

# La téléphonie mobile en Afrique : qui sont ces investisseurs ?

**L**es réseaux mobiles se sont rapidement développés ces dernières années dans des zones jusque-là non desservies en Afrique. À côté des européens *Orange*, *Vodafone* et *Tigo (Millicom)*, on trouve le sud-africain *MTN* et les moyen-orientaux *Zain* et *Moov*. Leur stratégie vise à baisser les prix pour augmenter leur part de marché, alors même que les investissements dans le développement des réseaux se ralentissent sous l'effet de la crise financière. Un facteur clé de la révolution des communications "à l'africaine" réside dans la réduction des charges d'itinérance - qui consiste à appliquer le tarif local à un usager même si celui-ci se trouve à l'étranger. L'intégration régionale progressera à mesure que ces stratégies se propageront aux opérateurs et, au final, annuleront les écarts de prix d'un pays à l'autre.

**Laura Recuero Virto**

[laura.recuerovirto@oecd.org](mailto:laura.recuerovirto@oecd.org)

L. Recuero Virto est économiste dans l'équipe Europe, Moyen-Orient et Afrique au Centre de Développement de l'OCDE. Elle y est responsable d'un projet sur l'innovation dans les nouvelles technologies en Afrique. Elle participe régulièrement à un master professionnel sur la réglementation des télécommunications avec des organismes de réglementation africains et contribue à la préparation du prochain sommet de l'Union africaine en 2010 sur les Technologies de l'information et la communication.

## LES INVESTISSEMENTS ÉTRANGERS DANS LES NOUVELLES TECHNOLOGIES EN AFRIQUE EN FORTE CROISSANCE

La coopération internationale favorise la technologie et l'innovation en Afrique. Les investissements dans les télécommunications sont de plus en plus le fait de pays comme le Koweït, l'Afrique du Sud et l'Égypte. La Chine fournit du matériel à bas coût et des prêts aux opérateurs publics sous-capitalisés. De son côté, l'Inde contribue à la construction d'un réseau électronique panafricain couvrant les 53 pays du continent dans le cadre d'une initiative de l'Union Africaine. Les formules prépayées, à l'américaine, et les messages de texte (SMS) chers aux Européens sont extrêmement populaires. La coopération sur le commerce électronique avec l'Union européenne et les États-Unis prend une importance croissante pour répondre aux réglementations commerciales. Des entreprises britanniques et françaises ont, elles aussi, lourdement investi dans les télécommunications en Afrique. Mais l'innovation Sud-Nord pourrait bien aussi fonctionner : les ordinateurs *ClassMate* ("camarade de classe")

d'*Intel*, à bas coût, qui ont d'abord été vendus au Nigeria, sont désormais disponibles en Europe et aux États-Unis. Néanmoins, c'est dans le marché de la téléphonie mobile que les investissements étrangers sont en plus forte croissance, ce qui conduit à une consolidation de la présence des opérateurs panafricains sur le continent africain.

## LA MONTÉE EN PUISSANCE DES OPÉRATEURS PANAFRICAINS DE TÉLÉPHONIE MOBILE

La montée en puissance des investissements dans la téléphonie mobile s'explique par un large potentiel de croissance de ces marchés africains. Ceci trouve ses racines dans une demande sans précédent par les consommateurs africains, qui constatent enfin l'arrivée d'une technologie capable de leur donner accès aux services de fort intérêt pour le développement, tels que l'éducation, la santé, les paiements ou encore le commerce. Cette montée des investissements en téléphonie mobile évolue très rapidement vers la consolidation d'un faible nombre d'opérateurs panafricains, d'autant plus que la crise économique a touché

plus sévèrement les petites entreprises. Avec cette consolidation, depuis 2006, ces opérateurs panafricains développent une très forte concurrence en termes de prix, qui bénéficie très largement aux consommateurs. Cette concurrence prend la forme de modèles d'affaires qui mènent l'Afrique à la frontière de l'innovation dans ce domaine.

La montée en puissance des réseaux panafricains de téléphonie mobile s'explique par la forte présence des opérateurs européens *Orange*, *Vodacom* et *Tigo*, du sud-africain *MTN* et des moyen-orientaux *Zain* et *Moov*. Ces six opérateurs ont représenté 52 % des abonnements à la téléphonie mobile en Afrique en 2008 (Cf. Graphique 1). Les chiffres sur la population couverte par ces opérateurs sont impressionnants : *Zain* et *MTN* avaient, respectivement, 62 et 55 millions de consommateurs africains en 2008. *Vodafone* est proche derrière avec 44 millions d'utilisateurs. Les autres opérateurs, *Orange*, *Moov* et *Tigo* couvrent ensemble 25 millions des consommateurs. Dans l'ensemble, 370 millions d'africains avaient une ligne de téléphonie mobile en 2008, c'est-à-dire 4 africains sur 10. Pour 2012, les experts prévoient que ce ratio s'élèvera à 6 sur 10.

Le taux de croissance moyen de ces opérateurs panafricains est impressionnant. Il s'est établi à 41 % en 2008. Mais deux nouveaux venus (*Orange*, à 68 % et *Tigo*, à 82 %) ont fait bien mieux que certains opérateurs déjà présents (*Zain*, à 52 % et *MTN*, à 60 %). L'essentiel de la croissance de *Zain* est assuré par le Nigeria, qui représente 43 % de ses abonnements en Afrique. Le Nigeria, mais aussi l'Afrique du Sud, sont les deux marchés les plus importants pour *MTN* en

termes d'abonnements. *Vodafone* affiche les taux de croissance les plus faibles, puisqu'il opère sur des marchés plus matures. L'entreprise est surtout concentrée en Afrique du Sud, qui représentait environ 50 % de sa base de clientèle en 2008.

Même si ces chiffres sont impressionnants, les taux de pénétration, encore faibles, traduisent l'énorme potentiel de

croissance de la région. Les opérateurs des pays émergents, ainsi que ceux de pays européens, ont bien intégré ce potentiel dans leurs politiques d'investissement. En 2008, l'opérateur koweïtien *Zain* a investi dans le développement des capacités de réseau et la mise à niveau des infrastructures de transmission, en particulier au Ghana, au Malawi, au Nigeria, au Soudan et en Zambie. Après Bahreïn et le Koweït, *Zain* pourrait tirer parti de son expertise en réseaux 3G. L'opérateur sud-africain *MTN* se classe en tête pour le nombre d'abonnés sur l'ensemble du continent et cherche à conforter sa position avec une offre groupée téléphonie fixe - téléphonie mobile - services Internet, conformément au régime de licence convergente. En 2008, l'entreprise a racheté *Arobase Telecom*, le deuxième opérateur de ligne fixe de Côte d'Ivoire, ainsi qu'un fournisseur de services Internet, *Afnet*.

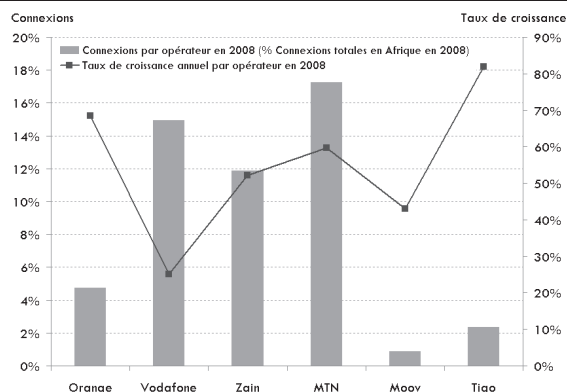
Les opérateurs européens se tournent aussi vers l'Afrique face à la maturité des marchés européens. L'opérateur français *Orange* a récemment changé de stratégie depuis l'échec de sa tentative de rachat - pour un montant de 40 milliards de dollars - de l'opérateur nordique *TeliaSonera*. En 2008, l'entreprise a investi au Kenya et au Nigeria, où elle propose une offre groupée fixe-mobile-Internet, à l'instar de *MTN*. *Orange* espère également couvrir 30 villes du Niger. L'entreprise cible des marchés potentiellement rentables avec une large base de clientèle. En 2008, les abonnements à la téléphonie mobile et les recettes d'*Orange* ont progressé de respectivement 42,5 et 17 %, contre 28 et 8,3 % pour la totalité du groupe dans le monde. L'opérateur britannique *Vodafone* s'intéresse également à l'Afrique. En 2008, le groupe a racheté 70 % de *Ghana Telecom*, pour 90 millions de dollars.

Parallèlement à cette forte croissance des investissements, les opérateurs de téléphonie mobile sont aussi en train de consolider leur présence avec de fortes parts de marché par pays. Ainsi, les opérateurs disposant de la base d'abonnés la plus large en Afrique - comme *Vodafone*, *Zain* et *MTN* - sont aussi ceux qui ont la part de marché la plus élevée dans les pays où ils opèrent (Cf. Graphiques 1 et 2). Ces trois opérateurs détiennent chacun plus de 11 % du total des abonnements en Afrique. *Vodafone* et *MTN* affichent chacun une part de marché moyenne supérieure à

## La montée en puissance des investissements dans la téléphonie mobile s'explique par un large potentiel de croissance de ces marchés africains”.

Graphique 1

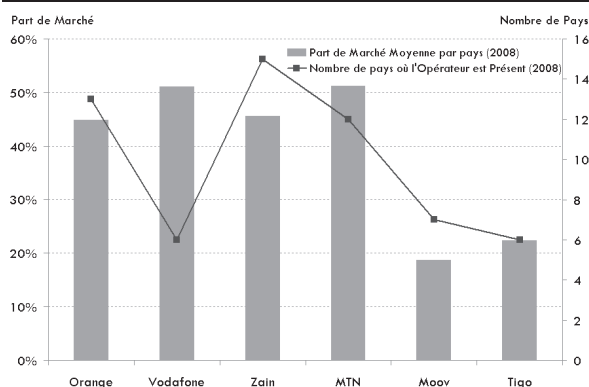
### Taux de pénétration des opérateurs panafricains de téléphonie mobile en Afrique



Source : OCDE Centre de Développement, "Innovation et Nouvelles Technologies en Afrique", Les Perspectives Economiques Africaines 2009 (<http://www.africaneconomicoutlook.org>)

Graphique 2

## Présence sur le marché des opérateurs panafricains



Source : OCDE Centre de Développement, "Innovation et Nouvelles Technologies en Afrique", Les Perspectives Économiques Africaines 2009 (<http://www.africaneconomicoutlook.org>)

50 % des abonnements dans les pays où ils opèrent. Zain les talonne, avec 46 % de parts de marché par pays. À l'autre extrémité du spectre, Moov et Tigo ont tous les deux moins d'abonnés (moins de 3 %) et disposent également d'une part de marché moyenne par pays plus faible, autour de 20 %. Orange, lanterne rouge du continent en termes d'abonnements, s'en sort beaucoup mieux en termes de parts de marché par pays.

La consolidation des opérateurs panafricains s'observe également en regardant l'étendue de ces marchés. On note ainsi une relation étroite entre la part de marché moyenne d'un opérateur et le nombre de pays ciblés (Cf. Graphique 2). Les opérateurs présents dans un grand nombre de pays ont tendance à avoir une part d'abonnés supérieure sur chaque marché et à bénéficier d'économies d'échelle également supérieures. Seul Vodafone, qui opère dans un nombre de pays relativement restreint, fait exception. Ainsi, Orange, MTN et Zain sont au moins présents sur 12 pays africains chacun, alors que Vodafone, Moov et Tigo sont loin derrière, avec des licences dans environ 6 pays chacun.

Récemment, la plupart des opérateurs panafricains ont cherché à développer leur clientèle en baissant les prix. Vodafone pratique une politique tarifaire agressive pour toucher les ménages modestes, étant donné que 90 % de ses clients utilisent des services prépayés. Zain et MTN se livrant à une concurrence intense au Nigeria, en Ouganda, en République du Congo, au Soudan et en Zambie, les prix sur ces marchés devraient baisser. Zain propose déjà un système de tarification original (voir la section suivante sur la guerre de l'itinérance) pour essayer d'élargir sa part de marché, alors même qu'il a annoncé des pertes pour deux trimestres de l'année 2008.

## QUOI ENSUITE ? LA GUERRE DE L'ITINÉRANCE

L'itinérance (*roaming*) permet à un client d'utiliser son téléphone portable à l'étranger. Cela suppose des ententes entre l'opérateur du client et au moins un des opérateurs du pays où il se trouve. Aujourd'hui, en Afrique, plusieurs opérateurs proposent ce service gratuitement. La compagnie *Celtel* - fondée par le soudanais Mo Ibrahim et rachetée par le moyen-oriental Zain en 2007 - a lancé le premier réseau sans frontière au monde en Afrique de l'Est, en septembre 2006. Ses clients peuvent ainsi passer et recevoir des appels et des SMS partout dans le monde, au prix d'une communication locale. Ils peuvent également recharger leur téléphone avec des cartes achetées dans l'un des trois pays concernés (Tanzanie, Ouganda et Kenya). Mais les prix ne sont pas encore harmonisés. L'appel d'un client *Celtel* en Tanzanie ou l'envoi d'un SMS depuis la Tanzanie coûte toujours deux fois plus cher qu'en Ouganda. Cependant, l'initiative a fait des émules. Au Kenya, Zain applique le même tarif pour les communications aux heures de pointe et aux heures creuses et propose un tarif local aux abonnés des autres réseaux. Le tarif "Vuka" est 68 % moins cher que celui de ses concurrents pour un appel local vers un autre réseau. Zain applique un taux préférentiel pour les appels internationaux à ses abonnés en Afrique de l'Est et un taux légèrement moins avantageux pour les abonnés est-africains à d'autres réseaux.

Zain a été imité par ses concurrents. En Afrique de l'Est, *Vodacom Tanzania*, *MTN Ouganda* et *Safaricom Kenya* ont signé des accords réciproques d'itinérance gratuite en 2007. En 2008 cependant, les clients prépayés de *Vodacom* n'avaient qu'un accès limité à l'itinérance. *MTN Rwanda* s'est récemment associé à cette entente qui touche désormais 15 millions d'abonnés dans quatre réseaux. MTN développe son offre pour offrir un service d'itinérance gratuit - baptisé "MTN One World" - dans les 21 pays d'Afrique et du Moyen-Orient où il est présent. Le service est déjà opérationnel au Bénin, au Cameroun, au Ghana et au Nigeria.

Avec ces accords d'itinérance gratuite, l'Afrique prouve son potentiel d'innovation technologique et commerciale. Elle montre aussi que les opérateurs de télécommunications et les organismes de régulation peuvent œuvrer ensemble à la conception de solutions efficaces en termes de réduction des coûts. Dans l'Union européenne, des accords de ce type ont été achoppés sur des considérations réglementaires quand, par exemple, *Vodafone* et *Mannesman* ont cherché à fusionner en 2000. La fusion avait été autorisée à condition que les deux parties proposent des tarifs d'itinérance aux opérateurs mobiles affiliés comme aux autres. Résultat, la nouvelle entité n'est

guère incitée à proposer des services paneuropéens d'itinérance gratuits ou presque. Le fait que les opérateurs africains soient présents dans un grand nombre de pays et que les interventions réglementaires soient limitées a permis le développement de ces réseaux tarifaires panafricains.

### MALGRÉ LA CRISE FINANCIÈRE, LE SECTEUR AFRICAIN DES TÉLÉCOMMUNICATIONS SÉDUIT LES INVESTISSEURS

La crise financière devrait accélérer d'avantage la consolidation des marchés de télécommunications en Afrique. Alors que les petits opérateurs se battent pour financer le développement de leurs réseaux, les gros opérateurs qui n'ont pas de problèmes de trésorerie - comme le sud-africain MTN, l'égyptien *Orascom Telecom*, le koweïti *Zain*, le français *Orange* et le britannique *Vodafone* - vont pouvoir pénétrer les marchés africains. *Zain* a augmenté son capital de 4,49 milliards de dollars et prévoit de dépenser jusqu'à 4 milliards de dollars en Afrique d'ici 2010. Pendant la crise les affaires continuent. Plusieurs opérateurs ont changé de mains, comme *Ghana Telecom* (août 2008), *Onatel* (Burkina Faso, décembre 2008) et *Sotelma* (Mali, janvier 2009). Au Rwanda, *Millicom* s'est vu attribuer une nouvelle licence en novembre 2008. *Orange* en a décroché deux autres, en Ouganda en octobre 2008 et au Togo en novembre 2008. Enfin, *Orascom Telecom* a racheté le namibien *Cell One Namibia* en janvier 2009.

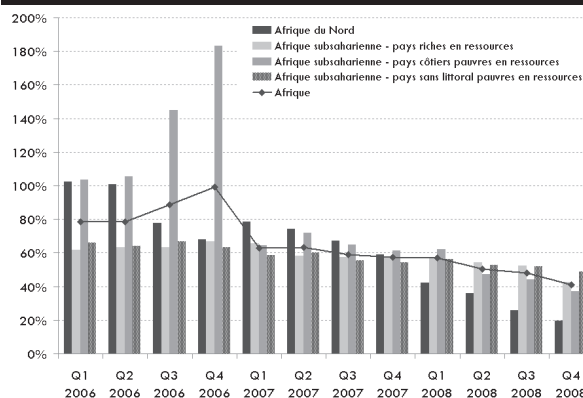
L'avenir reste malgré tout assez incertain. Le cours des actions des opérateurs mobiles en Afrique s'est effondré : MTN a perdu 20 % en 2008 et *Millicom* 66 %. Pour sa part, l'opérateur *Tigo* devrait afficher un taux de croissance sensiblement plus faible en 2009, du fait de la crise économique : ses recettes ont déjà perdu du terrain en 2008 au Ghana, au Sénégal et au Tchad. Avec le ralentissement de la croissance depuis trois ans, la concurrence tarifaire va se renforcer, réduisant des profits qui avaient jusqu'ici permis d'assumer les dépenses d'investissement. Le développement des réseaux 3G va donc probablement être retardé.

Les flux d'IDE dans le secteur africain des télécommunications ont à peine souffert de l'éclatement de la bulle Internet en 2000-2001 - même si une poignée d'entreprises seulement assurent l'essentiel de ces investissements. Entre 1996 et 2006, le français *Vivendi* a injecté 6,1 milliards de dollars, contre 4,9 milliards pour *France Telecom* et 3,4 milliards pour le britannique *Vodafone*. Les investissements Sud-Sud ont été le fait du koweïti *Mobile Telecommunications* - à hauteur de 4,9 milliards de dollars - suivi du sud-africain MTN (4,5 milliards) et de l'égyptien *Orascom* (3,7 milliards). Plus récemment, la Chine a proposé des prêts à des conditions préférentielles aux opérateurs publics. Les équipementiers chinois comme *Huawei* et *ZTE* vont probablement accroître leur présence en Afrique.

La crise actuelle devrait avoir moins d'impact sur les IDE destinés aux télécommunications africaines qu'à d'autres secteurs, du fait du potentiel du marché et de l'effet assez faible de la crise sur la consommation des communications par les usagers. Ainsi, l'Afrique continuera-t-elle à bénéficier d'un secteur des télécommunications en forte expansion permettant alors à beaucoup d'Africains d'avoir accès pour la première fois à ces services.

Graphique 3

#### Taux de croissance des connexions de téléphonie mobile en Afrique



Source : Wireless Intelligence (<http://www.wirelessintelligence.com>), Q=quarter (trimestre)