



## Communiqué de presse

### Contacts

#### Sarah Panchbhaya

Relations Presse Deloitte  
+ 33 (0)1 55 61 48 65  
[spanchbhaya@deloitte.fr](mailto:spanchbhaya@deloitte.fr)

#### Claire Ciangura

Agence Rumeur Publique  
+ 33 (0)1 55 74 52 12  
[claire@rumeurpublique.fr](mailto:claire@rumeurpublique.fr)

## **Le nombre de smartphones en Afrique devrait doubler d'ici 2017 pour atteindre plus de 350 millions de smartphones connectés** **Deloitte dévoile les principales tendances 2015 de son étude internationale sur les grandes tendances du secteur des Technologies, Médias et Télécommunications (TMT) en Afrique**

Neuilly-sur-Seine, lundi 16 février - Deloitte dévoile aujourd'hui son étude mondiale dédiée aux tendances 2015 du secteur des Technologies, Médias et Télécommunications en Afrique. 2015 sera l'année de l'accélération des ventes de smartphones associée à un fort développement de l'accès au haut débit ainsi qu'à une prolifération de la consommation des technologies et contenus numériques tels que le commerce électronique, le paiement mobile et la numérisation des contenus.

« Le marché du smartphone va connaître une croissance de plus de 40% en 2015 avec 70 millions de smartphones qui seront vendus en Afrique. Un marché stimulé par une forte croissance des économies africaines et catalysé par l'arrivée des smartphones low cost à moins de 50 \$ démocratisant l'accès numérique », affirme **Karim Koundi, Associé responsable TMT pour Deloitte Afrique Francophone.**

### Les 9 grandes tendances qui marqueront l'année 2015

#### 1. Les objets connectés, marché prometteur pour 2015

En 2015, plus de 60% du milliard d'objets connectés existants seront achetés principalement par les entreprises. Véritable manne financière, on estime la valeur du marché des objets connectés à 10 milliards de dollars US, tandis que les services qui y sont associés auraient une valeur d'environ 70 milliards au niveau mondial.

En 2015, le développement des objets connectés en Afrique concernera essentiellement l'usage intelligent et optimisé des infrastructures d'énergie et de transport. Plusieurs projets commencent à voir le jour notamment dans l'optimisation de la consommation électrique en période de pic ou de l'usage de transports grâce aux objets connectés.

#### 2. Le BtoB constituera un des premiers débouchés pour le secteur de la technologie

- Alors que traditionnellement les produits technologiques étaient d'abord adoptés par le marché grand public (smartphones et tablettes notamment), en 2015, la tendance s'inverse. Avec les imprimantes 3D, les drones et les objets connectés, ce sont désormais les entreprises qui deviendront les précurseurs en équipements technologiques.

Le marché BtoB africain des TIC représente aujourd'hui plus de 12 milliards de \$ dont 80% concernent une dizaine de pays. Ce marché devrait croître de plus de 25% en 2015 grâce à une population de plus en plus équipée et connectée. La capacité en data center devrait tripler d'ici 2016 en Afrique.

- En 2015, les usages des drones continueront à se développer avec 300 000 unités vendues dans le monde à des particuliers, portant le nombre de drones privés à 1 million au niveau mondial.

Le continent africain est un marché prometteur pour les drones notamment dans les domaines de l'agriculture, de la sécurité et de la défense, d'autant plus que le continent est très peu cartographié. L'avènement des drones réduira sûrement les coûts de numérisation géographique. Cependant, l'usage personnel des drones devrait rester très mitigé en Afrique compte tenu des réglementations d'usage strictes dans un certain nombre de pays.

- En 2015, presque 220 000 imprimantes 3D seront vendues mondialement, pour une valeur de 1,6 milliard de dollars US. Les imprimantes 3D seront utilisées à 80% par les entreprises plutôt que par les consommateurs.

L'usage des imprimantes 3D en Afrique en 2015 restera limité et constituera un marché de niche compte tenu du prix demeurant encore trop élevé.

### **3. Le « Click and Collect » très prometteur en Afrique**

Le nombre d'emplacements de 'Click and Collect' en Europe atteindra un demi-million en 2015, en hausse de 20%. Environ 320 000 de ces emplacements seront des boxes de dépôt individuels, 140 000 seront chez des tiers et 40 000 seront en boutiques.

L'un des freins majeurs au développement de l'eCommerce en Afrique est la difficulté d'acheminement postal des produits au consommateur final. La majorité des pays africains n'ayant pas d'adresse postale normalisée et par conséquent numérisée, la livraison des produits demeure peu fiable. Le concept de « Click and Collect » permettra, dans les prochaines années l'expansion de l'eCommerce en Afrique.

### **4. Les batteries de Smartphone: une amélioration mais pas de révolution**

Les nouveaux smartphones devraient bénéficier d'une autonomie augmentée de 15% notamment grâce à l'amélioration de l'efficacité des composants, aux logiciels et à l'augmentation des dimensions moyennes des smartphones vendus.

### **5. La vidéo en ligne n'est pas prête de remplacer les chaînes TV**

Les vidéoclips et émissions vidéo courtes en ligne (de moins de 20 minutes) représenteront moins de 3 % des vidéos regardées cette année dans le monde, soit un marché de 5 milliards de dollars US. En comparaison, le contenu audiovisuel de la télévision génère plus de 400 milliards de dollars US de recettes publicitaires et d'abonnements seuls. Cependant, les publicités intégrées aux vidéos de courte durée pourraient générer de meilleures ventes avec un public plus attentif.

La forte augmentation des utilisateurs de smartphones et des réseaux sociaux en Afrique favorisera, en 2015, la visualisation de plus en plus fréquente des vidéos courtes ce qui impactera sûrement le profiling et le ciblage publicitaire.

#### **6. La génération Y, peu dépensière, effectuera ses principaux achats de contenus**

La génération Y, pourtant peu dépensière, consacrera son budget le plus important aux technologies, médias et télécoms. Elle déboursa en moyenne 750 \$ par an mondialement pour la télévision payante, la musique, les jeux vidéo, les livres, les sports en direct, du contenu vidéo sur Internet et des journaux papier.

Face à un taux de numérisation des contenus africains assez bas, la génération Y est le catalyseur à la fois pour la création et la consommation des contenus numériques sur le continent.

#### **7. Le marché des smartphones, un marché de renouvellement**

En 2015, 1,35 milliard de smartphones seront vendus dans le monde dont 1 milliard seront des renouvellements de téléphones. En hausse de 12 % par rapport au 1,2 milliard de téléphones vendus en 2014, le marché n'est toujours pas arrivé à saturation. Bien que le cycle de remplacement des smartphones soit de plus en plus long, ce sont le design, la taille des écrans, la vitesse, la capacité de stockage, et les fonctionnalités qui stimuleront les ventes.

En Afrique, le taux de pénétration des smartphones est actuellement aux alentours de 15%, mais la région devrait connaître une très forte croissance durant les prochaines années grâce à l'émergence des smartphones low-cost, au contexte de croissance économique favorable, à la réduction des prix de connectivité et au développement de la couverture haut débit mobile. Le marché africain des smartphones devrait croître de plus de 40% en 2015 avec plus de 70 millions de smartphones qui seront vendus. Le nombre de smartphones en Afrique devrait doubler d'ici 2017 pour atteindre plus de 350 millions de smartphones connectés.

#### **8. L'accès au haut débit se développe mais de façon très inégale**

À l'échelle mondiale, le nombre de foyers possédant une connexion Internet haut débit augmentera d'environ 2 %, pour atteindre un total de 725 millions. La vitesse moyenne de ces connexions augmentera de 20 % dans la plupart des pays. En revanche, la qualité des débits et les expériences clients seront de plus en plus disparates.

Les pays du littoral Africain sont généralement beaucoup mieux desservis en débit et en prix du haut débit contrairement aux pays centraux grâce au développement de la connectivité internationale par câbles sous-marins. En 2015, le développement des backbones nationaux de fibres optiques en Afrique centrale devrait réduire le fossé avec les pays littoraux.

#### **9. Les paiements mobiles en magasin vont (enfin) décoller**

Au cours de l'année 2015, environ 10 % des 600 millions de smartphones dans le monde seront utilisés pour régler des achats en magasin au moins une fois par mois, ce qui représente une augmentation de plus de 1000 % par rapport à 2014. En 2015, les nombreuses exigences des institutions financières, des commerçants, des consommateurs et des fournisseurs d'équipements seront enfin réunies pour une adoption généralisée.

Le continent africain occupe actuellement la première place mondiale pour les transactions par téléphone avec plus de 52% des transactions mondiales de paiement via le mobile. Au Kenya et en

Tanzanie, plus de la moitié des utilisateurs de téléphones mobiles, effectuent régulièrement des paiements via leurs mobiles. Plus d'un quart en Afrique du Sud et au Sénégal.

Avec une base d'utilisateurs de téléphones mobiles de plus en plus large et un smartphone de plus en plus accessible, le paiement mobile constitue une véritable alternative au système bancaire traditionnel. En Tunisie, à partir de 2015, 2 millions de personnes devraient être bancarisées grâce au paiement via le mobile.

---

### **A propos de Deloitte**

Deloitte fait référence à un ou plusieurs cabinets membres de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, société de droit anglais (« private company limited by guarantee »), et à son réseau de cabinets membres constitués en entités indépendantes et juridiquement distinctes. Pour en savoir plus sur la structure légale de Deloitte Touche Tohmatsu Limited et de ses cabinets membres, consulter [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about). Deloitte fournit des services professionnels dans les domaines de l'audit, de la fiscalité, du consulting et du financial advisory à ses clients des secteurs public et privé, quel que soit leur domaine d'activité. Fort d'un réseau de firmes membres dans plus de 150 pays, Deloitte allie des compétences de niveau international à un service de grande qualité afin d'aider ses clients à répondre à leurs enjeux les plus complexes. Nos 210 000 professionnels sont animés par un même objectif, faire de Deloitte la référence en matière d'excellence de service. En Afrique francophone, Deloitte mobilise un ensemble de compétences diversifiées pour répondre aux enjeux de ses clients, de toutes tailles et de tous secteurs – des grandes entreprises multinationales aux microentreprises locales, en passant par les entreprises moyennes. Fort de l'expertise de plus de 1000 collaborateurs et associés, Deloitte en Afrique est un acteur de référence en audit & risk services, consulting, financial advisory, juridique & fiscal et expertise comptable, dans le cadre d'une offre pluridisciplinaire et de principes d'action en phase avec les exigences de notre environnement. Pour en savoir plus, [www.deloitte.fr](http://www.deloitte.fr)

© 2015 Deloitte SAS