

PAGE ÉCONOMIQUE

TÉLÉCOM: Concurrence et enjeux pour bâtir une société de l'information

De nos jours, bâtir une société de l'information constitue un défi majeur que doit relever tous les composants de la société. La libéralisation du secteur des télécommunications entamée depuis l'an 2000 par l'État marocain va dans ce sens.



Par Mohamed Talhaoui, Chargé d'études à l'IDEST, Université Paris-Sud 11
mohamed.talhaoui@u-psud.fr

Au Maroc, le secteur des télécommunications représente un grand chantier depuis la naissance de Maroc Telecom en 1998. Deux ans plus tard, l'attribution d'une 2e licence mobile au nouvel entrant, la société Meditel, et enfin, l'arrivée en 2007 de Wana, renforçant ainsi l'offre des services télécoms au sein du pays.

En effet, depuis le lancement de Meditel en 2000, une bataille commerciale a été déclenchée entre ce dernier et l'opérateur historique, quelques années auparavant, seul sur le terrain : un effort d'acquisition d'abonnés pour Meditel face à un double effort de fidélisation et d'acquisition pour Maroc Telecom.

BATAILLE COMMERCIALE

A titre d'illustration, le nombre de ligne téléphoniques pour cent habitants passe de 5.10 % en 1997 à 19.60% en 2001, dont 3.92% pour les lignes fixe et 15.68% pour le mobile. En 2001, on comptait environ d'un million d'abonnés à la téléphonie fixe, 53 000 abonnés aux services Internet et 5 millions d'abonnés à la téléphonie mobile. En 2009, ces chiffres passent à plus de 3 millions pour le fixe et à environ 1 million pour Internet. Quant au segment du mobile, il a connu une crois-

sance spectaculaire : 5 millions d'abonnés en 2001, plus de 12 millions à la fin de 2005, 20 millions en 2007, puis, environ 24 millions à la moitié de 2009 (1).

Par ailleurs, il est important de signaler que ce développement a été soutenu par l'investissement réalisé par des opérateurs internationaux de grande expertise. Ces derniers, ont été attirés par l'attractivité du marché marocain des télécommunications, en plein décollage commercial et technologique depuis l'an 2000.

INVESTISSEMENTS EUROPÉENS

Ainsi, pour Maroc Telecom, un partenariat solide avec le groupe français Vivendi été indéniablement fructueuse en terme d'appui financier et de gestion. Depuis 2005, Vivendi contrôle plus de 50% du capital de Maroc Telecom et les résultats de cet investissement privé étaient bien à la hauteur des attentes quant à la solidité financière de Maroc Telecom ainsi qu'à son développement à l'international (Afrique et Europe).

Concernant l'opérateur Meditel, un consortium ibérique du gros calibre a appuyé le développement de la société, à savoir, le groupe espagnol Telefonica et son homologue portugais Portugal Telecom. Ces deux sociétés détenaient 64.36% du capital de Meditel depuis son lancement. L'apport financier et de management assuré en grande partie par le consortium ibérique a fait gagner à Meditel en moins de 4 ans après son lancement 3 millions de clients, bien évidemment, un manque à gagner pour le concurrent historique Maroc Telecom. Actuellement, Meditel occupe la 2e place dans le secteur marocain des télécommunications derrière Maroc Telecom et devant Wana.

WANA PÊCHE DANS LE GOLF

Ce dernier, soutenu par son expérience dans le segment Internet, est à la recherche d'une place confortable au sein du paysage télécoms au Maroc. Depuis son lancement en 2007 en tant qu'opérateur intégré, il essaie de conquérir les clients en quête de changement et désirants découvrir ces offres alternatives, notamment, pouvoir se procurer fixe, mobile et Internet en prépayé. Pour rappel, la sortie en 2004 du groupe France Telecom du capital de la société dans son ancienne forme de fournisseur d'accès Internet (Maroc Connect) à ouvert les portes devant l'entrée d'investisseurs marocains de grande taille, plus particulièrement le holding marocain ONA.

Le processus de développement de Wana vient d'être renforcé par l'ouverture de son capital à hauteur de 31 % à deux

acteurs étrangers, dont l'opérateur koweïtien Zain.

Actuellement, si Maroc Telecom et Meditel dominent le segment mobile, respectivement avec 60,71% et 36,69% des parts de marché, il est important de constater la montée en vitesse de Wana sur le segment fixe et Internet : 60,27% des parts de marché du fixe pour Wana, 39,48% pour Maroc Telecom et 0,25% pour Meditel. Au niveau du parc Internet, l'opérateur historique Maroc Telecom domine 59,42% des parts de marché. Wana, le dernier arrivant, détient 31,35% des parts de marché. Meditel quant à elle, occupe la dernière place avec seulement 8,95%.

Nous pouvons facilement constater que Meditel s'appuie sur un segment restreint n'offrant aucune garantie de développement à l'ère de la convergence, à savoir, le segment mobile.

NUL N'EST PROPHÈTE CHEZ SOIT

En effet, l'opérateur historique Maroc Telecom n'épargne aucun effort pour pérenniser sa place du 1er opérateur global du pays : déjà bien positionnée au Maroc, l'opérateur s'est trouvé une bonne place au sein du marché africain compensant ainsi la perte de parts à l'intérieur du Maroc. De son côté, Wana arrive, malgré la concurrence, à s'intégrer au sein des trois segments fixe-mobile-Internet : son expérience de fournisseur d'accès Internet, l'acquisition de la 3e licence GSM après l'acquisition d'une licence 3G en 2006, et enfin, son offre du 1er téléphone fixe prépayé au Maroc.

Quant à Meditel, positionnée principalement sur le marché de la téléphonie mobile, elle se voit sa part de marché stagnée en raison de la grande concurrence des deux autres opérateurs, entre autres, par les solutions fixes de Wana. La sortie décidée en septembre 2009 de Portugal Telecom et Telefonica de son capital ne pourra qu'accroître les doutes sur son avenir à proche et à moyen terme : seuls des experts en marché télécoms peuvent développer un opérateur à la taille de Meditel. Remplacer ces grands acteurs internationaux de télécommunications par des simples groupes financiers ne donne pas suffisamment de garanties sur le devenir du pouvoir concurrentiel de l'opérateur.

A titre d'exemple par rapport au marché français de la téléphonie mobile (2): le 2e opérateur français SFR s'appuie pour son développement sur deux opérateurs mondiaux dans le domaine des communications électroniques en général (3) et des télécoms en particulier, à savoir, Vivendi et Vo-

dafone.

En outre, et afin d'assurer une complémentarité de services et de rentabilité, SFR a procédé depuis quelques années à une série d'acquisitions d'opérateurs (Neuf Telecom) en vue de garantir, d'une part, un pouvoir concurrentiel face à l'opérateur historique France Telecom et, d'autre part, faire face à la forte émergence d'autres opérateurs alternatifs (Free) avec le risque d'octroi d'une 4e licence mobile.

SATURATION DU MARCHÉ EN VUE

Si les observateurs prévoient une saturation du marché marocain de la téléphonie mobile dans 4 ou 5 ans (4), il faudra bien se préparer à rentrer dans une concurrence exigeant un très grand souffle, grande créativité et de l'expertise en matière des télécoms, à savoir, la conquête des marchés de niches, très exigeantes en matière de services et de technologies. Si ce scénario se produira dans les 5 années à venir, les opérateurs marocains, et plus particulièrement Meditel, ne doivent avoir aujourd'hui aucun droit à l'erreur dans le choix de leurs stratégies.

Notes:

(1) Source : Agence Nationale de Régulation des Télécommunications

(2) Taux de pénétration du téléphone mobile en juin 2009 s'élève à 91.8 pour 100 habitants. Source Arcep.

(3) Convergence des secteurs des télécommunications, des médias et des technologies de l'information.

(4) Taux de pénétration actuel de 75% avec environ 6 à 7% de taux de croissance annuel.

