

ROYAUME DU MAROC
LE CHEF DU GOUVERNEMENT



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

-Décembre 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

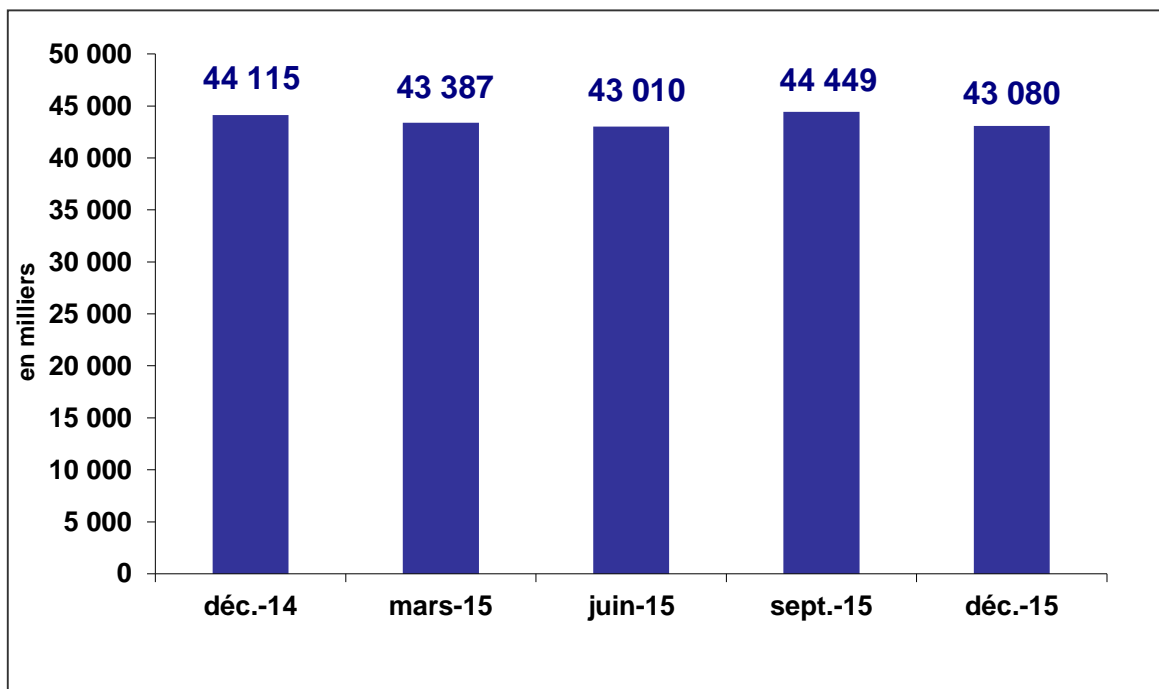
4. Trafic voix sortant mobile

5. Trafic SMS sortant

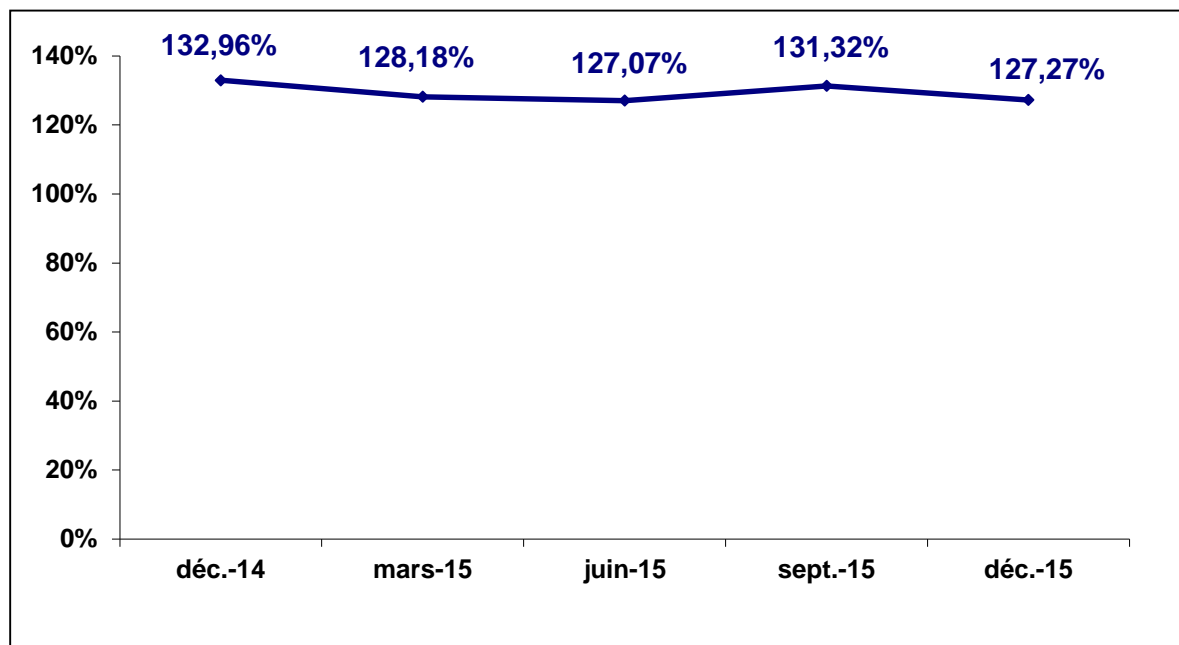
**6. Evolution des prix et de l'usage moyen sortant
par client mobile**

1. MARCHE GLOBAL DE LA TELEPHONIE MOBILE

1.1. Evolution trimestrielle du parc global de la téléphonie mobile

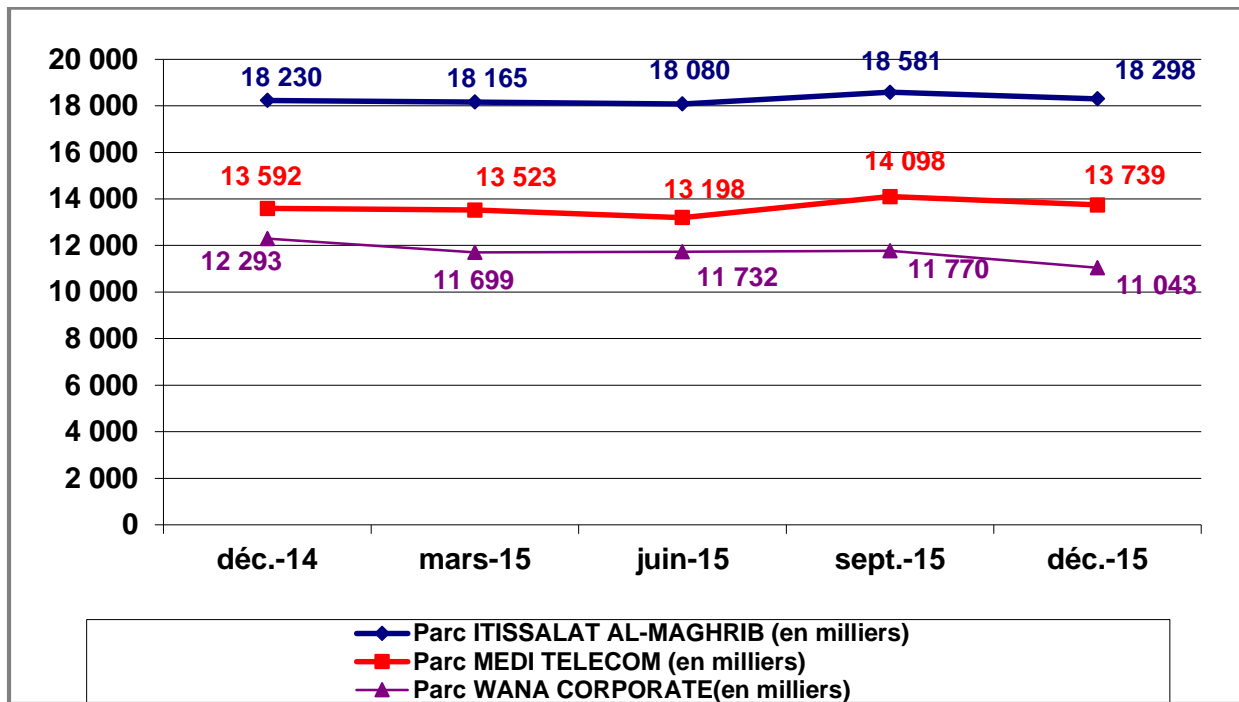


1.2 Evolution trimestrielle du taux de pénétration¹

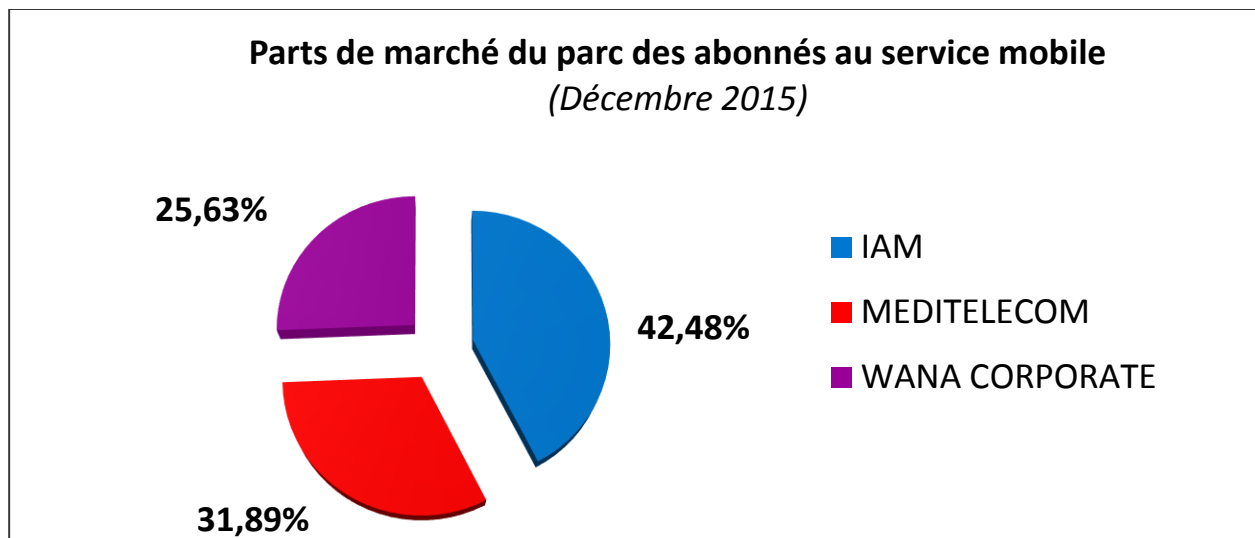


¹ A partir du mois de mars 2015, le calcul du taux de pénétration se base sur les résultats du dernier recensement de la population et de l'habitat (RGPH 2014/HCP). Avant cette date, le calcul de ce taux se basait sur les projections de la population (RGPH 2004/HCP).

1.3 Evolution trimestrielle du parc de la téléphonie mobile par opérateur



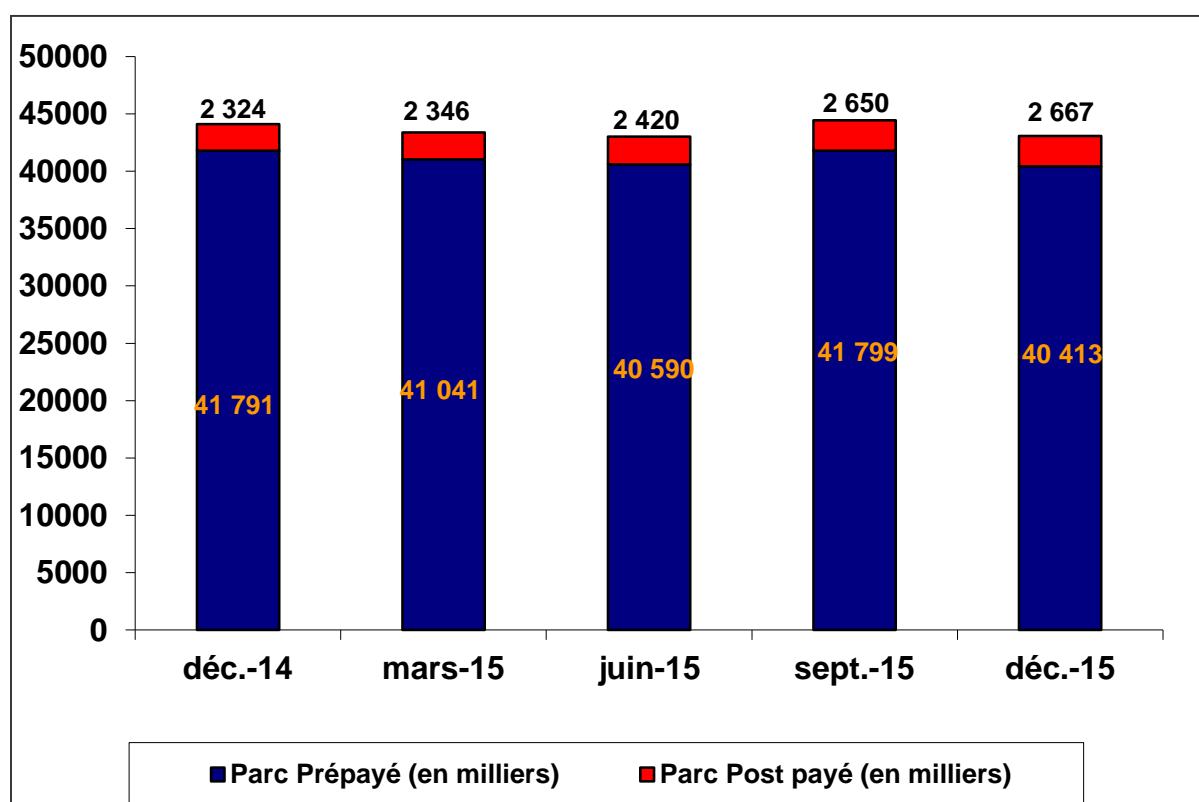
1.4 Répartition du parc mobile à fin décembre 2015



1.5 Evolution de la croissance trimestrielle

Marché du mobile (en milliers)	Déc-14	Mars-15	Juin-15	Sept-15	Déc-15
Croissance nette ²	- 143	- 728	- 284	1 439	- 1 369
croissance en % ³	- 0,33%	- 1,65%	- 0,87%	3,34%	- 3,08%

1.6 Répartition Post payé/ Prépayé

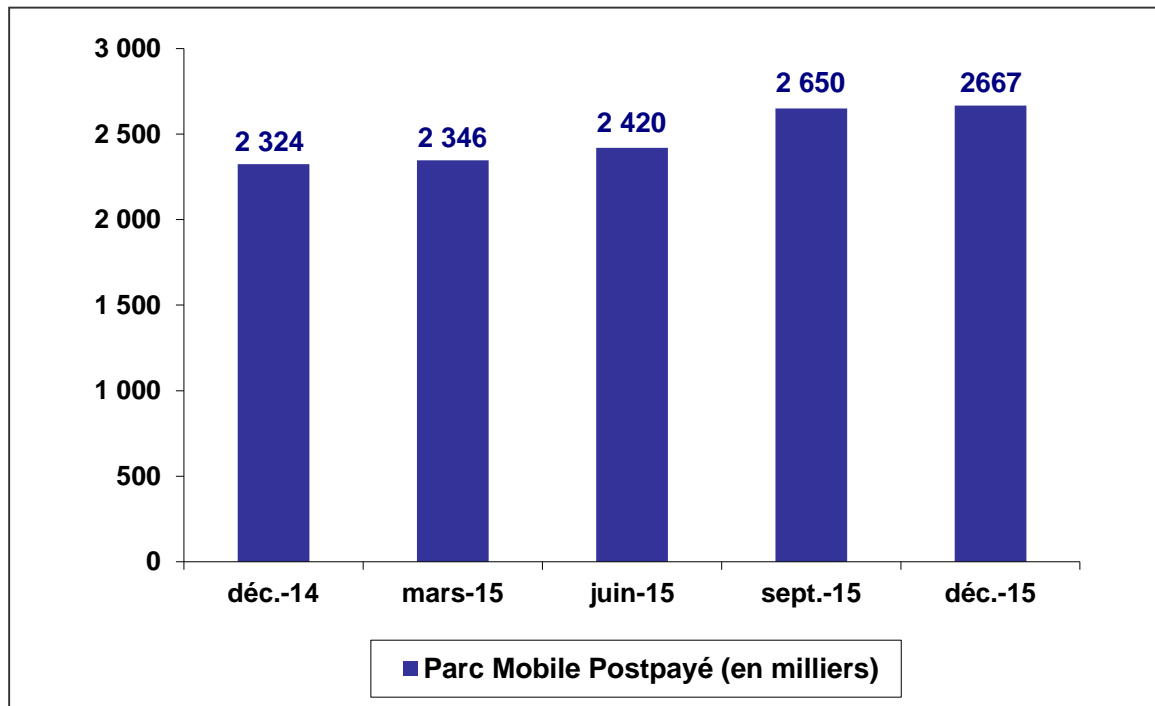


² La croissance nette correspond à la différence entre le parc du mois M et celui du mois M-3.

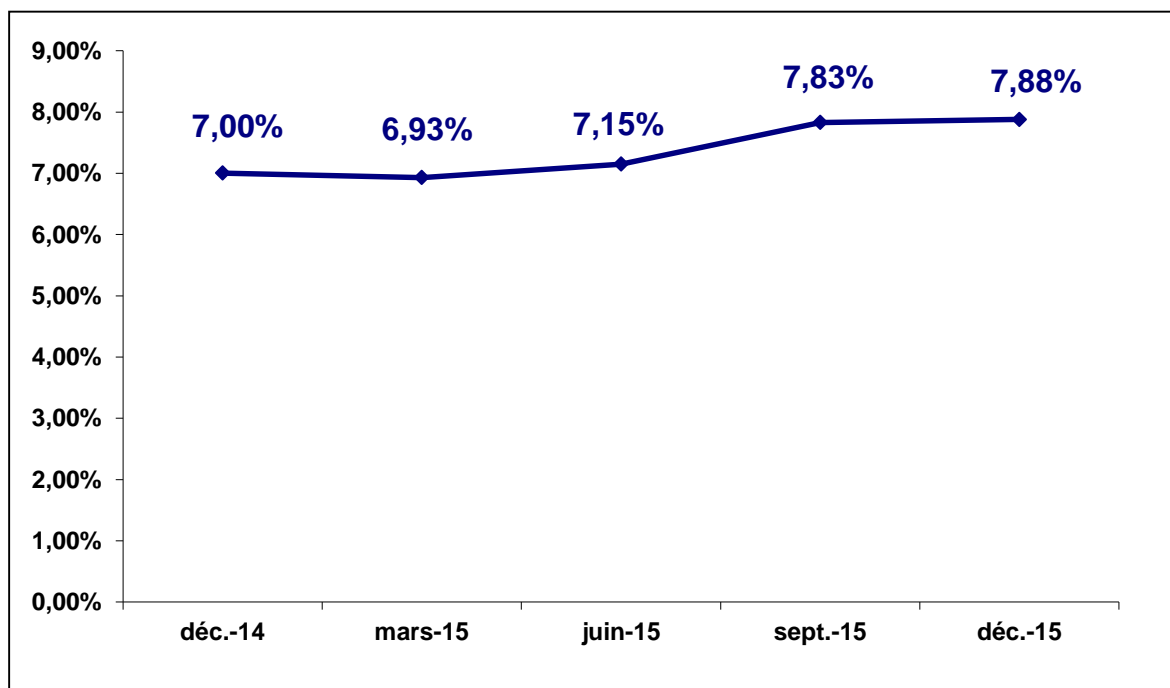
³ La croissance en % correspond à la croissance nette au mois M, rapportée au parc du mois M-3.

2. MARCHE MOBILE POST-PAYE

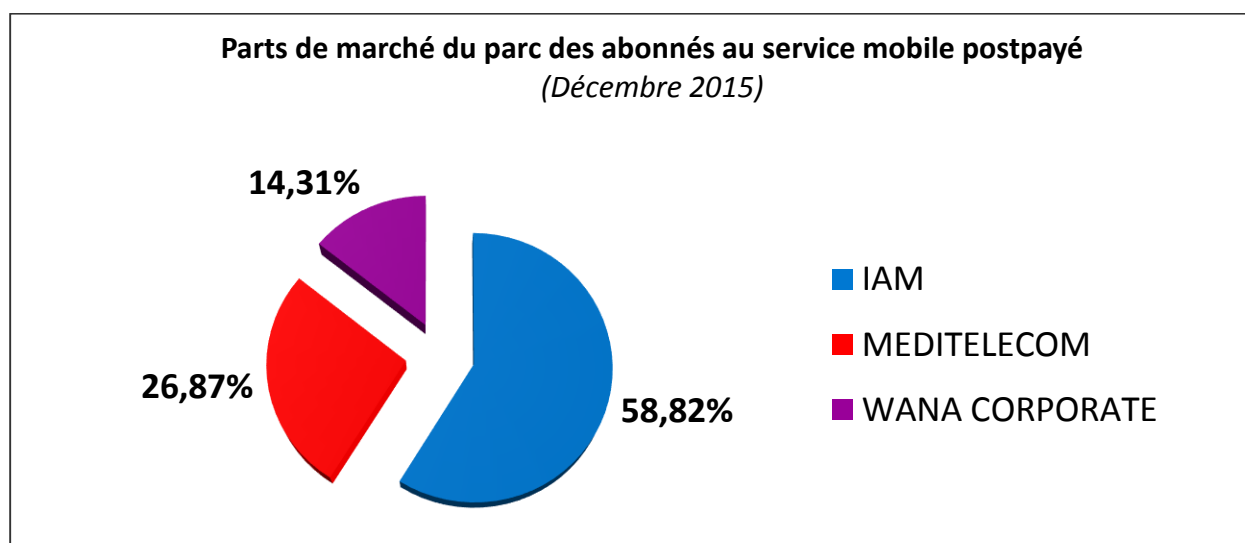
2.1. Evolution trimestrielle du parc Post-payé



2.2. Evolution du taux de pénétration du Mobile Postpayé



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



2.4. Evolution de la croissance trimestrielle

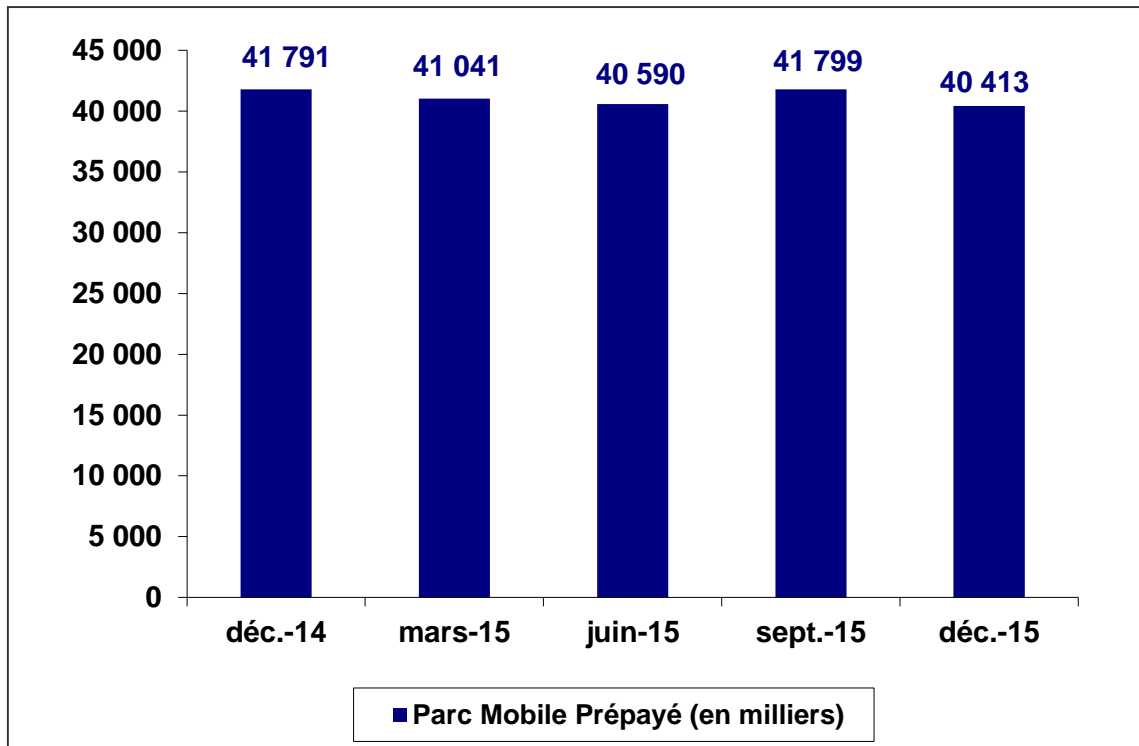
Marché du Post-payé (en milliers)	Déc-14	Mars-15	Juin-15	Sept-15	Déc-15
Croissance nette⁴	30	22	74	229	17
croissance en %⁵	1,26%	0,96%	3,17%	9,47%	0,65%

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

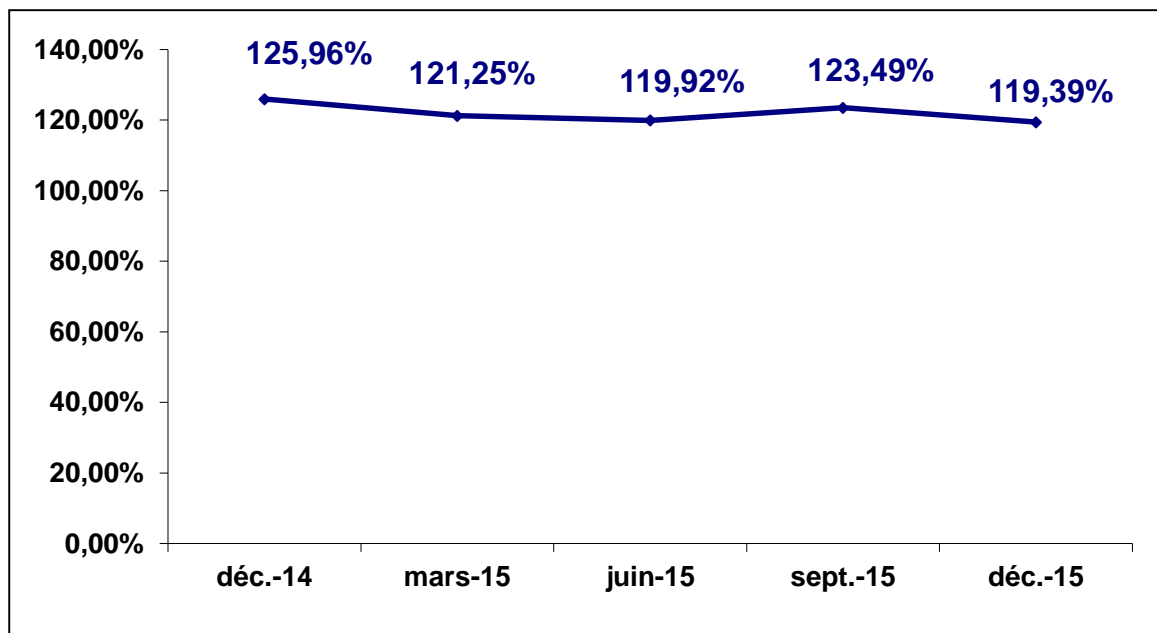
⁵ La croissance en % correspond à la croissance nette au mois M, rapportée au parc du mois M-3.

3. MARCHE MOBILE PREPAYE

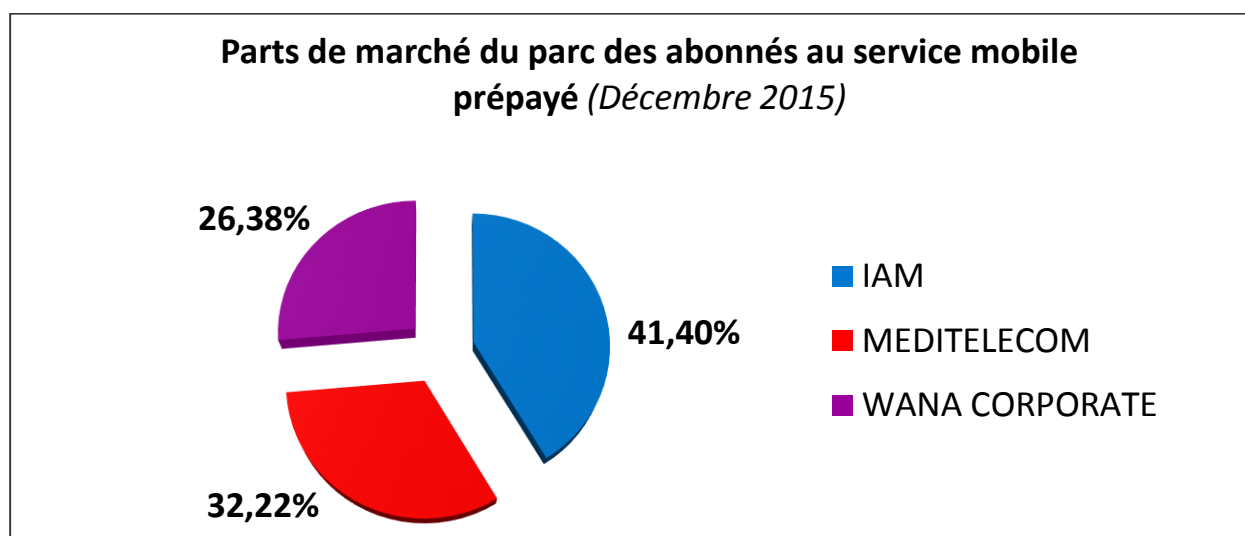
3.1. Evolution trimestrielle du parc Prépayé



3.2. Evolution du taux de pénétration du mobile Prépayé



3.3. Répartition du parc mobile prépayé à fin décembre 2015



3.4. Evolution de la croissance trimestrielle

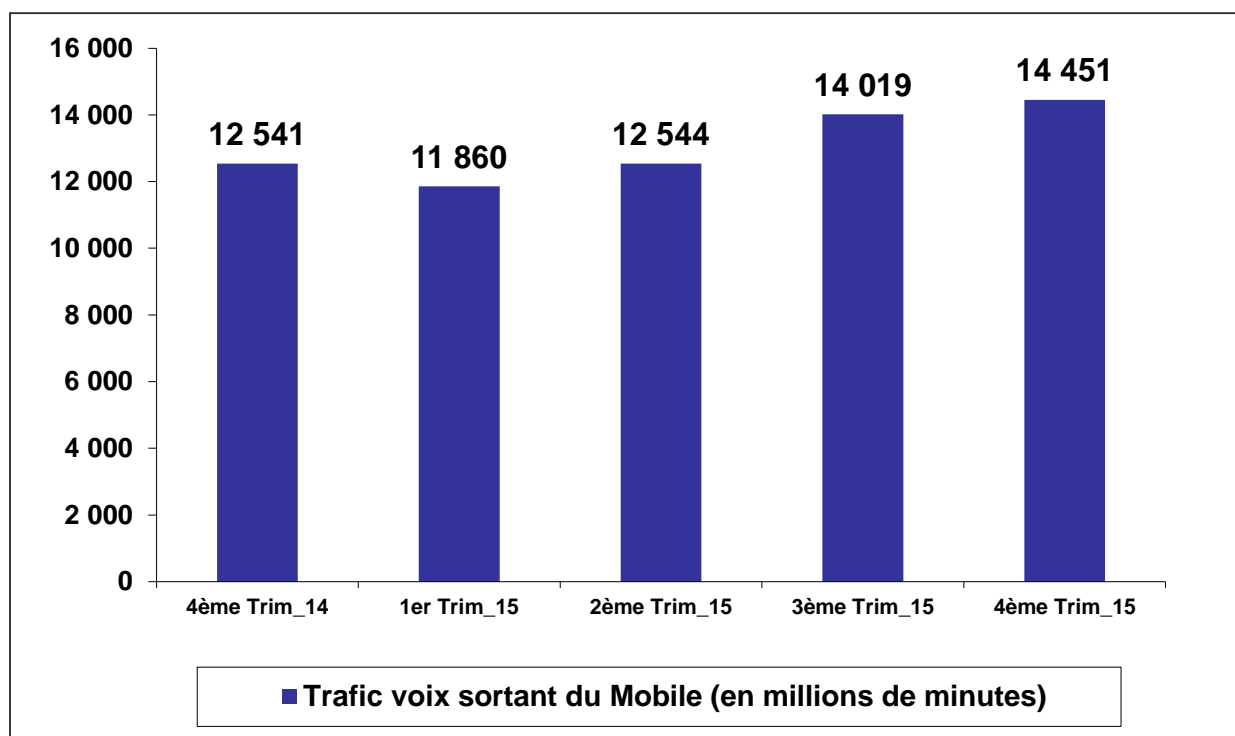
Marché du Prépayé (en milliers)	Déc-14	Mars-15	Juin-15	Sept-15	Déc-15
Croissance nette ⁶	- 173	- 750	- 451	1 209	- 1 386
croissance en % ⁷	- 0,41%	- 1,79%	- 1,10%	2,98%	- 3,32%

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

⁷ 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 sortant⁸



4.2. Evolution de la croissance trimestrielle

Trafic voix sortant du mobile (en millions de min)	4ème Trim-14	1er Trim-15	2ème Trim-15	3ème Trim-15	4ème Trim-15
Croissance nette ⁹	- 62,83	- 681,35	683,80	1 475,05	432,75
croissance en % ¹⁰	- 0,50%	- 5,43%	5,77%	11,76%	3,09%

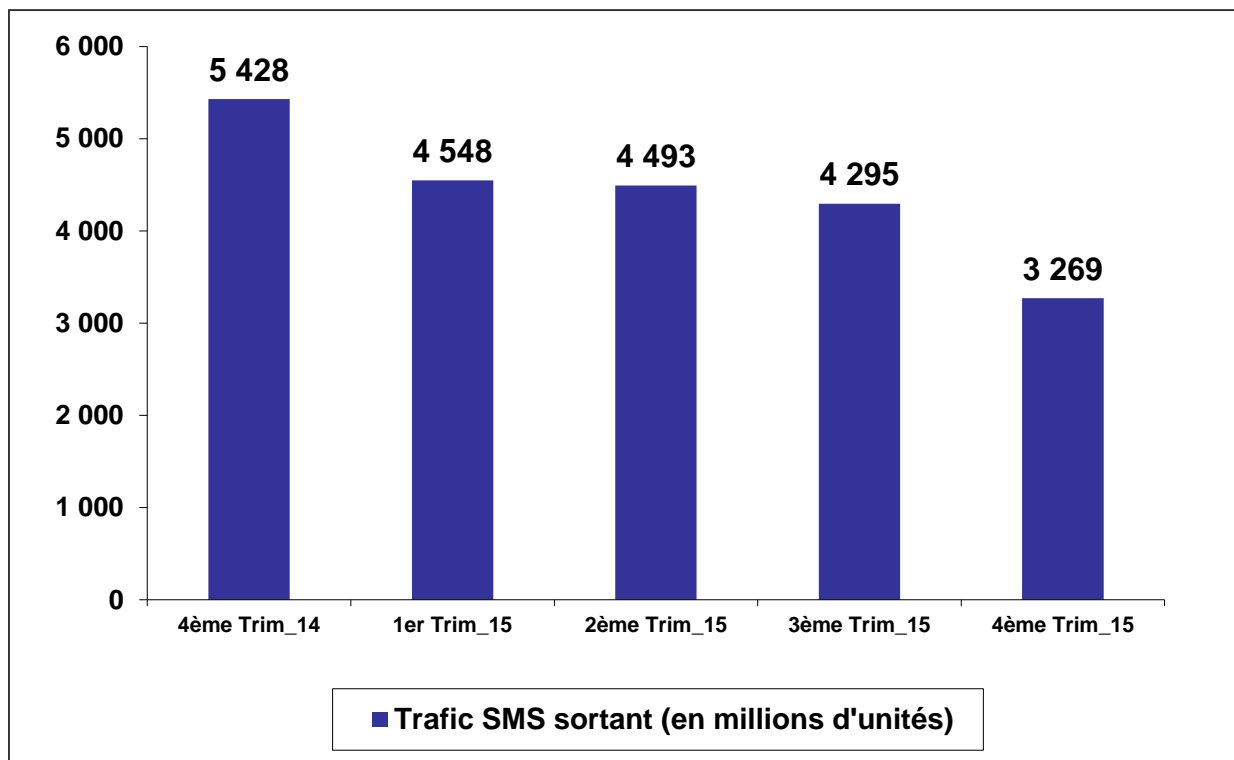
⁸ Le trafic voix sortant correspond à la somme des minutes consommées durant le trimestre par les clients de tous les opérateurs concernés par le service en question.

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

¹⁰ 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 sortant¹¹



5.2. Evolution de la croissance trimestrielle

Trafic SMS sortant (en millions d'unités)	4ème Trim-14	1er Trim-15	2ème Trim-15	3ème Trim-15	4ème Trim-15
Croissance nette ¹²	- 415,41	- 880,13	- 54,97	- 197,58	- 1 026,21
croissance en % ¹³	- 7,11%	- 16,22%	- 1,21%	- 4,40%	- 23,89%

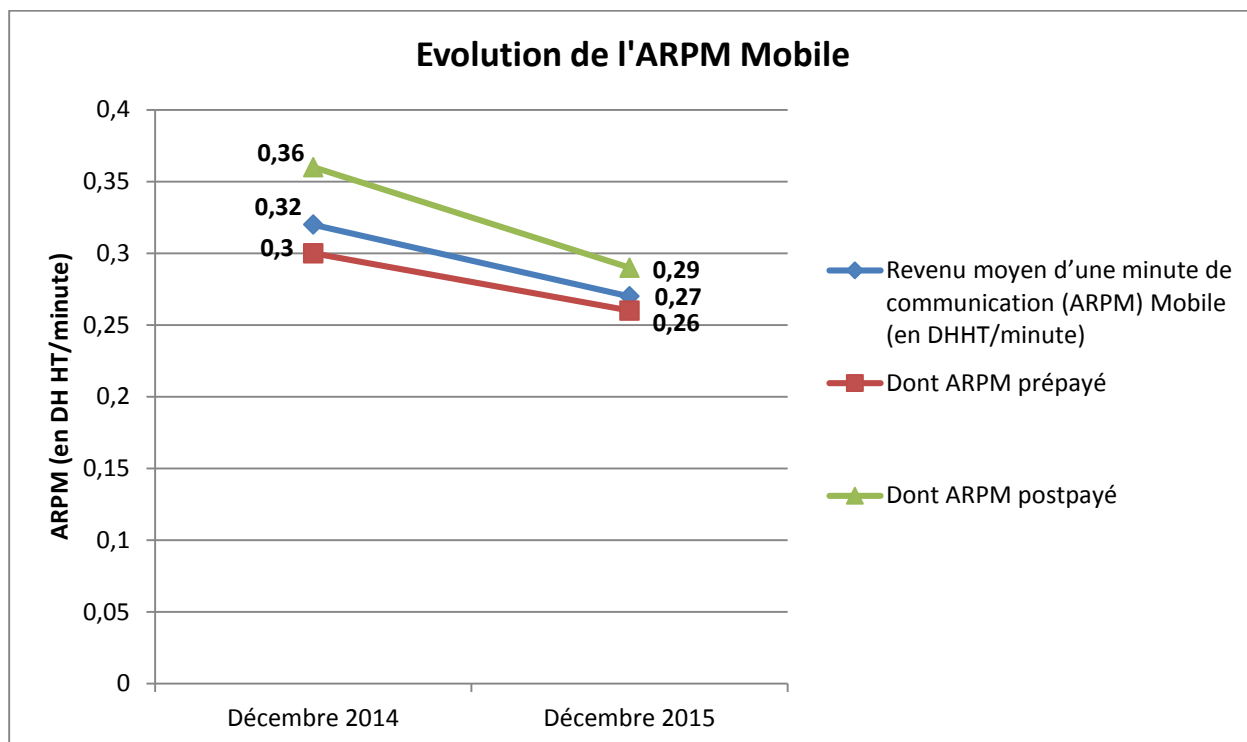
¹¹ Le trafic SMS sortant correspond à la somme des SMS envoyés durant le trimestre par les clients des opérateurs de la téléphonie mobile.

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

¹³ 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

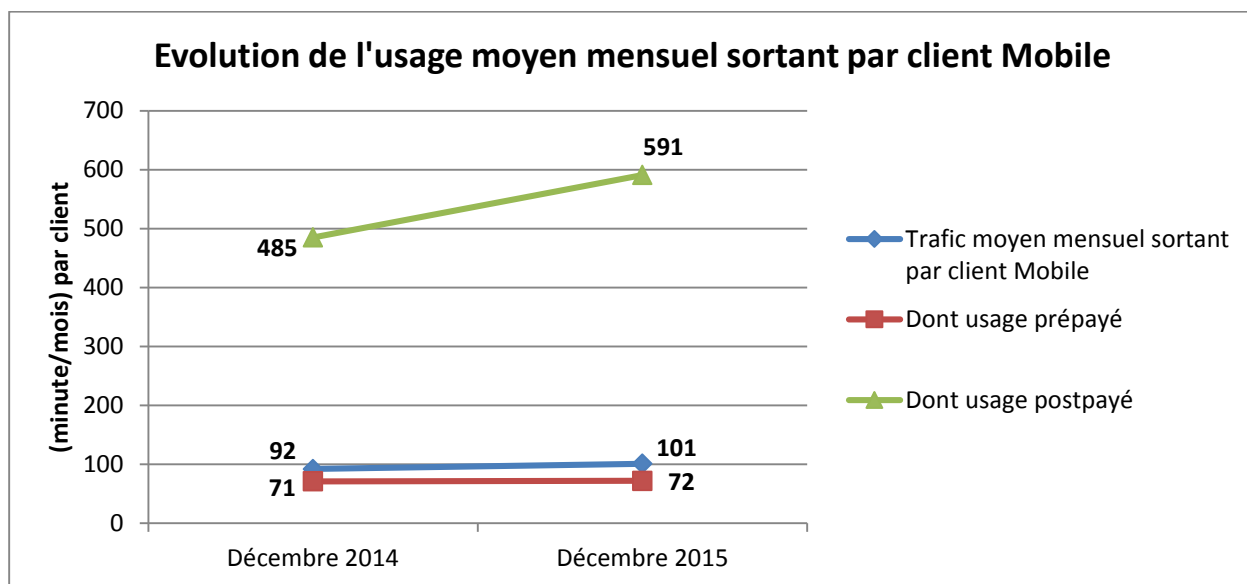
6.1. Evolution du revenu moyen par minute de communication (ARPM¹⁴) Mobile



	Décembre 2014	Décembre 2015	Evolution
Revenu moyen d'une minute de communication (ARPM) Mobile (en DHHT/minute)	0,32	0,27	- 16%
➤ <i>Dont ARPM prépayé</i>	<i>0,30</i>	<i>0,26</i>	<i>- 13%</i>
➤ <i>Dont ARPM postpayé</i>	<i>0,36</i>	<i>0,29</i>	<i>- 19%</i>

¹⁴ 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 Mobile¹⁵



	Septembre 2014	Septembre 2015	Evolution
Usage moyen mensuel sortant par client Mobile (en minute/mois/client)	92	101	10%
➤ <i>Dont usage prépayé</i>	<i>71</i>	<i>72</i>	<i>1%</i>
➤ <i>Dont usage postpayé</i>	<i>485</i>	<i>591</i>	<i>22%</i>

¹⁵ 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.