

République Démocratique du Congo
Présidence de la République
**Autorité de Régulation de la Poste et des
Télécommunications du Congo**



RAPPORT ANNUEL 2014

OBSERVATOIRE DU MARCHÉ DES TELECOMMUNICATIONS



TENDANCES DU MARCHÉ 2013-2014

2015

A formal portrait of Joseph Kabila Kabange, President of the Democratic Republic of the Congo. He is standing, wearing a dark blue suit, a white shirt, and a blue and yellow striped tie. To his left is the flag of the Democratic Republic of the Congo, which features a blue top section, a yellow middle section, and a red bottom section, separated by thin yellow lines. The flag is on a gold pole with a decorative finial. The background is a solid blue color.

« Au moment où le processus de décentralisation connaît une accélération, il est impératif que le secteur des Postes et des Télécommunications soit considéré comme un pivot de l'intégration de nos 26 provinces et pour mieux faire connaître notre pays au monde »

Extrait du Discours de Son Excellence Monsieur Joseph KABILA KABANGE, Président de la République Démocratique du Congo sur l'état de la nation devant le congrès en date du 14 décembre 2015.

Son Excellence
Monsieur Joseph KABILA KABANGE
Président de la République Démocratique du Congo



PRESENTATION DE L'AUTORITE DE REGULATION DE LA POSTE ET DES TELECOMMUNICATIONS DU CONGO (ARPTC)

La mise sur pied d'un organe de régulation de la poste et des télécommunications en République Démocratique du Congo (ARPTC en sigle) a voulu répondre aux exigences du secteur dont l'évolution à travers le monde fait des postes et des télécommunications un atout majeur pour le développement durable et pour la réduction de la pauvreté dans les pays les moins avancés.

Il s'agit d'un courant mondial dont s'inspirent tous les autres secteurs libéralisés (énergie, transport, médias, etc.). Elle répond également à la volonté politique des institutions de tout pays à économie libérale de promouvoir des investissements dans le secteur, d'assurer aux consommateurs un accès aux services de qualité à des prix abordables.

Au regard de ses effets positifs, plus de 150 pays à travers le monde, dont plus de 50 en Afrique disposent des organes de régulation du secteur de télécom.

En République Démocratique du Congo, la création d'un organe de régulation de la poste et des télécommunications s'est inscrit dans le cadre des réformes initiées dans le secteur et ce à la suite de la constatation des dysfonctionnement et de l'inadaptation des structures juridiques, administratives et économiques existantes au regard de l'évolution des marchés et des enjeux résultant des progrès.

CREATION ET DENOMINATION

Aux termes des dispositions de la loi n° 014/2002 du 16 Octobre 2002, spécialement en son article 1^{er}, il a été institué, en RDC, un organe indépendant de régulation de la Poste et des Télécommunication, dénommé : « Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications du Congo », en sigle **ARPTC**.

Cet organe a vu naissance dans un contexte particulier où la libéralisation, de facto, était déjà intervenue depuis les années 1986. En effet, alors que, normalement, un organe de régulation est créé pour notamment préparer la libéralisation du secteur en balisant le chemin pour l'arrivée des nouveaux entrants sur le marché, cela a été l'inverse pour l'ARPTC en RDC où la libéralisation s'est faite sans réforme juridique et sans organe de régulation.

STATUT JURIDIQUE

L'Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications du Congo est une personnalité civile jouissant de l'autonomie administrative et financière. Elle relève du Président de la République. Elle est une autorité administrative indépendante destinée à renforcer l'autorité de contrôle de l'Etat dans le secteur.

L'ARPTC est pour la poste et les télécommunications ce que le Conseil Supérieur de l'Audio-Visuel (CSAC) est pour les médias. Ces deux Autorités sont par ailleurs complémentaires dans une certaine mesure, la première régulant les contenants (technologies et infrastructures) et la seconde régulant le contenu des informations médiatisées.

MISSIONS

Les Missions de l'ARPTC, découlant des lois n°012/2002, 013/2002 et n°014/2002 du 16 octobre 2002, s'inscrivent dans la logique de la séparation des fonctions de réglementation, d'exploitation et de régulation. C'est cette dernière qui constitue l'objet social de l'ARPTC.

Les Missions confiées à l'ARPTC par le législateur consistent notamment à :

- **La régulation juridique**, c'est-à-dire veiller à l'application des lois et des règlements qui les accompagnent et à contribuer à les adapter.
- **La régulation technique**, à travers la gestion, le contrôle et l'assignation des ressources rares telles la numérotation et les fréquences ;
- **La régulation économique**, par l'analyse des situations du marché, la détermination des mécanismes d'interconnexion et de tarification des services de télécommunications, l'évaluation du coût du service universel et la protection des intérêts des consommateurs, des opérateurs et de l'Etat.

De manière concrète, aux termes des dispositions de l'article 3 de la loi n°014/2002, les compétences propres de l'ARPTC consistent notamment à :

- Veiller au respect des lois, des règlements et des conventions en matière de télécommunications;
- Contribuer à définir et à adapter, conformément aux orientations de la politique gouvernementale, le cadre juridique général dans lequel s'exercent les activités relevant du secteur de la poste et des télécommunications ;
- Instruire les dossiers de demande de concession, délivrer, suspendre ou retirer les autorisations, recevoir les déclarations, établir les cahiers des charges correspondant aux autorisations et veiller au respect des obligations contractées par leurs titulaires, fixer périodiquement le nombre de nouveaux opérateurs admissibles au bénéfice d'une concession ou d'une autorisation ;
- Définir les principes d'interconnexion et de tarification des services publics de télécommunications ;
- Gérer et contrôler les spectres des fréquences, assigner les fréquences nécessaires au fonctionnement de toute station de radiodiffusion sonore et de télévision ;
- Elaborer et gérer le plan de numérotation ;
- Edicter les normes techniques des équipements et terminaux et procéder aux homologations requises par la loi ;
- Assurer la continuité des services et protéger l'intérêt général ;
- Analyser et étudier de façon prospective l'évolution, aux plans national et international de l'environnement social, économique, technique et juridique des activités du secteur ;

- Suggérer toutes modifications législatives ou réglementaires qui lui paraissent nécessaires à l'évolution des secteurs des postes et des télécommunications et au développement de la concurrence ;
- Protéger sur le marché des postes et des télécommunications, les intérêts des consommateurs et des opérateurs en veillant à l'existence et à la promotion d'une concurrence effective et loyale et prendre toutes les mesures nécessaires à l'effet de rétablir la concurrence au profit des consommateurs ;
- Coopérer avec d'autres autorités tant nationales qu'internationales ayant le même objet, contribuer à la préparation de la position congolaise dans les négociations internationales en matière des postes et des télécommunications ;
- Veiller à ce que le fond de service universel soit utilisé pour assurer la prestation d'un service universel dans les domaines des postes et des télécommunications.

STRUCTURES ORGANISATIONNELLES :

L'Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications du Congo est constituée : d'un Collège et d'une Administration.

Du Collège :

Le Collège de l'ARPTC est composé de sept(7) membres à savoir :

- **Un Président ;**
- **Un Vice-Président ;**
- **Cinq Conseillers.**

Ces membres sont nommés par le Président de la République en conformité avec les prescrits de l'article 10 de la loi n°014/2002 du 16 octobre 2002, pour un mandat de cinq(5) ans renouvelable une fois. Ils prêtent serment devant la cour suprême de justice avant d'entrer en fonction. Les prérogatives du Collège de l'ARPTC sont définies à l'article 13 de la loi 014/2002 portant création de l'ARPTC.

De l'Administration :

L'Administration de l'ARPTC est placée sous l'autorité du Président du Collège et elle est composée :

- Des Directions (composées de services)
- Des Agences Régionales : (i) Agences régionales de l'OUEST « DARO » (Bas-Congo et Bandundu), (ii) Agences régionales de l'EST« DARE »(Kivu), (iii) Agences régionales du CENTRE « DARC » (deux Kasai), (iv) Agences régionales du SUD « DARS »(Katanga), (v) Agences régionales du NORD« DARN »(province orientale, Equateur), (vi) Agences régionaux de Kinshasa « DAK ».

Les agents de l'ARPTC sont des officiers de police judiciaire à compétence restreinte, ils prêtent serment devant le Parquet General de la République près le Tribunal de Grande Instance du ressort.



INTRODUCTION



Oscar MANIKUNDA MUSATA

President du Collège de l'ARPTC

En République Démocratique du Congo, l'Autorité de régulation de la Poste et des Télécommunications du Congo est chargée de :

- La régulation juridique, c'est-à-dire veiller à l'application des lois et des règlements qui les accompagnent et à contribuer à les adapter.
- La régulation technique, à travers l'attribution des ressources rares telles la numérotation et les fréquences et également aussi la détermination des mécanismes d'interconnexion qui supposent une connaissance du fonctionnement des réseaux des télécommunications ;
- La régulation économique par l'analyse des situations du marché, le contrôle des tarifs et l'évaluation du coût du service universel ; et enfin,
- La régulation sociale par la prise en compte des intérêts des consommateurs.

En effet, aux termes des dispositions de la Loi n°014/2002 du 14 Octobre 2002 portant création de l'Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications du Congo (ARPTC), en son article 3 alinéas (j), il est conféré à l'ARPTC entre autres, comme mission « d'analyser et d'étudier de façon prospective l'évolution aux plans national et international, de l'environnement social, économique, technique et juridique des activités du secteur».

C'est fort de cette mission légale, qu'il est publié à la fin de chaque exercice, un rapport annuel sur les tendances du marché des télécommunications pour une meilleure visibilité des activités du secteur. Pour une meilleure régulation, l'ARPTC, comme tout régulateur, est tenu d'assurer le suivi

du marché des télécommunications en faisant toutes sortes d'analyses de marchés pertinents et utiles à la régulation.

C'est l'objet du présent Rapport Annuel 2014, dit « Observatoire du Marché des Télécommunications », qui se veut à jour, pertinent et exhaustif et ce, dans les limites des déclarations reçues et qui met à la disposition non seulement du régulateur, mais aussi des acteurs du secteur, des Autorités gouvernementales et non gouvernementales, des informations relatives à l'évolution du marché des télécommunications en RDC.

Il sied de rappeler que c'est depuis 2003, que l'ARPTC publie régulièrement le rapport annuel de l'observatoire du marché sous forme des tendances des indicateurs pertinents du marché des télécommunications. Des rapports trimestriels sont également publiés au cours de l'année.

Le rapport sur l'observatoire est alimenté par des informations ou données déclarées et validées par les opérateurs exploitants les services publics de télécommunications et ce, à l'aide d'un formulaire annuel de collecte, lequel est construit sur la base de la matrice définie par l'ARPTC conformément aux recommandations de l'UIT.

Les indicateurs publiés concernent, particulièrement, le nombre d'abonnements à la téléphonie mobile et aux services d'Internet, le niveau de pénétration de la téléphonie mobile et de l'Internet mobile, les positionnements des opérateurs sur le marché, le volume de trafic, le niveau des revenus générés dans le secteur, les tarifs des services de téléphonie mobile et Internet pratiqués, un benchmark sur les tarifs de large bande, ainsi qu'une analyse des indicateurs performants.

Oscar **MANIKUNDA MUSATA**

Table des matières

PRESENTATION DE L'AUTORITE DE REGULATION DE LA POSTE ET DES TELECOMMUNICATIONS DU CONGO (ARPTC)	4
INTRODUCTION	7
I. PRESENTATION DU MARCHÉ DE LA TELEPHONIE MOBILE EN RDC	11
I.1. Présentation générale du marché de la téléphonie mobile	12
II. ABONNEMENTS A LA TELEPHONIE MOBILE	13
II.1. Abonnements à la Téléphonie Mobile	14
II.2. Répartition des abonnements	14
II.3. Nombre d'abonnements par service des opérateurs	15
II.4. Taux de souscription aux services mobiles autres que la voix	16
II.5. Evolution des abonnements aux réseaux mobiles par opérateur	17
II.6. Taux d'accroissement du nombre d'abonnements	18
<i>II.6.1 Taux de Croissance Annuel entre 2013-2014</i>	18
<i>II.6.2 Taux de croissance annuelle des abonnements 2013-2014</i>	18
<i>II.6.3. Taux d'accroissement trimestriel du parc d'abonnés par opérateur</i>	19
<i>II.6.4 Taux d'accroissement trimestriel du parc total des abonnements</i>	19
II.7. Parts de marché et positionnement des opérateurs sur le marché	20
<i>II.7.1 Classement des opérateurs par rapport aux parts de marché</i>	20
<i>II.7.2 Evolution des parts de marché</i>	21
II.8. Evolution du Taux de pénétration mobile entre 2013-2014	21
<i>II.8.1 Taux de pénétration mobile par opérateur</i>	21
<i>II.8.2 Tendances du taux de pénétration mobile 2013-2014</i>	22
III. EVOLUTION DU TRAFIC DE LA TELEPHONIE MOBILE	23
III.1. Trafic Voix global (en volume de minutes)	24
<i>III.1.1 Taux de croissance annuel du trafic entre 2013-2014</i>	24
III.2. Répartition des trafics voix par destination	25
<i>III.2.1. Répartition du trafic voix international</i>	25
III.3. Part de marché et positionnement des opérateurs par rapport au trafic voix	26
III.4. Trafic Voix Sortant	27
III.5. Trafic Voix Entrant	28
III.6. MoU (Minutes Of User ou Temps Moyen par Abonné)	29
<i>III.6.1 Evolution annuelle de MoU</i>	29
<i>III.6.2 Evolution annuelle de MoU par opérateur</i>	29
<i>III.6.3 Evolution annuelle de MoU Sortant et Entrant</i>	30
III.7. Trafic SMS global	30
<i>III.7.1. Taux de croissance du trafic SMS par destination 2013-2014</i>	31
III.8. Répartition du Trafic SMS par destination	31
III.9. Trafic SMS Sortant	32
<i>III.9.1. Evolution trimestrielle du Trafic SMS Sortant 2014</i>	32
III.10. Trafic SMS Entrant	33
IV. REVENUS DANS LA TELEPHONIE MOBILE (en USD)	35
IV.1. Revenus total du marché	36
<i>IV.1.1 Taux de croissance des revenus (\$)</i>	37
IV.2. Répartition du Revenu par services	37
IV.3. Part de marché des opérateurs par rapport au revenu	38
IV.4. Evolution du revenu Voix	39
IV.5. Répartition du revenu voix	39
IV.6. ARPU (Average Revenu Per User ou Revenu Moyen par abonné) en USD	40

IV.6.1 Evolution annuelle de l'ARPU Global	40
IV.6.2 Evolution Trimestrielle de l'ARPU par service.....	41
V. INVESTISSEMENTS ET CREATION D'EMPLOIS	43
V.1. Niveaux des Investissements réalisés dans le secteur.....	44
V.1.1 Evolution annuelle des investissements (en \$USD)	44
V.1.2 Niveau des investissements par opérateur (En USD)	45
V.2. Création d'emplois directs	46
V.2.1 Evolution annuelle des emplois directs.....	46
V.2.2 Niveau des emplois créés par opérateur	46
VI. TARIFS DES SERVICES DE LA TELEPHONIE MOBILE (en USD)	47
VI.1. Tarifs On-net	48
VI.2. Tarifs Off-net	49
VI.3. Tarifs Internationaux/Zone A	50
VI.4. Tarifs SMS On-net	51
VII. MARCHÉ DE L'INTERNET	53
VII.1. Services d'Internet Mobile	54
VII.1.1. Abonnements aux services d'Internet mobile	54
VII.1.2. Abonnements à l'Internet mobile par opérateur	54
VII.1.3. Taux de pénétration de l'Internet mobile	55
VII.1.4. Parts de marché des opérateurs Internet mobile	55
VII.1.5. Revenu de l'Internet mobile	56
VII.1.6. Revenu de l'Internet mobile par opérateur.....	56
VII.1.7. ARPU Internet mobile (en USD)	57
VII.1.8. Parts de marché des opérateurs sur le revenu de l'Internet mobile	57
VII.1.9. Tarifs de l'Internet mobile	58
VII.1.10. Benchmark des tarifs Internet mobile dans la région Afrique.....	58
VII.2. Services d'Internet Fixe.....	60
VII.2.1. Nombre d'abonnements Internet fixe	60
VII.3. Couverture du service Internet	60
VIII. ANALYSE DES INDICATEURS DE PERFORMANCE	63
VIII.1. Observation des performances par rapport à la variable Tarif	64
VIII.1.1. Evolution du Trafic Voix par rapport au Tarif moyen entre 2013-2014	64
VIII.1.2. Evolution du Trafic on-net par rapport au Tarif moyen on-net.....	64
VIII.1.3. Evolution de MoU par rapport au Tarif moyen voix.....	65
VIII.1.4. Evolution du Revenu Voix par rapport au Tarif moyen Voix	65
VIII.1.5. Evolution de l'ARPU voix par rapport au Tarif moyen Voix.....	66
VIII.1.6. Evolution du Nombre d'abonnements par rapport au Tarif moyen voix	66
VIII.1.7. Evolution du nombre d'abonnements par rapport à l'ARPU global.....	67
VIII.2. Analyse des parts de marchés des opérateurs par rapport aux	
indicateurs de performance 2014.....	67
VIII.2.1. Abonnements et Trafic voix.....	67
VIII.2.2. Abonnements et Revenu global.....	68
VIII.2.3. Trafic voix et Revenu voix.....	69
VIII.2.4. Trafic voix on-net et Revenu voix on-net.....	70
VIII.2.5. Trafic voix off-net et Revenu voix off-net.....	71
ANNEXE.....	73
DEFINITION DES TERMES UTILISES	74
LISTE DES TABLEAUX.....	76
LISTE DES FIGURES	77

I. PRESENTATION DU MARCHE DE LA TELEPHONIE MOBILE EN RDC

Sommaire

I.1. Présentation générale du marché de la téléphonie mobile 12



I.1. Présentation générale du marché de la téléphonie mobile

Depuis la libéralisation du secteur des télécommunications consacrées par la loi-cadre n°013/2002 du 16 octobre 2002 sur les Télécommunications en RDC, les réseaux et les services de télécommunications ont connu une très forte croissance en termes de parc d'abonnés, de chiffre d'affaires, du niveau de taux de pénétration mobile, principalement grâce au très fort développement des réseaux de téléphonie mobiles, porté par les investissements des opérateurs privés.

En 2014, le marché de la téléphonie mobile et de l'Internet mobile est resté largement dominé par cinq(5) opérateurs mobiles privés à savoir : Airtel Congo, Vodacom Congo, Orange RDC, Africell RDC et Tigo RDC, tous exploitants dans un environnement fortement concurrentiel.

Les opérateurs de téléphonie mobile susvisés, opèrent également sur les segments de marché des services à valeur ajoutée en compétition avec les fournisseurs de services à valeur ajoutée, qui dépendent des premiers pour leur insertion sur le marché, dans la mesure où ceux-ci sont détenteurs des infrastructures essentielles pour leur interconnexion.

Dans l'ensemble, les cinq opérateurs mobiles ont totalisé plus de 37 millions abonnés, générant ainsi un revenu total de l'ordre de plus de 987 millions de Dollars Américains, pour un volume de trafic voix total de plus de 15 milliards des minutes, le volume des SMS¹ ayant atteint environ 13 milliards.

En ce qui concerne les niveaux d'investissements, le secteur a enregistré plus de 303 millions des Dollars américains en 2014, soit un accroissement de l'ordre de 13,33% par rapport à 2013. Ce niveau d'investissement a eu un impact positif sur la création d'emplois directs qui a connu une augmentation de l'ordre 35.96% soit de 178 emplois à 242 directs. Les emplois indirects étant créés par les activités connexes aux télécommunications.

Quant aux services d'Internet mobile offerts par les opérateurs GSM aux masses, grâce aux technologies 2G et 3G, a sensiblement booster le niveau de pénétration du service Internet jadis dominé par les FAI traditionnels, en perte de vitesse et qui ont du mal à suivre la concurrence à cause notamment des coûts d'accès et des équipements élevés, se concentrant principalement sur une catégorie des clients corporate. Ainsi, ce taux de pénétration est passé de 3,18% en 2013 à 7,28% en 2014.

Du point de vue des tarifs, les tarifs moyens pour les services voix pratiqués étaient de 0,109 USD/minute et pour les services SMS de 0,038 USD/SMS.

L'opérateur historique (SCPT), étant actuellement absent du marché de détail, s'est pour le moment positionné sur le marché de vente en gros des capacités à haut débit avec la construction des liaisons Backbone Nationales(BBN) en Fibre optique grâce à sa connexion au réseau international de transmission haut débit dont la station d'atterrissage du câble sous-marin WACS (West Africa Câble System) se trouve à Muanda.

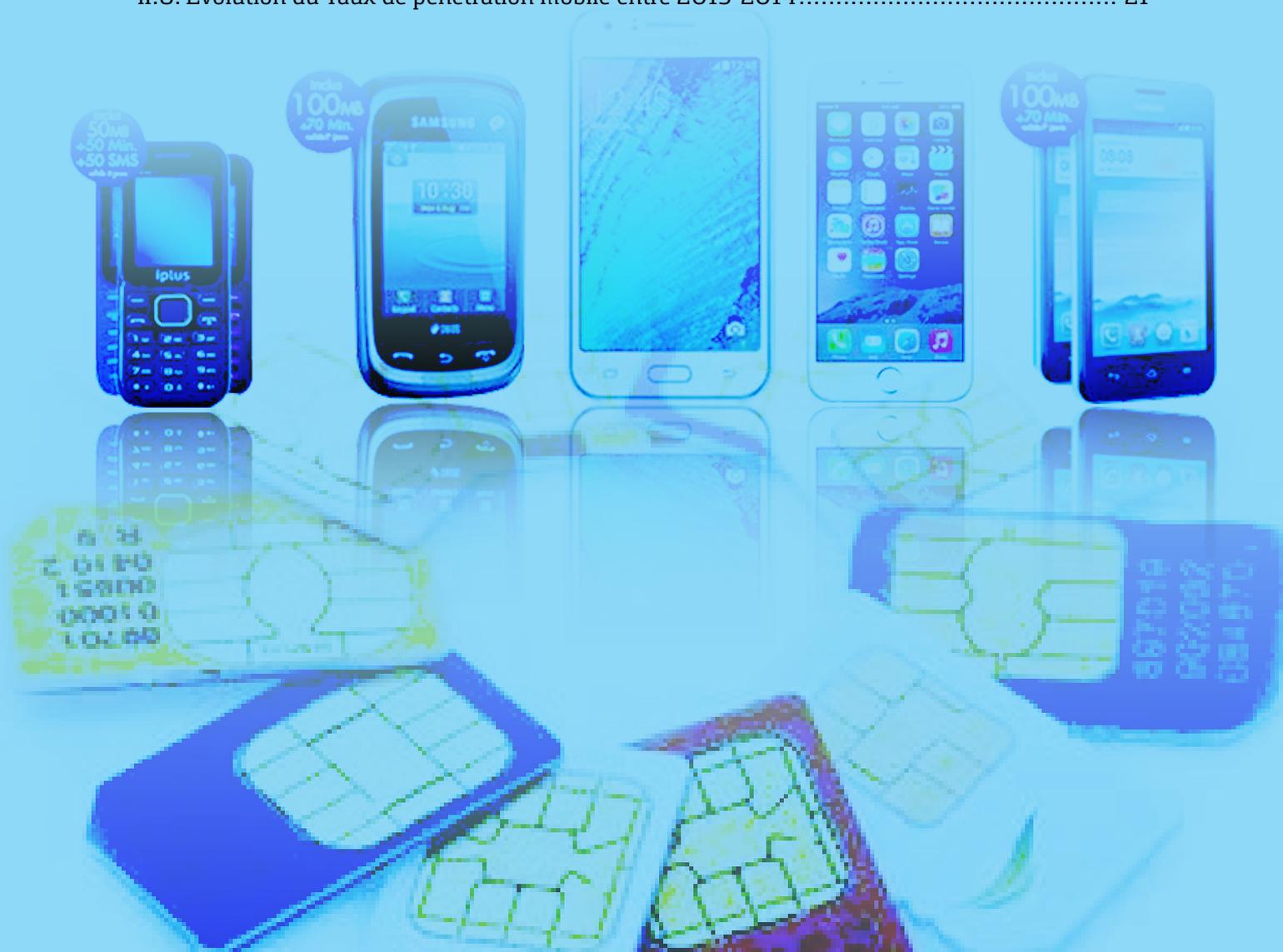
Soulignons enfin que les données sur la population utilisée par l'ARPTC, pour l'évaluation de la population congolaise sont celles produites par la Banque Centrale du Congo « BCC » dans son rapport "Condensé des informations statistiques n°33/2014" qui évalue le nombre de la population estimée à 75 621 700 en RDC.

¹ Short Message Service

II. ABONNEMENTS A LA TELEPHONIE MOBILE

Sommaire

II.1. Abonnements à la Téléphonie Mobile	14
II.2. Répartition des abonnements	14
II.3. Nombre d'abonnements par service des opérateurs	15
II.4. Taux de souscription aux services mobiles autres que la voix.....	16
II.5. Evolution des abonnements aux réseaux mobiles par opérateur	17
II.6. Taux d'accroissement du nombre d'abonnements.....	18
II.7. Parts de marché et positionnement des opérateurs sur le marché	20
II.8. Evolution du Taux de pénétration mobile entre 2013-2014.....	21



II.1. Abonnements² à la Téléphonie Mobile

Tableau 1 : Evolution des abonnements à la téléphonie mobile cellulaire

	2013	Q1-14	Q2-14	Q3-14	Q4-14	2014
Abonnements aux réseaux mobiles (voix)						
Prepaid	28 200 713	29 781 767	32 128 030	34 303 369	37 024 242	37 024 242
Postpaid	31 187	29 919	71 666	74 578	78 716	78 716
Total	28 231 900	29 811 686	32 199 696	34 377 947	37 102 958	37 102 958
Autres services mobiles						
Internet mobile	2 167 631	4 637 925	4 576 842	5 289 334	5 505 297	5 505 297
Mobile money		2 811 454	4 405 879	6 529 700	8 292 006	8 292 006

Source : ARPTC, Opérateurs

Entre 2013-2014, le marché de la téléphonie mobile a atteint un parc d'abonnés de l'ordre de 37 102 958 répartis entre les cinq opérateurs exploitant et fournisseurs des services de téléphonie mobile en RDC.

L'on note qu'en plus de la voix comme service de base des réseaux de téléphonie mobile cellulaire en RDC, d'autres applications liées à la voix ont été offertes, notamment, l'Internet mobile le service «mobile money» pour les transactions financières à partir du téléphone mobile.

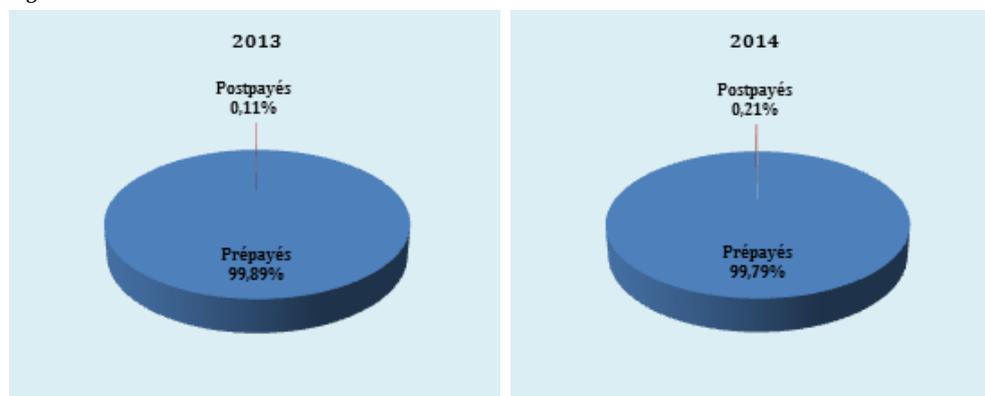
Adopté par les abonnés, l'Internet mobile a compté plus de 2,1 millions de souscriptions en fin 2013, et plus de 5,5 millions de souscriptions à la fin de l'année 2014, soit un taux d'accroissement de 154%.

Quant au service mobile money, il a été lancé par quelques opérateurs en 2014, compte plus de 8,2 millions de souscriptions sur l'ensemble des abonnés des réseaux de téléphonie mobiles.

Précisons par ailleurs que les souscripteurs à ces nouveaux services, se retrouvent être les mêmes abonnés du service voix.

II.2. Répartition des abonnements

Figure 1 : Taux d'abonnements



Source : ARPTC, opérateurs

² Abonnements : selon l'UIT cet indicateur s'applique à tous les abonnements mobiles cellulaires qui offrent de communications vocales

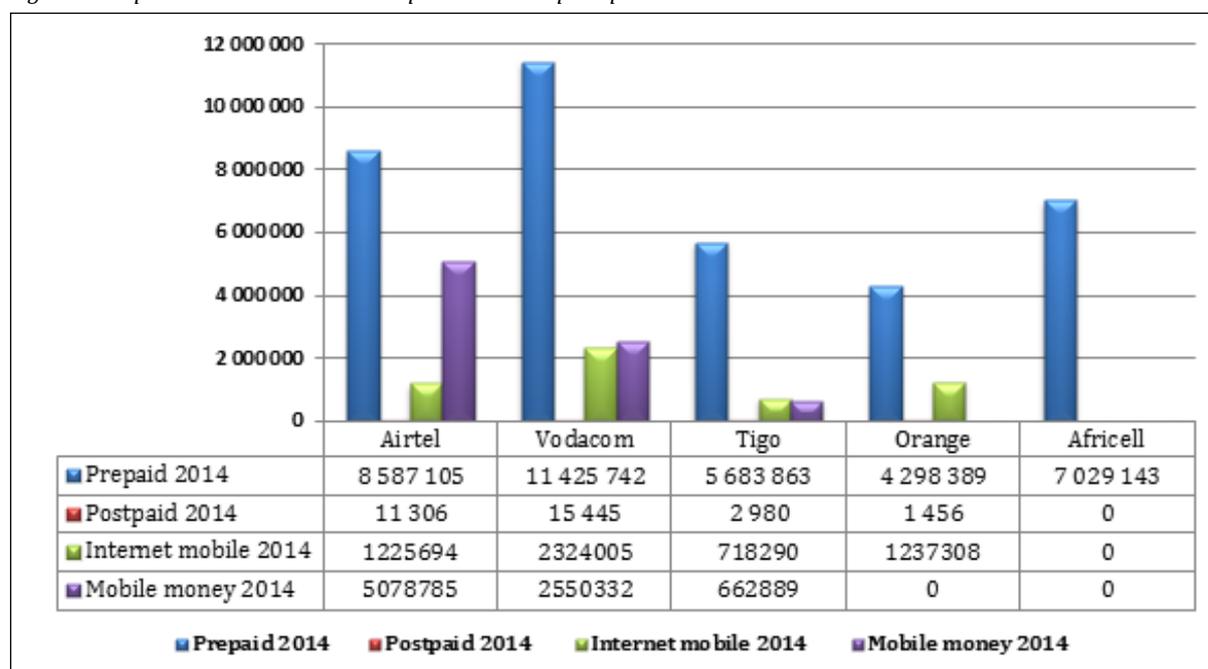
La tendance annuelle indique que le marché de la téléphonie mobile est dominé à plus de 99% des abonnements prépayés contre moins de 1% seulement d'abonnements postpayés.

Cependant, la tendance entre les deux années sous études, laisse observer que la catégorie prepaid a perdu 0,10% d'abonnements en 2014 par rapport à 2013 et ce, au profit de la catégorie postpaid.

Cette tendance confirme que le marché de la téléphonie mobile reste caractérisé par une consommation de masse « mass market » du type prépayés, par rapport aux abonnements postpayés dominés par les « corporate », **constitués des abonnés du type "entreprise"**.

II.3. Nombre d'abonnements par service des opérateurs

Figure 2 : Répartition des abonnements par services et par opérateur



Source : ARPTC, opérateurs

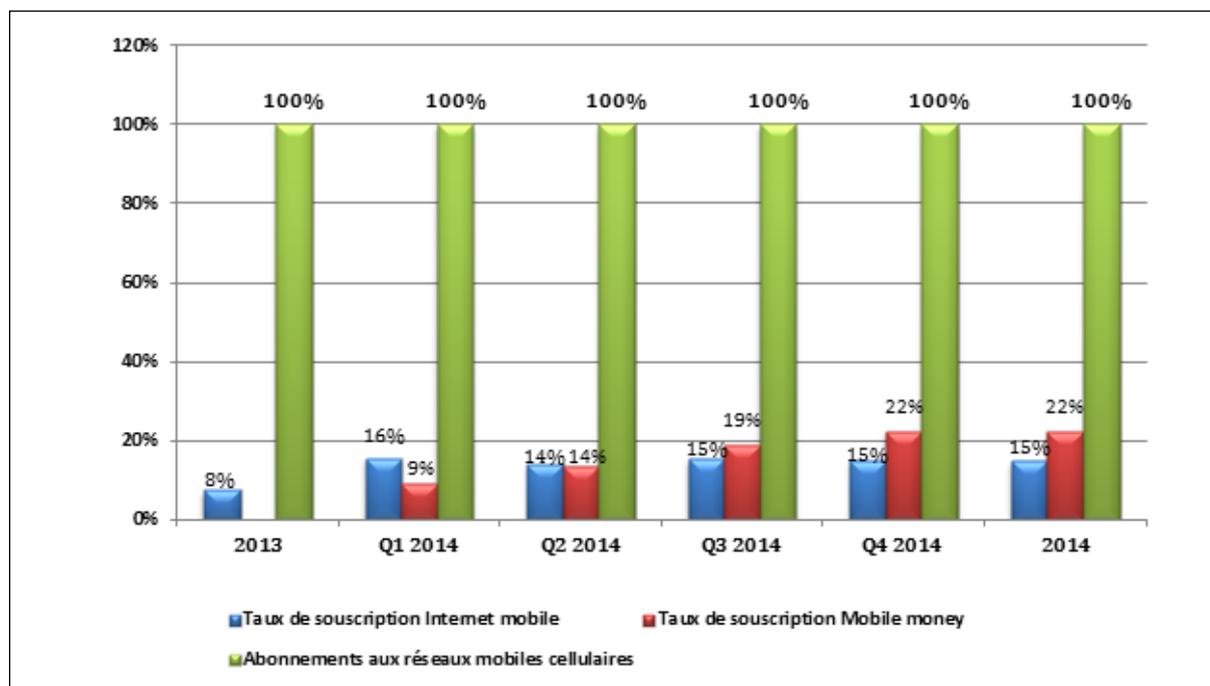
La figure ci-dessus illustre le nombre d'abonnements réalisé par chaque opérateur de téléphonie mobile cellulaire au terme de l'année 2014.

Il s'agit en effet, du nombre des clients de base ventilé en abonnements prépayés (prepaid) et abonnements postpayés (postpaid), parmi lesquels on compte des abonnements ou utilisateurs des services de l'Internet mobile et du mobile money.

Il sied de souligner qu'au cours de la période, l'opérateur Orange n'a pas offert les services mobiles money. Aussi, l'opérateur Africell non seulement n'a pas compté d'abonnements postpayés mais également n'a pas lancé les offres des services Internet mobile ni du Mobile money.

II.4. Taux de souscription aux services mobiles autres que la voix

Figure 3 : Evolution annuelle des taux de souscriptions aux services supplémentaires à la voix



Source : ARPTC, opérateurs

Sur l'ensemble des abonnements aux réseaux mobiles cellulaires, les clients ayant souscrit au service Internet mobile représentaient 8% du total en 2013, contre 15% à la fin de l'année 2014 soit une amélioration de l'ordre de 7%.

Quant à la souscription au service mobile money, le taux d'abonnements se situe à 22% en 2014.

Les services de l'Internet fixe des fournisseurs d'accès internet à boucle locale sont offerts à des coûts élevés pour la grande partie de la population et ciblent principalement les entreprises et une certaine catégorie de la population.

Le déploiement rapide des réseaux mobiles et 3G sur le territoire national, et l'entrée sur le marché des téléphones compatible large bande à faible coût, permet donc à une grande partie de la population d'accéder à l'internet, ce qui pourrait expliquer cet accroissement rapide du nombre d'abonnements à l'Internet mobile.

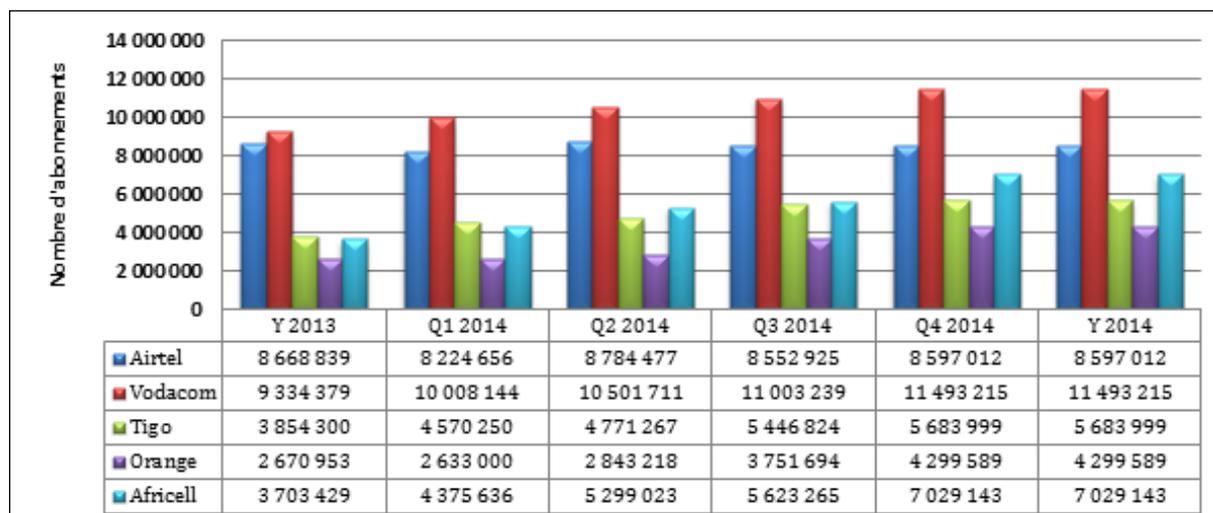
En effet, l'offre des services Internet par les opérateurs de téléphonie mobile cellulaire, permet d'accéder au service de l'Internet, à partir non seulement de leurs propres téléphones portables mais aussi en utilisant des cartes SIM supplémentaires sur des terminaux tels que, modem, clé USB, tablettes etc.

Comme illustré sur le graphique ci-dessus, l'on note que les abonnés ayant souscrit aux services des transactions financières mobile "mobile money" représentaient 9% du total des abonnements au début de l'année 2014 et 22% à la fin de la même année soit, une tendance de croissance positive de l'ordre de 13%.

La faible bancarisation de la population à l'intérieur du pays et l'absence des services de transfert d'argent ont contribué largement à cette croissance des services mobile money.

II.5. Evolution des abonnements aux réseaux mobiles par opérateur

Figure 4 : Abonnement type voix par opérateur entre 2013 et 2014



Source : ARPTC, opérateurs

En dehors de l'opérateur Airtel qui a connu une stabilité relative à partir du deuxième trimestre, l'année 2014 a connu une forte augmentation du nombre d'abonnements, tel qu'illustré ci-dessus.

Cependant, l'analyse concurrentielle montre qu'à partir du 2^{ème} trimestre l'opérateur Africell a enregistré un nombre d'abonnements plus important que Tigo, se positionnant ainsi en troisième position après Vodacom et Airtel (Cfr tableau4).

Ces nouveaux positionnements des opérateurs ont permis d'écartier d'avantage le risque de duo-pole caractérisé par le marché depuis 2013, renforçant ainsi une forte compétition sur le marché.

II.6. Taux d'accroissement du nombre d'abonnements

II.6.1 Taux de Croissance Annuel entre 2013-2014

Tableau 2: Nombre d'abonnements et taux de croissance entre 2013 et 2014

Abonnements	2013	2014	Taux d'accroissement 2013-2014
Abonnements aux réseaux mobiles voix	28 231 900	37 102 958	31,42%
Abonnements internet mobile	2 167 631	5 505 297	153,98%
Abonnements Mobile money		8 292 006	-

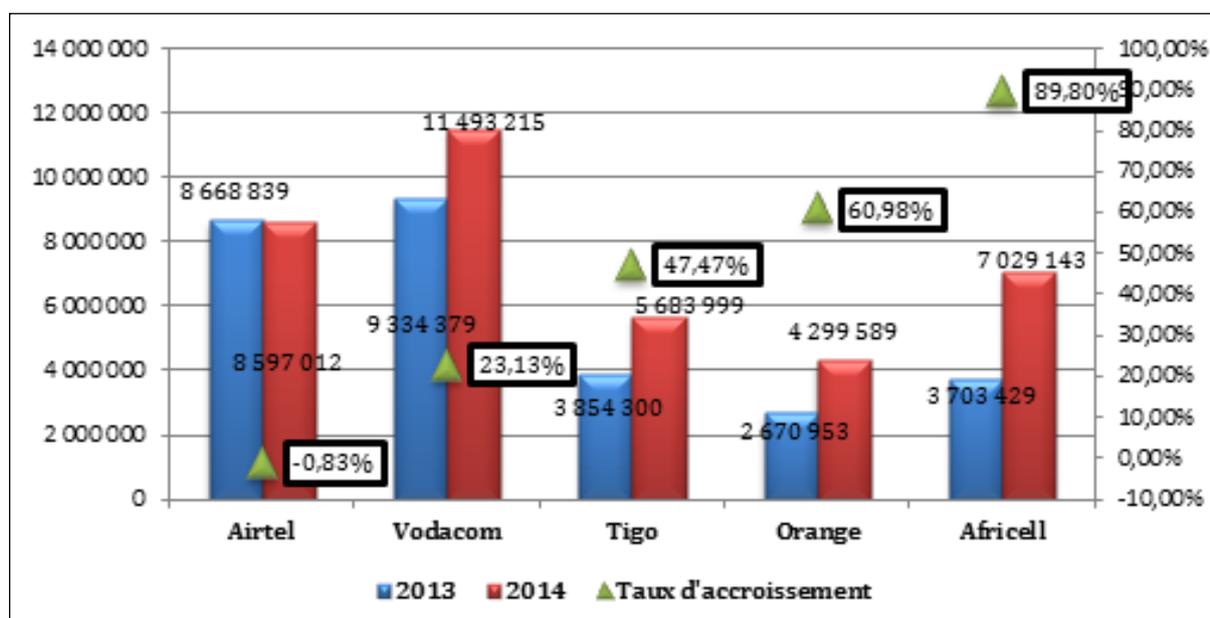
Source : ARPTC, opérateurs

Le taux de croissance du nombre d'abonnements aux réseaux de téléphonie mobile cellulaire entre 2013-2014 est de l'ordre de 31,36%, tandis que les abonnements aux services Internet mobile ayant augmenté de 153,98% au cours de la même période.

Ce taux de croissance des services Internet mobile, explique le niveau d'engouement des abonnés pour les services Data mais aussi du niveau élevé de la concurrence à laquelle se livrent les opérateurs à travers la multiplicité des offres variées pour les services de plus en plus améliorés par la technologie 3G.

II.6.2 Taux de croissance annuelle des abonnements 2013-2014

Figure 5 : Taux de croissance annuelle entre 2013 et 2014 par opérateur

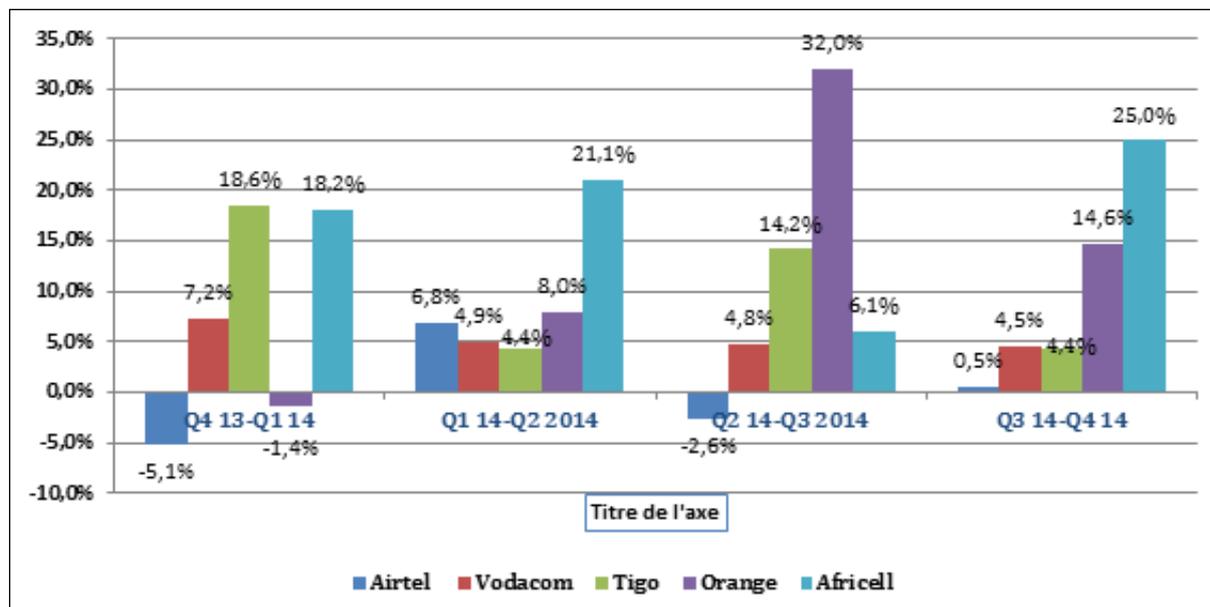


Source : ARPTC, opérateurs

Il s'observe une baisse du nombre d'abonnements d'Airtel de l'ordre de 0,83%, les autres opérateurs ayant enregistré des augmentations. Par ailleurs, le taux d'accroissement annuel le plus important a été enregistré chez Africell avec plus de 89% entre fin 2013-2014.

II.6.3. Taux d'accroissement trimestriel du parc d'abonnés par opérateur

Figure 6 : Evolution trimestrielle du taux d'accroissement du parc d'abonnements par opérateur

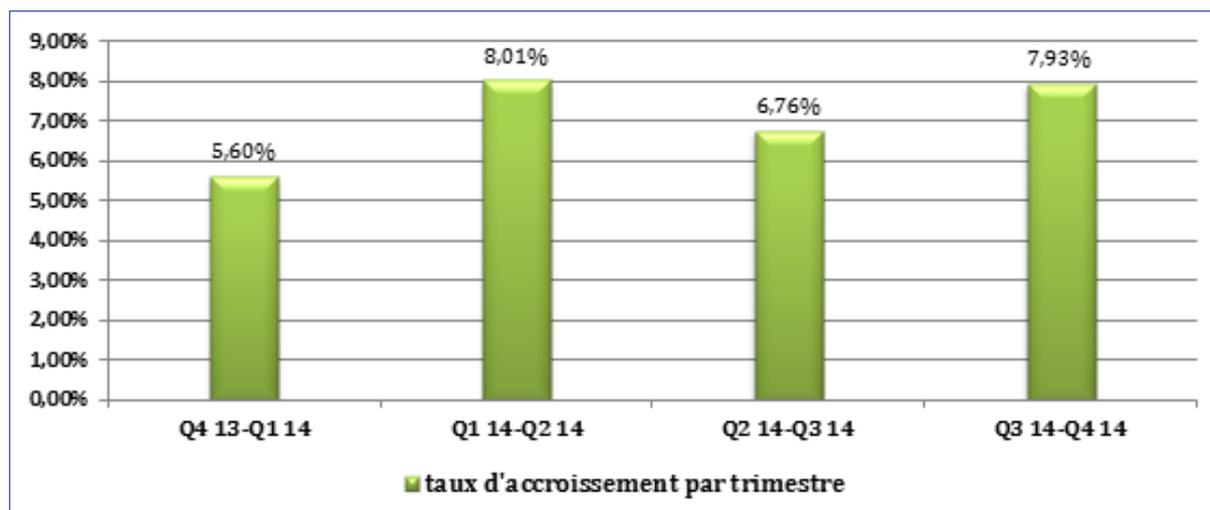


Source : ARPTC, opérateurs

L'analyse trimestrielle de l'évolution du nombre d'abonnements, illustre qu'au cours de l'année 2014, les opérateurs ont enregistré des augmentations, à l'exception de l'opérateur Airtel, qui a connu des baisses aux 1^{er} et 3^{ème} trimestres, enregistrant ainsi un taux d'accroissement moyen négatif par trimestre de l'ordre de -0,11%.

II.6.4 Taux d'accroissement trimestriel du parc total des abonnements

Figure 7 : Evolution trimestrielle du parc total d'abonnements



Source : ARPTC, opérateurs

Il se dégage dans l'ensemble, une augmentation en moyenne de l'ordre de 7% par trimestre au cours de l'année 2014.

II.7. Parts de marché et positionnement des opérateurs sur le marché

II.7.1 Classement des opérateurs par rapport aux parts de marché

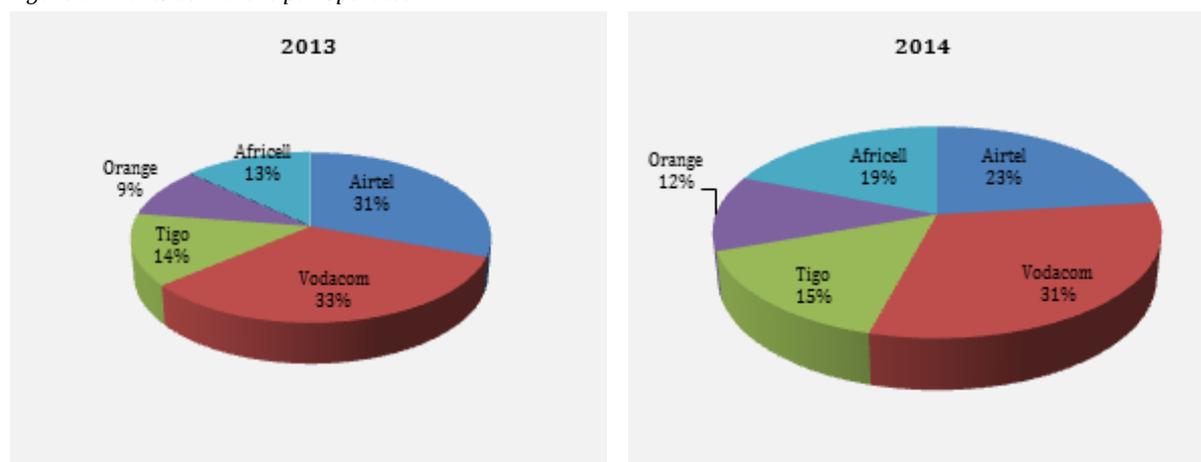
Tableau 3 : Positionnement des opérateurs suivants les parts de marché

Classement	Opérateurs	2013	Classement	Opérateurs	2014
01	Vodacom	33,06%	01	Vodacom	30,98%
02	Airtel	30,71%	02	Airtel	23,17%
03	Tigo	13,65%	03	Africell	18,94%
04	Africell	13,12%	04	Tigo	15,32%
05	Orange	9,46%	05	Orange	11,59%

Source : ARPTC, opérateurs

Il ressort qu'entre les deux périodes sous études, l'opérateur Vodacom a consolidé sa première position en termes de parc d'abonnés, suivi d'Airtel, d'Africell, de Tigo et d'Orange en dernière position. Il s'observe que l'opérateur Africell s'est distingué par une croissance remarquable partant de la 4^{ème} à la 3^{ème} place.

Figure 8 : Parts de marché par opérateur



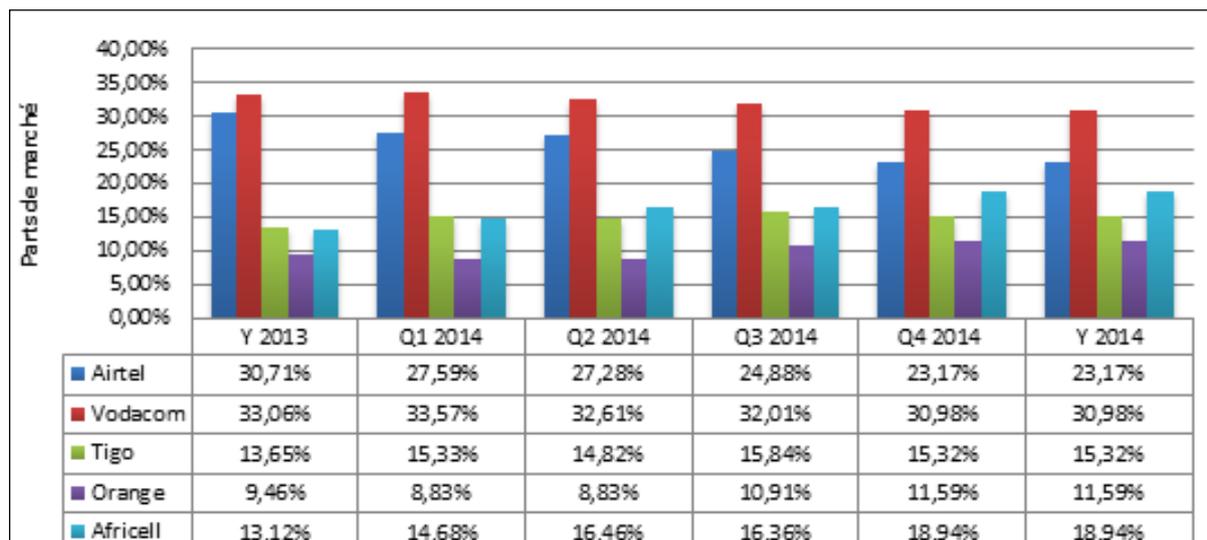
Source : ARPTC, opérateurs

Les diagrammes côte à côte ci-dessus, illustrent l'évolution de la répartition des parts de marché entre les deux années.

Dans l'ensemble, en dehors du fait que les deux plus grands opérateurs ont consolidé leurs positions, il se dégage que suite à la forte concurrence sur le marché, ces derniers ont vu leurs parts de marché réduites, ne contrôlant que près de 54%, soit de 63% à 54% et ce, au profit des autres opérateurs.

II.7.2 Evolution des parts de marché

Figure 9 : Evolution trimestrielle des parts de marché



Source : ARPTC, opérateurs

Ce positionnement spectaculaire du nouvel entrant Africell qui a gagné 5.8% derrière les deux plus grands opérateurs et les augmentations enregistrées par Tigo(1,6%) et Orange(2%) par rapport à 2013, sont une conséquence logique des pertes enregistrées par Airtel et Vodacom soit respectivement de 7% et 2% sur l'ensemble des parts de marché en fin 2014.

Cette situation s'explique par la guerre des prix qui avait entraîné l'accentuation de l'effet de club à travers les offres tarifaires et promotionnelles variées par les différents réseaux.

II.8. Evolution du Taux de pénétration mobile entre 2013-2014

II.8.1 Taux de pénétration mobile par opérateur

Tableau 4 : Evolution trimestrielle du taux de pénétration par opérateur

Opérateurs	Y-13	Q 1-14	Q 2-14	Q 3-14	Q 4-14	Y-14	Ecart 13-14
Airtel	11,46%	10,88%	11,62%	11,31%	11,37%	11,37%	-0,09%
Vodacom	12,34%	13,23%	13,89%	14,55%	15,20%	15,20%	2,85%
Tigo	5,10%	6,04%	6,31%	7,20%	7,52%	7,52%	2,42%
Orange	3,53%	3,48%	3,76%	4,96%	5,69%	5,69%	2,15%
Africell	4,90%	5,79%	7,01%	7,44%	9,30%	9,30%	4,40%
Total	37,33%	39,42%	42,58%	45,46%	49,06%	49,06%	11,73%

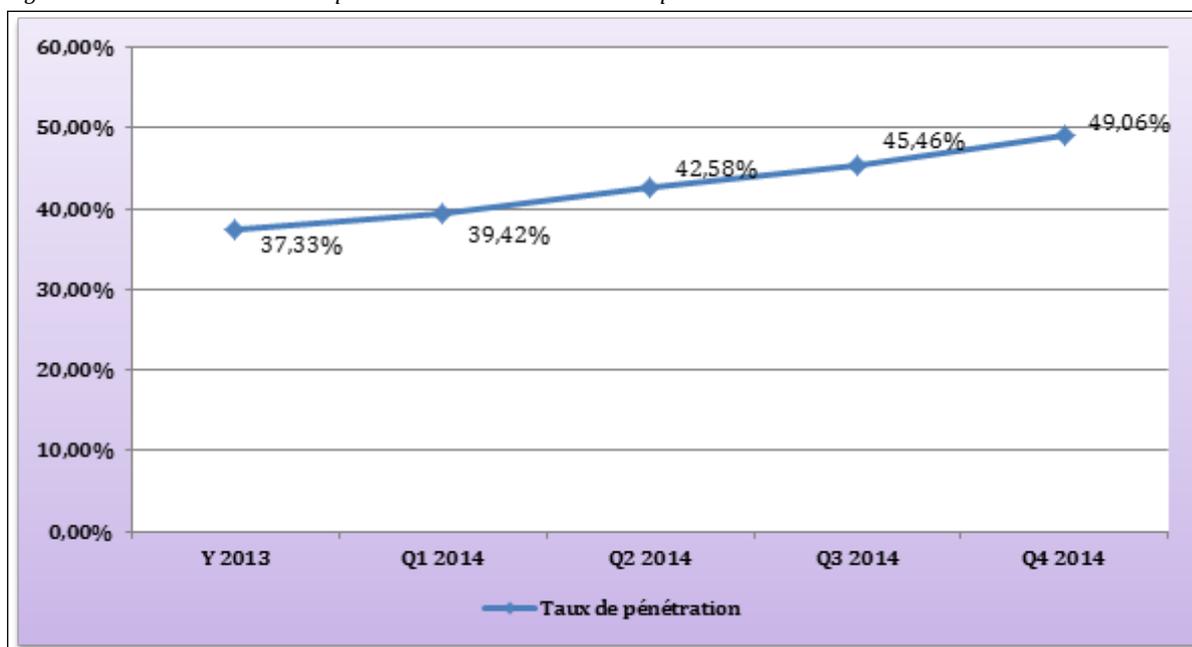
Source : ARPTC, opérateurs

Le niveau de compétitivité du marché à la fin de l'année 2014, a permis de booster le taux de pénétration mobile à 49% dont l'apport des autres opérateurs en dehors de Airtel et Vodacom s'est fortement ressenti. Ainsi, les deux plus grands ont apporté près de 27% contre 22% pour tous les autres opérateurs réunis, avec à la tête l'opérateur Africell.

Cependant, il sied de souligner que cette tendance bien que croissante, est restée plus ou moins linéaire et non exponentielle, tel qu'illustré par la droite ci-dessous.

II.8.2 Tendence du taux de pénétration mobile 2013-2014

Figure 10 : Evolution du taux de pénétration du marché de la téléphonie mobile

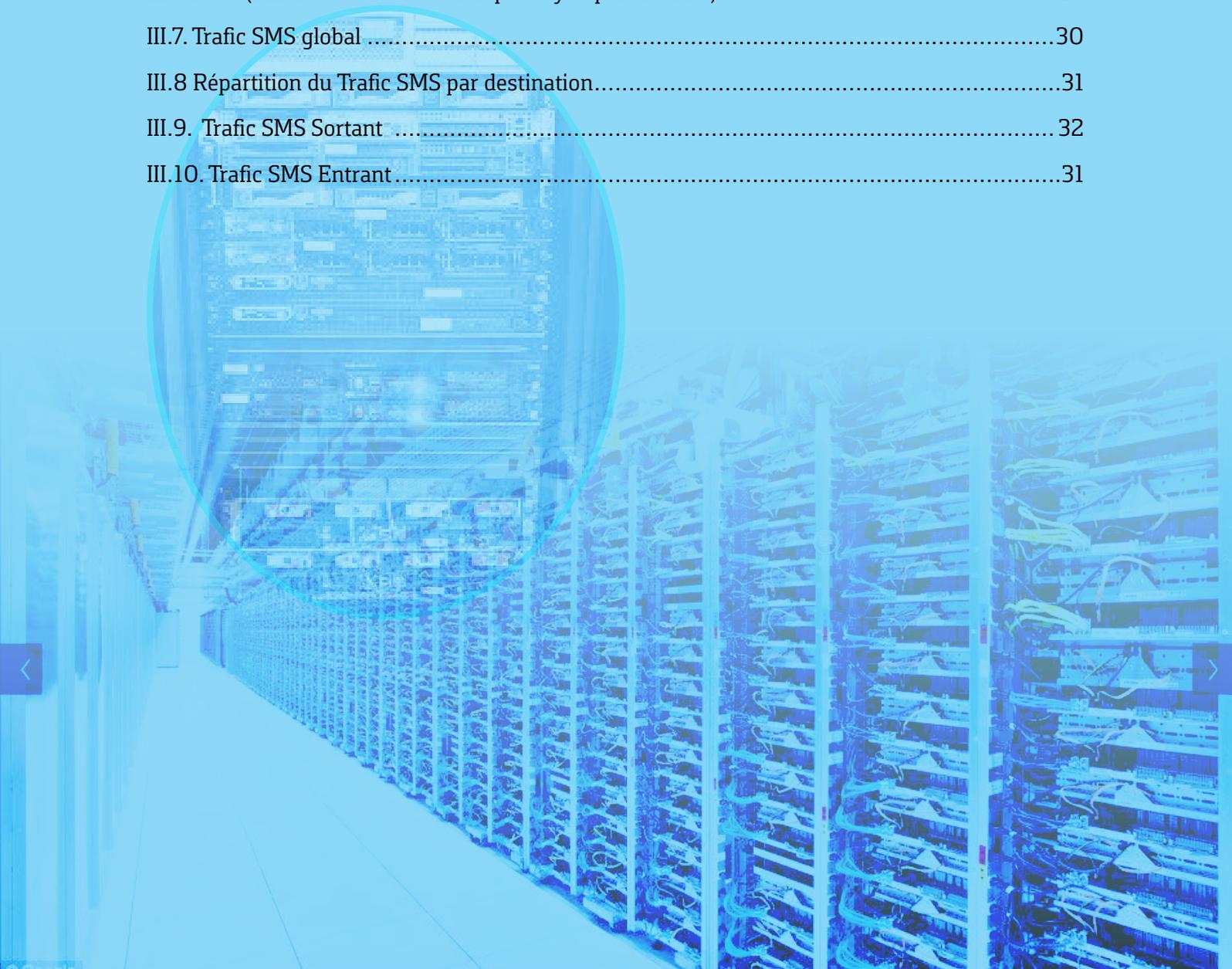


Source : ARPTC, opérateurs

III. EVOLUTION DU TRAFIC DE LA TELEPHONIE MOBILE

Sommaire

III.1. Trafic Voix global (en volume de minutes)	24
III.2. Répartition des trafics voix par destination	25
III.3. Part de marché et positionnement des opérateurs par rapport au trafic voix	26
III.4. Trafic Voix Sortant	27
III.5 Trafic Voix Entrant.....	28
III.6 MoU (Minutes Of User ou Temps Moyen par Abonné)	29
III.7. Trafic SMS global	30
III.8 Répartition du Trafic SMS par destination.....	31
III.9. Trafic SMS Sortant	32
III.10. Trafic SMS Entrant.....	31



III.1. Trafic Voix global (en volume de minutes)

Tableau 5 : Evolution trimestrielle du trafic voix global 2013 - 2014

Type trafic en minutes	2013	Q1-14	Q2-14	Q3-14	Q4-14	2014
Intra réseau	7 362 863 520	2 450 729 469	2 953 045 786	3 034 459 668	3 125 832 284	11 564 067 206
Interco nat sortant	1 457 544 201	357 635 257	371 132 740	438 206 861	456 993 470	1 623 968 327
Interco nat entrant	1 906 021 648	367 346 602	305 844 017	374 168 750	461 131 335	1 508 490 704
International sortant	535 417 390	151 840 224	144 112 783	153 067 912	155 729 431	604 750 350
International entrant	359 861 332	97 844 395	79 096 222	75 739 445	80 145 893	332 825 955
Total Trafic Voix	11 621 708 091	3 425 395 946	3 853 231 549	4 075 642 635	4 279 832 412	15 634 102 542
Taux d'accroissement trimestriel			12,49%	5,77%	5,01%	7,76%
Taux d'accroissement annuel						34,52%

Source : ARPTC, opérateurs

Le volume de trafic généré par les différents réseaux est passé de 11,6 milliards de minutes en 2013 à 15,6 milliards de minutes en 2014, soit un taux de croissance annuelle de l'ordre de 34,52%.

III. 1. 1 Taux de croissance annuel du trafic entre 2013-2014

Tableau 6 : Taux de croissance annuel du trafic voix par destination

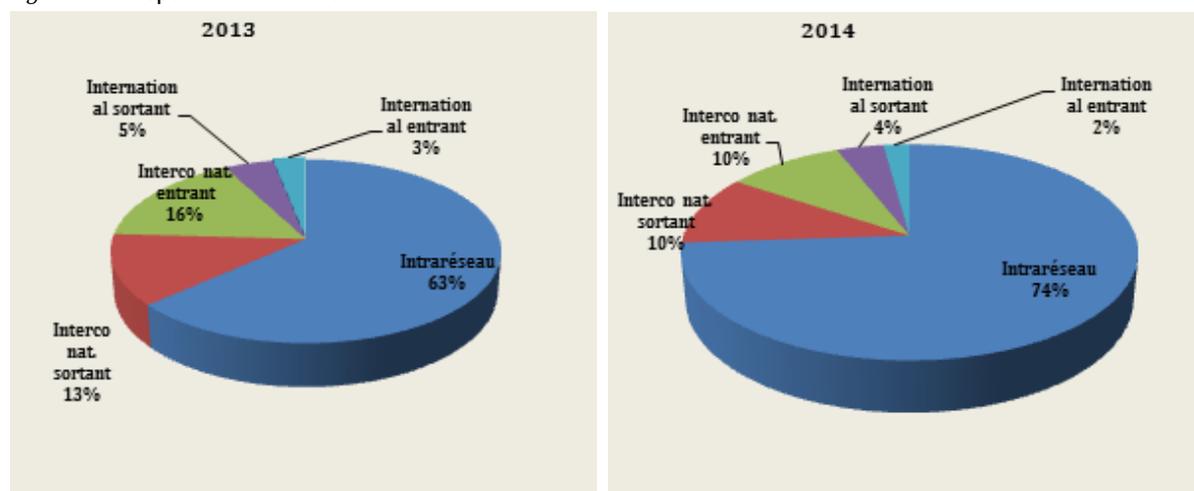
Trafic en minutes	2013	2014	Taux de croissance
Intraréseau	7 362 863 520	11 564 067 206	57,06%
Interco nat. sortant	1 457 544 201	1 623 968 327	11,42%
Interco nat. entrant	1 906 021 648	1 508 490 704	-20,86%
International sortant	535 417 390	604 750 350	12,95%
International entrant	359 861 332	332 825 955	-7,51%
Total	11 621 708 091	15 634 102 542	34,52%

Source : ARPTC, opérateurs

Il se dégage que malgré un accroissement de l'ordre de 34% de l'ensemble du trafic, 2014 a été marquée par une baisse drastique du trafic aussi bien d'interconnexion nationale entrant que du trafic international entrant, respectivement de l'ordre de 20% et 7%.

III.2. Répartition des trafics voix par destination

Figure 11 : Répartition du trafic voix

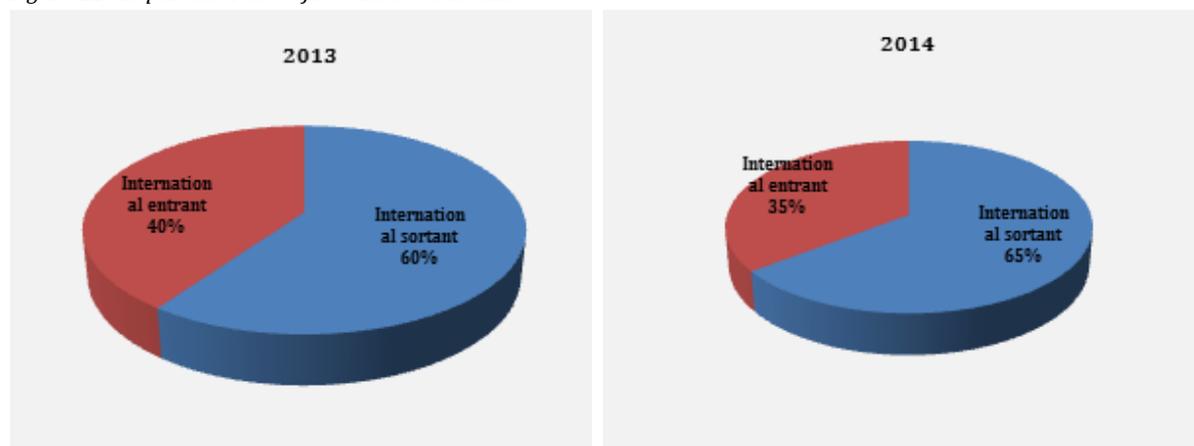


Source : ARPTC, opérateurs

Le diagramme ci-dessus, illustre la répartition du volume de trafic par destination, l'année 2014 ayant été marquée par un accroissement des parts du « trafic on-net » passant de 63% à 74%, tandis que les parts du trafic d'interconnexion nationale et internationale ayant diminué. En d'autres termes, l'observation rétrospective de la répartition du total du trafic sortant montre que la plupart des appels émis par les abonnés sont majoritairement intra-réseau (on-net).

III.2.1. Répartition du trafic voix international

Figure 12 : Répartition du trafic voix international

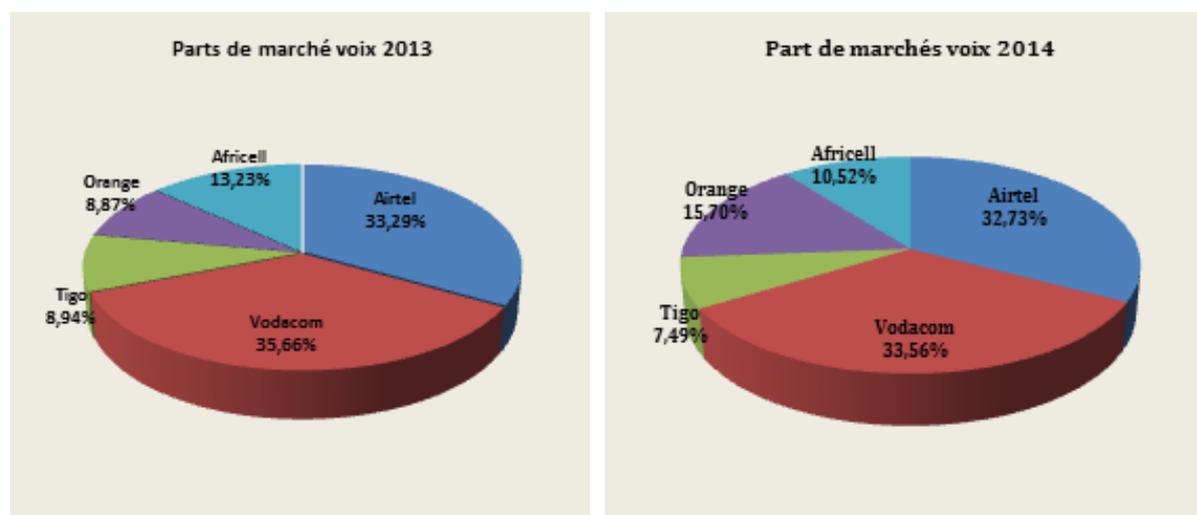


Source : ARPTC, opérateurs

En ce qui concerne, le trafic international voix, il se révèle de la figure ci-dessus que de l'ensemble du trafic international voix, le trafic entrant ne représente que 35% contre 65% du trafic sortant. Ce qui laisse apparaître qu'entre 2013-2014 les abonnés en RDC ont effectué plus d'appels à l'étranger qu'ils en ont reçu. Cette tendance à la baisse du trafic international entrant semble persister car ayant baissé de 40% à 35% entre les deux périodes.

III.3. Part de marché et positionnement des opérateurs par rapport au trafic voix

Figure 13 : Parts de marché par opérateur



Source : ARPTC, opérateurs

Tableau 7 : Positionnement des opérateurs suivant les parts de marché

Classement	Opérateurs	2013	Classement	Opérateurs	2014
01	Vodacom	35,66%	01	Vodacom	33,56%
02	Airtel	30,3%	02	Airtel	32,73%
03	Africell	13,2%	03	Orange	15,70%
04	Tigo	8,94%	04	Africell	10,52%
05	Orange	8,87%	05	Tigo	7,49%

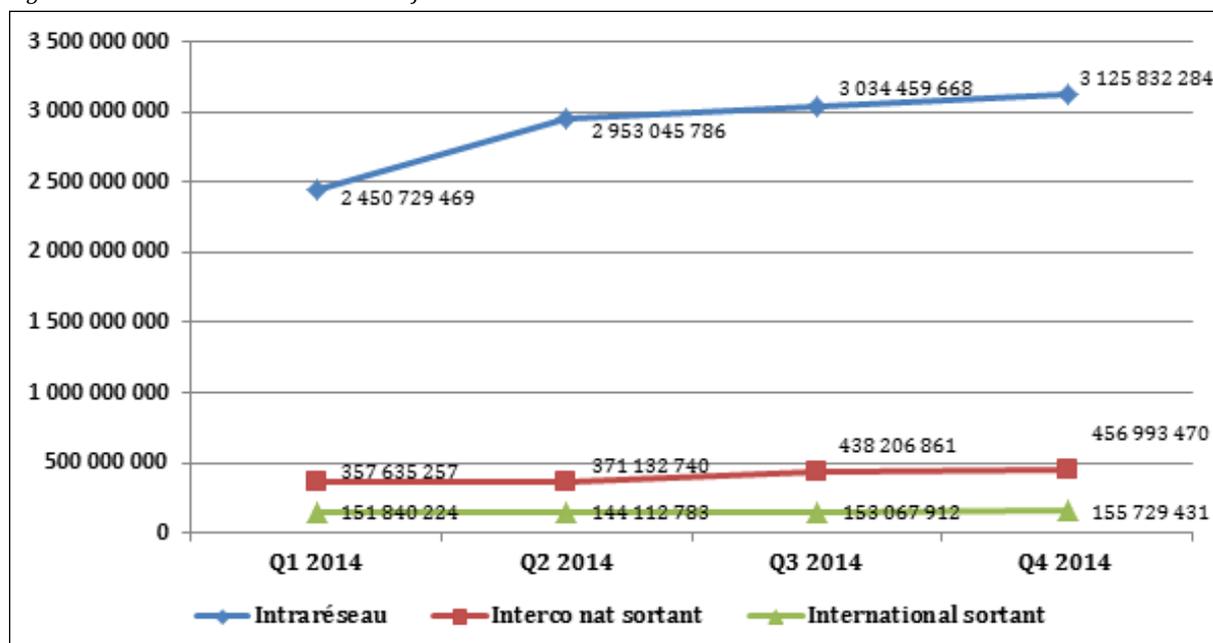
Source : ARPTC, opérateurs

Plus de 60% du trafic sont générés par les seuls opérateurs Vodacom et Airtel, malgré une baisse de 2% enregistrée par Vodacom entre 2013-2014. Le reste du trafic ayant été réparti entre les trois autres opérateurs avec Africell en tête soit de 15%.

Comme pour le nombre d'abonnés, ce changement de positionnement en termes de trafic trouverait son explication dans les offres d'abondances et tarifaires proposées à la suite de la guerre des prix observée sur le marché.

III.4. Trafic Voix Sortant³

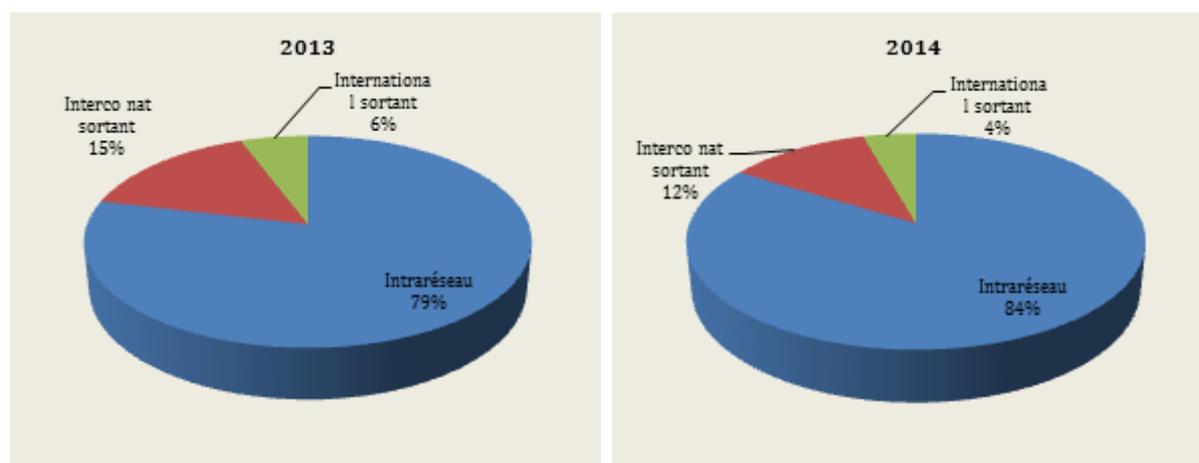
Figure 14 : Evolution trimestrielle du trafic voix sortant



Source : ARPTC, opérateurs

Le trafic voix sortant est composé du trafic intra réseau, interconnexion nationale sortant et international sortant. De l'ensemble du trafic voix sortant, il s'observe que près de 84% est constitué par le trafic intra réseau, l'interconnexion sortant et l'international sortant ne représentant que respectivement 12 % et 4%, tel qu'illustré dans la figure ci-dessous.

Figure 15 : Répartition du trafic voix sortant par destination

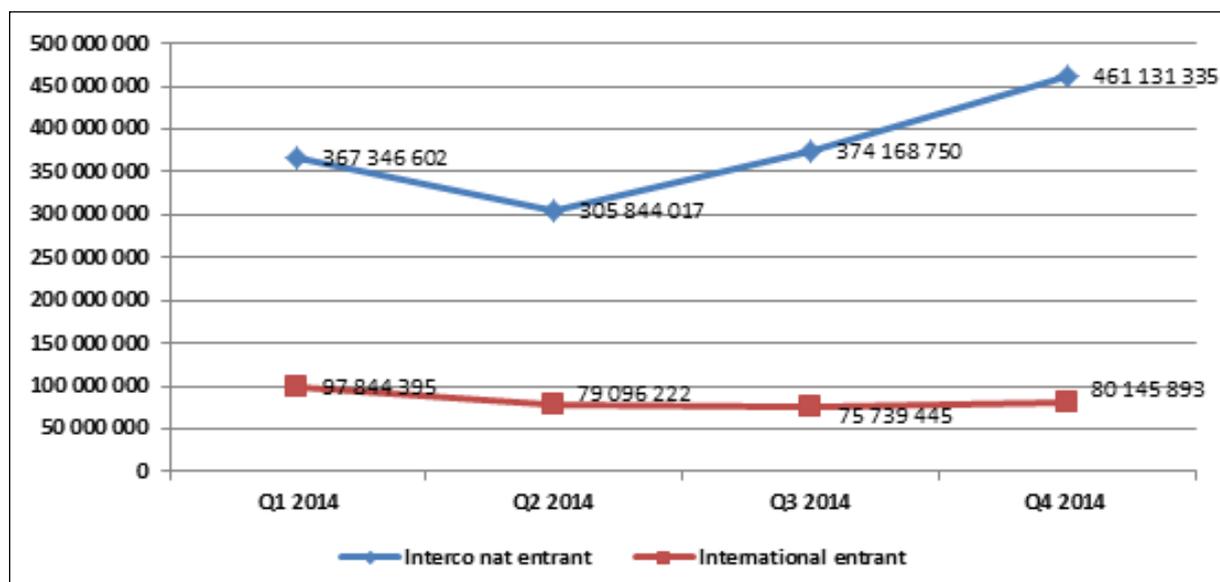


Source : ARPTC, opérateurs

3 Trafic voix sortant : composé du trafic intraréseau+interconnexion nationale sortant et international sortant

III.5. Trafic Voix Entrant⁴

Figure 16 : Evolution trimestrielle du trafic voix entrant

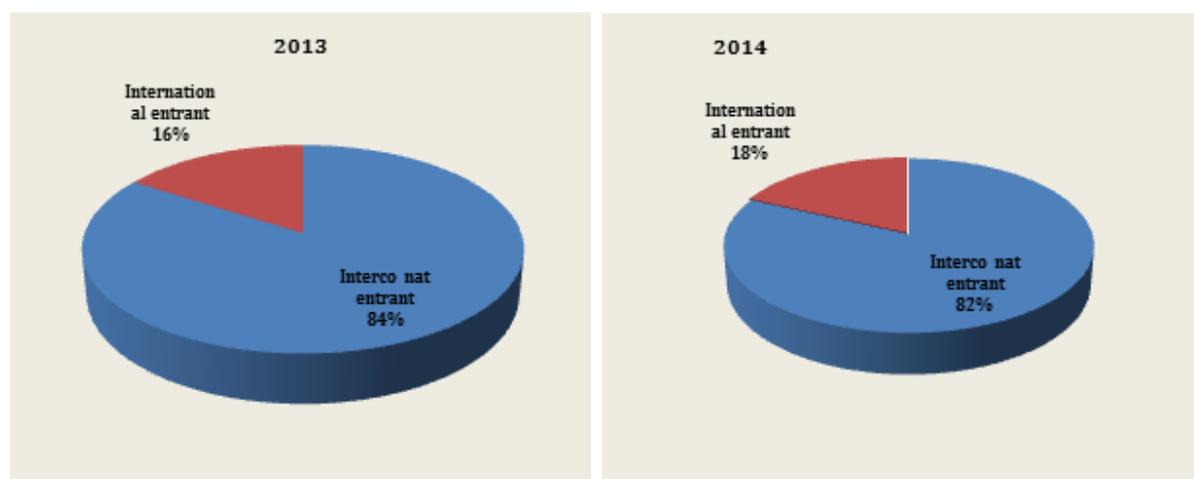


Source : ARPTC, opérateurs

Le trafic d'interconnexion nationale entrant est de loin plus important que le trafic international entrant.

Le trafic voix entrant est composé du trafic d'interconnexion nationale entrant et du trafic international entrant. De l'ensemble du trafic voix entrant, il se révèle que 18 % est constitué par le trafic d'interconnexion nationale entrant, contre 82% du trafic international entrant tel qu'illustré dans la figure ci-dessous.

Figure 17 : Répartition du trafic voix entrant par destination



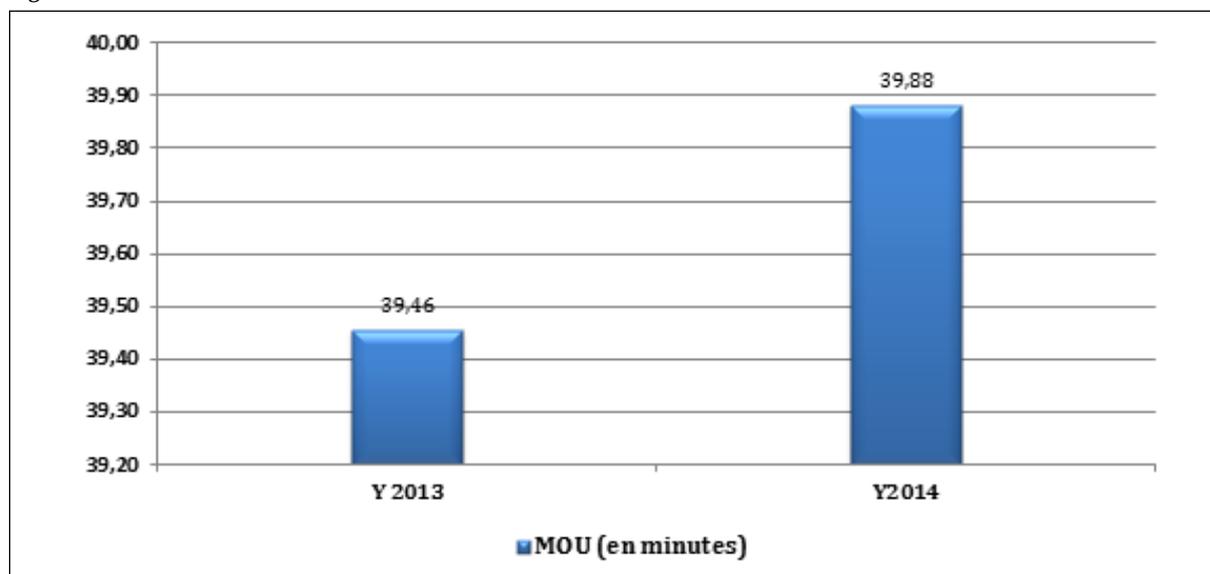
Source : ARPTC, opérateurs

⁴ Trafic voix entrant : comprend l'interconnexion nationale entrant et interconnexion internationale entrant

III.6. MoU (Minutes Of User ou Temps Moyen par Abonné)⁵

III.6.1 Evolution annuelle de MoU

Figure 18 : Evolution de MoU entre 2013 et 2014

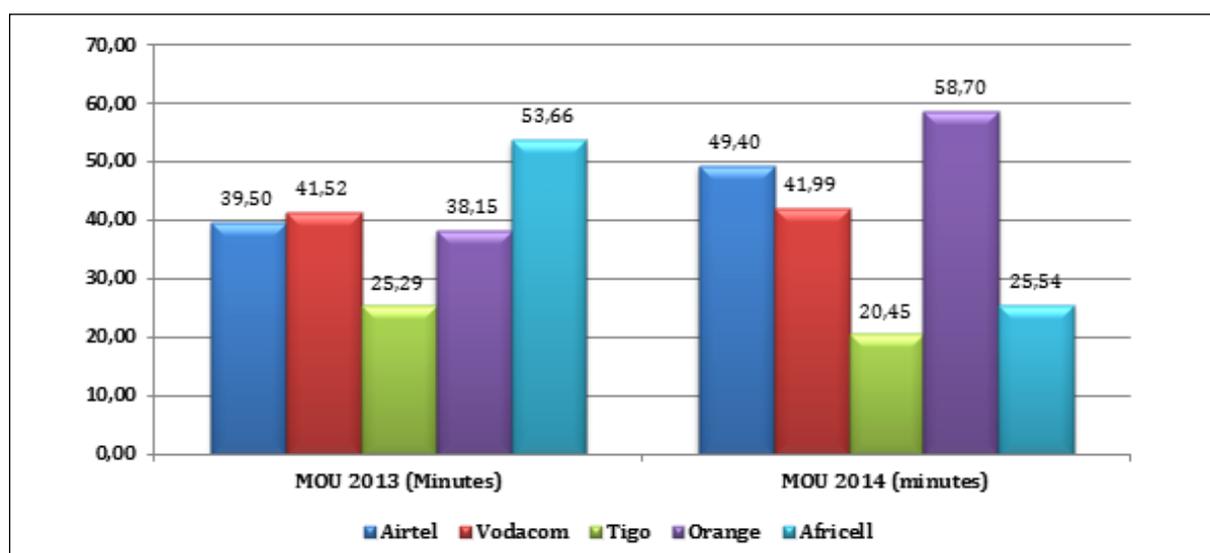


Source : ARPTC, opérateurs

Le temps moyen d'utilisation du téléphone par un abonné/mois en 2014 a été évalué à 39,88 minutes contre 39,46 minutes en 2013, soit une hausse de près de 1%. En d'autres termes, en 2014 le temps d'occupation du réseau de l'opérateur par un abonné a augmenté de l'ordre de 1% soit une durée moyenne de 40 minutes par mois.

III.6.2 Evolution annuelle de MoU par opérateur

Figure 19 : Evolution de MoU par opérateur entre 2013 et 2014



Source : ARPTC, opérateurs

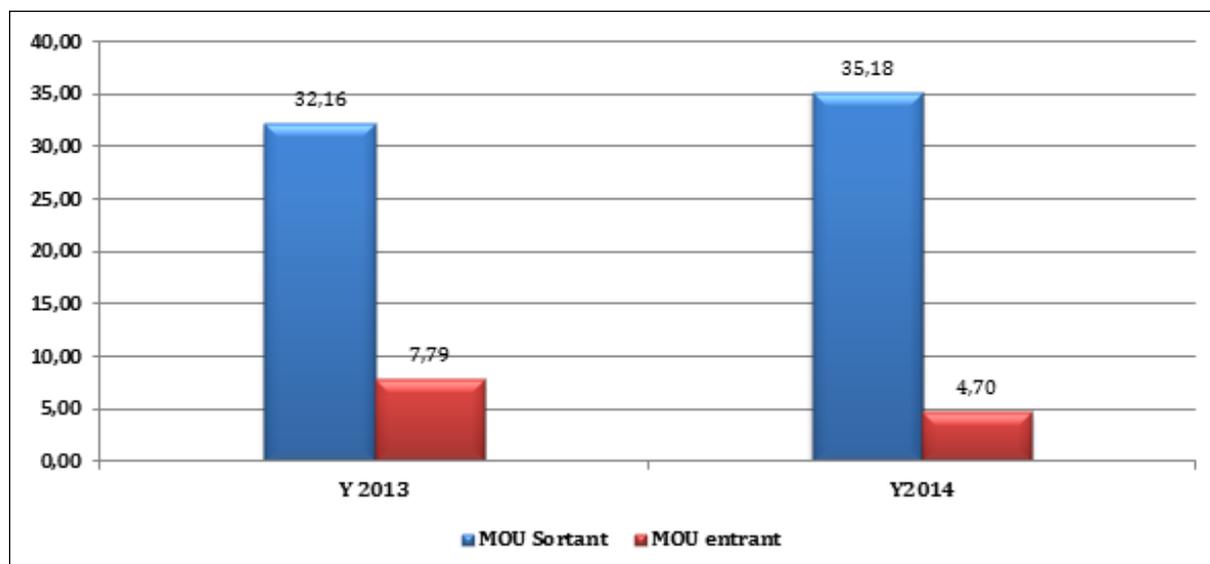
5

MoU : temps moyen d'utilisation du téléphone/ abonné/ mois en émission et réception exprimé en minutes

Il s'observe qu'à la fin de 2014, que l'opérateur Orange a enregistré un temps moyen d'utilisation du téléphone mobile des abonnés par mois (MoU) le plus élevé, soit près de 59 minutes/mois/abonné, sachant que le taux le plus faible été réalisé par l'opérateur Tigo avec plus ou moins 20 minutes/abonné/mois sur la même période.

III.6.3 Evolution annuelle de MoU Sortant et Entrant

Figure 20 : Evolution annuelle de MoU par destination



Source : ARPTC, opérateurs

Du point de vue de l'évolution annuelle, le temps moyen d'usage du téléphone mobile par un abonné en terme des minutes appelantes sont nettement supérieures aux minutes de réception d'appel et ce, dans les proportions de l'ordre de 84% pour les émissions contre 16% pour les réceptions. En d'autres termes, à l'intérieur des réseaux les abonnés utilisent le téléphone mobile plus, pour effectuer les appels que pour en réceptionner.

III.7. Trafic SMS global

Tableau 8 : Evolution trimestrielle du trafic SMS global 2013 - 2014

Trafic SMS (Nombre)	2013	Q1-14	Q2-14	Q3-14	Q4-14	2014
Intraréseau	3 942 373 327	1 013 816 722	2 953 045 786	3 034 459 668	3 125 832 284	10 127 154 459
Interco nat sortant	106 487 308	33 468 341	371 132 740	438 206 861	456 993 470	1 299 801 412
Interco nat entrant	197 082 044	30 380 507	305 844 017	374 168 750	461 131 335	1 171 524 609
International sortant	82 105 657	5 532 196	144 112 783	153 067 912	155 729 431	458 442 322
International entrant	22 944 081	4 568 953	79 096 222	75 739 445	80 145 893	239 550 513
Total Trafic SMS	4 350 992 417	1 087 766 719	3 853 231 549	4 075 642 635	4 279 832 412	13 296 473 315
Taux de Variation Trimestriel			254,23%	5,77%	5,01%	
Taux de Variation annuel						205,60%

Source : ARPTC, opérateurs

De manière générale, il s'observe que les communications par SMS ont connu un accroissement très significatif d'environ 205% à la fin de 2014. Cette explosion du trafic SMS pourrait s'expliquer en partie à l'accès pour l'utilisation de nouveaux services et à l'activation des offres promotionnelles offertes par les opérateurs.

III.2.1. Taux de croissance du trafic SMS par destination 2013-2014

Tableau 9 : Taux de croissance annuel du trafic SMS par destination

Trafic SMS (Nombre)	2013	2014	Taux de croissance
Intraréseau	3 942 373 327	10 127 154 459	156,88%
Interco nat sortant	106 487 308	1 299 801 412	1120,62%
Interco nat entrant	197 082 044	1 171 524 609	494,43%
International sortant	82 105 657	458 442 322	458,36%
International entrant	22 944 081	239 550 513	944,06%

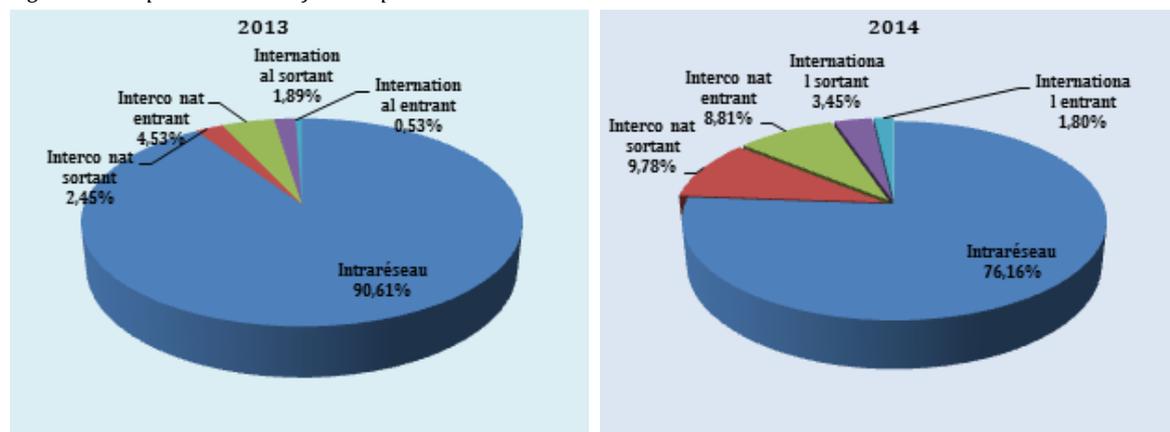
Source : ARPTC, opérateurs

De l'ensemble du trafic SMS, il se révèle que le trafic SMS échangé en interconnexion nationale sortant, a affiché des taux de croissance le plus élevé soit de l'ordre de 1.120,62% alors que le taux le plus faible a été enregistré par le trafic intra réseau soit 156% probablement faute d'offres attractives quand bien même que resté toujours supérieur en termes de volume de trafic et ce, par rapport à 2013.

Cette tendance presque visiblement anormale pourrait se justifier par le fait de la guerre des prix ayant entraîné les tarifs des offres SMS off net en deçà des tarifs on net.

III.8. Répartition du Trafic SMS par destination

Figure 21 : Répartition du trafic SMS par destination



Source : ARPTC, opérateurs

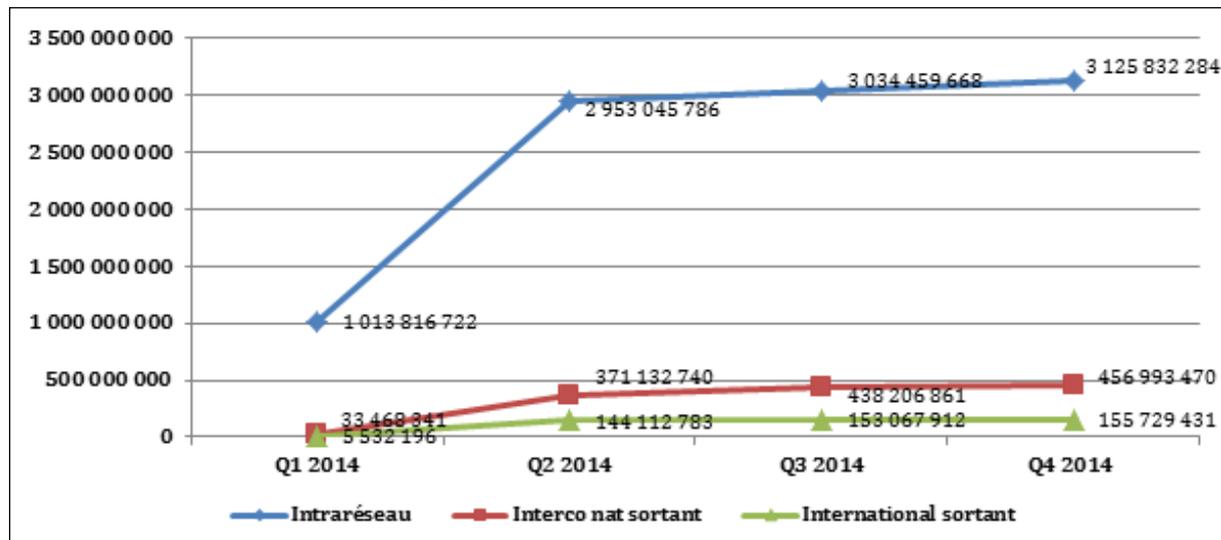
En ce qui concerne les destinations, le nombre des SMS qui se termine à l'intérieur des réseaux (intra réseau) représente plus de 76% du nombre total des SMS en fin 2014 contre plus de 90% en 2013.

Cette baisse pourrait être due à l'augmentation des SMS en interconnexion nationale et des SMS en internationale représentant en moyenne 24% du nombre total des SMS en 2014 contre 10% en 2013.

III.9. Trafic SMS Sortant

III.9.1. Evolution trimestrielle du Trafic SMS Sortant 2014

Figure 22 : Evolution du trimestre du trafic SMS par destination



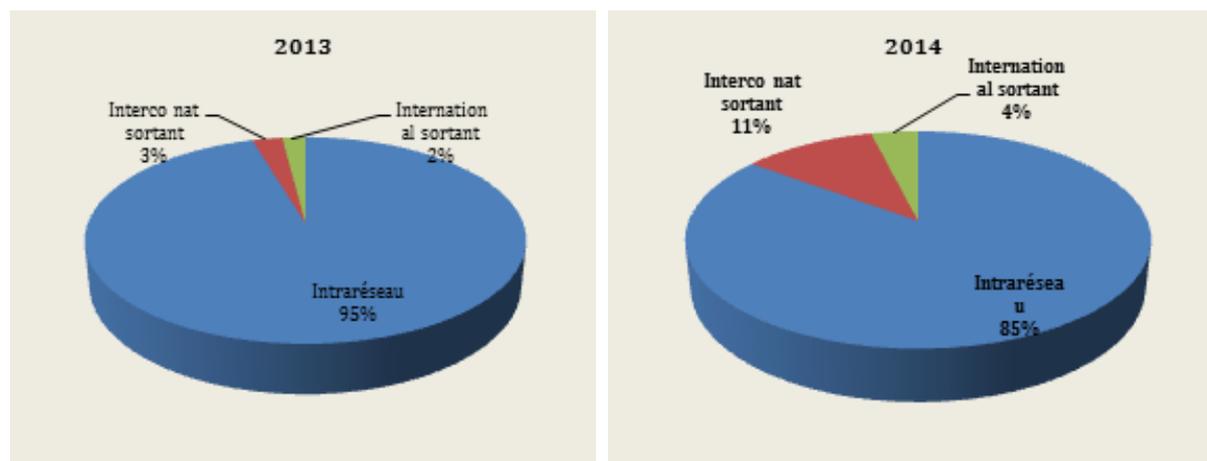
Source : ARPTC, opérateurs

De l'ensemble du volume de trafic SMS Sortant, le trafic intraréseaux est le plus important, ce qui pourrait s'expliquer notamment par les tarifs offerts à l'intérieur du réseau par rapport à l'interconnexion ainsi qu'aux offres d'activations multiples stimulées par les offres promotionnelles.

Il s'observe par ailleurs que du point de vue général, l'ensemble du trafic SMS sortant a enregistré une croissance positive à la fin de 2014.

Ci-dessous, la répartition du trafic SMS sortant par destination, dont 85% pour les SMS intraréseau.

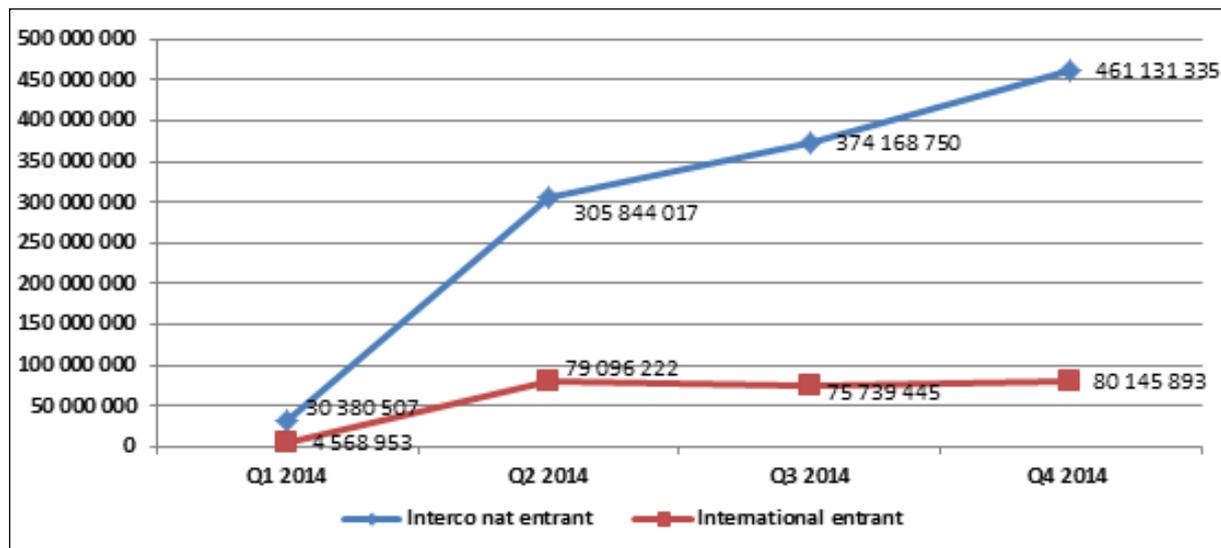
Figure 23 : Répartition du trafic sortant par destination 2013 - 2014



Source : ARPTC, opérateurs

III.10. Trafic SMS Entrant

Figure 24 : Evolution trimestrielle du trafic SMS entrant

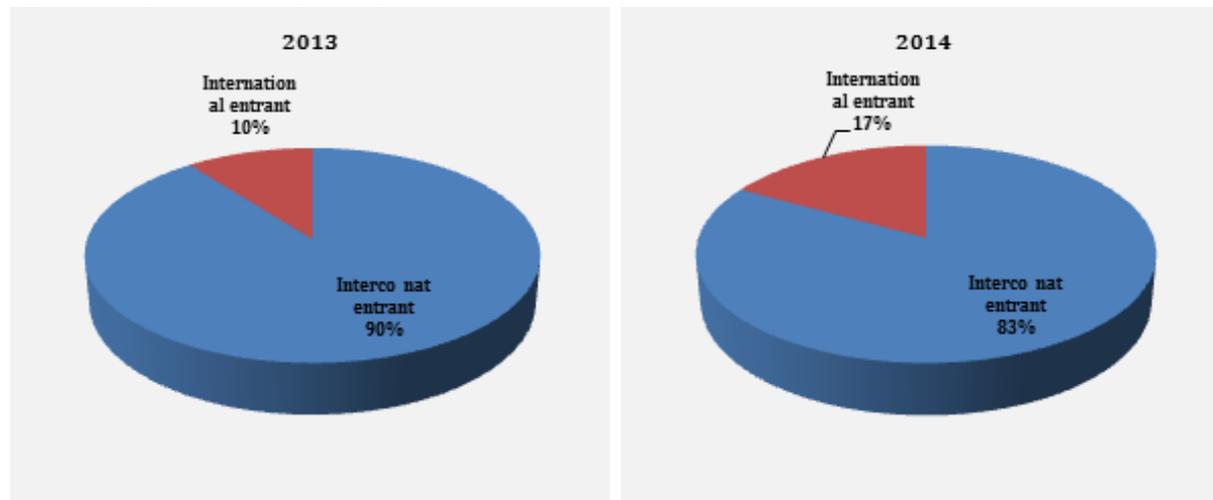


Source : ARPTC, opérateurs

Le rapprochement des tarifs de détail SMS en interconnexion au tarif détail intraréseau pourrait expliquer en partie cette tendance exponentielle du trafic SMS entrant en interconnexion nationale.

Ci-dessous, la répartition du trafic SMS entrant :

Figure 25 : Répartition du trafic SMS par destination 2013-2014



Source : ARPTC, opérateurs

IV. REVENUS DANS LA TELEPHONIE MOBILE (en USD)

Sommaire

IV.1 Revenus total du marché	36
IV.2. Répartition du Revenu par services	37
IV.3. Part de marché des opérateurs par rapport au revenu	38
IV.4. Evolution du revenu Voix	39
IV.5. Répartition du revenu voix	39
IV.6. ARPU (Average Revenu Per User ou Revenu Moyen par abonné) en USD	40



IV.1. Revenus total du marché⁶

Tableau 10: Evolution trimestrielle du revenu total par service 2013 - 2014

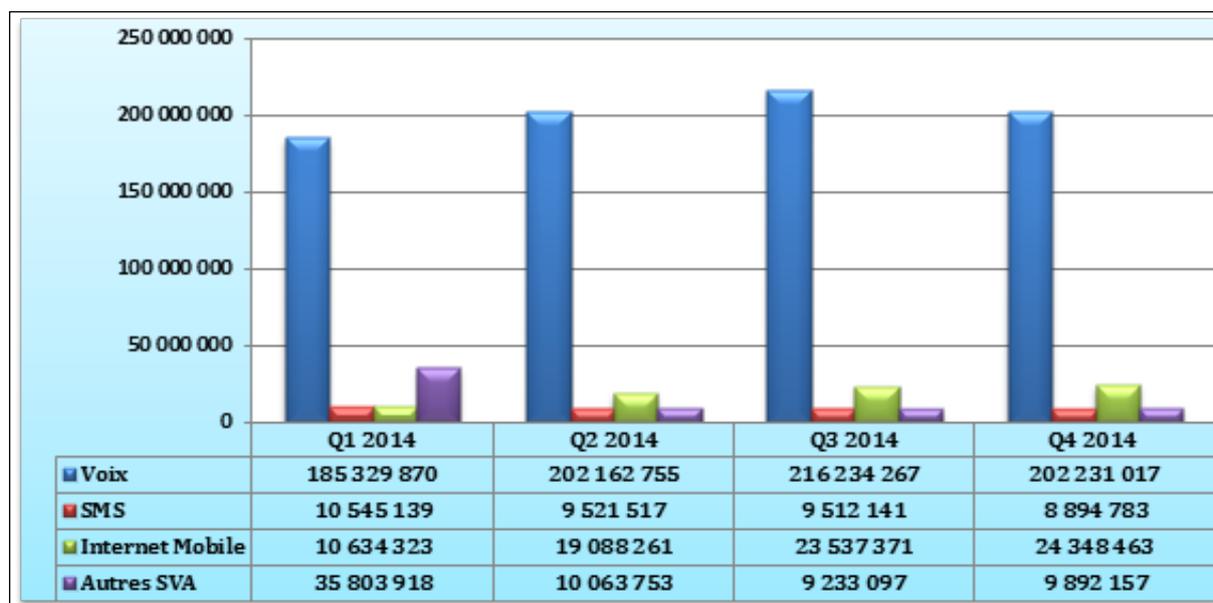
Revenu (\$)	2013	Q1-14	Q2-14	Q3-14	Q4-14	2014
Voix	863 781 111	185 329 870	202 162 755	216 234 267	202 231 017	805 957 909
SMS	51 446 370	10 545 139	9 521 517	9 512 141	8 894 783	38 473 581
Internet Mobile	26 196 754	10 634 323	19 088 261	23 537 371	24 348 463	77 608 417
Autres SVA	71 093 748	35 803 918	10 063 753	9 233 097	9 892 157	64 992 924
Total Revenu	1 012 517 982	242 313 250	240 836 285	258 516 876	245 366 419	987 032 830
Taux de Croissance trimestriel			-0,61%	7,34%	-5,09%	
Taux de Croissance annuelle						-2,52%

Source : ARPTC, opérateurs

Le revenu total du marché de la téléphonie mobile a enregistré une baisse de 2,5% en 2014, par rapport à 2013. En effet, de plus de 1 milliards en 2013, le revenu total du marché a baissé à 987 millions des dollars américains en 2014.

Une approche trimestrielle, révèle que le taux de croissance positif a été enregistré au troisième trimestre, avant de connaître une baisse à la fin de l'année.

Figure 26 : Evolution trimestrielle des revenus par service et par opérateurs 2014



Source : ARPTC, opérateurs

En 2014, le revenu de l'Internet mobile a connu un taux de croissance de 196% alors que tous les autres services ont enregistré des baisses, tel que mentionné dans le tableau ci-dessous.

⁶ Revenu : correspond au chiffre d'affaires qui comprend : services voix, sms, internet mobile et autres VAS

IV.1.1 Taux de croissance des revenus (\$)

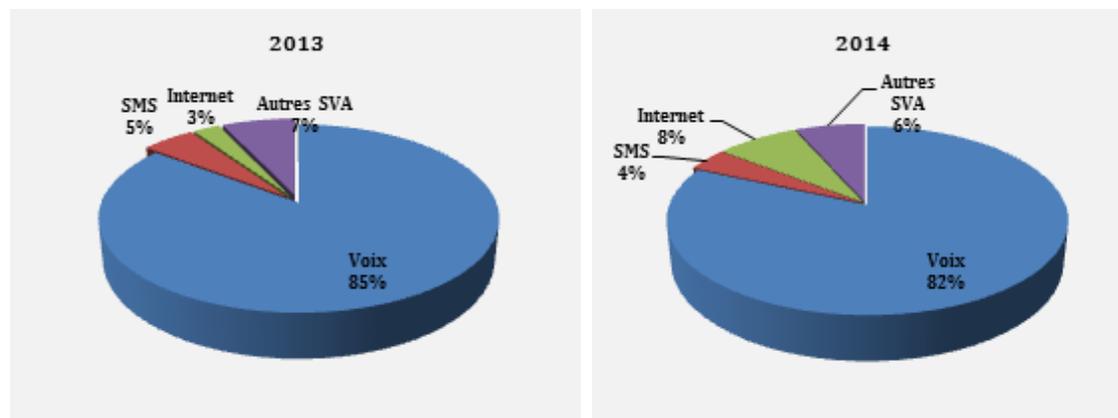
Tableau 11 : Taux de croissance annuel par service 2013 - 2014

Services	2013	2014	Taux de croissance
Voix	863 781 111	805 957 909	-6,69%
SMS	51 446 370	38 473 581	-25,22%
Internet	26 196 754	77 608 417	196,25%
Autres SVA	71 093 748	64 992 924	-8,58%
Total	1 012 517 982	987 032 830	-2,52%

Source : ARPTC, opérateurs

IV.2. Répartition du Revenu par services

Figure 27 : Répartition du revenu par service 2013 - 2014



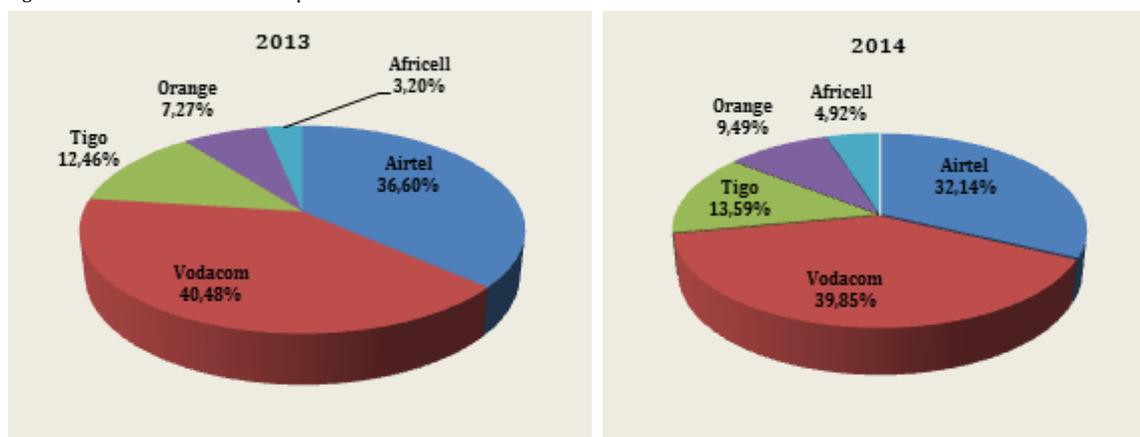
Source : ARPTC, opérateurs

En 2014, le revenu voix représente 82% du revenu total du marché de la téléphonie mobile, suivi du revenu Internet mobile qui représente 8% et du revenu des services à valeur ajoutée qui ne représente que 6% ainsi que des services SMS avec 4% du total des revenus.

Entre 2013-2014, il s'observe néanmoins une baisse des revenus voix qui passe de 85% à 82%, contre une hausse des revenus Internet mobile qui sont passés de 3% à 8%.

IV.3. Part de marché des opérateurs par rapport au revenu

Figure 28 : Part de marché des opérateurs 2013 - 2014



Source : ARPTC, opérateurs

Au cours de l'année 2014, les revenus des opérateurs Airtel et Vodacom ont enregistré plus de 70% du revenus total et ceux malgré les baisses enregistrées par rapport à 2013.

En effet, le revenu total des Airtel et Vodacom ont baissé respectivement de près de 4.46% et de 1% par rapport à l'année 2013, tandis que celui de Tigo, Orange et Africell a augmenté respectivement de l'ordre de 1.12%, 2.22% et 1.72% sur la même période.

Positionnement des opérateurs par rapport au revenu

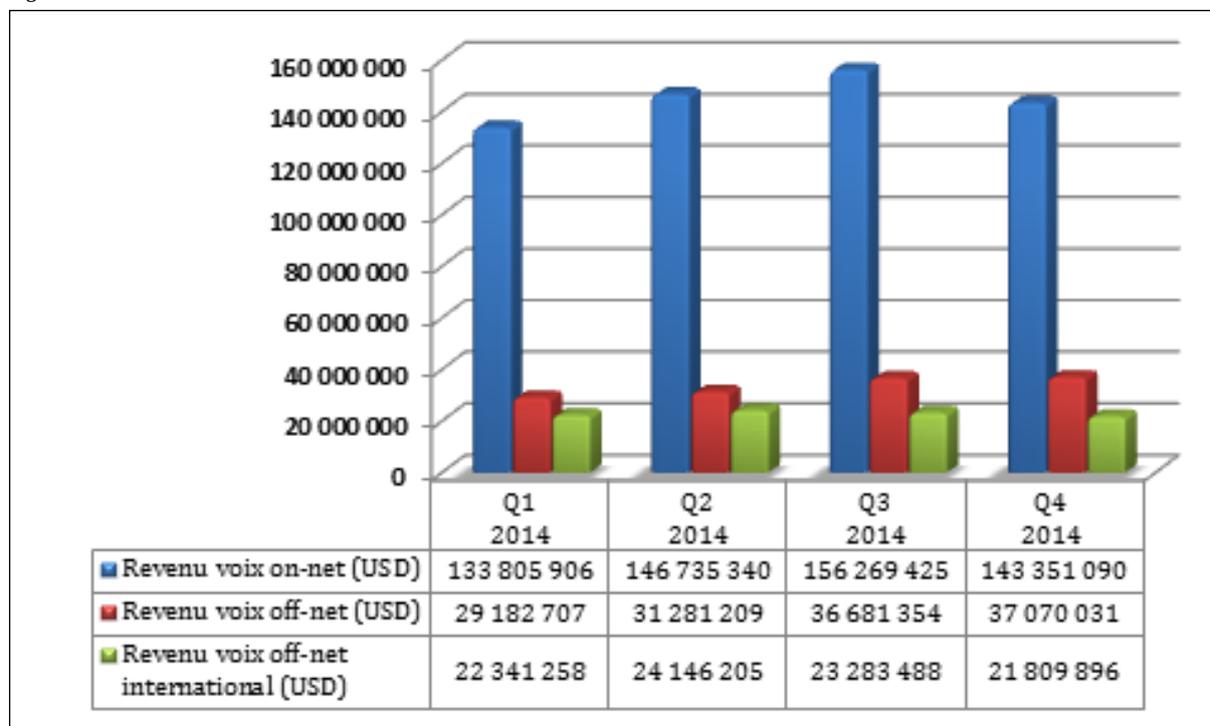
Tableau 12: Positionnement des opérateurs suivant les parts de marché

classement	Opérateurs	2013	classement	Opérateurs	2014
01	Vodacom	40,48%	01	Vodacom	39,85%
02	Airtel	36,60%	02	Airtel	32,14%
03	Tigo	12,46%	03	Tigo	13,59%
04	Orange	7,27%	04	Orange	9,49%
05	Africell	3,20%	05	Africell	4,92%

Source : ARPTC, opérateurs

IV.4. Evolution du revenu Voix

Figure 29 : Evolution trimestrielle du revenu voix 2014

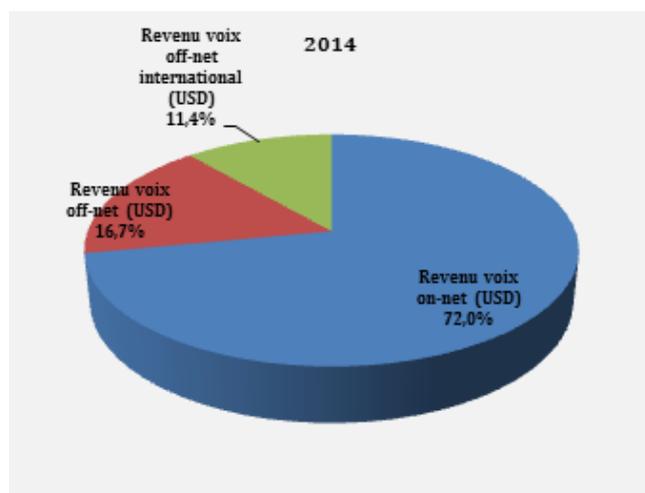


Source : ARPTC, opérateurs

Le revenu du service voix, reste dominé au cours des quatre trimestres par les revenus générés par les appels en intraréseau, tel qu'illustré ci-dessus.

IV.5. Répartition du revenu voix

Figure 30: Répartition du revenu voix par destination



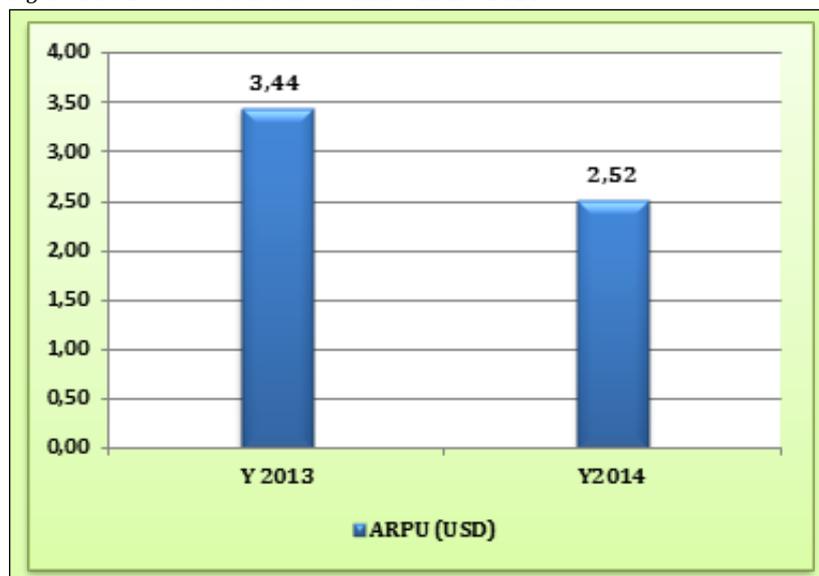
Source : ARPTC, opérateurs

En 2014, le revenu Voix on-net a représenté 72% de l'ensemble des revenus Voix, suivi du revenu de l'interconnexion nationale sortant avec près de 17% et le revenu des appels internationaux sortant avec 11%.

IV.6. ARPU⁷ (Average Revenue Per User ou Revenu Moyen par abonné) en USD

IV.6.1 Evolution annuelle de l'ARPU Global⁸

Figure 31 : Evolution annuelle de l'ARPU 2013 - 2014



Source : ARPTC, opérateurs

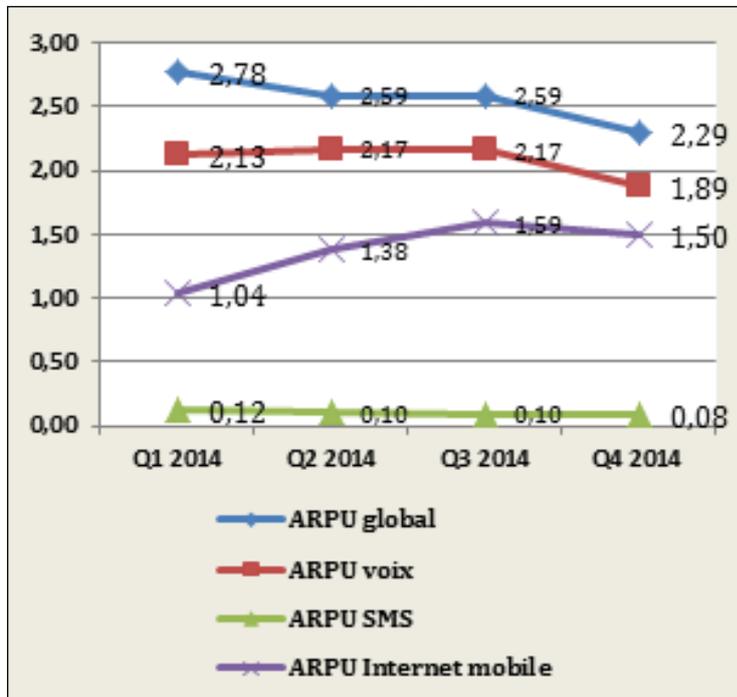
En 2014, l'ARPU global, pour l'ensemble des opérateurs a été de l'ordre de 2,52 USD/mois par rapport à 2013. En d'autres termes, la dépense mensuelle moyenne des abonnés a donc baissé de l'ordre de 27% entre 2013 et 2014.

⁷ ARPU : désigne le chiffre d'affaires moyen généré par un abonnement sur une période (jour, semaine, mois...)

⁸ ARPU Global : composé de la voix, SMS, Internet mobile et autres services à valeurs ajoutées.

IV.6.2 Evolution Trimestrielle de l'ARPU par service

Figure 32 : Evolution annuelle de l'ARPU par service



Source : ARPTC, opérateurs

Cette baisse annuelle de l'ARPU global a été observée au cours de l'année 2014 pendant tous les quatre trimestres soit de 2,78 à 2,29 dollars USD.

Cependant, malgré une légère baisse observée à la fin de l'année, l'ARPU du service Internet mobile a plutôt connu une tendance à la hausse, soit un accroissement de l'ordre de 44%, passant ainsi de 1,04 à 1,50 USD.

V. INVESTISSEMENTS ET CREATION D'EMPLOIS

Sommaire

V.1 Niveaux des Investissements réalisés dans le secteur.....	44
V.2 Création d'emplois directs	46



V.1. Niveaux des Investissements réalisés dans le secteur

V.1.1 Evolution annuelle des investissements (en \$USD)

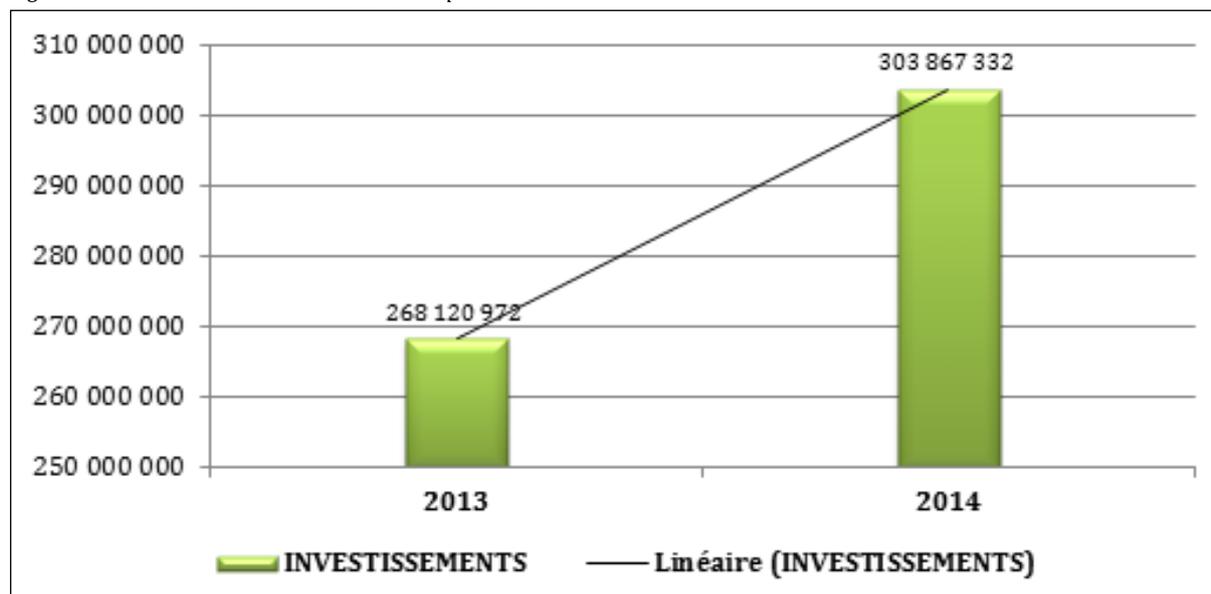
Tableau 13 : Investissements et taux de croissance annuelle

	2013	2014	Accroissement
Airtel	98 056 774	83 936 899	-14,40%
Vodacom	90 452 603	122 876 549	35,85%
Tigo	37 510 595	61 770 884	64,68%
Orange	42 101 000	35 283 000	-16,19%
Africell	ND	ND	
Total	268 120 972	303 867 332	13,33%

Source : ARPTC, opérateurs

En 2014, le secteur des télécommunications a été relativement attractif en ce qui est des investissements, comparativement à l'année 2013, soit de l'ordre de 268 120 972 USD (2013) et 303 867 332 USD (2014). Ce qui implique une variation positive globale de 13,33%.

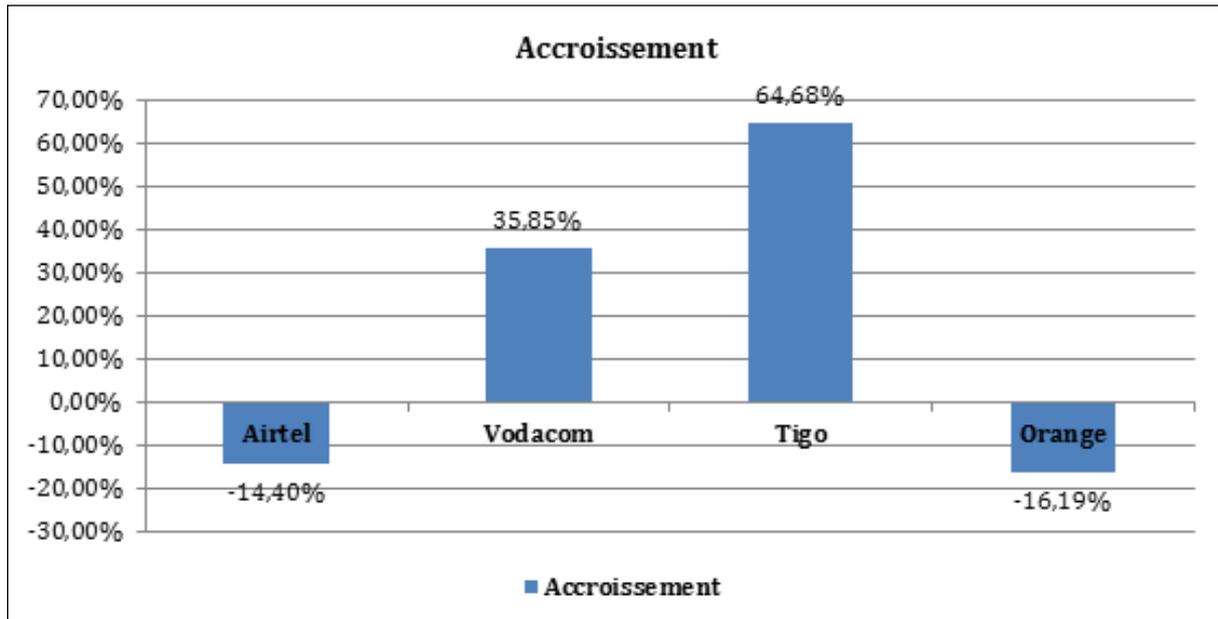
Figure 33 : Niveau des investissements des opérateurs : 2013-2014



Source : ARPTC, opérateurs

En effet, entre 2013 et 2014, les investissements de Tigo et Vodacom ont connu une augmentation respectivement de l'ordre de 64,68% et 35,85% ; Par contre, ceux d'Orange et Airtel ont connu une baisse respectivement de 16,19% et 14,40%.

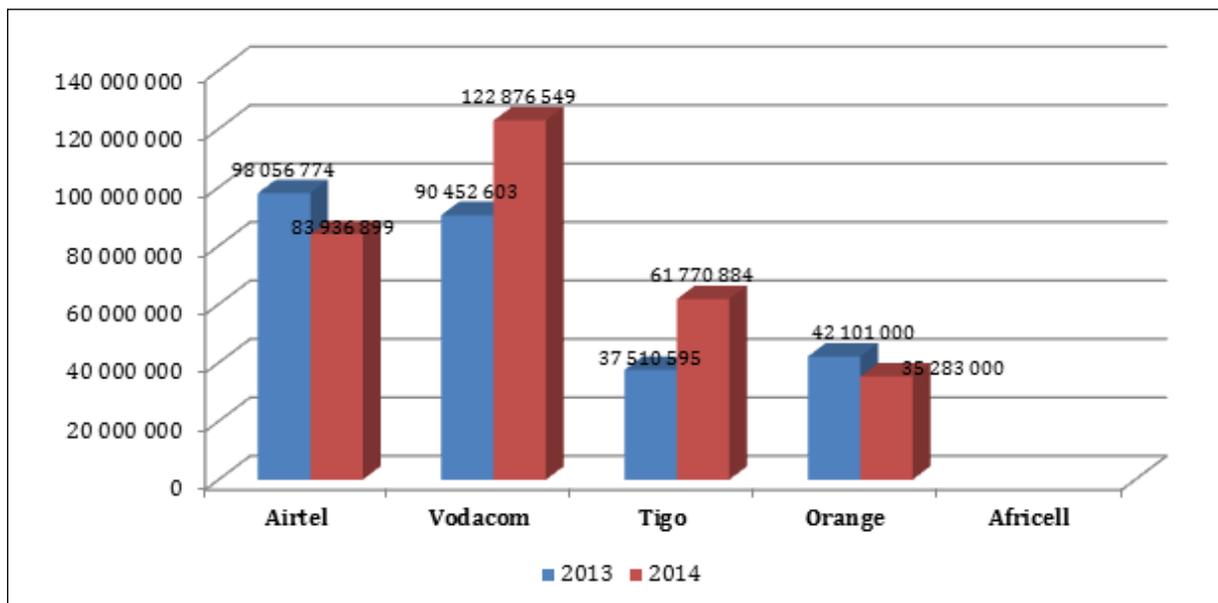
Figure 34 : Taux de croissance des investissements par opérateurs



Source : ARPTC, opérateurs

V.1.2 Niveau des investissements par opérateur (En USD)

Figure 35 : Investissement par opérateur : 2013-2014



Source : ARPTC, Opérateurs

V.2. Création d'emplois directs

V.2.1 Evolution annuelle des emplois directs

Tableau 14 : Nombre d'emplois et taux de croissance annuelle

	2013	2014	Accroissement
Airtel	35	69	97,14%
Vodacom	89	52	-41,57%
Tigo	80	86	7,50%
Orange	54	41	-24,07%
Africell	ND	ND	
Total	258	248	-3,88%

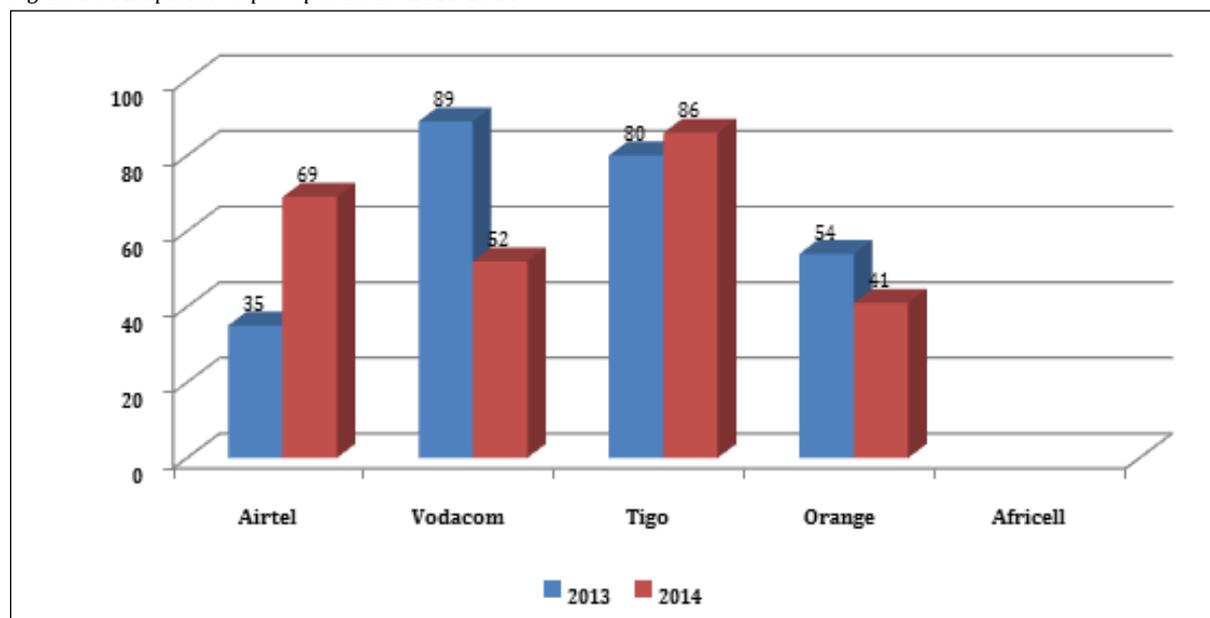
Source : ARPTC, Opérateurs

Comparativement à 2013, l'année 2014 a enregistré une baisse de près de 4% soit, de 250 emplois directs créés contre 248. Ce faible niveau de création d'emplois directs se justifierait par l'approche de gestion actuelle, basée sur l'externalisation des activités autres que celles du corps business.

Ainsi, une meilleure appréciation de la création d'emplois dans le secteur des télécommunications, peut être observée aux niveaux d'emplois directs et indirects créés par des activités connexes notamment le système basé sur externalisation du circuit de production (divers partenaires techniques, prestataires d'infrastructures, installateurs etc.), des chaînes de distribution et de commercialisation (les super dealers, et autres activités connexes dérivées...).

V.2.2 Niveau des emplois créés par opérateur

Figure 36 : Emploi créée par opérateur : 2013-2014



Source : ARPTC, Opérateurs

VI. TARIFS DES SERVICES DE LA TELEPHONIE MOBILE (en USD)

Sommaire

VI.1. Tarifs On-net	48
VI.2. Tarifs Off-net	49
VI.3. Tarifs Internationaux/Zone A	50
VI.4. Tarifs SMS On-net	51



Votre télécarte se recharge de 3 manières

- 1- avec une recharge classique : introduisez votre télécarte dans la cabine téléphonique et laissez-vous guider.
- 2- avec une e-recharge disponible en points de vente : introduisez votre télécarte dans la machine télérecharge et laissez-vous guider.
- 3- avec votre carte bancaire : introduisez votre carte bancaire dans la cabine téléphonique, saisissez votre numéro de carte bancaire et laissez-vous guider.

Les crédits de communication rechargeables sont disponibles au N° vert 0 800 113 630, sur le site www.orange.fr et en points de vente.

N° de carte : 
9217020004104293

Pour téléphoner introduisez la télécarte dans la cabine téléphonique
ou composez le 0 800 113 630 (appel gratuit dans les cabines téléphoniques à pièces ou sans secteur de carte).

Renseignements et conditions générales :
disponibles au N° vert 0 800 113 630
appel gratuit depuis une cabine téléphonique France Télécom ou sur le site www.orange.fr.

Usage exclusif en cabines téléphoniques France Télécom.
Après coût de mise en relation, décompte à la seconde.
Tarifs disponibles au N° indiqué dans la cabine téléphonique (appel gratuit).
France Télécom
SA au capital de 10 359 964 944 €
RCS Paris 380 129 866

date limite de validité : **31/12/2011**



0.100	0.35%	28.360	17600
0.1425	0.74%	19.510	1100
0.6472	1.17%	54.470	17600
0.100	0.35%	28.390	400
0.060	0.36%	16.750	100
0.050	0.08%	58.870	100
0.200	0.73%	27.430	7700
		7.700	7700
1.460	1.07%	43.630	1900
0.026	0.25%	1.052	0
0.200	0.73%	27.430	7700



VI.1. Tarifs⁹ On-net¹⁰

Tableau 15 : Evolution annuelle des tarifs on-net 2013-2014

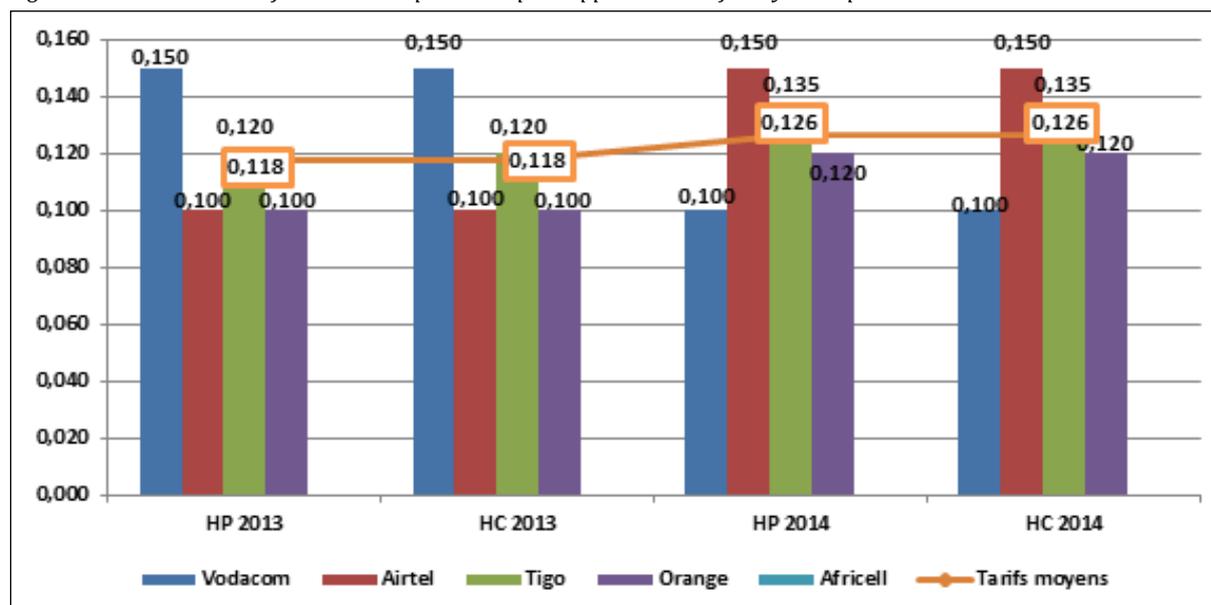
Opérateur	2013		2014		Variation 13-14	
	H.P ¹	H.C ²	H.P	H.C	H.P	H.C
	0,100	0,060	0,100	0,078	0,00%	30,00%
	0,100	0,050	0,144	0,102	44,00%	104,00%
	0,100	0,060	0,135	0,135	35,00%	125,00%
	0,120	0,050	0,132	0,070	10,00%	39,00%
	0,020	0,001	0,020	0,000	0,00%	-100,00%
Tarifs moyens	0,088	0,044	0,106	0,077	20,68%	73,98%
Tarif Plancher ARPTC			0,090	0,050		

Source : ARPTC, opérateurs

Entre 2013 et 2014, les tarifs intra réseau d'Airtel ont augmenté de 0,10 \$ à 0,14 \$ par minute soit une croissance de 40%, alors que Vodacom a gardé ses tarifs intra réseau inchangé, soit à 0,10\$/minute.

En moyenne, les tarifs voix en intra réseau ont augmenté pour les heures de pointe (HP) de 20,6% et de 73,9% pour les heures creuses (HC).

Figure 37 : Niveau des tarifs on-net des opérateurs par rapport aux tarifs moyens et planchers



Source : ARPTC, Opérateurs

⁹ Comprend : tarifs on-net, off-net et internationaux zone A

¹⁰ Tarif on-net : appliqué aux abonnés à l'intérieur du réseau de l'opérateur

VI.2. Tarifs Off-net¹¹

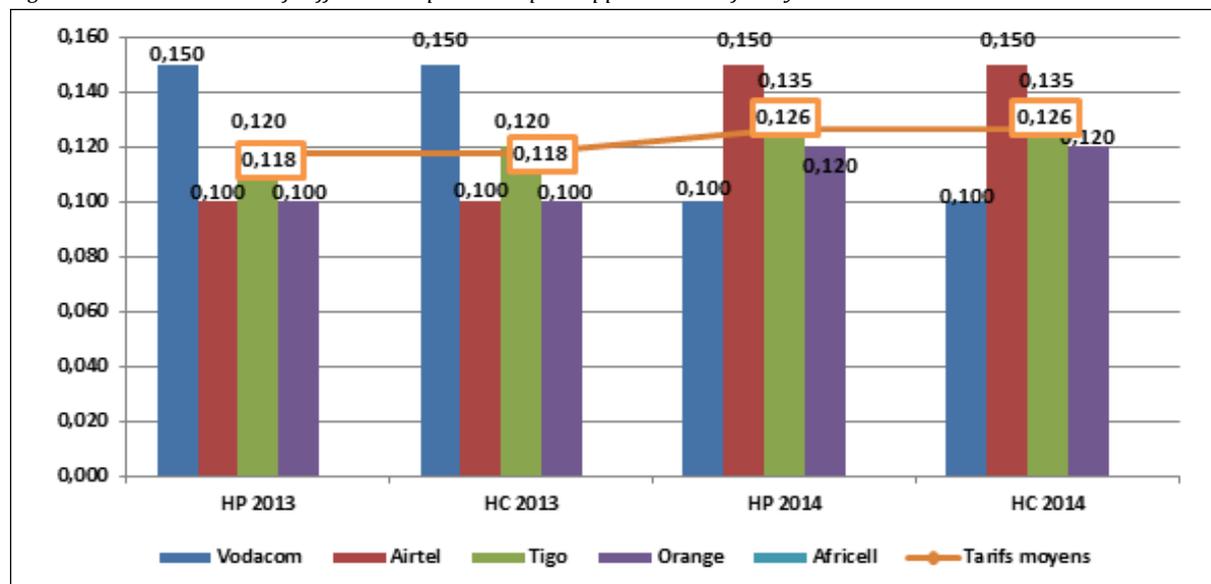
Tableau 16 : Evolution annuelle des trafics off-net 2013 - 2014

Opérateur	2013		2014		Variation	
	H.P	H.C	H.P	H.C	H.P	H.C
	0,150	0,150	0,100	0,100	-33,33%	-33,33%
	0,100	0,100	0,150	0,150	50,00%	50,00%
	0,120	0,120	0,135	0,135	12,50%	12,50%
	0,100	0,100	0,120	0,120	20,00%	20,00%
Tarifs moyens	0,118	0,118	0,126	0,126	7,45%	7,45%

Source : ARPTC, Opérateurs

En 2014, les tarifs d'interconnexion nationale (national off-net) ont augmenté de 7,4% en moyenne, à l'exception de celui de Vodacom qui a connu une baisse de 33,33%.

Figure 38 : Niveaux des tarifs off-net des opérateurs par rapport aux tarifs moyens



Source : ARPTC, opérateurs

En 2014, les tarifs d'interconnexion ont atteint une moyenne de 0,126\$/minutes, soit une augmentation de 7,45%. Les tarifs les plus élevés ont été pratiqués par Airtel, soit à 0,150\$/minutes avec un écart de 0,024\$ par rapport au tarif moyen.

¹¹ Tarif off-net : appliqué au trafic qui sort vers un réseau tiers fixe ou mobile

VI.3. Tarifs Internationaux/Zone A

Tableau 17 : Evolution annuelle des tarifs internationaux 2013 - 2014

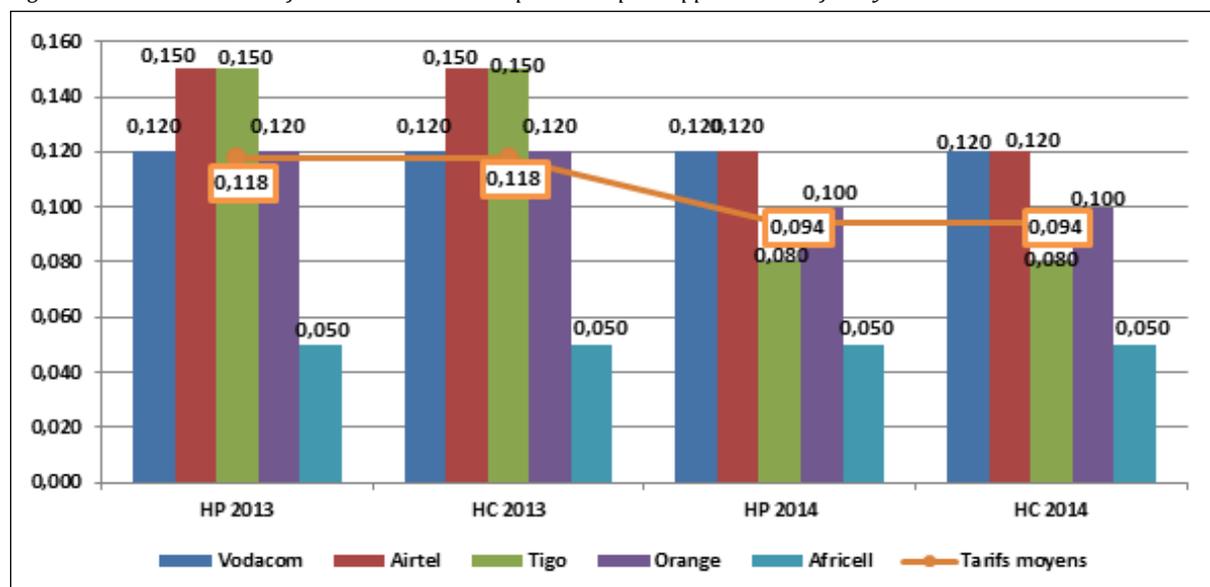
Opérateur	2013		2014		Variation	
	H.P	H.C	H.P	H.C	H.P	H.C
	0,12	0,12	0,12	0,12	0,00%	0,00%
	0,15	0,15	0,12	0,12	-20,00%	-20,00%
	0,15	0,15	0,08	0,08	-46,67%	-46,67%
	0,12	0,12	0,1	0,1	-16,67%	-16,67%
	0,05	0,05	0,05	0,05	0,00%	0,00%
Tarifs moyens	0,118	0,118	0,094	0,094	-20,34%	-20,34%

Source : ARPTC, Opérateurs

La fin de l'année 2014 a été marquée par la baisse des tarifs sur les communications internationales en zone A de l'ordre de 20,3% soit en moyenne de 0,11\$ à 0,09\$/ minutes.

Les tarifs les plus bas ont été pratiqués par Africell qui a gardé le tarif le plus bas soit maintenu à 0,05\$ par minute pour 2013 et 2014.

Figure 39 : Niveaux des tarifs internationaux des opérateurs par rapport aux tarifs moyens



Source : ARPTC, Opérateurs

VI.4. Tarifs SMS¹² On-net

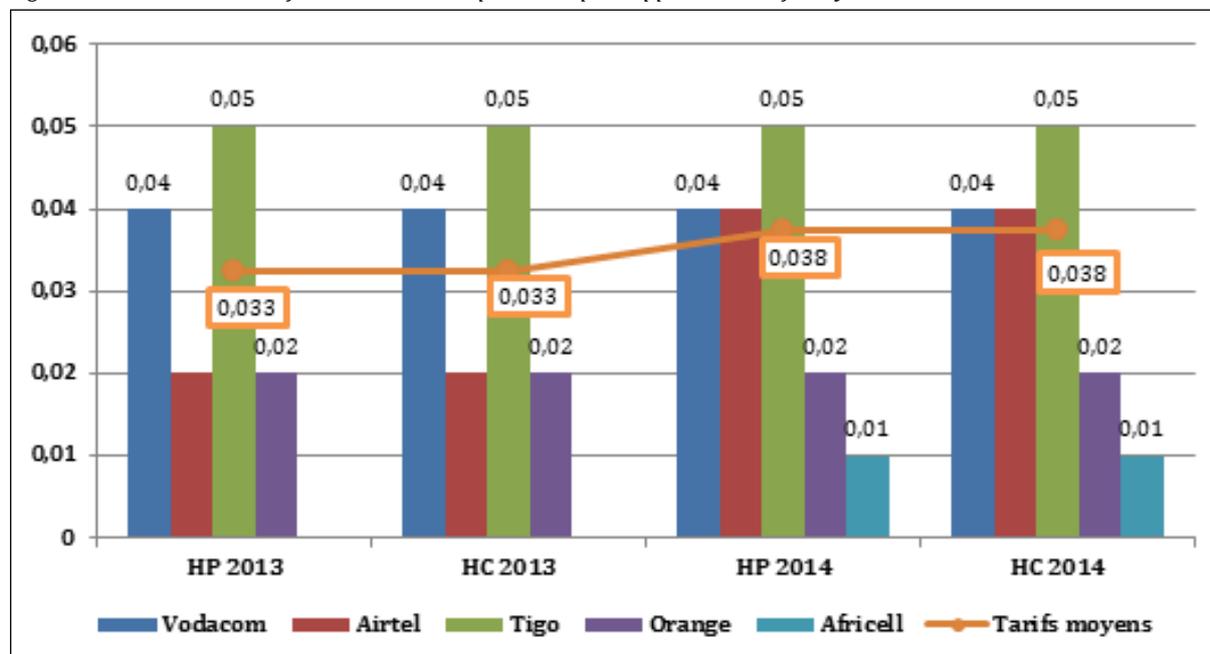
Tableau 18 : Evolution annuelle des tarifs SMS on-net 2013 - 2014

Opérateur	2013		2014		Variation	
	H.P	H.C	H.P	H.C	H.P	H.C
	0,04	0,04	0,04	0,04	0,00%	0,00%
	0,02	0,02	0,04	0,04	100,00%	100,00%
	0,05	0,05	0,05	0,05	0,00%	0,00%
	0,02	0,02	0,02	0,02	0,00%	0,00%
			0,01	0,01		
Tarifs moyens	0,033	0,033	0,038	0,038	15,38%	15,38%

Source : ARPTC, Opérateurs

En ce qui concerne, les tarifs des services SMS, l'on note que Vodacom , Orange et Tigo ont gardé les tarifs inchangés entre 2013 et 2014, tandis qu'Airtel a augmenté de 100% ses tarifs des SMS on-net en 2014.

Figure 40 : Niveaux des tarifs SMS on-net des opérateurs par rapport aux tarifs moyens



Source : ARPTC, Opérateurs

¹² SMS : Short Message Service

VII. MARCHÉ DE L'INTERNET

Sommaire

VII.1. Services d'Internet Mobile	54
VII.2. Services d'Internet Fixe	60
VII.3. Couverture du service Internet.....	60



VII.1. Services d'Internet Mobile

Le Présent chapitre sera en grande partie consacré aux services d'Internet mobile, faute de données disponibles liées à l'asymétrie d'informations sur le marché de l'Internet fixe.

En effet, les fournisseurs d'accès Internet sont catégorisés selon les types de services fournis, il s'agit principalement :

- des services Internet fixe sans fil assuré principalement par la liaison satellitaire et des boucles locales radio (Wimax) des FAI traditionnels ainsi que des réseaux en fibre optique(CDMA) ;
- des services Internet mobile assuré par les opérateurs GSM 2G-3G via des Modem/clés USB et autres terminaux (Smartphone, tablettes etc.).

VII. 1. 1. Abonnements aux services d'Internet mobile

Tableau 19 : Nombres d'abonnements actifs à l'Internet mobile 2013-2014

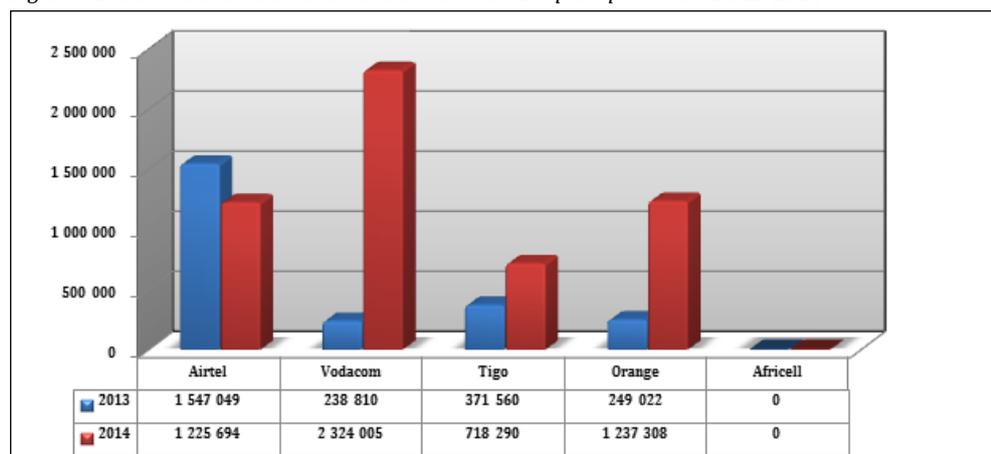
	2013	2014	Taux de croissance
Airtel	1 547 049	1 225 694	-20,77%
Vodacom	238 810	2 324 005	873,16%
Tigo	371 560	718 290	93,32%
Orange	249 022	1 237 308	396,87%
Africell	0	0	
Total	2 406 441	5 505 297	128,77%

Source : ARPTC, Opérateurs

Le nombre d'utilisateurs des services d'Internet mobile augmente d'année en année. Entre 2013-2014, le marché de l'Internet mobile a affiché une croissance de près de 129%, soit passant de 2.4 millions d'abonnements à 5.5 millions d'abonnements.

VII. 1. 2. Abonnements à l'Internet mobile par opérateur

Figure 41 : Niveau d'abonnements à l'Internet mobiles par opérateur : 2013-2014

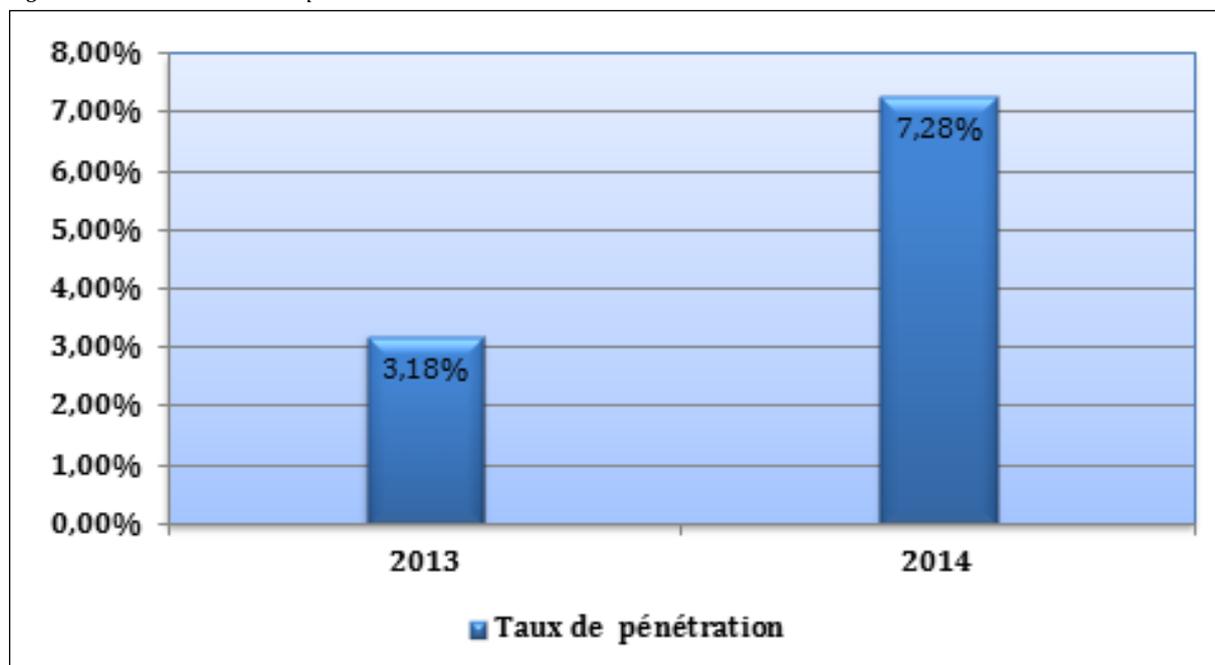


Source : ARPTC, Opérateurs

En 2014, Vodacom a affiché une croissance très significative de 873%, passant de 238 810 abonnements à 2 324 005 abonnements, suivi d'Orange avec un taux d'accroissement de l'ordre de 396%.

VII. 1.3. Taux de pénétration de l'Internet mobile

Figure 42 : Niveau du taux de pénétration de l'Internet mobile : 2013-2014

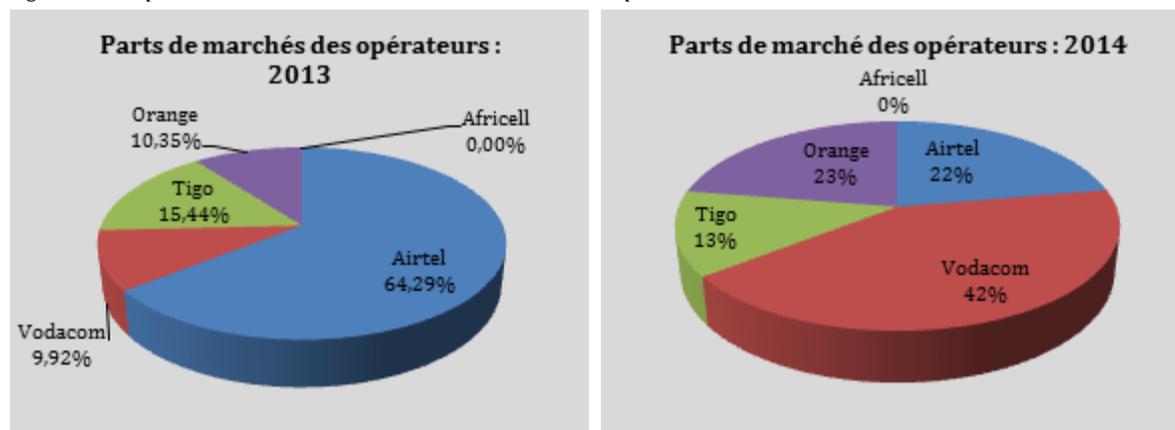


Source : ARPTC, opérateurs

Il se dégage donc que les services d'Internet mobile offerts par les opérateurs GSM aux masses, grâce aux technologies 2G et 3G, a sensiblement booster le niveau de pénétration du service Internet en général. Ainsi, ce taux de pénétration est passé de 3,18% en 2013 à 7,28% en 2014.

VII. 1.4. Parts de marché des opérateurs Internet mobile

Figure 43 : Répartition du marché de l'Internet mobile entre opérateurs : 2013-2014



Source : ARPTC, opérateurs

En 2013, Airtel a dominé le marché de l'Internet mobile avant de laisser la place à Vodacom en 2014, à la suite de forte pression concurrentielle. Il s'observe donc que contrairement à 2013, le marché est resté concentré car trois opérateurs ont occupé plus de 87% des parts de marché, alors que le quatrième opérateur détient plus de 10%.

VII. 1.5. Revenu de l'Internet mobile

Tableau 20 : Revenus des opérateurs générés par l'Internet mobile : 2013-2014

	2013	2014	Taux de croissance
Airtel	7 911 488	21 182 070	167,74%
Vodacom	8 107 192	35 875 173	342,51%
Tigo	4 216 508	6 956 585	64,98%
Orange	5 961 565	13 594 589	128,04%
Africell	ND	ND	
Total	26 196 754	77 608 417	196,25%

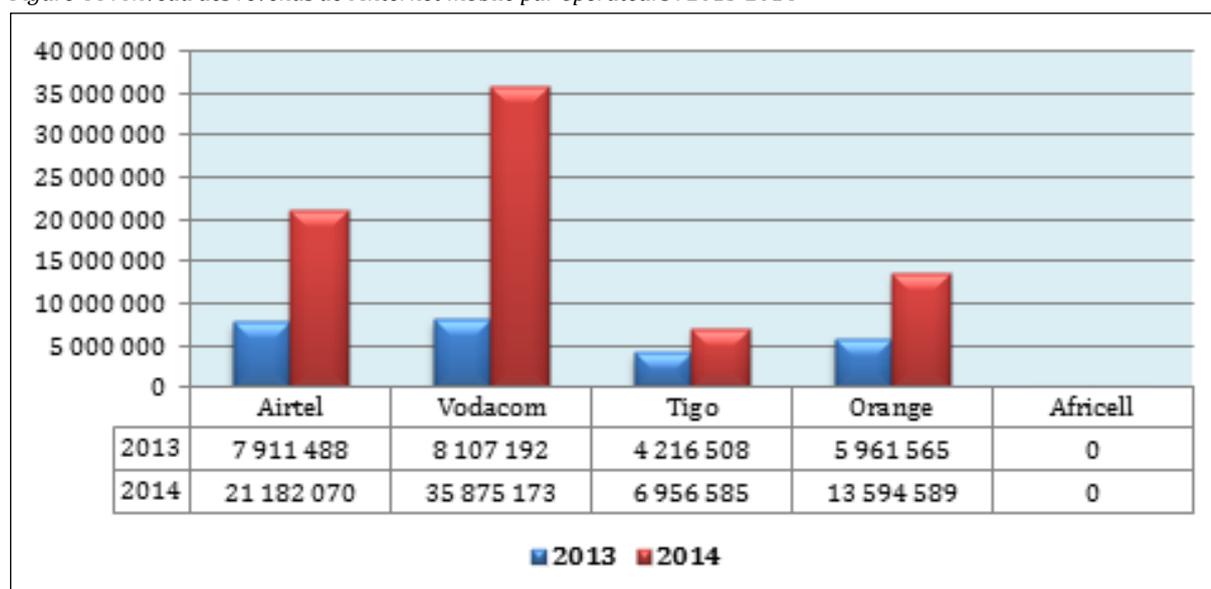
Source : ARPTC, opérateurs

Globalement, le revenu de l'Internet mobile est passé de 26,1 millions USD à 77,6 millions USD entre 2013 et 2014, soit un accroissement de 196%.

Vodacom affiche le taux de croissance le plus important, soit 342% au cours de la même période.

VII. 1.6. Revenu de l'Internet mobile par opérateur

Figure 44 : Niveau des revenus de l'Internet mobile par opérateurs : 2013-2014

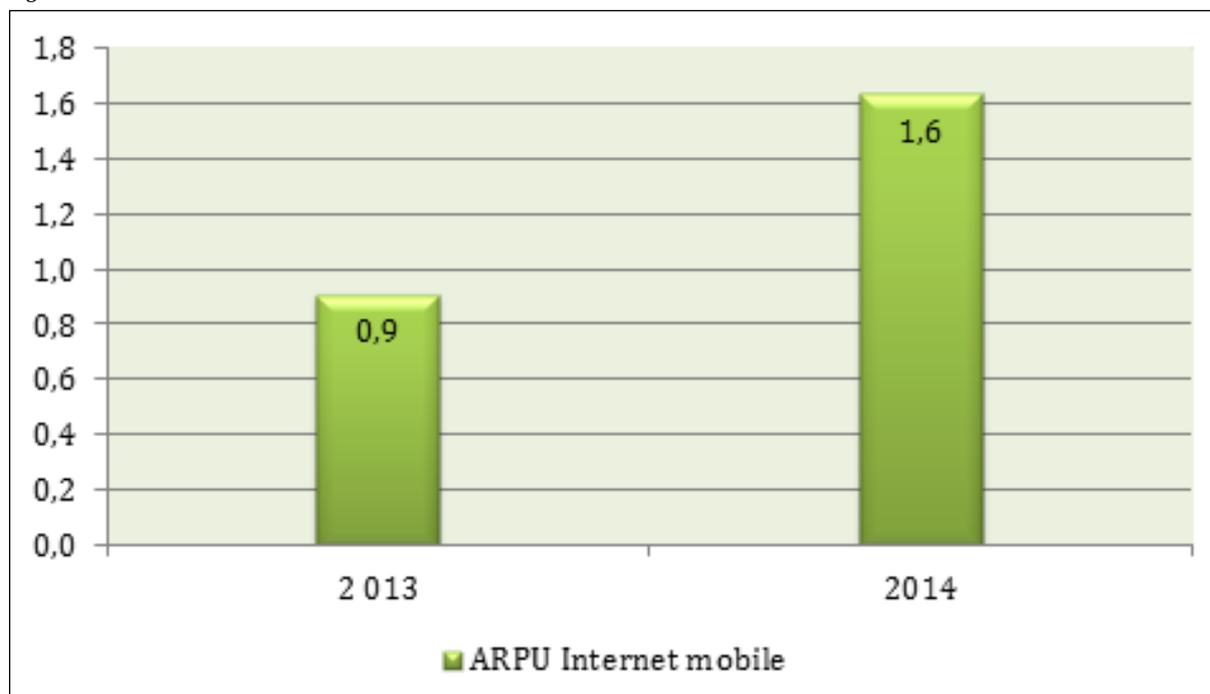


Source : ARPTC, opérateurs

En 2014, la part de revenu la plus importante des services Internet a été enregistrée par Vodacom, suivi de Airtel ; Tigo ayant enregistré la part la plus faible.

VII.1.7. ARPU Internet mobile (en USD)

Figure 45 : Niveau de l'ARPU de l'Internet mobile 2013-2014

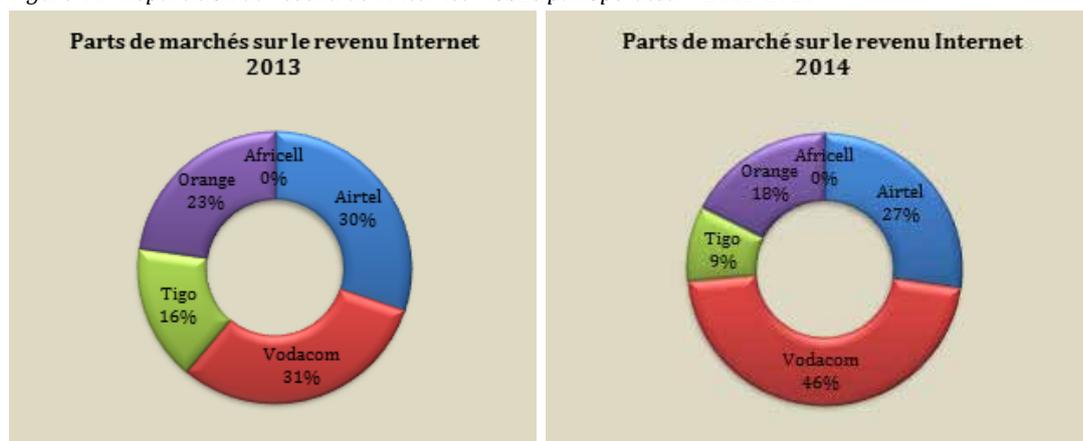


Source : ARPTC, opérateurs

L'augmentation exponentielle du nombre d'abonnements Internet mobile entre 2013 et 2014, a entraîné également l'augmentation de l'ARPU de 0.9\$USD à 1.6\$USD soit une progression de l'ordre de 80%.

VII.1.8. Parts de marché des opérateurs sur le revenu de l'Internet mobile

Figure 46 : Répartition du revenu de l'Internet mobile par opérateur : 2013-2014



Source : ARPTC, opérateurs

En 2014, deux opérateurs ont détenus plus de 70% du revenu global généré par les services d'Internet mobile, contre la même proportion en 2013.

VII. 1.9. Tarifs de l'Internet mobile

Le tableau ci-dessus illustre les tarifs offerts par chaque opérateur en fonction des capacités et de validité de la période d'utilisation maximale du volume souscrit exprimé en Mb (Mégabit).

Tableau 21 : Tarifs de l'Internet mobile par opérateurs et par capacité offerte

2014											
											
Capacités	Tarifs (\$)	validité	Capacités	Tarifs (\$)	validité	Capacités	Tarifs (\$)	validité	Capacités	Tarifs (\$)	validité
25Mb	0,25	30 min	1 Mb	0,32	N/A	10	0,2	24h	10 Mo	0,2	1 jour
25Mb	0,50	24 heures	25 Mb	3,00	1 jour	35	0,5	24h	60 Mo	1	5 jours
4Mb	0,50	7 jours	300 Mb	20,00	7 jours	80	1	3 jours	180 Mo	3	10 jours
30 Mb	0,60	24 heures	1 Gb	25,00	30 jours	300	3	7 jours	300 Mo	5	12 jours
80 Mb	1,00	24 heures	2 Gb	50,00	30 jours	1024	10	7 jours	750 Mo	12	20 jours
10 Mb	1,00	7 jours	4 Gb	70,00	30 jours	500	10	30 jours	3 Go	35	30 jours
1 GB	1,00	(00h00-5h59)	12 Gb	180,00	30 jours	1Gb	13	30 jours	5 Go	45	30 jours
200Mb	2,00	24 heures				3Gb	30	30 jours			
100Mb	2,00	7 jours				6Gb	50	30 jours			
300 Mb	5,00	7 jours				12Gb	100	30 jours			
1Gb	10,00	7 jours									
1.5 Gb	20,00	30 jours									
6 Gb	50,00	30 jours									
50 Gb	100,00	30 jours									

Source : ARPTC, opérateurs

Il sied d'observer que Vodacom a présenté la plus grande variété des propositions d'offres à ses clients, partant de 4 Mb à 50 Gb. Les tarifs proposés varient entre 0,25 \$ et 100 \$ selon le volume et la durée d'utilisation du service.

VII. 1.10. Benchmark des tarifs Internet mobile dans la région Afrique

Le tableau ci-dessus présente une comparaison entre les tarifs pratiqués par les opérateurs en RDC et les tarifs pratiqués dans quelques pays de la sous-région en Afrique centrale et Ouest.

Tableau 22 : Tarifs de l'internet mobile par capacité des opérateurs de la RDC et de la Sous-Région

Capacités	RDC								SOUS REGION											
	Vodacom		Airtel		Tigo		Orange		Orange Mali		Tigo Sénégal		Orange Sénégal		Airtel Tchad		Airtel Gabon		Orange Cameroun	
	validité	Tarifs \$	validité	Tarifs \$	validité	Tarifs \$	validité	Tarifs \$	validité	Tarifs \$	validité	Tarifs \$	validité	Tarifs \$						
10 Mb	1 jour	0,2			1 jour	0,2	1 jour	0,2	30 jours	0,33										
25 Mb	1 jour	0,5	1 jour	3							1 jour	0,42								
100 Mb	7 jours	2							30 jours	2,5	3 jours	1,67	7 jours	3,33			7 jours	4,17	1 jour	0,17
300 Mb	7 jours	5	7 jours	20	7 jours	3	12 jours	5	45 jours	5									1 jour	0,83
500 Mb					30 jours	10			45 jours	7,83	7 jours	5			30 jours	8,33	30 jours	15,83		
1 Gb	7 jours	10			7 jours	10														
1 Gb			30 jours	25	30 jours	13									30 jours	16,67	30 jours	23,33		
2 Gb			30 jours	50					60 jours	22,5	30 jours	16,67			30 jours	33,33				
5 Gb							30s jour	45					30 jours	41,67	30 jours	50			30 jours	41,67
10 Gb	30 jours	50													30 jours	83,33			30 jours	75

Source : ARPTC, opérateurs

En comparant les tarifs de connexion Internet en RDC à ceux des autres pays, on s'aperçoit qu'en 2014, que le tarif de la connexion Internet est moins cher en RDC qu'au Mali pour une connexion de volume de 10Mb ; plus cher en RDC qu'au Cameroun pour une connexion de 100mb; moins cher en RDC qu'au Mali, Sénégal et Gabon pour le même volume de connexion.

Plus cher en RDC qu'au Mali et Cameroun pour une connexion du volume de 300mb, plus chère en RDC qu'au Mali, Sénégal et Tchad mais moins cher qu'au Gabon pour le volume de connexion de 500Mb.

Plus cher en RDC qu'au Tchad et Gabon pour le volume de connexion de 1Gb, plus cher en RDC qu'au Mali, Sénégal et Tchad pour le volume de connexion de 2Gb , plus cher en RDC qu'au Sénégal et Cameroun mais moins cher par rapport au Tchad pour le volume de connexion de 5Gb. Enfin moins cher en RDC qu'au Tchad et Cameroun pour le volume de connexion de 10Gb etc.

En effet, en 2014, les prix de connexion des volumes de 10Mb, 100Mb, 300Mb, 500Mb, 1Go, 2Go, 5Go et 10Go sont respectivement de 0.2\$/jour, 2\$/7jours, 20\$/30jours et 10\$/30jours en RDC, contre 0.33\$/30jours au Mali, 2.5\$/30jour au Mali, 0.83\$/jour au Cameroun, 7.83\$/45jours au Mali, 5\$/7jours au Sénégal, 8.33\$/30jours au Tchad et 15.83\$/30jours au Gabon, 16.67\$/30jours au Tchad, 23\$/30jours au Gabon, 22.5\$/60jours au Mali, 16.67\$/30jours au Sénégal et 33.33\$/30jours au Tchad, 41.67\$/30jours au Sénégal, 50\$/30jours au Tchad et 41.67\$/30jours au Cameroun et enfin, 83.33\$/30jours au Tchad et 75\$/30jours au Cameroun.

VII.2. Services d'Internet Fixe

Les principaux opérateurs fournisseurs d'Accès Internet fixe (FAI) opérationnels en 2014.

Tableau 23 : Les fournisseurs d'accès Internet Fixe

	FAI	TECHNOLOGIES
1	ORIONCOM	Motorola Canopy
2	RAGANET	Wimax
3	STANDARD TELECOM	CDMA-EVDO Fibre Optic
4	MICROCOM	Wimax
5	GLOBAL BROADBAND SOLUTION	Wimax
6	IBURST	Iburst
7	AFRINET	(Wimax)MICROMAX
8	CIELUX	Wimax
9	CYBERNET	VSAT, Wimax
10	ADN	Wimax
11	TECH PLUS	Wifi
12	DATCO	Wimax
13	CONGO BROADBAND NETWORK	Wimax
14	ITM	Wifi 802.11n

Source : ARPTC, opérateurs

VII.2.1. Nombre d'abonnements Internet fixe

L'exercice 2014 est resté marqué par une pression concurrentielle du marché, exercée par l'internet mobile sur l'internet fixe.

En effet, cette arrivée sur le marché de l'internet mobile a occasionné une forte baisse des services Internet fixe dont le nombre d'abonnés a continué à baisser de plus ou moins 30.000 à environ 10.000 abonnés soit une baisse de l'ordre de 66%.

Selon donc les estimations, le nombre d'abonnements, devra se situer dans les proportions de moins de 1% du total des abonnements à l'Internet mobile des opérateurs mobiles 2G et 3G, qui offrent à la grande masse des conditions d'accès plus souples en termes des coûts. Par contre, les services Internet fixes offerts par les principaux FAI, sont restés plus orientés vers les « entreprises ».

Ainsi, il s'observe qu'avec l'avènement des offres mobiles, l'Internet fixe offert par les fournisseurs d'accès Internet traditionnels (FAI) a du mal à suivre la concurrence à cause notamment, des coûts d'accès et des équipements élevés.

VII.3. Couverture du service Internet

Le service Internet mobile faible débit (2G) ou haut débit (3G) est présent dans les localités et villes couvertes par les opérateurs de téléphonie mobile.

Il s'observe que jusqu'en 2014, la majorité des FAI offrent leurs services principalement dans la ville de Kinshasa, à l'exception des quelques uns dont leurs couvertures s'étendent dans d'autres grandes villes du pays, tels que repris dans le tableau ci-dessous :

Tableau 24 : Couverture des FAI

	OPERATEURS ISP	COUVERTURE	NOMBRE DE VILLES COUVERTES
1	ORIONCOM	Kinshasa	1
2	RAGANET	Kinshasa	1
3	STANDARD TELECOM	Kinshasa	1
		Matadi	1
4	MICROCOM	Kinshasa Lubumbashi, Kisangani, Mbuji-Mayi Kananga, Matadi, Goma, Mbandaka, Likasi, Kolwezi	10
5	GLOBAL BROADBAND SOLUTION	Kinshasa, Matadi, Lubumbashi, Kisangani	1
6	IBURST	Kinshasa	1
7	AFRINET	Kinshasa	1
8	CIELUX	Kinshasa	1
9	CYBERNET	Kinshasa, Goma	2
10	ADN	Kinshasa, Lubumbashi, Matadi, Moanda, Boma	6
		Kasumbalesa	
11	TECH PLUS	Goma	1
12	DATCO	Bukavu	1
13	Congo Broadband Network	Kinshasa	1
14	ITM	Kinshasa	1

Source : ARPTC, opérateurs

VIII. ANALYSE DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

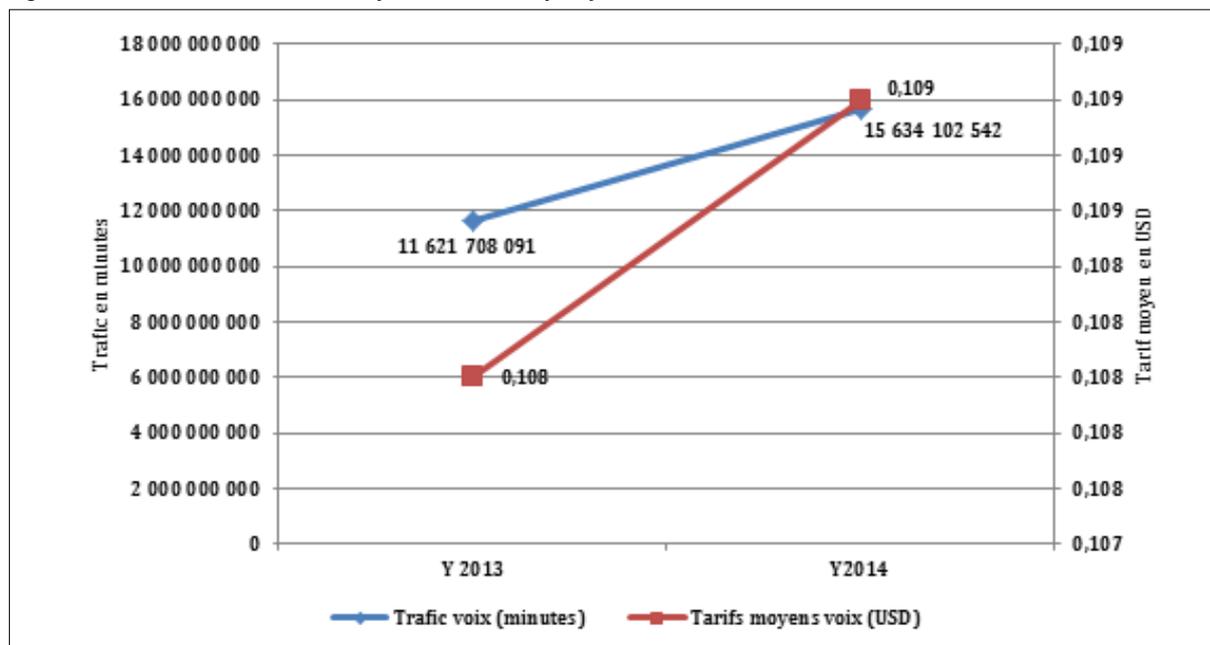
Sommaire

VIII.1. Observation des performances par rapport à la variable Tarif	64
VIII.2. Analyse des parts de marchés des opérateurs par rapport aux indicateurs de performance 2014	67

VIII.1. Observation des performances par rapport à la variable Tarif

VIII. 1. 1. Evolution du Trafic Voix par rapport au Tarif moyen entre 2013-2014

Figure 47 : Evolution annuelle du trafic voix et du tarif moyen voix 2013 - 2014

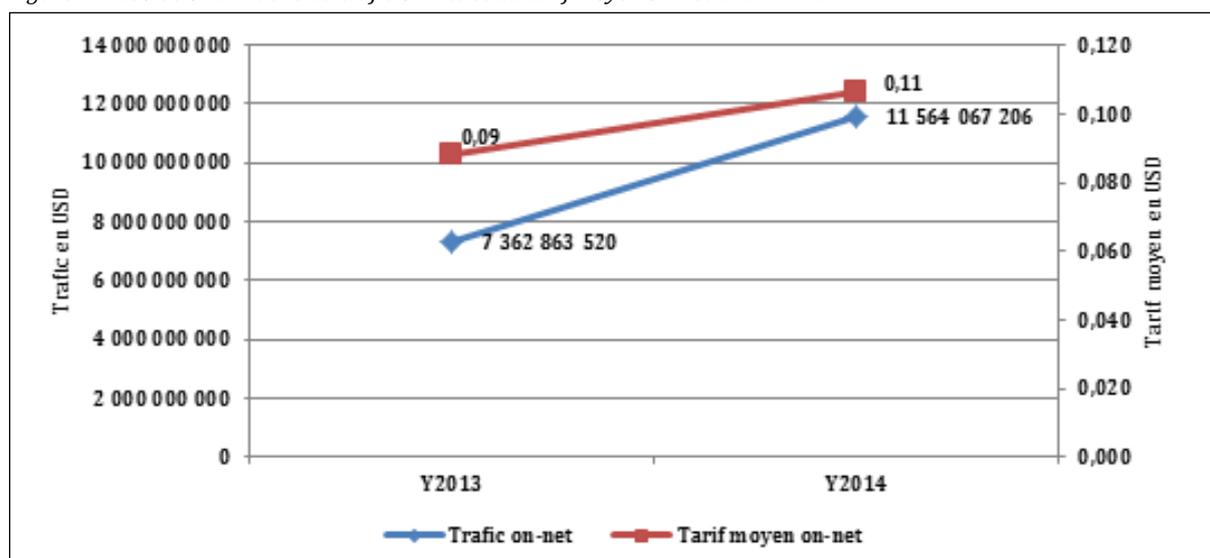


Source : ARPTC, opérateurs

La figure ci-dessus illustre l'évolution des trafics des services voix par rapport à l'évolution du tarif moyen voix. On observe que la hausse des tarifs entre 2013 et 2014 est suivie d'une augmentation du trafic au cours de la même période.

VIII. 1. 2. Evolution du Trafic on-net par rapport au Tarif moyen on-net

Figure 48: Evolution annuelle du trafic on-net et du tarif moyen on-net 2013 - 2014

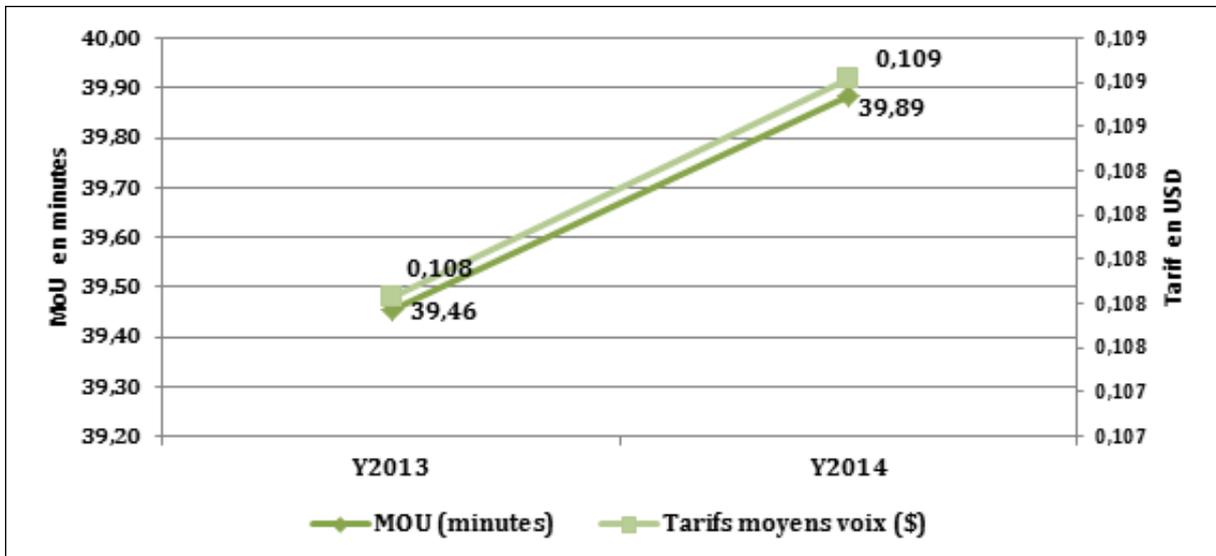


Source : ARPTC, opérateurs

Entre 2013 et 2014, il s'observe que la hausse des tarifs on-net est suivie d'une hausse du volume trafic voix on-net.

VIII. 1.3. Evolution de MoU par rapport au Tarif moyen voix

Figure 49: Evolution annuelle de MoU et du tarif moyen voix 2013 - 2014

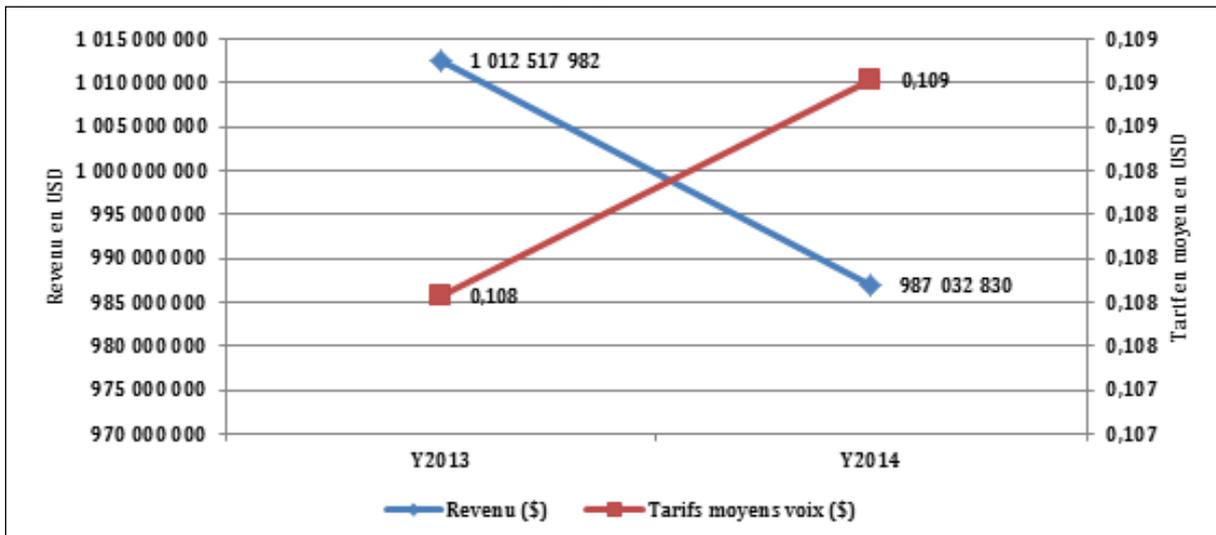


Source : ARPTC, opérateurs

Le graphique ci-dessus, illustre l'évolution du temps moyen qu'un abonné consacre aux communications téléphoniques par rapport à la variable tarifs moyens voix. On constate que, malgré la hausse des tarifs, le temps moyen d'utilisation du téléphone par un abonné par mois a augmenté entre 2013 et 2014 soit de 39.46 à 39.86 minutes.

VIII. 1.4. Evolution du Revenu Voix par rapport au Tarif moyen Voix

Figure 50 : Evolution annuelle du revenu voix et du tarif moyen voix 2013 - 2014

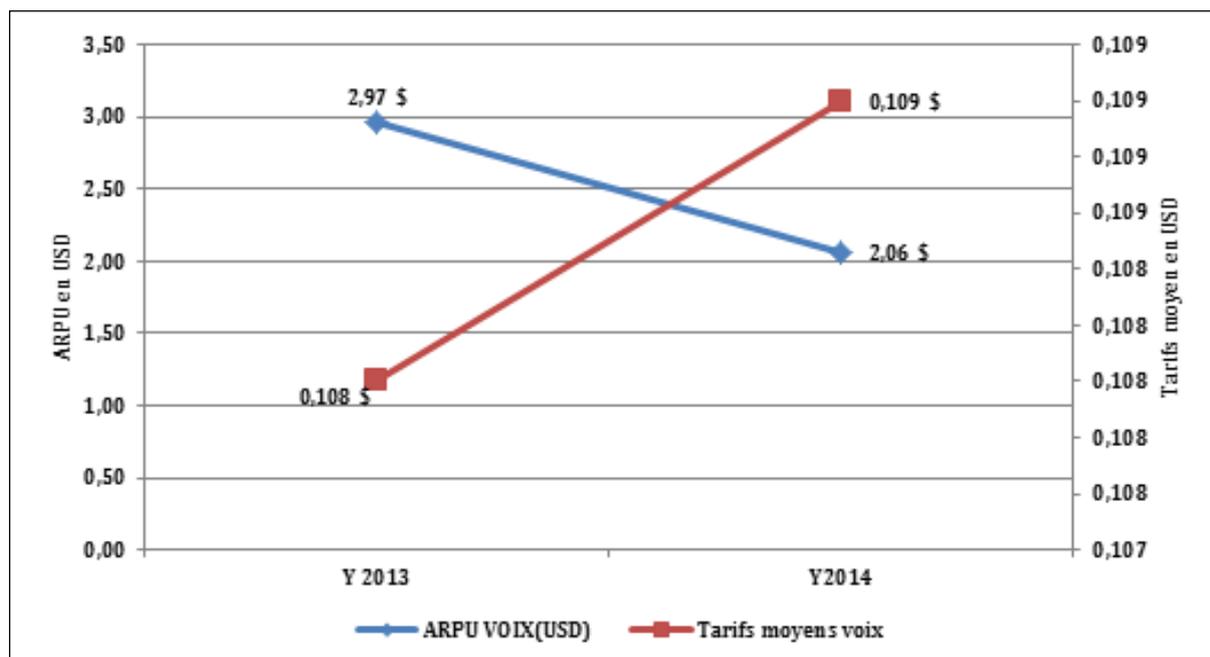


Source : ARPTC, opérateurs

Le graphique ci-dessus, illustre l'évolution du revenu voix des opérateurs par rapport aux tarifs moyens pratiqués. On constate qu'entre 2013 et 2014, l'évolution des revenus des opérateurs n'a pas suivi la hausse du tarif moyen des services voix offerts par les opérateurs.

VIII. 1.5. Evolution de l'ARPU voix par rapport au Tarif moyen Voix

Figure 51 : Evolution annuelle de l'ARPU voix et du tarif moyen voix 2013 - 2014



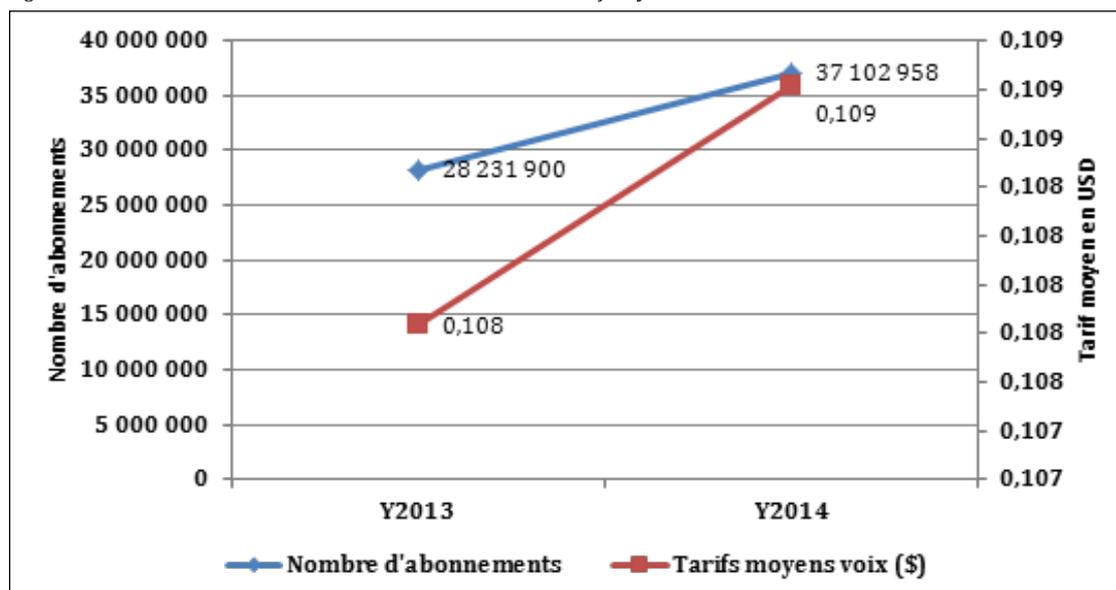
Source : ARPTC, opérateurs

Le graphique ci-dessus, illustre l'évolution du revenu moyen par abonné pour les services voix par rapport à la variable tarifs moyens voix. Il s'observe que l'augmentation du tarif moyen voix a été suivie par une baisse du niveau de revenu moyen des abonnés entre 2013 et 2014.

VIII. 1.6. Evolution du Nombre d'abonnements par rapport au Tarif moyen voix

Le graphique ci-dessous illustre l'évolution du nombre d'abonnements par rapport au tarif moyen voix. On constate que, malgré la hausse du tarif-moyen des services de la voix, le nombre d'abonnements aux réseaux des opérateurs a augmenté entre 2013-2014.

Figure 52: Evolution annuelle du nombre d'abonnements et du tarif moyen voix 2013 - 2014



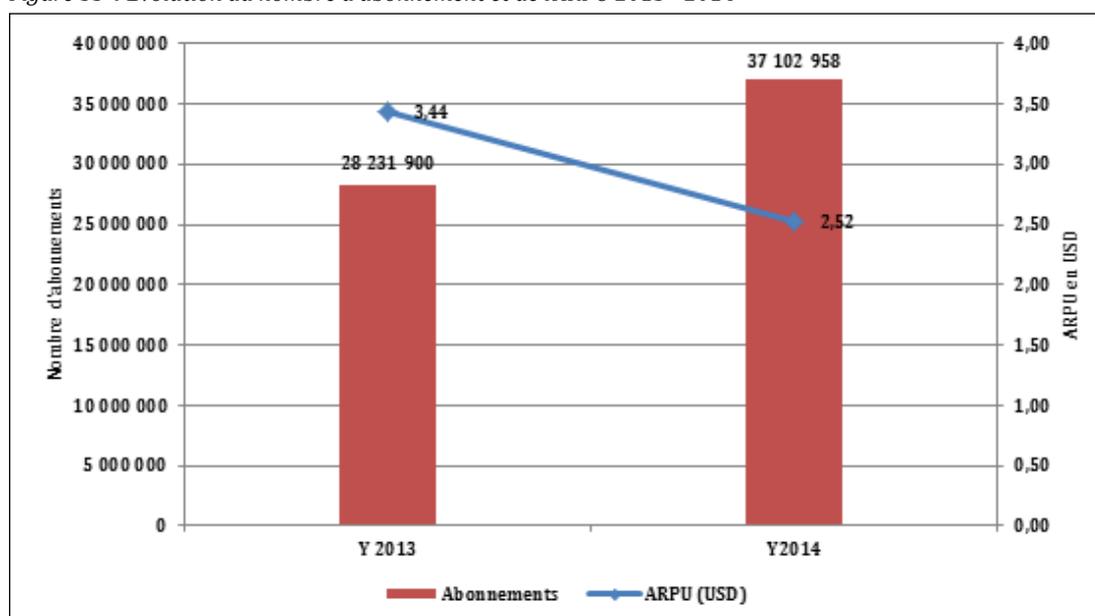
Source : ARPTC, opérateurs

VIII. 1.7. Evolution du nombre d'abonnements par rapport à l'ARPU global

Le graphique ci-dessous, montre que, malgré une baisse du niveau de revenu moyen par abonné, le nombre d'abonnements a évolué en croissance positive entre 2013 et 2014.

En d'autres termes, cette baisse de l'ARPU indique clairement que le marché adressable bien qu'ayant augmenté en nombre, n'a pas suffisamment généré des revenus, le pouvoir de consommation des abonnés étant resté faible.

Figure 53 : Evolution du nombre d'abonnement et de l'ARPU 2013 - 2014



Source : ARPTC, opérateurs

VIII.2. Analyse des parts de marchés des opérateurs par rapport aux indicateurs de performance 2014

VIII.2.1. Abonnements et Trafic voix

Le tableau ci-dessous, illustre, le positionnement des opérateurs en termes des parts des marchés par rapport aux deux indicateurs « **Nombre d'abonnement** et **Trafic voix généré** ». Il s'observe qu'en 2014, la situation du marché révèle que les opérateurs qui ont détenu plus d'abonnements, n'ont pas nécessairement généré plus du trafic et vice-versa.

Tableau 25 : Positionnements des opérateurs par rapport aux abonnements et au trafic voix 2014

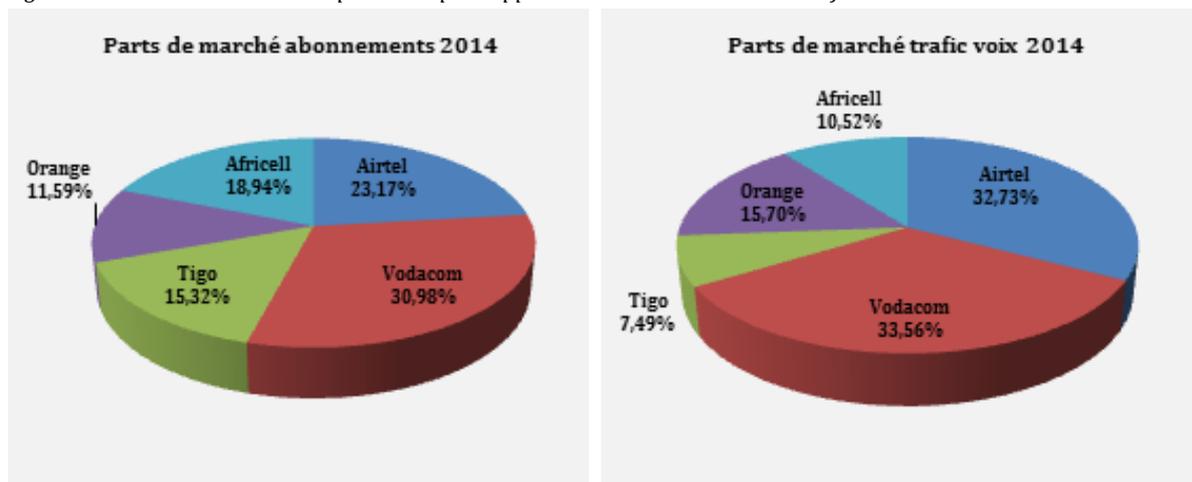
Position/abonnements	Opérateurs	2014	Position/Trafic voix	Opérateurs	2014
01	Vodacom	30,98%	01	Vodacom	33,56%
02	Airtel	23,17%	02	Airtel	32,73%
03	Africell	18,94%	03	Orange	15,70%
04	Tigo	15,32%	04	Africell	10,52%
05	Orange	11,59%	05	Tigo	7,49%

Source : ARPTC, opérateurs

En effet, Africell ayant occupé la 3^{ème} place en termes de parc d'abonnés en 2014, n'a pas nécessairement maintenu sa position en termes de trafic généré sur la même période.

Il va de même pour Tigo qui, bien qu'ayant été en 4^{ème} position en termes de parc d'abonnés, n'a généré que 7% du trafic soit le trafic le plus faible de tous les autres opérateurs. Par contre, il s'observe que pendant la même période, Orange ayant réalisé un faible niveau d'abonnement, s'est positionné en 3^{ème} place en termes de trafic généré se classant ainsi derrière Vodacom et Airtel tel qu'illustré dans le diagramme ci-dessous.

Figure 54 : Parts de marché des opérateurs par rapport aux abonnements et au trafic voix 2014



Source : ARPTC, opérateurs

VIII.2.2. Abonnements et Revenu global

Le tableau ci-dessous, montre le positionnement des opérateurs en termes des parts des marchés par rapport aux deux indicateurs « Nombre d'abonnement et Revenus global réalisé ». La situation du marché révèle que les opérateurs qui ont détenus plus d'abonnements, n'ont pas nécessairement pu réaliser le revenu le plus important et vice-versa.

Tableau 26 : Positionnements des opérateurs par rapport aux abonnements et au revenu global 2014

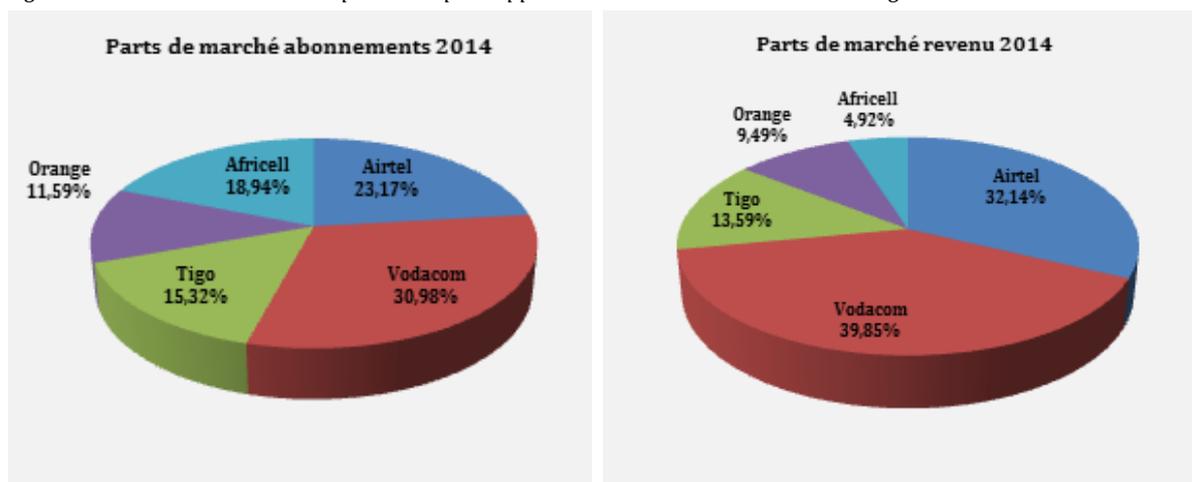
Position/ abonnements	Opérateurs	2014	Position/Revenu global	Opérateurs	2014
01	Vodacom	30,98%	01	Vodacom	39,85%
02	Airtel	23,17%	02	Airtel	32,14%
03	Africell	18,94%	03	Tigo	13,59%
04	Tigo	15,32%	04	Orange	9,49%
05	Orange	11,59%	05	Africell	4,92%

Source : ARPTC, opérateurs

En 2014, Africell ayant occupé la 3^{ème} place en termes d'abonnements après Vodacom et Airtel, se classe en dernière position en termes de réalisation de revenu soit 4%, la part des revenus la plus faible de tous les opérateurs. En d'autres termes, la consommation des abonnements d'Africell n'a pas généré des revenus correspondant à la taille de son parc.

Par contre, Tigo et Orange nonobstant leurs faibles niveaux d'abonnements, ils se sont positionnés bien devant Africell en ce qui concerne les revenus réalisés sur la même période, tel qu'illustré dans le diagramme ci-dessous.

Figure 55 : Parts de marché des opérateurs par rapports aux abonnements et au revenu global 2014



Source : ARPTC, opérateurs

VIII.2.3. Trafic voix et Revenu voix

Le tableau ci-dessous, illustre le positionnement des opérateurs en termes des parts des marchés par rapport aux indicateurs du « Trafic généré et Revenus global **réalisé** » par les opérateurs. La situation du marché révèle que les opérateurs qui ont généré des volumes importants du trafic, n'ont pas nécessairement pu réaliser le revenu le plus important et vice-versa.

Tableau 27 : Positionnement des opérateurs par rapport au trafic voix et au revenu voix 2014

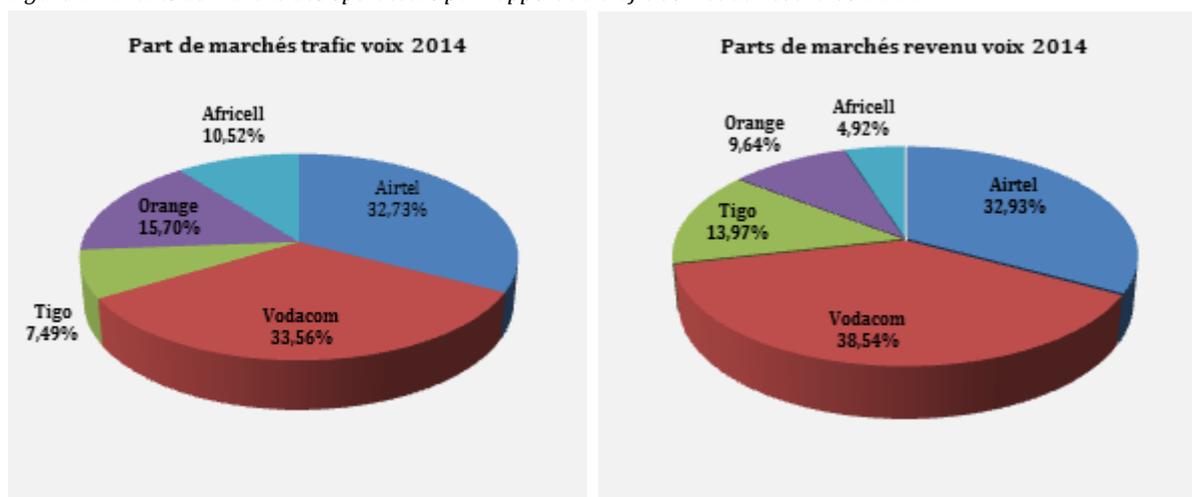
Position/ trafic voix	Opérateurs	2014	Position / revenu voix	Opérateurs	2014
01	Vodacom	33,56%	01	Vodacom	38,54%
02	Airtel	32,73%	02	Airtel	32,93%
03	Orange	15,70%	03	Tigo	13,97%
04	Africell	10,52%	04	Orange	9,64%
05	Tigo	7,49%	05	Africell	4,92%

Source : ARPTC, opérateurs

En effet, il se révèle qu'en 2014, Africell ayant occupé la 4^{ème} place en termes du volume de trafic généré sur les services voix après Vodacom, Airtel et Orange, s'est situé en dernière position en termes de réalisation de revenu soit près de 5% seulement, la part des revenus la plus faible de tous les opérateurs.

En d'autres termes, la consommation des abonnements d'Africell n'a pas généré nécessairement des revenus correspondant au volume de trafic généré par son réseau. Il s'observe la même situation pour Orange dont son positionnement sur la réalisation du trafic n'a pas suivi le même positionnement quant à la réalisation de revenu, tel qu'illustré dans la figure ci-dessous.

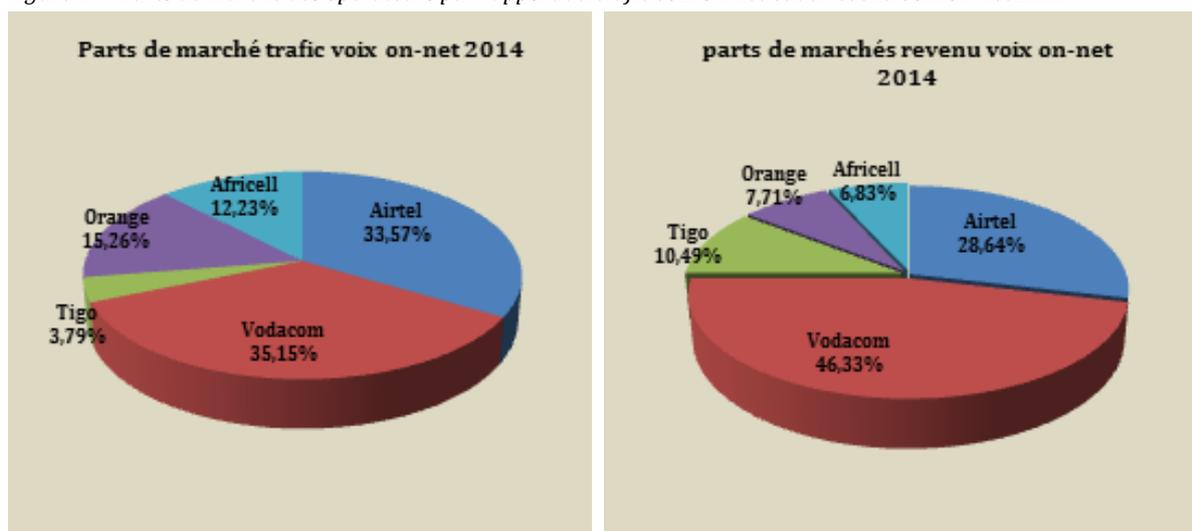
Figure 56 : Parts de marché des opérateurs par rapport au trafic voix et au revenu voix 2014



Source : ARPTC, opérateurs

VIII.2.4. Trafic voix on-net et Revenu voix on-net

Figure 57 : Parts de marché des opérateurs par rapport au trafic voix on-net et au revenu voix on-net 2014



Source : ARPTC, opérateurs

Le diagramme ci-dessus, illustre le positionnement des opérateurs en termes des parts des marchés par rapport aux indicateurs du « Trafic voix on-net généré et Revenus voix on-net réalisé » par les opérateurs.

En effet, la situation du marché révèle que les opérateurs qui ont réalisé des trafics voix importants sur les services on-net, n'ont pas nécessairement pu réaliser les revenus les plus importants sur les mêmes services et vice-versa.

Tableau 28 : Positionnement des opérateurs par rapport au trafic voix on-net et au revenu voix on-net 2014

Position/ trafic voix on-net	Opérateurs	2014	Position/revenu voix on-net	Opérateurs	2014
01	Vodacom	35,15%	01	Vodacom	46,33%
02	Airtel	33,57%	02	Airtel	28,64%
03	Orange	15,26%	03	Tigo	10,49%
04	Africell	12,23%	04	Orange	7,71%
05	Tigo	3,79%	05	Africell	6,83%

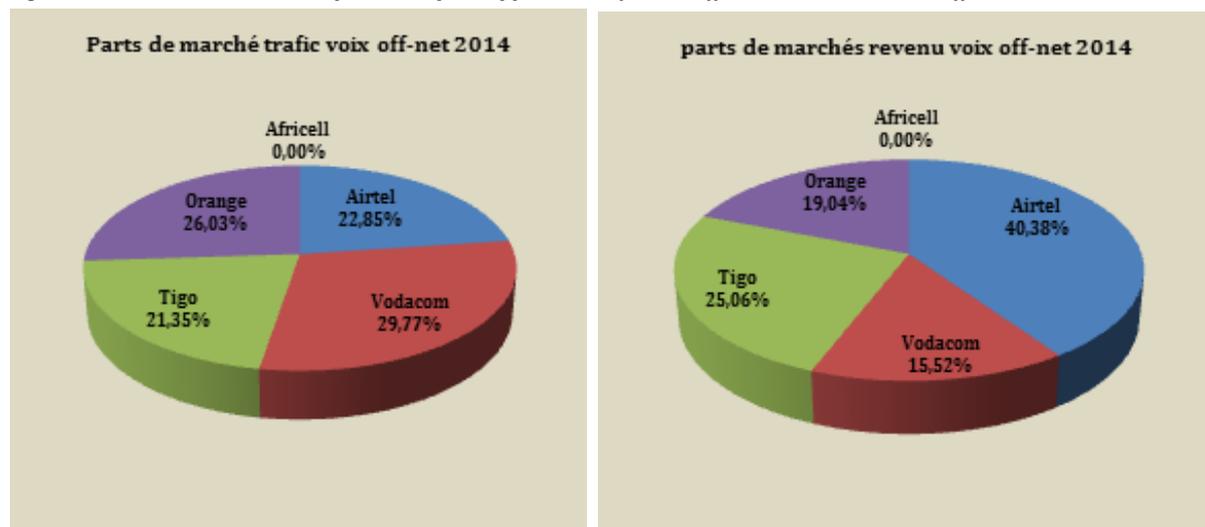
Source : ARPTC, opérateurs

En 2014, il s’observe que Tigo ayant généré le volume de trafic le moins faible de tous soit près de 4% seulement, a par ailleurs réalisé des revenus plus importants se classant ainsi devant Orange et Africell et naturellement 3^{ème} derrière Vodacom et Airtel.

Par contre, la guerre dans la fidélisation des abonnés par des offres à très bas tarifs et variées, pourrait justifier la situation des Orange et Africell, qui, au delà des volumes importants générés, ont réalisés des revenus relativement faibles.

VIII.2.5. Trafic voix off-net et Revenu voix off-net

Figure 58: Parts de marché des opérateurs par rapport au trafic voix off-net et au revenu voix off-net 2014



Source : ARPTC, opérateurs

Le diagramme ci-dessus, illustre le positionnement des opérateurs en termes des parts des marchés par rapport aux indicateurs du « Trafic voix off-net généré et Revenus voix off-net réalisé » par les opérateurs.

En effet, la situation du marché révèle que les opérateurs qui ont réalisé des trafics voix off-net importants n’ont pas nécessairement pu réaliser les revenus les plus importants sur les mêmes services et vice-versa.

Tableau 29 : Positionnement des opérateurs par rapport au trafic voix off-net et au revenu voix off-net 2014

Position/ trafic voix off-net	Opérateurs	2014	Position/revenu voix off-net	Opérateurs	2014
01	Vodacom	29,77%	01	Airtel	40,38%
02	Orange	26,03%	02	Tigo	25,06%
03	Airtel	22,85%	03	Orange	19,04%
04	Tigo	21,35%	04	Vodacom	15,52%
05	Africell	0%	05	Africell	0%

Source : ARPTC, opérateurs

En 2014, il s'observe que Tigo ayant généré le volume de trafic pour les services off-net le plus faible de tous, a par contre réalisé des revenus off-net les plus importants se classant ainsi en 2^{ème} position après Airtel.

Par contre, Vodacom nonobstant sa position en termes de volume de trafic, a par contre réalisé les revenus les plus faibles se classant en dernière position après Orange, Tigo et Airtel. Les tarifs minimums en off-net de 0.10\$/minute offerts par Vodacom par rapport aux autres concurrents pendant cette période, pourraient justifier cette situation.

ANNEXE

Fiche Récapitulative des Principaux Indicateurs du Marché de la Téléphonie Mobile en RDC 2013-2014

Indicateurs	2013	2014	Accroissement
Abonnements Airtel	8 668 839	8 597 012	-0,83%
Abonnements Vodacom	9 334 379	11 493 215	23,13%
Abonnements Tigo	3 854 300	5 683 999	47,47%
Abonnements Orange	2 670 953	4 299 589	60,98%
Abonnements Africell	3 703 429	7 029 143	89,80%
Total abonnements	28 231 900	37102958	31,42%
Taux pénétration téléphonie mobile	37%	49%	32,59%
Chiffre d'affaires marché (en USD)	1 012 517 982	987032830	-2,52%
Investissements	268 120 972	303 867 332	13,33%
Création d'Emplois Directs	258	248	-3,88%
ARPU (Chiffre d'affaires moyen par abon.) en USD	3,44	2,52	-26,74%
Total trafic (en Min.)	11 621 708 091	15634102542	34,52%
Total trafic national (en min.)	10 726 429 369	14696526238	37,01%
Total trafic international (en min.)	895 278 722	937576304	4,72%
Total trafic international sortant (en min.)	535 417 390	604 750 350	12,95%
Total trafic international entrant (en min.)	359 861 332	332 825 955	-7,51%
MoU (Temps moyen d'usage du téléphone/ abon.) en min.	39	40	2,56%
Tarif intra réseau (en USD)	0,1	0,1	0,00%
Tarif interconnexion nationale (USD)	0,15	0,1	-33,33%
Tarif international (en USD)	0,12	0,12	0,00%

DEFINITION DES TERMES UTILISES

Abonnements actifs : Est considéré comme abonnement actif, tout abonnement utilisant les services prépayés ou post payés de la téléphonie mobile cellulaire dans le cadre d'un contrat, qui émet ou reçoit, au minimum une fois au cours *des trois (3) derniers mois (90 jours) une activité génératrice des revenus* (un appel voix, un SMS, un MMS, une transaction mobile money, Data ...).

ARPU (Average Revenue Per User) : c'est le chiffre d'affaires moyen qu'un abonné génère à son opérateur.

ARPTC : Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications du Congo.

MoU (Minutes of Use) : c'est le temps moyen, exprimé en minutes, qu'un abonné consacre en moyenne aux communications téléphoniques en émission et en réception.

Off-net : ce terme désigne une relation inter-réseau entre deux opérateurs. Les appels, les SMS, le trafic, le revenu, etc. sont générés par l'opérateur A en liaison avec l'opérateur B.

On-net : ce terme désigne une relation intra-réseau, donc au sein d'un même réseau. Les appels, les SMS, le trafic, le revenu, etc. sont générés par un abonné de l'opérateur A en liaison avec un autre abonné de l'opérateur A.

Parts de marché : La part de marché représente le poids de chaque opérateur par rapport au total généré par l'ensemble des opérateurs pour un indicateur donné, de mesure des activités des opérateurs tel, le nombre d'abonnements, le revenu, le trafic

Réseaux de téléphonie mobile cellulaire : selon l'UIT il s'agit des technologies de communications mobiles (2G, 2.5G, 3G...) qui se distingue des technologies précédentes par ses caractéristiques numériques cellulaires.

Revenu total : il s'agit du total des recettes générées par la vente au détail des services de téléphonie mobile cellulaire, d'accès à Internet et de transmission de données proposés par les opérateurs de télécommunication via des réseaux physiques ou virtuels.

Il comprend : les chiffres d'affaires des services voix, services SMS, MMS et services Data mobiles dont l'internet mobile ainsi que les revenus générés par d'autres services à valeurs ajoutées tels que mobile money etc.

Revenu Sortant SMS : le revenu SMS sortant est généré par le nombre de SMS envoyés (émis) par les abonnés d'un réseau de téléphonie mobile. Les SMS émis ou sortants peuvent être intra-réseau (on-net), inter-réseau (off-net) et/ou dirigés vers l'international. Le revenu sortant SMS est donc la somme des revenus SMS on-net, off-net et international sortants.

Revenu Sortant Voix : le revenu sortant est généré par les appels émis par les abonnés d'un réseau de téléphonie mobile. Les appels émis ou sortants peuvent être intra-réseau (on-net), inter-réseau (off-net) et/ou dirigés vers l'international. Le revenu sortant voix est donc la somme des Revenus on-net, off-net et international sortant.

Taux de pénétration : c'est le rapport du nombre d'abonnements (cartes SIM) sur la population totale exprimé en pourcentage. Il donne le nombre d'abonnements comptés pour 100 habitants.

Trafic Entrant : il correspond aux appels reçus par les abonnés d'un opérateur. Les appels entrants peuvent être nationaux (d'un opérateur A vers un opérateur B dans le même pays) ou bien internationaux (appels dont l'origine est à l'extérieur des frontières d'un pays).

Trafic SMS Entrant : il correspond au nombre de SMS reçus par les abonnés d'un opérateur. La provenance des SMS peut être nationale et internationale.

Trafic SMS Sortant : il correspond au nombre de SMS envoyés par les abonnés d'un opérateur en on-net, off-net et à l'international.

Trafic Sortant : il correspond aux appels émis par les abonnés d'un opérateur. Les appels émis peuvent être intra-réseau (on-net), inter-réseau (off-net) ou destinés à l'international (international sortant).

Type ou Nature de Trafic : le trafic peut être de deux types (entrant ou sortant). A chaque type ou nature de trafic correspondent des destinations (on-net, off-net, international sortant, international entrant, national entrant).

UIT : Union Internationale des Télécommunications.

LISTE DES TABLEAUX

- Tableau 1 : Evolution des abonnements à la téléphonie mobile cellulaire
- Tableau 2 : Nombre d'abonnements et taux de croissance entre 2013-2014
- Tableau 3 : Positionnement des opérateurs suivants les parts de marché
- Tableau 4 : Evolution trimestrielle du taux de pénétration par opérateur
- Tableau 5 : Evolution trimestrielle du trafic voix global 2013-2014
- Tableau 6 : Taux de croissance annuel du trafic voix par destination
- Tableau 7 : Positionnement des opérateurs suivant les parts de marché
- Tableau 8 : Evolution trimestrielle du trafic SMS global 2013-2014
- Tableau 9 : Taux de croissance annuel du trafic SMS par destination
- Tableau 10 : Evolution trimestrielle du revenu total par service 2013-2014
- Tableau 11 : Taux de croissance annuel par service 2013-2014
- Tableau 12 : Positionnement des opérateurs suivant les parts de marché
- Tableau 13 : Investissement et taux de croissance annuelle
- Tableau 14 : Nombre d'emplois et taux de croissance annuelle
- Tableau 15 : Evolution annuelle des tarifs on-net 2013-2014
- Tableau 16 : Evolution annuelle des trafics off-net 2013-2014
- Tableau 17 : Evolution annuelle des tarifs internationaux 2013-2014
- Tableau 18 : Evolution annuelle des tarifs SMS on-net 2013-2014
- Tableau 19 : Nombres d'abonnements actifs à l'Internet mobile 2013-2014
- Tableau 20 : Revenus des opérateurs générés par l'Internet mobile 2013-2014
- Tableau 21 : Tarifs de l'Internet mobile par opérateurs et par capacité offerte
- Tableau 22 : Tarifs de l'internet mobile par capacité des opérateurs de la RDC et de la Sous-Région
- Tableau 23 : Les fournisseurs d'accès Internet Fixe
- Tableau 24 : Couverture des FAI
- Tableau 25 : Positionnements des opérateurs par rapport aux abonnements et au trafic voix 2014
- Tableau 26 : Positionnements des opérateurs par rapport aux abonnements et au revenu global 2014
- Tableau 27 : Positionnement des opérateurs par rapport au trafic voix et au revenu voix 2014
- Tableau 28 : Positionnement des opérateurs par rapport au trafic voix on-net et au revenu voix on-net 2014
- Tableau 29 : Positionnement des opérateurs par rapport au trafic voix off-net et au revenu voix off-net 2014

LISTE DES FIGURES

- Figure 1 : Taux d'abonnements
- Figure 2 : Répartition des abonnements par services et par opérateur
- Figure 3 : Evolution annuelle des taux de souscriptions aux services supplémentaires à la voix
- Figure 4 : Abonnement type voix par opérateur entre 2013-2014
- Figure 5 : Taux de croissance annuelle entre 2013 et 2014 par opérateur
- Figure 6 : Evolution trimestrielle du taux d'accroissement du parc d'abonnements par opérateur
- Figure 7 : Evolution trimestrielle du parc total d'abonnements
- Figure 8 : Parts de marché par opérateur
- Figure 9 : Evolution trimestrielle des parts de marché
- Figure 10 : Evolution du taux de pénétration du marché de la téléphonie mobile
- Figure 11 : Répartition du trafic voix
- Figure 12 : Répartition du trafic voix international
- Figure 13 : Parts de marché par opérateur
- Figure 14 : Evolution trimestrielle du trafic voix sortant
- Figure 15 : Répartition du trafic voix sortant par destination
- Figure 16 : Evolution trimestrielle du trafic voix entrant
- Figure 17 : Répartition du trafic voix entrant par destination
- Figure 18 : Evolution de Mou entre 2013-2014
- Figure 19 : Evolution de MoU par opérateur entre 2013- 2014
- Figure 20 : Evolution annuelle de MoU par destination
- Figure 21 : Répartition du trafic SMS par destination
- Figure 22 : Evolution du trimestrielle du trafic SMS par destination
- Figure 23 : Répartition du trafic sortant par destination 2013-2014
- Figure 24 : Evolution trimestrielle du trafic SMS entrant
- Figure 25 : Répartition du trafic SMS par destination 2013-2014
- Figure 26 : Evolution trimestrielle des revenus par service et par opérateurs 2014
- Figure 27 : Répartition du revenu par service 2013-2014
- Figure 28 : Part de marché des opérateurs 2013-2014
- Figure 29 : Evolution trimestrielle du revenu voix 2014
- Figure 30 : Répartition du revenu voix par destination
- Figure 31 : Evolution annuelle de l'ARPU 2013-2014
- Figure 32 : Evolution annuelle de l'ARPU par service
- Figure 33 : Niveau des investissements des opérateurs 2013-2014
- Figure 34 : Taux de croissance des investissements par opérateurs

- Figure 35 : Investissement par opérateur : 2013-2014
- Figure 36 : Emploi crée par opérateur : 2013-2014
- Figure 37 : Niveau des tarifs on-net des opérateurs par rapport aux tarifs moyens et planchers
- Figure 38 : Niveaux des tarifs off-net des opérateurs par rapport aux tarifs moyens
- Figure 39 : Niveaux des tarifs internationaux des opérateurs par rapport aux tarifs moyens
- Figure 40 : Niveaux des tarifs SMS on-net des opérateurs par rapport aux tarifs moyens
- Figure 41 : Niveau d'abonnements à l'Internet mobiles par opérateur : 2013-2014
- Figure 42 : Niveau du taux de pénétration de l'Internet mobile : 2013-2014
- Figure 43 : Répartition du marché de l'Internet mobile entre opérateurs : 2013-2014
- Figure 44 : Niveau des revenus de l'Internet mobile par opérateurs : 2013-2014
- Figure 45 : Niveau de l'ARPU de l'Internet mobile 2013-2014
- Figure 46 : Répartition du revenu de l'Internet mobile par opérateur : 2013-2014
- Figure 47 : Evolution annuelle du trafic voix et du tarif moyen voix 2013-2014
- Figure 48 : Evolution annuelle du trafic on-net et du tarif moyen on-net 2013-2014
- Figure 49 : Evolution annuelle de MoU et du tarif moyen voix 2013-2014
- Figure 50 : Evolution annuelle du revenu voix et du tarif moyen voix 2013-2014
- Figure 51 : Evolution annuelle de l'ARPU voix et du tarif moyen voix 2013-2014
- Figure 52 : Evolution annuelle du nombre d'abonnements et du tarif moyen voix 2013- 2014
- Figure 53 : Evolution du nombre d'abonnement et de l'ARPU 2013-2014
- Figure 54 : Parts de marché des opérateurs par rapport aux abonnements et au trafic voix 2014
- Figure 55 : Parts de marché des opérateurs par rapports aux abonnements et au revenu global 2014
- Figure 56 : Parts de marché des opérateurs par rapport au trafic voix et au revenu voix
- Figure 57 : Parts de marché des opérateurs par rapport au trafic voix on-net et au revenu voix on-net 2014
- Figure 58 : Parts de marché des opérateurs par rapport au trafic voix off-net et au revenu voix off-net 2014



République Démocratique du Congo
Présidence de la République

**Autorité de Régulation de la Poste et des
Télécommunications du Congo**

Siège social : Building Gécamines 5^{ème} Niveau, Boulevard du 30 juin-Kinshasa-Gombe/RD Congo
Site web: www.arptc.gouv.cd,
E-mail: info.arptc@arptc.gouv.cd
BP : 3000 KIN I

Supervision : Romain Ciza
Directeur de l'Economie et Perspectives
E-mail : romain.ciza@arptc.gouv.cd, cizaroma@yahoo.fr