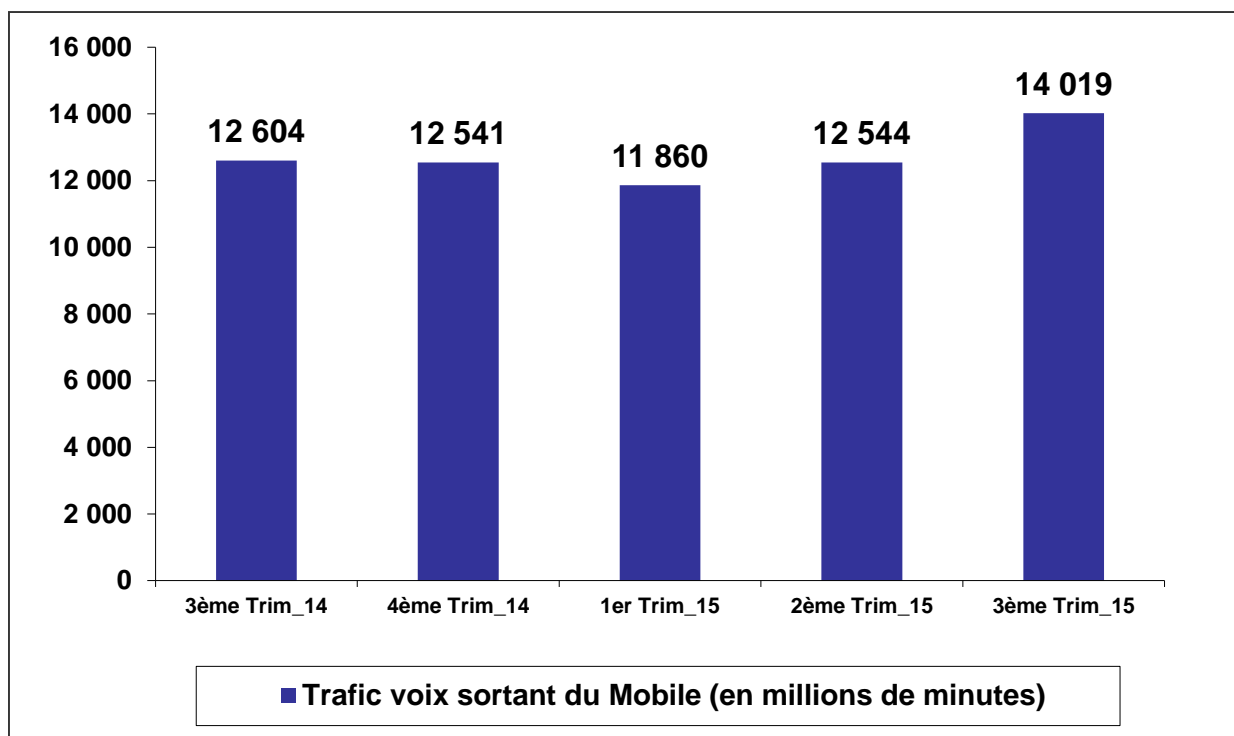
Marché du Prépayé (en milliers)	Sept-14	Déc-14	Mars-15	Juin-15	Sept-15
Croissance nette <sup>6</sup>	960	- 173	- 750	- 451	1 209
croissance en % <sup>7</sup>	2,34%	- 0,41%	- 1,79%	- 1,10%	2,98%

<sup>6</sup> La croissance nette correspond à la différence entre le parc du mois M et celui du mois M-3.

<sup>7</sup> La croissance en % correspond à la croissance nette au mois M, rapportée au parc du mois M-3

## 4. TRAFIC VOIX SORTANT MOBILE

### 4.1. Evolution trimestrielle du trafic voix sortant<sup>8</sup>



### 4.2. Evolution de la croissance trimestrielle

Trafic voix sortant du mobile (en millions de min)	3 <sup>ème</sup> Trim-14	4 <sup>ème</sup> Trim-14	1 <sup>er</sup> Trim-15	2 <sup>ème</sup> Trim-15	3 <sup>ème</sup> Trim-15
Croissance nette <sup>9</sup>	876,68	- 62,83	- 681,35	683,80	1 475,05
croissance en % <sup>10</sup>	7,48%	- 0,50%	- 5,43%	5,77%	11,76%

5.

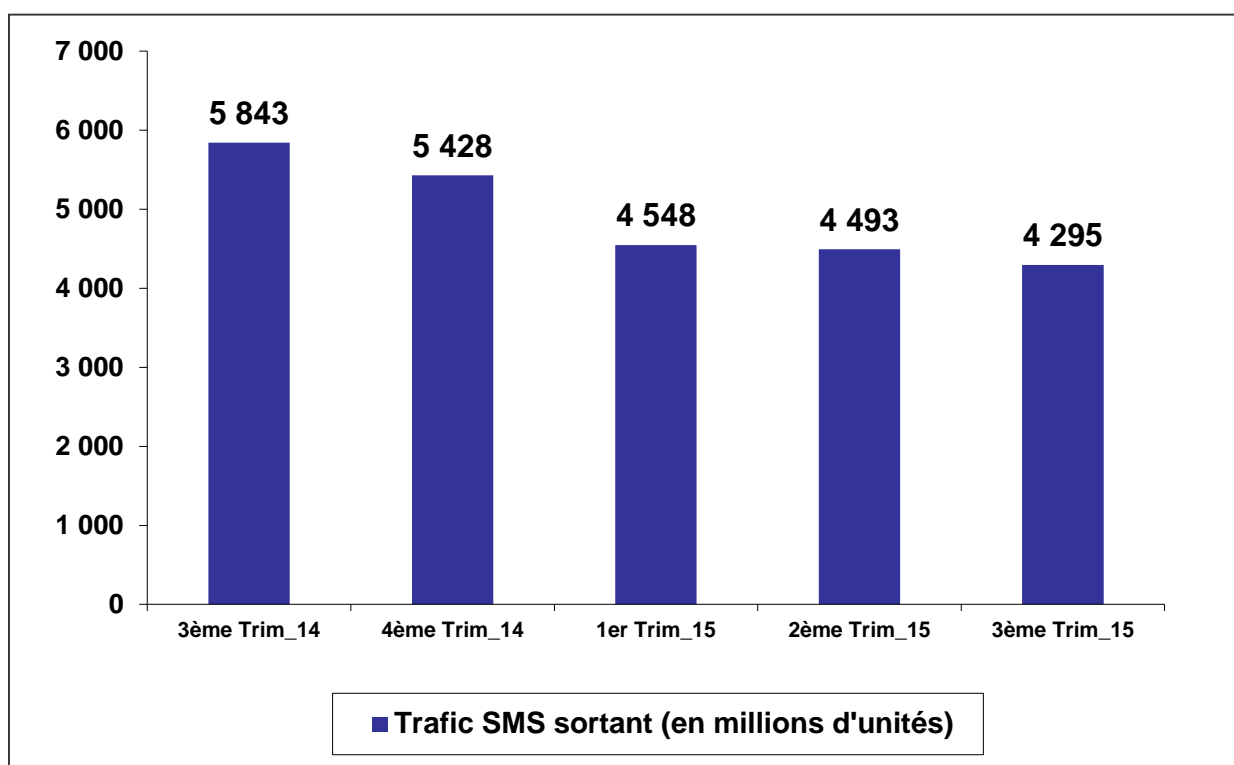
<sup>8</sup> Le trafic voix sortant correspond à la somme des minutes consommées durant le trimestre par les clients de tous les opérateurs concernés par le service en question.

<sup>9</sup> La croissance nette correspond à la différence entre le trafic voix sortant durant le trimestre T et celui du trimestre T-1.

<sup>10</sup> La croissance en % correspond à la croissance nette au trimestre T, rapportée au trafic voix sortant du trimestre T-1.

## 5. TRAFIC SMS SORTANT

### 5.1. Evolution trimestrielle du trafic SMS sortant<sup>11</sup>



### 5.2. Evolution de la croissance trimestrielle

Trafic SMS sortant (en millions d'unités)	3ème Trim-14	4ème Trim-14	1er Trim-15	2ème Trim-15	3ème Trim-15
Croissance nette <sup>12</sup>	1 017,58	- 415,41	- 880,13	- 54,97	- 197,58
croissance en % <sup>13</sup>	21,09%	- 7,11%	- 16,22%	- 1,21%	- 4,40%

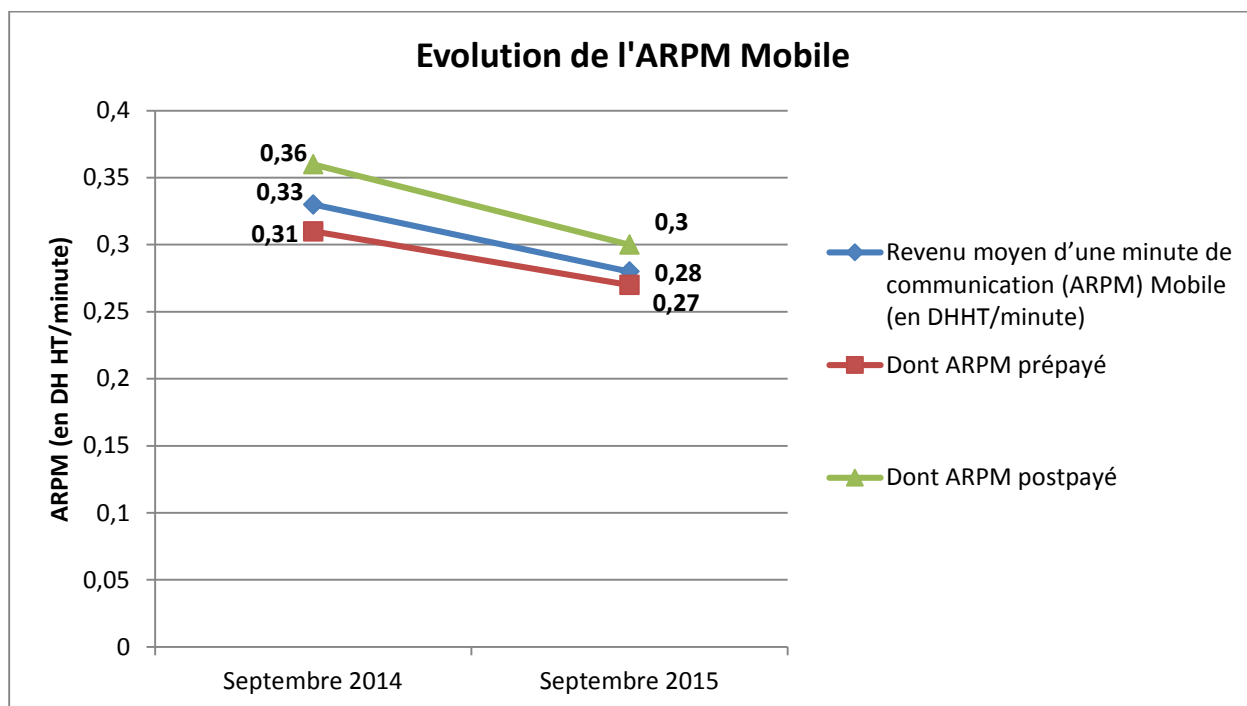
<sup>11</sup> Le trafic SMS sortant correspond à la somme des SMS envoyés durant le trimestre par les clients des opérateurs de la téléphonie mobile.

<sup>12</sup> La croissance nette correspond à la différence entre le trafic SMS sortant durant le trimestre T et celui du trimestre T-1.

<sup>13</sup> La croissance en % correspond à la croissance nette au trimestre T, rapportée au trafic SMS sortant du trimestre T-1.

## 6. EVOLUTION DES PRIX ET DE L'USAGE MOYEN SORTANT PAR CLIENT MOBILE

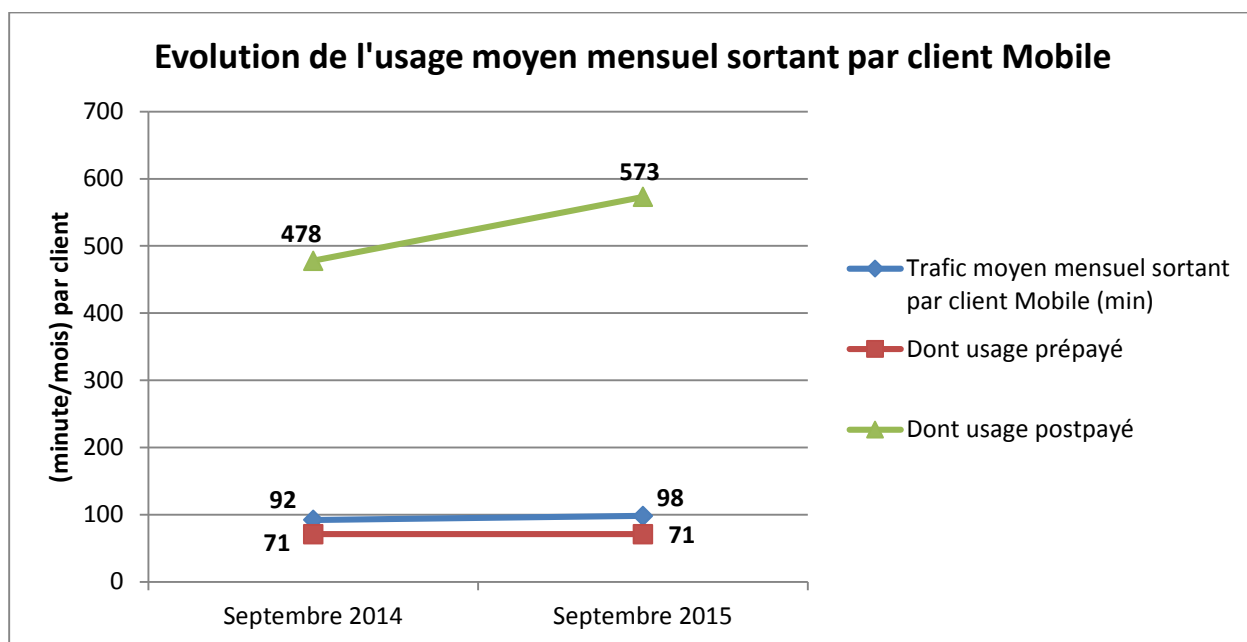
### 6.1. Evolution du revenu moyen par minute de communication (ARPM<sup>14</sup>) Mobile



	Septembre 2014	Septembre 2015	Evolution
<b>Revenu moyen d'une minute de communication (ARPM) Mobile (en DHHT/minute)</b>	<b>0,33</b>	<b>0,28</b>	<b>- 15%</b>
➤ <i>Dont ARPM prépayé</i>	<i>0,31</i>	<i>0,27</i>	<i>- 13%</i>
➤ <i>Dont ARPM postpayé</i>	<i>0,36</i>	<i>0,30</i>	<i>- 17%</i>

<sup>14</sup> ARPM (Average Revenue Per Minute), revenu moyen par minute de communication, est obtenu en divisant le Chiffre d'Affaires hors taxes des communications voix sortantes par le trafic sortant en minutes

## 6.2. Evolution de l'usage moyen mensuel sortant par client Mobile<sup>15</sup>



	Septembre 2014	Septembre 2015	Evolution
<b>Usage moyen mensuel sortant par client Mobile (en minute/mois/client)</b>	<b>92</b>	<b>98</b>	<b>6,5%</b>
➤ <i>Dont usage prépayé</i>	<i>71</i>	<i>71</i>	<i>0%</i>
➤ <i>Dont usage postpayé</i>	<i>478</i>	<i>573</i>	<i>20%</i>

<sup>15</sup> L'usage moyen est obtenu en divisant le trafic sortant en minutes par le parc moyen des abonnés et par la période concernée en mois (9 mois).