
**Les enjeux financiers
de l'explosion des télécoms
en Afrique subsaharienne**

**Henri Tcheng
Jean-Michel Huet
Mouna Romdhane**

Février 2010

L'Ifri est, en France, le principal centre indépendant de recherche, d'information et de débat sur les grandes questions internationales. Créé en 1979 par Thierry de Montbrial, l'Ifri est une association reconnue d'utilité publique (loi de 1901). Il n'est soumis à aucune tutelle administrative, définit librement ses activités et publie régulièrement ses travaux. L'Ifri associe, à travers ses études et ses débats, et dans une démarche interdisciplinaire, décideurs politiques et économiques, chercheurs et experts à l'échelle internationale.

Avec son antenne de Bruxelles (Ifri-Bruxelles), l'Ifri s'impose comme un des rares *think tanks* français à se positionner au coeur même du débat européen.

*Les opinions exprimées dans ce texte
n'engagent que la responsabilité des auteurs.*

Le programme Afrique subsaharienne est soutenu par :



ISBN : 978-2-86592-667-1
© Tous droits réservés, Ifri, 2010

IFRI
27 RUE DE LA PROCESSION
75740 PARIS CEDEX 15 - FRANCE
TÉL. : 33 (0)1 40 61 60 00
FAX: 33 (0)1 40 61 60 60
Email : ifri@ifri.org

IFRI-BRUXELLES
RUE MARIE-THÉRÈSE, 21
1000 - BRUXELLES, BELGIQUE
TÉL. : 00 + (32) 2 238 51 10
Email : info.bruxelles@ifri.org

Site Internet : ifri.org

Sommaire

INTRODUCTION	2
L'EXPLOSION DU MARCHÉ DES TÉLÉCOMS EN AFRIQUE	3
Rapide panorama des télécoms en Afrique subsaharienne	3
Le développement des télécoms dans la croissance socio-économique des pays africains	7
L'IMPACT DES TÉLÉCOMS SUR LES FLUX FINANCIERS	12
La part clé des taxes télécoms dans le budget des États d'Afrique subsaharienne	12
L'essor du m-payment	15
Le service de transfert international d'argent	18
LA BULLE DES TÉLÉCOMS EN AFRIQUE :	
VERS LE SURENDETTEMENT DES ACTEURS DU MARCHÉ ?	23
Des marchés télécoms hétérogènes	23
Des stratégies de développement différentes selon les opérateurs	27
Des stratégies à adapter en fonction de l'état de saturation du marché.....	28
Les opérateurs face au mur des liquidités.....	29
CONCLUSION.....	34
BIBLIOGRAPHIE	35

Introduction

Les télécommunications ont pris une importance significative dans l'économie de la plupart des pays africains. En cela, ce secteur est une source indéniable de croissance économique et de développement. La sphère financière est impactée à trois niveaux par ce phénomène. Tout d'abord, les télécoms dans les pays africains prennent une place considérable dans les flux financiers à proprement parler : du mobile-paiement au transfert d'argent international, les impacts sont nombreux. Ensuite, les opérateurs télécoms sont souvent les premiers contributeurs fiscaux, une situation qui n'est pas sans poser de nombreuses questions sur les enjeux économiques pour les gouvernements du continent. Enfin, on assiste à la constitution d'une bulle des télécoms en Afrique avec les valorisations importantes des licences ou des opérateurs ; bulle qui n'est pas loin de devoir se confronter aux difficultés de remboursement d'échéance de dettes des groupes considérés. L'analyse de ces trois phénomènes illustre les enjeux clés associés à ce secteur dans les années à venir.

Henri Tcheng est associé au sein du Cabinet BearingPoint en charge des activités Télécoms et Média pour l'Europe, l'Afrique et le Moyen-Orient, Jean-Michel Huet est senior manager dans cette équipe et Mouna Romdhane, consultante.

L'explosion du marché des télécoms en Afrique

Le marché des télécoms en Afrique a explosé ces dernières années, rattrapant en partie son retard par rapport aux pays développés.

Rapide panorama des télécoms en Afrique subsaharienne

Les télécoms en Afrique ont pris une importance significative dans l'économie de la plupart des pays. En cela, ce secteur est une source indéniable de croissance économique et de développement. Le secteur de l'industrie mobile devrait, dans les cinq ans, passer de 2,8 milliards à 4,2 milliards de souscriptions dans le monde, dont 90 % devraient provenir de pays à l'économie émergente et 20 % d'Afrique ou du Moyen-Orient.

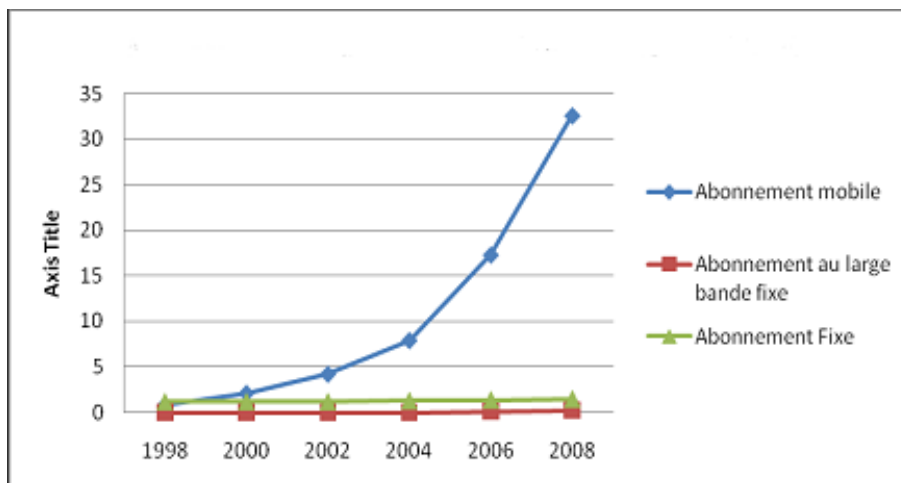
En effet, le nombre de souscripteurs aux services mobiles sur le continent Africain est passé de 51,8 millions en 2003¹ à 246 millions en 2008². La croissance du marché mobile et de l'Internet a été deux fois plus importante que celle enregistrée au niveau mondial. De grands écarts existent selon les pays, mais tous ont connu une progression sensible. Deux cas extrêmes confirment bien la généralité de cette croissance : en Afrique du Sud, le taux de pénétration est passé de 36 % en 2003 à 83 % en 2006, de même, en Éthiopie, le ratio est passé de 0,1 % en 2003 à 1,09 % en 2006³. De plus, le nombre d'utilisateurs est loin de se limiter au nombre d'abonnés, en particulier en Afrique, puisque l'accès au mobile ne se restreint pas à la souscription à une offre ou à l'achat d'un téléphone.

¹ International Telecom Union (ITU), 2004, *African Telecommunication Indicators*

² ITU, 2009, *African Telecommunication Indicators*

³ ITU, 2009, *op. cit.*

Graphique 1. Évolution des TIC en Afrique, taux de pénétration 1998-2008



Source : UIT (2009)

Le marché des télécoms en Afrique s'illustre essentiellement à travers les usages du mobile. Par rapport au réseau du fixe, les coûts du réseau mobile sont moindres, et la durée de déploiement plus courte. Aussi le taux de pénétration en Afrique est-il passé de 0,8 % pour le mobile en 1998 à 33 % dix ans plus tard tandis que la pénétration des lignes fixes stagnait (passage de 1,2 % à 1,5 %) ⁴. De plus, le modèle de facturation d'offre mobile en prépayé est particulièrement adapté aux contraintes de ressources des ménages africains. En 2008, 96 % des abonnées en Afrique y ont souscrit ⁵. Ce mode de facturation permet à l'utilisateur de choisir le montant de ses communications sans aucun engagement (« *pay-as-you-go* ») via l'achat d'un volume de consommation à l'avance. En achetant une carte à gratter (communément appelée « *scratch card* »), il obtient un code qui lui permet d'utiliser le compte d'unités de communication jusqu'à l'épuisement de son crédit (principe du « *top-up voucher* »).

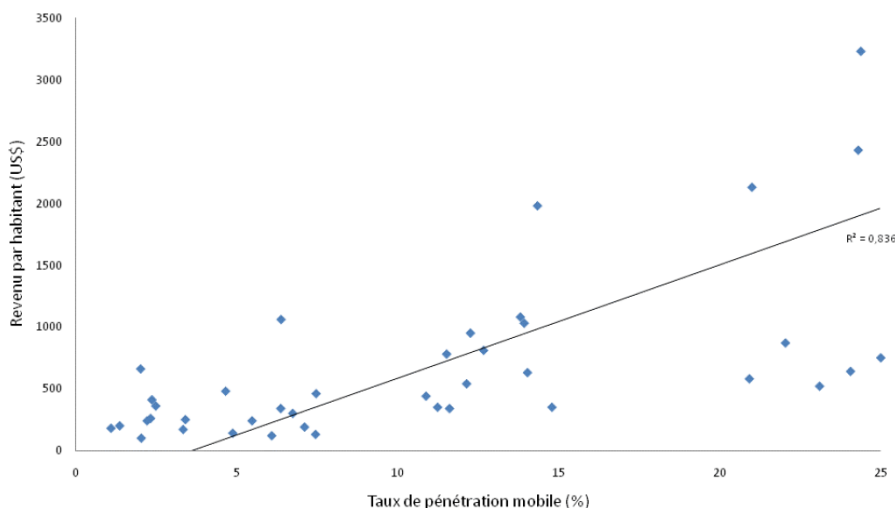
Le niveau de développement du marché du mobile est hétérogène entre les pays africains. En effet, alors que le taux de pénétration moyen en Afrique est de 33 % en 2008, ce ratio est supérieur à 90 % dans certains pays (Afrique du Sud, Seychelles, Gabon, etc.) et inférieur à 5 % dans d'autres (Érythrée, Éthiopie, etc.) Les contextes

⁴ ITU, 2009, *op. cit.*

⁵ « Conjoncture et financement », *African Economic Outlook*, 2009. En septembre 2009, *The Economist* cite le cas de la Somalie, pays aussi pauvre que l'Éthiopie et avec une situation politique en déliquescence, mais un taux de pénétration du mobile plus élevé du fait d'une plus grande libéralisation du marché.

de marché sont différents. Les marchés proches de la saturation encouragent les acteurs à innover en termes d'offres et de services pour favoriser une adoption encore plus large du produit. Les marchés les moins pénétrés nécessitent des investissements lourds de la part des opérateurs pour l'extension du réseau. Un des facteurs clés expliquant cette différence entre les niveaux de pénétration est le revenu par habitant. En effet, il existe une relation positive entre le revenu par habitant et le taux de pénétration mobile (voir graphique 2). Il y aurait donc un effet « °richesse° » sur la taille du marché adressable et sa dynamique. D'autres facteurs macroéconomiques, comme la croissance du PIB ou encore le taux d'urbanisation, influent également sur l'adoption des usages de la téléphonie, mais dans une moindre mesure.

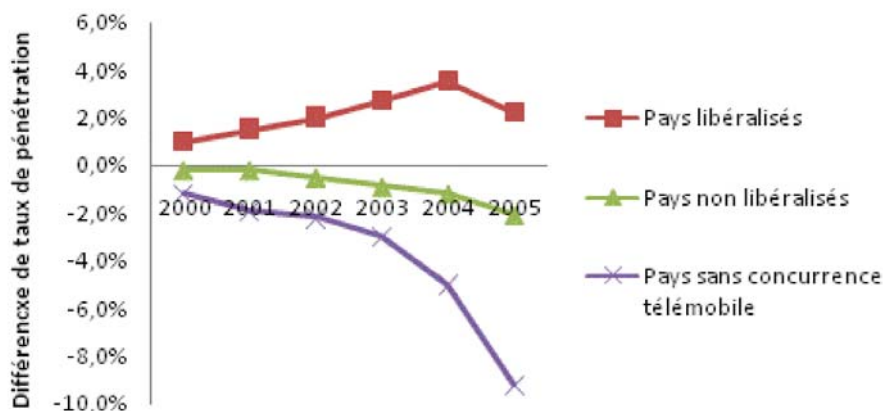
Graphique 2. Corrélation entre la pénétration mobile et le revenu par habitant en Afrique subsaharienne



Source : BearingPoint, 2008

La comparaison des niveaux de pénétration des pays selon le niveau de libéralisation de leur marché des télécoms souligne bien, quant à elle, l'importance et le poids de la politique réglementaire. L'intensité concurrentielle est par conséquent le facteur principal expliquant les degrés d'adoption des télécoms par la population.

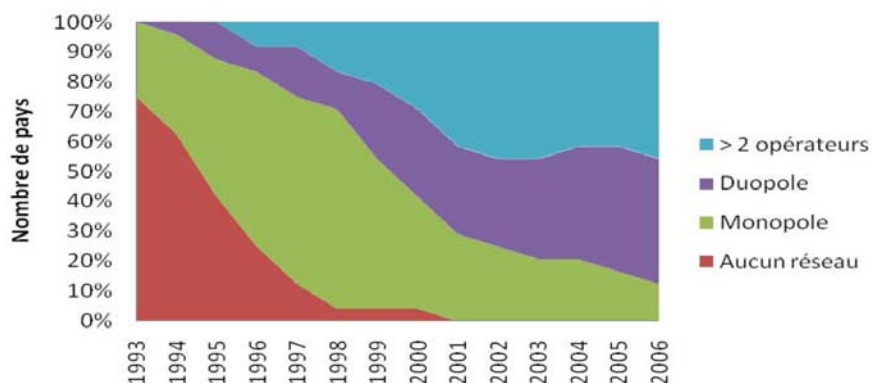
Graphique 3. Différence entre les niveaux de pénétration mobile attendus et réalisés dans les pays selon leur degré de libéralisation du marché télécoms



Source : Africa Infrastructure Country Diagnostic (AICD)

En effet, la « virginité » du marché du mobile a attiré les investissements de fonds étrangers, qui ont vu dans les télécoms la « poule aux œufs d'or ». La politique d'ouverture du marché à la concurrence, mise en place par les gouvernements locaux, a favorisé encore plus fortement le développement du secteur des télécoms. Ainsi, l'explosion du marché depuis le début des années 2000 correspond souvent à l'arrivée d'un nouvel entrant.

Graphique 4. Concurrence dans la téléphonie mobile



Source : AICD

Les disparités en Afrique concernant la téléphonie du fixe sont moins importantes. À titre d'illustration, le taux de pénétration du fixe

varie entre 0,1 % (Éthiopie, 2006) et 28 % (Île Maurice, la même année)⁶. Néanmoins, les usages restent relativement limités dans la majorité des pays africains.

Le développement des télécoms dans la croissance socio-économique des pays africains

Les recettes des services télécoms représentent près de 5 % du PIB des États africains. Dans certains pays africains comme la Namibie, l'Éthiopie ou la Zambie, les ménages consacrent jusqu'à 10 % de leur revenu mensuel en téléphonie, alors que ce coefficient budgétaire est de l'ordre de 3 %⁷ dans les pays développés. Le poids des produits télécoms dans la consommation des ménages africains confirme le rôle joué par la téléphonie. Compte tenu de l'importance des apports indirects des TIC⁸ dans leur vie quotidienne, les utilisateurs y consacrent une partie significative de leur budget. L'impact positif des télécoms, y compris dans les pays en développement, a été attesté par des travaux économétriques. En effet, ce phénomène a suscité l'intérêt de nombreux économistes, surtout depuis une dizaine d'années⁹. Wavermann, Meschi et Fuss¹⁰ ont récemment montré, au travers d'une étude dans 38 pays émergents, qu'entre 1996 et 2003,

⁶ ITU, 2007, « African Telecommunication Indicators ».

⁷ Selon l'INSEE, en 2006, ce taux était de 2,4 % en France.

⁸ Les technologies de l'information et de la communication (TIC) se réfèrent aux techniques utilisées dans le traitement et la transmission des informations, principalement de l'informatique, de l'Internet et des télécommunications. Par extension, elles désignent leur secteur d'activité économique.

⁹ Parmi les études marquantes : A. Hardy, « The role of the telephone in economic development », *Telecommunications Policy*, 4(4), 1980, p. 278-286 ; B. Bruns *et al.*, *Village Telephones: Socio-economic Impact and Implications for Rural Futures*, paper presented at 6th International Conference on Thai Studies, octobre 1996 ; B. Wellenius, *Extending Telecommunications Beyond The Market: Towards a universal service in competitive markets*, World Bank, 2000 ; L.-H. Roeller et L. Waverman, « Telecommunications Infrastructure and Economic Development: A Simultaneous Approach », *American Economic Review*, 2001, vol. 91, n° 4, p. 909-23 ; D. Coyle, « Overview », in *Africa: The impact of mobile phones*, *The Vodafone Policy Paper Series*, n° 2, 2005, p. 3-9 ; H. Tcheng, J.-M. Huet, I. Viennois, M. Romdhane, « Télécoms et développement en Afrique », *Expansion Management Review*, été 2008, p. 114-124.

¹⁰ L. Waverman, M. Meschi et M. Fuss, « The Impact of Telecoms on Economic Growth in Developing Countries », in *Africa: The impact of mobile phones*, *op. cit.*, p. 10-23.

un gain de 10 points en pénétration de téléphonie mobile entraînait une hausse additionnelle de 0,59 % pour le PIB/habitants. Ce pourcentage est revu à la hausse par une étude de la GSMA, réalisée en 2006, qui affirme que 10 % de croissance de la pénétration mobile engendrent une croissance de 1,2 % du PIB d'un pays d'Afrique subsaharienne¹¹.

Cet impact s'explique par la nature même de ces technologies. Les télécoms se substituent, en effet, en tant que technologies polyvalentes¹², à certaines « *utilities* »¹³ défaillantes. C'est le cas des infrastructures de transports. La téléphonie mobile permet de réaliser d'importantes économies en termes de coût de déplacement. Compte tenu de l'état des routes et de l'importante superficie du territoire, plusieurs régions africaines demeurent non desservies par les transports et les réseaux de distributions. Aussi, grâce aux télécoms, les agriculteurs se tiennent-ils au courant du cours du marché en ville sans être obligés de se déplacer. En Ouganda, FoodNet a créé des bases de données, consultables par SMS, intégrant des informations concernant certains produits agricoles ainsi que leurs prix de gros et de détail. Grâce à la mise à jour quotidienne de ces données, les agriculteurs peuvent trouver les meilleurs prix proposés sans se déplacer sur différents marchés. Autre exemple intéressant, un système de recharge virtuel (*e-recharge*) a également été mis en place à Madagascar afin de faire face aux difficultés de livraisons dues à l'inaccessibilité et l'éloignement de certaines zones. Le rechargement du compte de

¹¹ Rapport de l'Association GSM, « Global mobile tax review 2006-7 » (Étude sur la taxation du secteur de la téléphonie mobile dans le monde 2006–2007), www.gsmworld.com. Les thèses publiées par la GSMA sont intéressantes et contribuent au débat. Il faut cependant avoir en mémoire la forte activité de lobbying qu'exerce cette association auprès des gouvernements en faveur des opérateurs télécoms.

¹² Définition des « technologies polyvalentes » (selon l'ITU, « Rapport sur le développement des télécommunications/tic dans le monde 2006 : mesurer l'incidence des TIC sur le développement économique et social ») : les TIC font en effet parties des technologies « de base » ou « polyvalentes », elles disposent de trois caractéristiques qui illustrent leur capacité de contribution au développement d'autres pans entiers de l'économie : 1. omniprésence (ces technologies sont présentes dans la plupart des secteurs) ; 2. amélioration (elles ne cessent d'évoluer, contribuant ainsi à la baisse des coûts pour les utilisateurs) et 3. source d'innovation (en plus de leur évolution propre, ces technologies contribuent à l'élaboration de nouveaux produits ou processus).

¹³ *Utilities* : un organisme d'affaires privé, soumis à une politique gouvernementale, fournissant un service essentiel à la communauté (exemples : eau, électricité, transport, communication).

minutes s'effectue de mobile à mobile (entre le client et le vendeur) *via* une connexion sécurisée. En juin 2009, MTN, Google et la Grameen Fondation ont lancé *App Lab (applications laboratories)* permettant l'accès par mobile à une grande base de données panafricaine sur des conseils pour les agriculteurs (prévisions météorologiques, conseils vétérinaires, conseils sur les plants).

Les retombées des technologies de communication s'apprécient directement à travers les milliers d'emplois créés et l'importance des recettes réalisées, et indirectement avec l'apparition de nouveaux biens et services contribuant à soutenir l'activité des autres secteurs. Grâce aux télécoms, l'accélération de la diffusion de l'information joue un rôle indéniable dans le développement économique. Les zones rurales sont ainsi connectées aux grandes villes : les distances se raccourcissent et les liens se tissent entre les personnes, éléments structurants car le coût des transports est parfois un frein au développement. Cet apport reste difficilement quantifiable. Néanmoins, en ce qui concerne la création d'emplois, l'impact direct de la croissance du secteur télécoms est mesurable. Selon Frontier Economics¹⁴, le marché télécoms mobile en Afrique subsaharienne a fait travailler de manière directe ou indirecte plus de 3,5 millions de personnes en 2007. Au Nigeria, le secteur des télécommunications, et en particulier celui de la téléphonie mobile, est considéré comme le principal créateur d'emplois directs et indirects de main-d'œuvre (400 000 nouveaux emplois selon l'ITU). Grâce à la croissance du secteur de la téléphonie mobile, le nombre de postes de travail a fortement augmenté (manufacturiers, administrateurs, constructeurs de réseaux, gestionnaires de système, etc.). Au regard de la nature du marché, la création d'emplois directs est supérieure à celle de l'Europe. Le système de cartes prépayées, en effet, nécessite un réseau de distribution beaucoup plus important que celui mis en place dans les pays occidentaux. Ce réseau, composé en majorité par des marchands ambulants, joue dans certains pays africains un rôle plus important encore que le réseau direct ou indirect d'agences et de boutiques.

Au-delà de la création d'emplois, la téléphonie mobile permet l'éclosion d'un véritable esprit entrepreneurial. Le déploiement des TIC a permis aux femmes de créer leur propre commerce. Ce « coup de pouce » s'illustre à travers le programme « Village Phone » mis en place par Grameen Telecom au Bangladesh et étendu par la suite en

¹⁴ Rapport de l'Association GSM, *op. cit.*

Ouganda et au Rwanda. Le programme « Village Phone » consiste à relier des zones « isolées ». Grâce aux connexions entre toutes les zones rurales, les femmes des villages, disposant initialement d'un revenu faible, ont pu emprunter suffisamment d'argent pour l'achat d'un combiné et le règlement de tous les frais qui leur incombent pour le lancement de leurs propres services de publiphone. Cette idée mise en œuvre par Grameen Telecom, en coopération avec la Banque Grameen, permet à ces femmes, qui ont reçu préalablement une formation sur le fonctionnement technique et les tarifs, d'exploiter elles-mêmes leur entreprise. Les opératrices « Village Phone » perçoivent une rémunération deux fois plus élevée que le revenu par habitant moyen national. Le nombre d'emplois indirects ainsi créé est estimé à 100 000 (intermédiaires, agents, entrepreneurs, fournisseurs et opérateurs « Village Phone »).

Sur le marché Entreprise, des emplois se créent aussi par milliers grâce aux télécoms. L'exemple le plus connu est la possibilité, offerte par le développement d'infrastructures de télécommunications, de développement des délocalisations pour des prestations telles que les centres d'appel (Sénégal) ou les centres de numérisation des contenus (Madagascar).

Les TIC jouent également un rôle indéniable sur le développement social. Le cas de l'enseignement à distance est intéressant à étudier. Compte tenu de la faible densité de professeurs et d'établissements scolaires dans la majeure partie des pays d'Afrique, la formation à distance constitue un levier important pour le développement de l'éducation. Les enjeux sont de taille puisque l'Afrique subsaharienne connaît des taux d'alphabétisation particulièrement faibles. En effet, d'après l'UNESCO, ce ratio était en 2007 de 23 % au Mali, contre 88 % en Afrique du Sud. Le téléenseignement permettrait de combler ces besoins en redéfinissant les contraintes géographiques, humaines ou budgétaires. Ce système augmente les chances d'accès à la formation des étudiants défavorisés. Selon la Banque mondiale, grâce au réseau de téléenseignement mis en place à l'université du Natal en Afrique du Sud, le nombre d'étudiants inscrits en sciences de l'éducation est passé de 491 à 3 810 en cinq ans. L'Université virtuelle africaine (UVA) constitue un autre exemple réussi du téléenseignement. Depuis juillet 1997, l'UVA forme des scientifiques, des ingénieurs, des techniciens, des hommes d'affaires et des professionnels capables de contribuer au développement de leur pays. Ces formations scientifiques et techniques, transmises par satellite, permettent de combler le déficit de matériel et de professeurs. Plus de 9 000 étudiants dans toutes les régions de

l'Afrique subsaharienne ont pu bénéficier de ces nouvelles méthodes éducatives. Grâce à ce succès, l'UVA a pu établir près de 22 partenariats avec d'autres universités de l'Afrique subsaharienne.

La définition du contenu de l'enseignement découle des attentes en éducation des pays. Compte tenu des disparités fortes entre les régions africaines, le téléenseignement peut avoir soit un contenu de niveau supérieur, *via* des formations universitaires ou une formation continue, soit des formations plus élémentaires avec un enseignement de base (lecture et écriture). Les besoins en formation seront donc à déterminer en fonction des caractéristiques locales reflétées à travers certaines données sociodémographiques : le taux d'alphabétisation, l'indice de développement humain, l'espérance de vie et le taux d'urbanisation. Ainsi, les contenus oraux seront privilégiés dans les zones où le taux d'alphabétisation est trop bas. Concernant le support technologique, il devra être le plus simple d'accès, le moins coûteux et le plus adapté au contexte socio-économique. Les supports de formations les plus appropriés à la population seront déterminés en fonction de leur accessibilité *via* les moyens technologiques envisageables à court terme. À titre d'illustration, une formation *via* Internet est difficile à concevoir dans les régions où les technologies du haut débit ne sont pas encore déployées. Le prix de l'accès à la technologie choisie est également un point critique dans l'adoption du système mis en place. Le téléenseignement présente un certain nombre de bénéfices dans le contexte africain. D'abord, il permet de toucher aussi bien des étudiants dans les villes que dans les zones difficilement accessibles. Cette méthode de formation permet de pallier les problèmes de transports, souvent lents et pénibles. Les participants peuvent garder leur emploi à mi-temps pour subvenir à leurs besoins. Ensuite, les formations en ligne facilitent les échanges entre les étudiants de diverses régions, voire de différents pays, ce qui favorise le développement de réseaux. Enfin, les étudiants se familiarisent avec les outils informatiques mis à leur disposition, ce qui leur sera utile dans le monde professionnel.

L'impact des télécoms sur les flux financiers

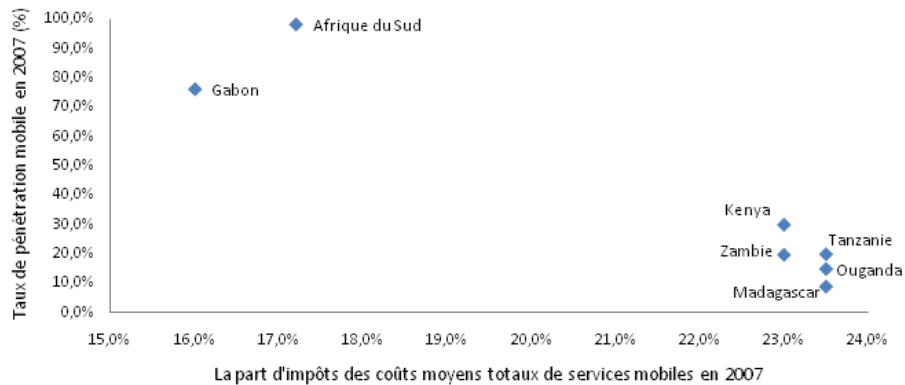
Aujourd'hui, les télécoms influencent fortement les flux financiers des pays en voie de développement.

Les télécoms en Afrique ont pris en effet une importance significative dans l'économie de la plupart des pays, modifiant ainsi le panorama financier. Un premier impact a été observé sur les finances de l'État. En effet, les taxes télécoms représentent les plus importantes recettes fiscales pour les gouvernements africains. Grâce aux transactions électroniques réalisées via les canaux télécoms, les États subsahariens sont en mesure aujourd'hui de suivre plus facilement l'activité des opérateurs. La traçabilité des transactions a permis une taxation plus facile des produits télécoms. D'autres impacts financiers ont également été observés. Les échanges économiques passent du statut informel via les trocs et les échanges en espèces vers une monétisation du marché. En effet, malgré la prédominance de la culture de l'argent liquide en Afrique subsaharienne, le développement des télécoms, en particulier celui du mobile prépayé, a initié les utilisateurs au transfert monétaire virtuel : l'argent en espèces sert à acheter une « scratch card » et est transformé en minutes de communication. Ce compte de minutes, une fois alimenté, peut servir d'unités de communication ou bien à l'achat de biens grâce aux solutions de paiement mobile. La diffusion des télécoms renforce ainsi l'adoption de nouveaux usages : le transfert d'argent domestique ou à l'international, le commerce via le mobile, etc.

La part clé des taxes télécoms dans le budget des États d'Afrique subsaharienne

Les télécoms influent de manière certaine sur la croissance économique du pays, d'où l'importance du rôle du gouvernement dans la promotion du secteur. En effet, la politique de libéralisation contribue fortement aux revenus télécoms et par conséquent au PIB du pays concerné.

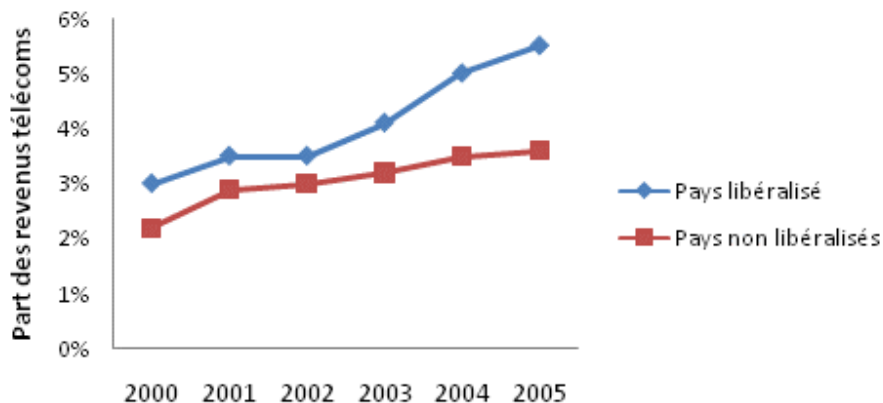
Graphique 5. Pénétration mobile contre la charge fiscale moyenne par connexion dans l'Afrique subsaharienne (2007)



Source : AICD (2008)

Si les États africains, aujourd'hui, ouvrent leurs marchés à la concurrence afin de favoriser la croissance du secteur, la politique fiscale adoptée dans la majorité des régions demeure contraignante pour les acteurs télécoms. Les gouvernements appliquent des taxes lourdes aux opérateurs. Ces derniers, en particulier lorsqu'ils sont en monopole ou faible duopole, répercutent alors ces coûts supplémentaires (coût d'interconnectivité, taxes fiscales, etc.) sur les utilisateurs et freinent par conséquent le développement du marché. Une réduction des taxes imposées en 2007 aurait permis à 43 millions de personnes supplémentaires d'adopter des offres de téléphonie mobile. D'une part, une baisse des taxes permettrait d'étendre la couverture réseau et d'offrir un accès télécoms aux régions enclavées.

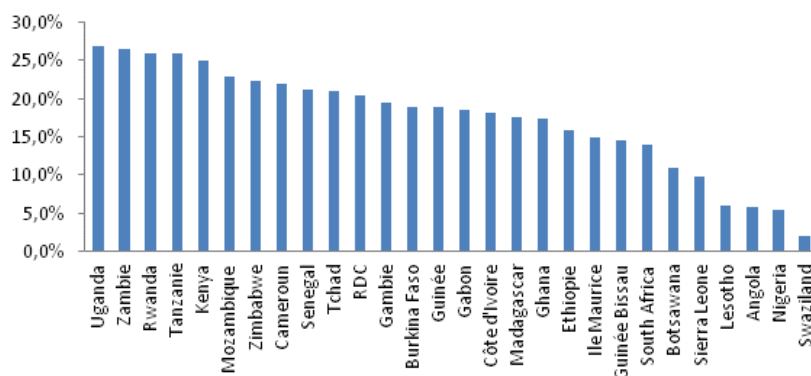
Graphique 6. Évolution de la part des revenus télécoms dans le PIB des pays d'Afrique



Source : GSMA report (2007)

D'autre part, le coût moyen d'accès au mobile pourrait sensiblement baisser, compte tenu de la part importante des taxes dans ce montant total.

Graphique 7. Part des taxes dans le coût total d'un « accès » mobile¹⁵



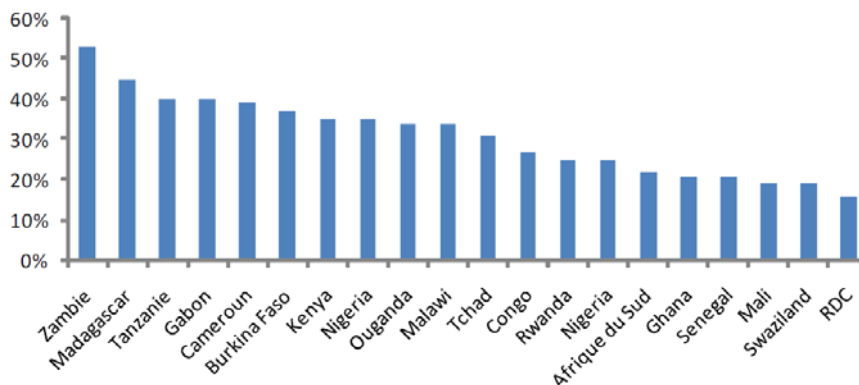
Source : GSMA Report (2007)

Actuellement, les impôts télécoms représentent une source de revenus considérable pour les gouvernements locaux. En effet, le marché de la téléphonie mobile génère 7 % des recettes fiscales totales de la région (parmi les pourcentages les plus élevés : le Tchad [11 %], le Congo [10 %], le Gabon [9 %], la Tanzanie [8 %] et le Cameroun [8 %]). Le secteur de la téléphonie mobile en Afrique subsaharienne générera près de 71 milliards de dollars en recettes fiscales entre 2000 et 2012. Paradoxalement, ce montant pourrait être largement supérieur si les produits télécoms n'étaient plus classés dans la catégorie fiscale des produits de luxe. En effet, selon une étude menée par Frontier Economics¹⁶, le secteur du mobile est très pénalisé par les taxes imposées sur les portables, les communications et les équipements télécoms. Huit gouvernements d'Afrique subsaharienne imposent une taxe de « produits de luxe » sur les communications, 24 d'entre eux sur les portables mobiles et plus de 25 sur les équipements télécoms. Selon la même source, l'impôt sur les revenus des opérateurs télécoms est supérieur à 30 % (à titre d'exemple, la Zambie [53 %], Madagascar [45 %], la Tanzanie [40 %], le Gabon [40 %] et le Cameroun [39 %]).

¹⁵ Selon la définition de la GSMA, le coût total d'une offre mobile représente le prix annuel moyen dépensé par utilisateur pour avoir accès à une offre mobile (coût calculé à partir du prix du téléphone/durée de vie + coût de connexion au réseau/durée de vie + dépenses téléphoniques en communication)

¹⁶ Rapport de l'Association GSM, *op. cit.*

Graphique 8. Part des impôts dans les revenus des opérateurs mobile (2006)



Source : GSMA report (2007)

Outre les revenus, les investissements sont également fortement imposés. Entre 2000 et 2012, les financements des opérateurs mobiles auront franchi les 85 milliards de dollars en Afrique subsaharienne. Dans l'hypothèse, selon cette même étude, où les taxes imposées à ce secteur seraient supprimées, ces acteurs investiraient 13 milliards de dollars supplémentaires, générant plus de 930 millions de dollars de recette fiscale entre 2007 et 2012.

L'association mondiale des opérateurs (GSMA) recommande aux gouvernements de créer, dans une étude publiée en 2006, une loi relative aux télécommunications qui définirait les bases à mettre en place pour assurer une concurrence réelle et l'indépendance de l'instance de régulation, et de veiller à la mise en œuvre des mesures limitant au maximum les taxes imposées sur le mobile et encourageant au mieux les investissements provenant du secteur privé.

L'essor du m-payment¹⁷

Le développement des télécoms a permis à la téléphonie mobile de devenir un moyen d'initiation et d'exécution de transactions financières en ligne grâce au *m-payment*, qui connaît aujourd'hui un succès incontestable.

¹⁷ Le *m-payment* se réfère aux services proposés par les opérateurs télécoms et permettant de réaliser des actions de paiement *via* le téléphone mobile.

Le rôle du mobile en matière de micro-paiements ne s'arrête pas à l'intégration du porte-monnaie électronique pour un paiement sans contact de proximité. Le mobile joue également un rôle essentiel pour les transactions distantes, que l'on peut classer en trois catégories : les achats auprès de l'opérateur, les achats (et dons) auprès de tiers et le transfert de personne à personne. Ainsi, le mobile permet d'accélérer l'accès à des services tels que le paiement en ligne, la bancarisation et les micro-crédits, s'inscrivant pleinement dans des usages culturels africains tels que les tontines. Le *m-payment* ouvre ainsi la voie aux microfinancements devenus indispensables aux personnes désirant lancer leurs activités. Parmi les premiers opérateurs à lancer ces offres de paiement mobile : Safaricom en 2007 avec son offre « M-PESA », suivi d'Orange, qui a déployé la solution « Orange Money » en 2008. Les souscripteurs au système peuvent déposer ou retirer de l'argent. Le transfert d'argent de personne à personne se fait simplement par SMS. Aussi le paiement mobile permet-il de payer le salaire journalier des travailleurs, le paiement de la course des taxis, le transfert d'argent aux proches en cas d'urgence, etc. Ce type de paiement mobile est avantageux pour les clients et les opérateurs. Il permet en effet de réduire les coûts des transactions internationales ou domestiques de personne à personne (1 \$ avec le paiement mobile contre plus de 30 \$ avec les moyens précédemment développés)¹⁸, d'initier aux services bancaires basiques (gestion d'un compte bancaire, accès aux micro-crédits, etc.) et créer ainsi de nouvelles habitudes commerciales (achat de biens, recharge du compte de minutes mobile à distance, transfert domestique et international de minutes de téléphonie, etc.). De plus, en réduisant l'utilisation de la monnaie scripturale, les risques de vols sont limités. Les bénéfices du paiement mobile pour les opérateurs sont tout aussi importants. En effet, en plus de générer des revenus supplémentaires aux opérateurs hôtes du service, ce produit fidélise les clients actuels et cible de nouveaux prospects. De plus, cela permet aux opérateurs télécoms de trouver un nouveau relais de croissance. En élargissant ainsi le parc de clients mobiles, un effet rétroactif apparaît alors puisque ce service contribue à la croissance du secteur des TIC et

¹⁸ Cet écart s'explique, d'une part, par un modèle de gestion qui n'est pas le même et, d'autre part, par la situation de quasi-duopole en Afrique avec Western Union et Money Gram. En moyenne, par les voies classiques, le taux de commission pour les transferts d'argent représente 5,6 % du montant au niveau mondial ; ce taux oscille entre 10 % et 25 % en Afrique selon une étude de l'International Fund for Agricultural Development présentée en octobre 2009.

accentue les impacts positifs de la croissance du marché des télécoms sur l'économie du pays. Ces solutions renforcent également l'image « sociale » de l'opérateur. D'abord, le *m-payment* contribue au désenclavement des territoires. Au Kenya, par rapport aux transferts de capitaux qui, *via* la voie postale, nécessitent trois jours, le *m-payment* demeure le moyen le plus rapide pour le transfert de fonds. De même, il constitue l'unique moyen de couvrir les 38 % de la population rurale kenyane privés d'accès au service bancaire.

Deux principaux modèles de relation, non exclusifs, entre banques et télécoms sont observés sur les marchés africains et semblent être favorables au développement des paiements mobiles.

- Modèle de substitution : si les banques ont peu de latitude localement, les opérateurs télécoms peuvent proposer seuls une solution de paiement mobile.
- Modèle de coopération : les banques et les opérateurs télécoms sont amenés à réaliser des partenariats tout en gardant leurs rôles initiaux sur la chaîne de valeur du paiement mobile.

En général, les acteurs du marché des télécoms se substituent au secteur bancaire, en particulier dans le cas où des solutions « orientées mobile » sont développées (l'opérateur contrôle toute la chaîne de valeur, de la création et de la gestion du compte au paiement). Cette solution bancaire cible essentiellement une population non bancarisée, importante en Afrique. Selon la Banque mondiale, seulement 20 % des ménages africains ont un compte bancaire. Ce pourcentage tombe à 15 % au Liberia et à 5 % en Tanzanie. Ce « modèle de substitution » est expliqué par la faible densité du réseau bancaire et par une régulation du paiement mobile plus souple. En Afrique, 60 % des 400 000 villages africains sont couverts par le réseau télécoms, alors que les agences bancaires ne sont souvent présentes que dans les grandes villes. Les populations rurales ont donc peu accès aux agences bancaires. Les banques n'investissent pas ou très peu dans les zones rurales du fait du manque d'infrastructures (routières, postales), des faibles taux de densité, de l'isolement géographique, etc. Les services de paiement mobile en Afrique sont certes moins soumis à la régulation que dans les pays occidentaux. Néanmoins, certaines limites sont imposées concernant les montants transférés, l'octroi d'une licence électronique de la banque centrale ou encore en termes de compatibilités entre les solutions proposées par les différents acteurs du marché.

Certains « modèles de coopération » existent également sur le continent africain. Les opérateurs télécoms peuvent mettre en place des partenariats avec les acteurs du secteur bancaire. Tel est le cas des pays où le taux de bancarisation est relativement élevé et la réglementation bancaire moins contraignante. En effet, les offres « orientées banque » (où la banque se charge de la création et de la gestion du compte et l'opérateur télécoms du transport des données et de la distribution de l'offre) proposent aux souscripteurs la consultation des comptes, le transfert local d'argent d'un compte bancaire à un autre *via* le mobile, le paiement de factures, etc. Tous ces services nécessitent l'ouverture d'un compte bancaire auprès de la banque partenaire. La solution « MTN Money services » est la première offre développée par MTN Banking. Cette solution « orientée banque » est née du partenariat de MTN avec une division de la Standard Bank en Afrique du Sud et offre des services aux personnes ayant déjà un compte en banque, mais désirant recevoir et envoyer de l'argent en utilisant leur téléphone mobile.

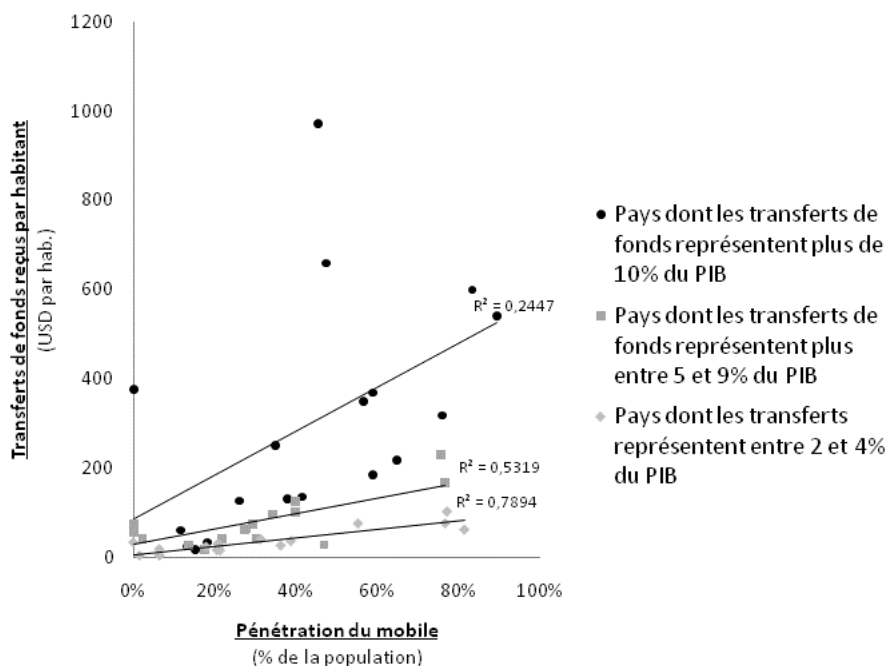
Le service de transfert international d'argent¹⁹

Le service de transfert international d'argent, récemment intégré dans l'offre de *m-payment*, représente une nouvelle étape dans le développement de l'impact des télécoms dans l'économie africaine.

Étape suivante de cette dématérialisation des flux financiers, les opérateurs télécoms visent à présent la diaspora à l'étranger pour créer du trafic vers l'international *via* le transfert de personne à personne entre pays « développés » et pays émergents (partenariat entre opérateurs des pays émergents et ceux des pays développés). Compte tenu de l'impact positif du taux de pénétration sur le montant des fonds transférés par habitant (*cf.* graphique 9), le transfert d'argent à l'étranger s'avère être un moyen de dynamiser l'économie des pays émergents. L'apparition de ces flux financiers en local et à l'international a été encouragée par la rapidité et la sécurisation des flux de transfert de fonds, ainsi que par la démocratisation des services financiers comme les prêts, l'épargne et les assurances.

¹⁹ Le transfert international d'argent est une fonctionnalité de l'offre *m-payment*. Il permet l'envoi de fonds *via* le téléphone mobile à l'international.

Graphique 9. Évolution des montants de transfert de fonds en fonction du taux de la pénétration mobile



Source : Banque mondiale, Analyse BearingPoint (2009)

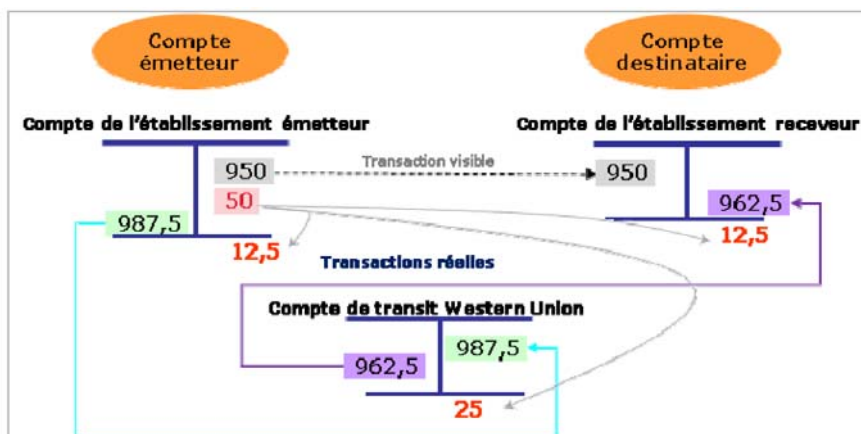
Les volumes de fonds transférés vers les pays d'Afrique en général ont été en forte progression depuis près d'une dizaine d'années. En effet, les fonds envoyés vers les pays en Afrique subsaharienne ont crû continuellement depuis 1995, enregistrant une progression de 11 % entre 2006 et 2007. Les montants envoyés représentent une forme d'aide directe destinée aux familles restées dans les pays d'origine, puisqu'ils permettent de faire face, à plus de 80 %, à des dépenses de première nécessité : dépenses alimentaires, santé et éducation.

Plusieurs études mettent en valeur l'impact croissant des transferts de fonds des diasporas sur l'économie des pays à forte migration. Ainsi, une étude de la Banque africaine de développement (BAD)²⁰ souligne l'impact socio-économique et financier des envois de fonds des migrants dans les régions récipiendaires. Leur volume représente jusqu'à 24 % du PIB de certains pays africains (les Comores). La somme des montants transférés vers l'Afrique subsaharienne était de 19 milliards de dollars en 2007, ce qui

²⁰ *Les transferts de fonds des migrants, un enjeu de développement, Les Comores, Mali, Maroc, Sénégal*, Banque Africaine de Développement, octobre 2007

correspond à environ 2,5 % du PIB de la région d'après la Banque mondiale. Aussi les gouvernements africains souhaitent-ils réduire la part du marché informel et les coûts associés aux transferts. Le développement de solutions de transfert d'argent basées sur les nouvelles technologies fait partie des pistes préconisées. D'ailleurs, certaines sociétés de transferts d'argent (STA) se sentent concurrencés par les solutions de paiement *via* la téléphonie mobile et/ou des cartes de paiement. En effet, ce sont actuellement les principaux acteurs sur ce marché et sont présents depuis le milieu des années 1990 en Afrique. Ces acteurs connaissent des taux de croissance variant entre 35 et 70 % par an et par pays, d'après la BAD. Western Union est aujourd'hui le leader avec une part de marché variant entre 65 % et 100 % selon les pays. Grâce à une légitimité acquise au départ en Amérique avant de s'exporter vers d'autres continents, Western Union joue, aujourd'hui, un rôle essentiel d'intermédiaire de confiance (*cf.* schéma 1) sans pour autant se substituer aux organismes bancaires.

Schéma 1. La chaîne de transfert international d'argent



À titre d'illustration (les valeurs prises sont fictives).

Pour une demande de transfert donnée, un versement par le client de 1 000 € (englobant ici la commission de transfert hors frais du taux de change) est décomposé en 950 € à transférer et 50 € (soit 5 %) de commissions (50 % à Western Union, 25 % à l'établissement payeur et 25 % à l'établissement receveur).

Tout au long de la chaîne de transfert, l'argent n'est à aucun moment transféré. Il est avancé par l'établissement « receveur ». Le compte de Western Union est un compte de conciliation. Ainsi, *via* ce système, la société peut également gagner des jours de valeur grâce au différentiel de délai entre la date de règlement des émetteurs et de remboursement des receveurs.

En plus des frais de transfert, Western Union peut également bénéficier d'une rémunération additionnelle sur le taux de change appliqué au montant transféré (non illustré dans le schéma), qui habituellement est différent du taux de change interbancaire en cours. Généralement, plus le montant est élevé, plus la part des frais totaux est basse. À titre d'illustration, si le client désire transférer 50 €, 10 € lui seront pris en commission ; s'il désire envoyer 500 €, il devra rajouter 30 € de commission.

Après un pilote de transfert d'argent avec deux opérateurs téléphoniques philippins (Globe Telecom et Smart Communications), la société américaine a annoncé son partenariat avec Orascom Telecom et envisage de lancer son offre dans les pays de présence de l'opérateur télécoms (Bangladesh, Pakistan, etc.).

Le développement grandissant de la téléphonie et dans une moindre mesure de la monétique en Afrique (cartes bancaires) permet d'envisager de nouveaux circuits de transfert international d'argent (transferts sur cartes ou *via* téléphone). Ce type de solutions est basé sur des formules de « recharge », réel savoir-faire des opérateurs télécoms présents sur le continent africain. Néanmoins, la connaissance limitée des métiers de la banque réduit leur champ d'expertise des acteurs télécoms sur ce type de marché. Ainsi, les opérateurs télécoms cherchent à nouer des partenariats forts avec les banques et acteurs spécialisés. En effet, leur connaissance approfondie des circuits d'argent et leur maîtrise des contraintes réglementaires relatives à ce marché renforcent leur légitimité sur ces offres de transfert d'argent, malgré une popularité moindre que celle des opérateurs dans les pays faiblement bancarisés.

Concrètement, ces solutions télécoms se traduisent par la possibilité de transférer des fonds par le débit d'un forfait téléphonique ou compte de minutes de communication vers un téléphone ou une carte rechargeable. Le destinataire des fonds pourra l'utiliser comme crédit de communication ou transformer ses minutes en cash auprès d'une agence ou d'un revendeur. Cela suppose la création d'un « compte communication » permettant le dépôt et retrait de cash sous forme de « minutes ». Cette solution ne nécessite pas de compte bancaire. Les opérations sont facilitées par un mécanisme de compensation entre établissements, comme cela est pratiqué par l'ensemble des STA. En effet, grâce aux partenaires locaux, l'argent n'est à aucun moment transféré. Il est avancé par l'établissement « receveur ». *Via* ce système, l'intermédiaire peut bénéficier d'une rémunération grâce aux jours de valeur (grâce au différentiel de délai entre la date d'encaissement des organismes émetteurs et de décaissement des organismes receveurs), aux frais

de transfert et au taux de change appliqué au montant transféré (habituellement différent du taux de change interbancaire en cours).

Les télécoms ont généré d'importants flux financiers entre les différentes parties de l'écosystème : entre opérateurs et clients, entre acteurs télécoms et État, etc. L'existence même de cette dynamique monétaire résulte de la libéralisation des marchés et des fonds investis initialement. Pour entrer sur le marché, les opérateurs ont acquis des licences ou d'autres acteurs présents et investi par la suite dans les infrastructures de base. Tous ces montants engagés ont pu fragiliser la structure financière des entreprises concernées, souvent contraintes de s'endetter pour assurer les dépenses nécessaires.

La bulle des télécoms en Afrique : vers le surendettement des acteurs du marché ?

Les valorisations importantes des licences ou des opérateurs ont engendré une bulle des télécoms en Afrique, une bulle qui n'est pas loin de se trouver confrontée au mur de liquidités des acteurs concernés.

Des marchés télécoms hétérogènes

Compte tenu de l'hétérogénéité des marchés télécoms, les opérateurs présents en Afrique ne bénéficient pas de la même performance économique globale.

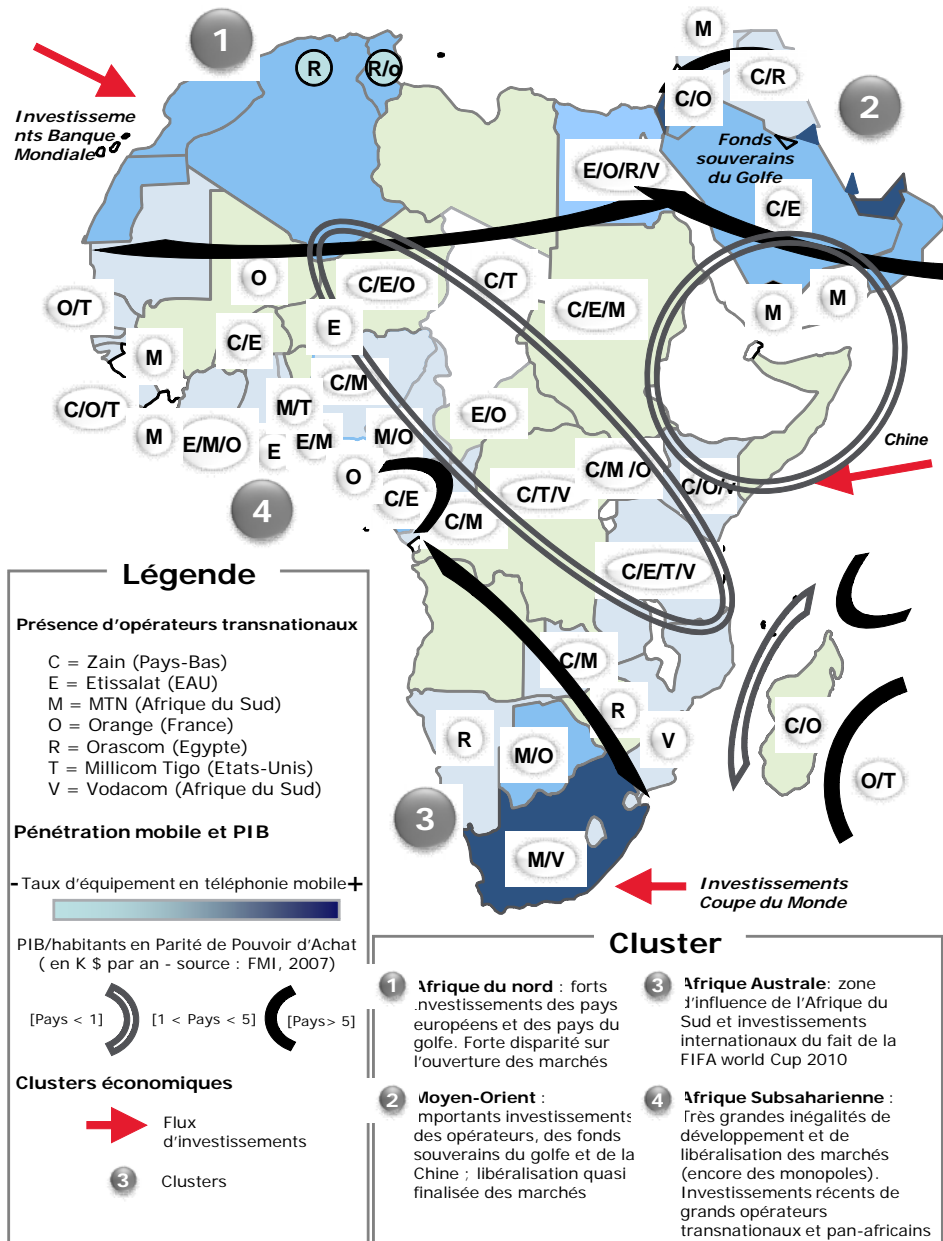
Le secteur privé est depuis une quinzaine d'années à l'assaut du marché des télécoms en Afrique. Une première vague de privatisations a eu lieu entre 1995 et 1997, suivie d'une deuxième en 2000 et 2001. Aujourd'hui, la majorité des pays ont privatisé leurs opérateurs historiques. Néanmoins, l'Afrique demeure le continent où le nombre de pays en situation de monopole est le plus élevé²¹. Aujourd'hui, le nombre d'opérateurs télécoms en Afrique subsaharienne est en moyenne, de 2,7 opérateurs par pays. Parmi ces entreprises, il existe quatre grands types de groupes.

- Opérateurs européens : Orange, Vodafone, Telefonica, Portugal Télécom ;
- opérateurs des pays du Golfe Persique : Zain, Etisalat, etc. ;

²¹ José Do-Nascimento, « Le développement du téléphone portable en Afrique », université Paris-XI.

- opérateurs africains : Orascom, MTN, Vodacom ;
- opérateurs locaux : Mascom (Botswana), Comores Telecom.

Carte 1. Présence des opérateurs télécoms en Afrique

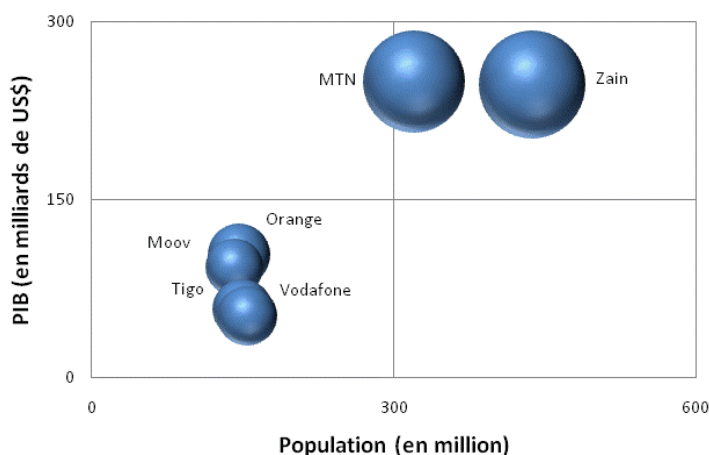


Comme le montre la carte 1, les opérateurs sont « relativement » concentrés par zone géographique : Zain, Orascom et Tigo en Afrique centrale, orientale et occidentale, Orange en Afrique de l'Est et de l'Ouest, Etisalat en Afrique centrale et Vodafone en Afrique australe.

Le cabinet BearingPoint a mené une analyse de l'ensemble des données macroéconomiques et des données microéconomiques télécoms du « *footprint* » (terme consacré dans les télécoms pour indiquer les pays de présence de chaque opérateur). Il s'agit non pas d'évaluer la performance intrinsèque de l'opérateur mais celle des pays où il est présent.

L'analyse exclut l'Afrique du Sud et l'Afrique du Nord (Mauritanie, Maroc, Algérie, Tunisie, Lybie et Égypte). Tigo, Moov, Orange et Vodafone ont des *footprints* similaires au global alors que le nombre de pays de présence est différent d'un acteur à un autre (Orange est présent sur 13 pays, Vodafone sur 5 pays, Moov sur 9 pays et Tigo sur 7 pays). Zain, grâce au rachat des 15 filiales africaines de Celtel, a le *footprint* le plus riche, le plus peuplé et par conséquent avec le plus grand nombre de clients mobile. MTN, présent dans 16 pays, a un *footprint* moins peuplé mais aussi riche que son concurrent Koweïtien. Étant donné que sa présence se réduit à un seul pays (la république du Zimbabwe), nous avons décidé de ne pas étudier le cas de l'opérateur Orascom dans cette partie.

Graphique 10. Positionnement macroéconomiques des acteurs présents en Afrique subsaharienne
(taille des bulles = nombre de clients mobiles)

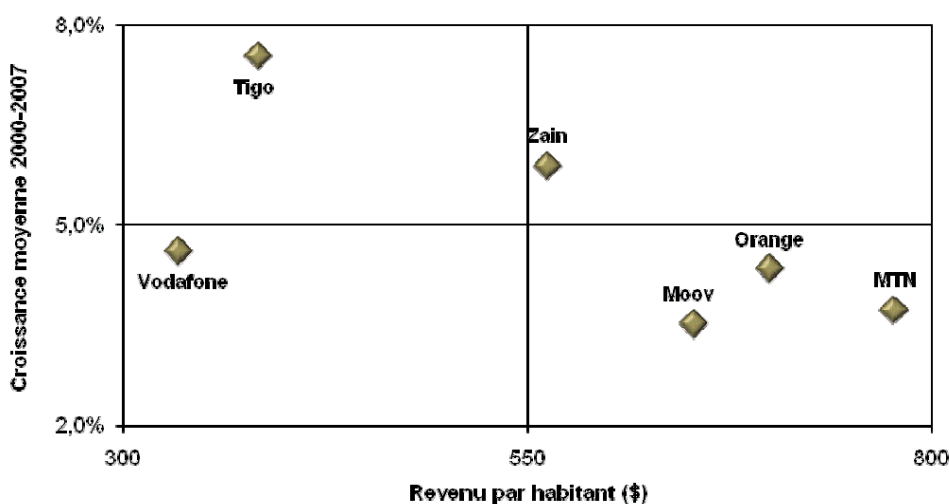


Données relatives uniquement à l'Afrique subsaharienne (Afrique hors Maghreb, Égypte et Afrique du Sud)

Source : Analyse de BearingPoint à partir des données FMI, Banque mondiale, OCDE, ONU (janvier 2008)

Les résultats de l'analyse du *footprint* en fonction du niveau de croissance économique et du revenu par habitant sur la région Afrique subsaharienne diffèrent en partie de ceux que l'on aurait en intégrant tous les pays d'Afrique. Les acteurs télécom ont un *footprint* similaire à celui intégrant tous les pays africains, mis à part Vodafone. Ce dernier, présent en Égypte et en Afrique, voit son positionnement fortement modifié vis-à-vis de ses concurrents. Ses pays de présence en région subsaharienne ont un taux de croissance moyen à 5 % mais le revenu par habitant le plus faible.

Graphique 11. Footprint des grands opérateurs en fonction de la croissance économique et du revenu par habitant en Afrique subsaharienne



Données relatives uniquement à l'Afrique subsaharienne (Afrique hors Maghreb, Égypte et Afrique du Sud)

Source : Analyse de BearingPoint à partir des données FMI, Banque mondiale, OCDE, ONU, janvier 2008

En conclusion, ces grands groupes télécoms ne bénéficient pas de footprints similaires. Les disparités entre les différentes stratégies d'acquisition font que les pays de présences diffèrent, engendrant ainsi un potentiel de croissance différenciée au global sur la zone. Néanmoins, compte tenu de la croissance des marchés des télécoms en Afrique, les opérateurs télécoms ont tendance à s'implanter dans le plus grand nombre de pays afin de profiter au mieux du faible taux de pénétration actuel.

Des stratégies de développement différentes selon les opérateurs

Les footprints des grands groupes étudiés sont amenés à évoluer, traduisant ainsi la stratégie d'acquisition des opérateurs télécoms.

Le panorama des acteurs n'est pas figé, il évolue régulièrement. En effet, parmi les récents changements survenus depuis 2008 : MTN est entré dans le capital de Ghana Telecom à hauteur de 70 % (août 2008), le gouvernement rwandais a attribué à Millicom une nouvelle licence (novembre 2008), Orange s'est implanté en Ouganda (octobre 2008) et enfin, Orascom a racheté l'opérateur « Cell One Namibia » (janvier 2009).

La différence de performance économique entre les pays de présence de ces groupes et le niveau d'investissement nécessaire engendre une richesse différenciée entre les acteurs concernés. Les opérateurs télécoms présents sur le continent sont poussés à investir d'avantage pour toucher encore plus de clients : soit par l'acquisition d'une licence ou d'un opérateur dans un nouveau pays, soit par l'extension du réseau dans les régions enclavées. Dans un même pays, si les acteurs agissent de manière différente, cela s'explique essentiellement par le « contexte » même de l'entreprise : la nature de la société, les modes de financements privilégiés dans la politique d'investissement, et l'entrée sur le marché (entrée dans un capital, achat d'une licence, etc.). Ces différents acteurs ont des natures assez distinctes les uns des autres. En effet, certains d'entre eux sont des filiales de conglomérat important. À titre d'illustration, le groupe privé Orascom regroupe quatre activités différentes : une activité télécoms, une activité dans le secteur hôtelier, une activité dans l'industrie de construction et une activité de fournisseur de système IT. France Télécom-Orange, quand à lui, est centré sur l'activité télécoms. Son actionnaire principal demeure l'État français, les autres actionnaires ne possédant pas plus de 5 % du capital. Outre la nature des groupes, les systèmes de financement choisis influent sur la stratégie globale de l'opérateur. Deux modes principaux de financement sont privilégiés par les grands groupes pour leurs nouvelles acquisitions. La première stratégie de financement, la plus répandue, est l'emprunt auprès d'institutions bancaires. La deuxième consiste à augmenter son capital pour obtenir les financements nécessaires (emprunt obligataire, vente d'actions, etc.). Ces modes de financement impactent par conséquent leur stratégie dans la mesure où ils sont poussés par la suite à maximiser leur profit pour faire face aux échéances de remboursement de leurs dettes.

Des stratégies à adapter en fonction de l'état de saturation du marché

Néanmoins, dans chaque pays de présence, la posture de l'opérateur est amenée, en plus de s'adapter aux caractéristiques locales, à évoluer en fonction des étapes de la croissance du marché. Aux prémices du développement du marché du mobile, les opérateurs télécoms avaient opté, dans les pays émergents, pour une stratégie dominée par l'acquisition client dont l'objectif principal consistait à maximiser leurs parts de marché. Les habitants les plus riches (le haut de la pyramide des revenus) sont les premiers à s'être équipés rapidement, et par la suite, le succès du mobile et ses prix attractifs ont permis de pénétrer le « bas de la pyramide » (c'est-à-dire la part de la population la moins riche).

La croissance des opérateurs a été pendant des années tirée par une hausse spectaculaire du taux de pénétration au sein de la population globale. Aujourd'hui, une grande partie des marchés télécoms en Afrique arrive à un palier de « stagnation » de la croissance du parc mobile. Ce ralentissement ne reflète pas la saturation du marché global, mais celle de la population la plus « aisée ». À l'issue de cette phase « extensive », de nouveaux enjeux apparaissent alors : d'une part fidéliser les clients « haute valeur », voire les faire monter en gamme pour qu'ils consomment plus et, d'autre part, pénétrer le bas du marché en jouant non pas sur un effet valeur mais sur un effet volume.

L'essentiel de la croissance des opérateurs se base sur l'augmentation des revenus par client et la pénétration du marché, des paramètres qui dépendent de facteurs exogènes tels que la concurrence, la régulation, la situation politico-économique. Ces acteurs sont, par conséquent, obligés de dissocier radicalement leur approche entre, d'un côté, l'enjeu de la valeur, et de l'autre, celui du volume, grâce à la mise en place d'une stratégie « différenciée ».

Pour ce faire, les opérateurs concentrent leurs efforts sur le développement de nouvelles offres « fidélisantes » pour les clients à haute valeur et d'offres à bas prix pour maintenir leur « expansion » sur le bas du marché. L'investissement dans les technologies du broadband est un enjeu clé aujourd'hui. En effet, conformément aux dires du président de France Télécom, « le monde des télécommunications est passé en quelques années d'un système à

deux couches (équipementiers et réseaux) à un système multi-couches (équipementiers, réseaux et fournisseurs de services et de contenus) ». ²²

Ces couches supplémentaires sont essentiellement supportées par les technologies broadband²³ (Contenus, VoIP, géolocalisation...).

Les opérateurs face au mur des liquidités

Malgré leur rentabilité, les opérateurs télécoms africains se heurtent au mur des liquidités (c'est-à-dire à la difficulté à honorer le remboursement de leur capital et des intérêts associés), ce qui va probablement impacter le paysage dans les années à venir.

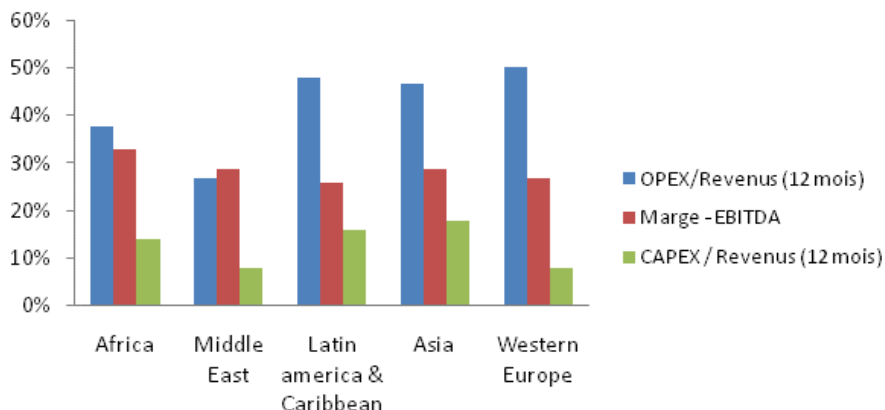
Le marché du mobile a connu, en Afrique en 2008, un taux de croissance moyenne du parc abonnés moyen²⁴ de 41 %, l'un des plus élevés au monde. Néanmoins, ce ratio est encore plus élevé pour les grands groupes télécoms présents dans plusieurs pays : 52 % pour Zain, 60 % pour MTN, 68 % pour Orange et 82 % pour Tigo. La différence entre les taux affichés s'explique essentiellement par le niveau de maturité du marché. De manière générale, ces acteurs obtiennent de bons résultats en termes de marge et le retour sur investissement reste satisfaisant malgré l'intensification progressive de la concurrence.

²² Frederic Paya, « France Télécom. Cap au nord », www.valeursactuelles.com, juin 2008.

²³ Broadband : terme consacré pour le haut débit tant fixe que mobile.

²⁴ « La montée en puissance des opérateurs panafricains de téléphonie mobile », *African Economic Outlook*, 2009.

Graphique 12. Profit et dépenses des opérateurs télécoms mobiles en 2008



OPEX (*Operational expenditure*) : dépenses de fonctionnement

CAPEX (*Capital expenditure*) : flux de trésorerie liés aux dépenses d'investissement de capital

EBITDA (*Earnings before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization*) : profit généré par l'activité indépendamment des conditions de son financement, des contraintes fiscales, du renouvellement de l'outil d'exploitation et des risques

Source : Wireless Intelligence (2008)

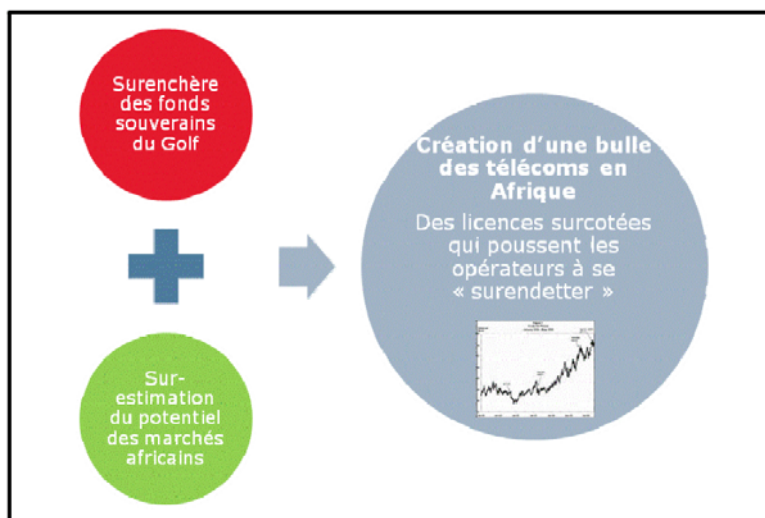
Dans un premier temps, les opérateurs télécoms internationaux avaient assuré leur croissance *via* l'acquisition de licences ou de rachat d'opérateurs locaux. La spéculation sur les prix des licences en Afrique entre 1995 et 2005 a relativement « empêché » les opérateurs télécoms européens de rentrer sur le continent en relatif de leur capacité industrielle réelle²⁵. L'aisance financière des pays du Golfe a permis aux fonds d'investissements concernés de remporter la majorité des licences à des montants « surestimés ».

En effet, une fois entrés sur le marché, les opérateurs télécoms se retrouvent face à des investissements importants pour le lancement de leurs activités. Ainsi, au global, l'investissement privé dans le secteur des télécoms a représenté en moyenne 1,3 % du PIB sur le continent entre 2004 et 2007, ce qui correspond à

²⁵ France Télécom s'est d'abord désengagé de plusieurs pays tout en maintenant une présence, puis de nouveau engagé à compter de 2007 ; Vivendi a investi uniquement dans Maroc Télécom qui depuis 2007 est un canal de développement vers les pays de l'Afrique subsaharienne ; Telefonica a eu une opération, jusqu'en 2009, au Maroc avec Méditel, mais se concentre sur l'Amérique du Sud, etc.

11,5 milliards de dollars²⁶. Les pays dont le revenu par habitant est élevé sont les premiers à avoir été ciblés. À titre d'illustration, sur la période 1996-2006, France Télécom a investi 4,9 milliards et Vodafone 3,4 milliards. De même, pour les investissements « Sud-Sud », le Koweïti Mobile Telecommunications a injecté 4,9 milliards de dollars, MTN 4,5 milliards de dollars et Orascom 3,7 milliards de dollars.²⁷

Schéma 2. La bulle des télécoms en Afrique



Bien que les opérateurs télécoms en Afrique présentent les profits les plus élevés au monde, cette première phase d'« extension » et de croissance s'est soldée par un endettement important de ces grands groupes, tant opérateurs télécoms qu'investisseurs. En effet, compte tenu du coût des licences et des investissements nécessaires, les opérateurs télécoms finissent par se heurter au mur des liquidités). Ces acteurs télécoms ont des difficultés à faire face aux échéances de remboursement des dettes octroyées pour l'achat de la licence et des investissements réalisés. Le phénomène prend une ampleur particulière quand on distingue les investisseurs industriels (opérateurs télécoms mondiaux) des investisseurs plus spéculateurs (fonds d'investissement par exemple). Les premiers peuvent bénéficier des achats de nouvelles filiales pour mieux amortir certains de leurs coûts. Il est en effet plus

²⁶ « Infrastructures technologiques et services TIC en Afrique », *African Economic Outlook*, 2009.

²⁷ « Malgré la crise financière, le secteur africain des télécommunications séduit les investisseurs », *African Economic Outlook*, 2009.

facile pour eux d'optimiser certains coûts techniques (réseau télécoms, système d'information pour la facturation, plate-forme de services techniques), voire de faire de l'optimisation tarifaire (frontière commune entre différents pays par exemple). Cette logique a été suivie tant par des opérateurs du nord que des opérateurs du sud. A *contrario*, les investisseurs financiers disposent peut-être de ressources financières plus importantes, mais ont moins de marge de manœuvre – voire n'en ont pas du tout – pour mener à bien ce type de mutualisation. L'impact coût est alors pour eux d'autant plus élevé qu'ils ont aussi accepté de payer une « surcôte » pour leur achat de licence/compagnie.

Aujourd'hui, le contexte financier est plus difficile. Selon M. Karim-Michel Nasr (Orascom Telecom), « en tant qu'opérateur télécoms, nous sommes dans une meilleure position qu'en 2001, mais les conditions de financement laissent à désirer. »²⁸

L'introduction en bourse n'est pas une solution envisageable facilement. En effet, l'effet la crise s'est répercutée très clairement sur la capitalisation boursière des groupes d'opérateurs : Orascom Telecom a vu son action chuter de 60 % en un an, les autres baisses sont moins spectaculaires mais restent importantes : une baisse de 19 % pour MTN, 41 % pour Sonatel et 24 % pour Zain²⁹.

Aussi, la cession de certaines des activités est-elle la meilleure solution ? L'exemple le plus marquant est le cas de l'opérateur Zain. Après avoir déboursé 3,4 milliards de dollars en 2005 pour racheter l'ensemble des filiales africaines du groupe télécoms néerlandais Celtel, le groupe koweïtien est aujourd'hui contraint de revendre toutes ses filiales africaines pour réduire ses dettes et pouvoir se concentrer et investir dans ses filiales au Moyen-Orient. La dette de Zain est estimée aujourd'hui à 5,4 milliards de dollars, une dette supportée essentiellement par les filiales en Afrique. « Le groupe koweïtien compte aujourd'hui 40 millions d'abonnés au mobile sur le continent [...] et un chiffre d'affaires de plus de 4 milliards de dollars. Un chiffre qui pousse les observateurs à n'expliquer le désengagement quasi-total d'un continent aussi rentable que par la volonté du groupe de se désendetter. »³⁰

28 Aude Lagorce, « Emerging-market telecom buyers get picky », *MarketWatch*, janvier 2009.

29 « Les télécoms africaines résisteront à la crise », *Jeune Afrique*, juillet 2009.

³⁰ Walid Kéfi dans le journal financier *Les Afriques*, 16 septembre 2009.

De manière globale, les opérateurs télécoms ont contracté plus de 14,7 milliards de dollars de dettes durant les quatre premiers mois de l'année 2007 pour financer leurs projets d'expansion et d'acquisition.³¹

³¹ « Telecom Finance in Middle East and Africa Likely to Exceed US\$30 Billion by End of Year », *Business Wire*, mai 2007.

Conclusion

Le risque systémique lié à l'explosion de cette bulle télécom en Afrique n'est pas avéré à l'heure où nous achevons cette analyse. Des mouvements de concentration sont cependant acquis et permettront de passer le cap du besoin à court terme de financement. La continuité de la pénétration des téléphonies mobiles et le développement de nouveaux usages laissent penser qu'il y a de belles années de croissance sur cette activité.

Cependant, les prochaines étapes pour l'Afrique subsaharienne vont nécessiter aussi des investissements. Si la téléphonie mobile a été un formidable catalyseur de progrès, l'accès à Internet (par PC ou par téléphone mobile, les deux écoles ne convergent pas encore) sera le prochain grand défi. Sur cette question, l'Afrique subsaharienne est la région la plus en retard au monde. Les enjeux sont donc considérables et il est fort à parier que les mêmes cycles (investissement en réseau/équipements ; pénétration et nouveaux usages ; question de rentabilité) se répètent.

Bibliographie

African Economic Outlook :

<http://www.africaneconomicoutlook.org>

Aker, Jenny C., 15 janvier 2008, *Does Digital Divide or Provide ? The Impact of Cell Phones on Grain Markets in Niger* : http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1093374

Aminuzzaman, Salahuddin, Baldersheim, Harald, et Jamil, Ishtiaq, 2003, « Talking back : Empowerment and mobile phones in rural Bangladesh : A study of the village pay phone of Grameen Bank », *Contemporary South Asia* 12 (3), p. 327 – 348.

Banque africaine de développement, octobre 2007, *Les transferts de fonds des migrants, un enjeu de développement, Les Comores, Mali, Maroc, Sénégal*.

Coyle, Diane, 2005, « Overview », *Africa : The impact of mobile phones*, The Vodafone Policy Paper Series, n° 2, p. 3-9.

Chowdhury, Shyamal K. , 2006. « Investments in ICT — Capital and economic performance of small and medium scale enterprises in east Africa », *Journal of International Development* 18 (4), p.. 533 – 552.

Donner, Jonathan, 2004, « Microentrepreneurs and mobiles : An exploration of the uses of mobile phones by small business owners in Rwanda », *Information Technologies and International Development* 2 (1), p.. 1 21.

Donner, Jonathan, 2005, *The mobile behaviors of Kigali's microentrepreneurs : Whom they call and why. In a sense of place : The global and the local in mobile communication*, ed. K. Ny'iri, p. 293-301. Vienne, Passagen Verlag.

Donner, Jonathan, 2005, « The social and economic implications of mobile telephony in Rwanda : An ownership/access typology. » *In Thumb culture : The meaning of mobile phones for society*, eds. P. Glotz, S. Bertschi, and C. Locke, p. 37 – 52. Bielefeld, Transcript Verlag.

Donner, Jonathan, 2006, « The use of mobile phones by microentrepreneurs in Kigali, Rwanda : Changes to social and business networks », *Information Technologies and International Development* 3 (2) : p. 3-19.

Duncombe, Richard and Richard Heeks, 1999, « Information, ICTs and Small Enterprise : Findings for Botswana, Development Informatics », *Working Paper n° 7, IDPM*, University of Manchester.

Garbacz, Christopher, and Thompson, Herbert G, 2007, « Demand for telecommunication services in developing countries », *Telecommunications Policy* 31 (5), p. 276 – 289.

Grajek, Michal, décembre 2003, « Estimating Network Effects and Compatibility in Mobile Telecommunications », Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung.

Goodman, J., and Walia, Vedant, 2006, *A Sense of Balance : A Socio-Economic Analysis of Airtime Transfer Services in Egypt* : <http://www.forumforthefuture.org/files/Asenseofbalance.pdf>

GSMA, 2008, L'impact de la taxation sur la croissance de la téléphonie mobile en Afrique subsaharienne.

GSMA, 2007, Global mobile tax review 2006-2007.

Hardy, A, 1980, « The role of the telephone in economic development », *Telecommunications Policy*, 4 (4), p. 278-286.

International Telecommunication Union (ITU) : <http://www.itu.int>

Kyem, Peter A. Kwaku, and LeMaire, Peter Kweku, 2006, « Transforming recent gains in the digital divide into digital opportunities : Africa and the boom in mobile phone subscription », *Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries* 28 (5), p. 1-16.

Molony, Thomas S. J., 2005, « 'I don't trust the phone ; it always lies': Trust and information and communication technologies in Tanzanian micro-and small enterprises ». *Information Technologies and International Development* 3 (4), p. 67-83.

Morawczynski Olga 2008. *Surviving in the « dual system » : How M-PESA is fostering urban-to-rural remittances in a Kenyan Slum* : <http://www.nextbillion.net/files/Olga%20Morawczynski-M-PESA-2008.pdf>

Norton, Seth W., 1992, « Transaction Costs, Telecommunications, and the Microeconomics of Macroeconomic

Growth », *Economic Development and Cultural Change*, 41 (1), p. 175-96.

Hardy, A., 1980, « The role of the telephone in economic development », *Telecommunications Policy*, 4 (4), p. 278-286.

Reynolds, R., Kenny C., Liu J., Zhen-Wei Qiang, C., 2004, « Networking for foreign direct investment : the telecommunications industry and its effect on investment », *Information Economics and Policy*, vol. 16, p. 159-164.

Roeller, Lars-Hendrik and Waverman, Leonard, 2001, « Telecommunications Infrastructure and Economic Development : A Simultaneous Approach », *American Economic Review*, 91 (4), p. 909-23.

Tcheng, Henri, Huet, Jean-Michel, Viennois, Isabelle, Romdhane, Mouna, été 2008, « Télécom et développement en Afrique », *Expansion Management Review*, p. 144-124.

Tcheng, Henri, Huet, Jean-Michel, Blasco, Benjamin, Pages, Jean-Bernard, Romdhane, Mouna, février 2009, « Le paiement mobile, bientôt 'monnaie courante' en Europe ? », *Lettre convergence*, n° 14.

Tcheng, Henri, Huet, Jean-Michel, Jbilou, Jaouad, Romdhane, Mouna, septembre 2009 « Le transfert d'argent international, un pas de plus vers la convergence télécoms-banque », *Journal des télécoms*.

Tcheng, Henri, Huet, Jean-Michel, Romdhane, Mouna, Roubaud, Jennifer, octobre 2009, « Le téléenseignement, un espoir pour l'Afrique ? », *Journal des télécoms*.

Waverman, Leonard, Meschi, Meloria and Fuss, Melvyn, 2005, « The Impact of Telecoms on Economic Growth in Developing Countries », *Africa : The impact of mobile phones, The Vodafone Policy Paper Series*, n° 2, p. 10-23.

Wellenius, Björn, 2000, « Extending Telecommunications Beyond The Market : towards a universal service in competitive markets », *World Bank*.