



Deloitte.

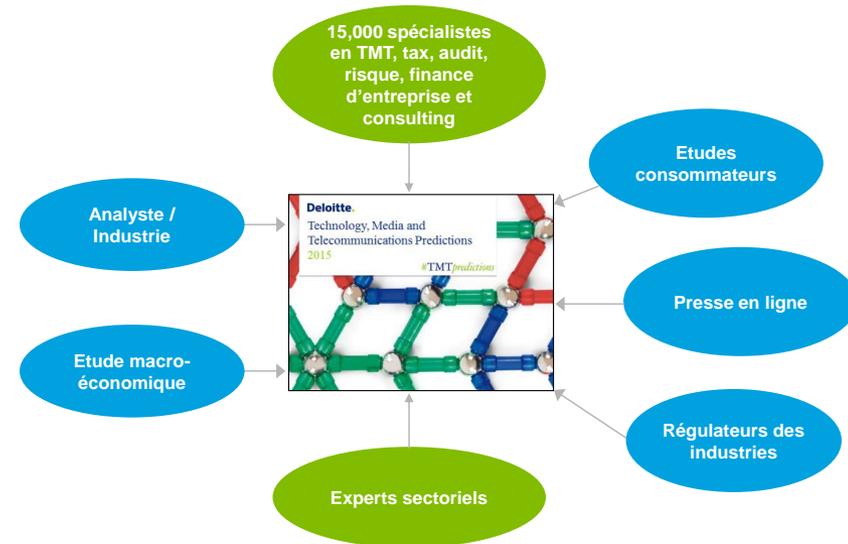
#TMT *predictions*

2015 Africa TMT Predictions

Tunis – 26 mars 2015

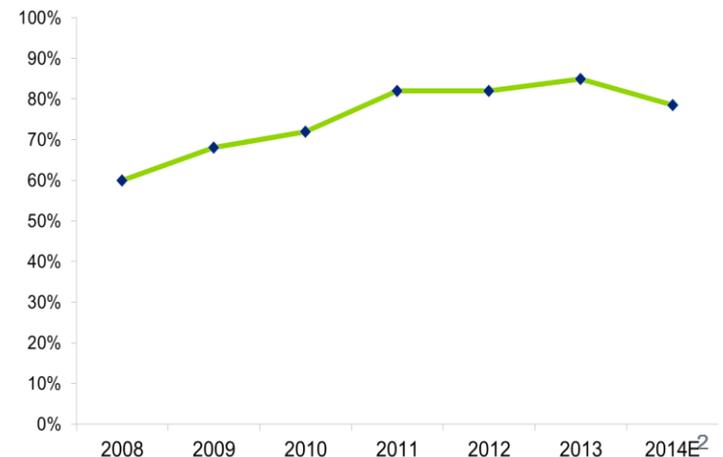
Les « TMT Predictions » de Deloitte

- Les « **Deloitte Technology, Media & Telecommunications Predictions 2015** » apportent un éclairage sur les principales tendances qui vont impacter ces secteurs d'activité dans les 12 à 18 prochains mois.
- Basées sur une démarche de recherche internationale, ces prédictions sont le fruit d'échanges et d'interviews avec des clients, analystes, leaders de l'industrie ainsi qu'avec l'appui des experts sectoriels de Deloitte dans ces domaines.
- Les résultats africains ont été obtenus sur la base de la connaissance du marché, des études réalisées par l'équipe TMT Deloitte Afrique et de rencontres avec des experts et des acteurs clés des secteurs locaux.



Les TMT Predictions

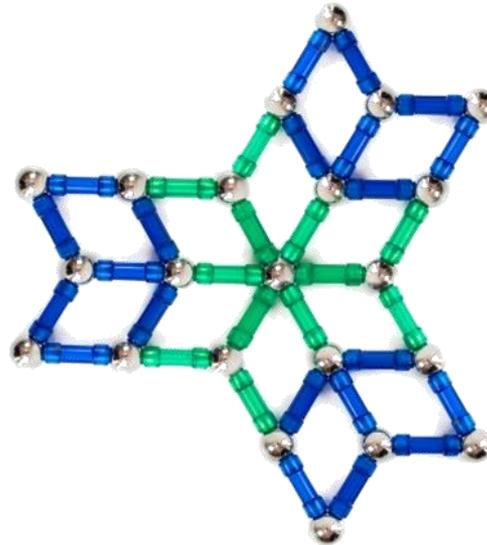
Une étude récurrente dont la pertinence des tendances est avérée à 80 %



Africa TMT Predictions

Trois évolutions **technologiques** orientent les tendances TMT depuis plus d'une décennie...

Vitesse des
processeurs



Connectivité

Stockage

Africa TMT Predictions

...et combinés avec les évolutions actuelles dans les secteurs de l'énergie et du transport, nous nous dirigeons vers une nouvelle révolution digitale axée sur l'intégration des infrastructures des TIC, de Transport et de l'Energie



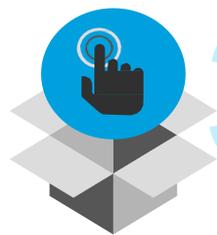
Africa TMT Predictions

Quelles tendances pour 2015 ?

1 Les objets connectés, marché prometteur pour 2015



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



3 Le « Click and Collect » très prometteur en Afrique

4 Les batteries de Smartphone: une amélioration mais pas de révolution



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



6 La génération Y, peu dépensière, effectuera ses principaux achats de contenus numériques



7 Le marché des smartphones, un marché de renouvellement



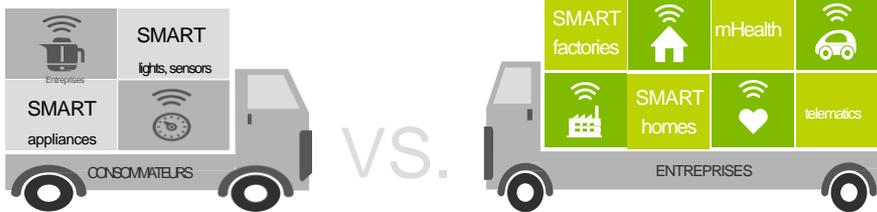
8 L'accès au haut débit continue à se développer mais très inégalement



9 Les paiements mobiles en magasin vont (enfin) décoller

Les objets connectés, un fort potentiel pour 2015

Tant au niveau mondial qu'en Afrique



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 optimisé grâce aux objets connectés.

1 Milliard



d'objets connectés seront livrés en 2015

affichant une progression de 60% par rapport à 2014 et atteignant une base de plus de 2.8 milliards d'objets connectés

90% Des revenus générés sur les services seront des revenus entreprises et non grand public

60% Des objets connectés existants seront achetés et utilisés par les entreprises

Innovation On n'arrête pas le progrès!

Pour faire converger les besoins des populations avec leur recherche de profits, les opérateurs ont plus d'un tour dans leur sac. Passage en revue des aventures avant-gardistes africaines.

Santé, éducation, agriculture, banque, assurances, Internet, e-commerce, musique en ligne, production de contenus en tous genres... Les opportunités de développement stratégique des opérateurs télécoms semblent inépuisables sur un continent où l'on manque bien souvent de tout. Incrètement mais sûrement, la plupart d'entre eux se sont lancés dans l'aventure de la diversification, en commençant par les produits bancaires. Mais pas seulement: le zimbabwéen Incocon a ainsi conçu un vif succès il y a quelques années en lançant iSchools, un

produit d'assurance-vie lié à l'utilisation du téléphone; et médicos a systématiquement depuis ses débuts la plateforme de commerce en ligne Africa Internet Holding... Mais toutes ces évolutions, dont le principal objectif est de générer de nouvelles sources de revenus en profitant d'une immense masse de clients, ne sont pas sans risques: en Afrique du sud, MTN a été confronté à une levée de boucliers des médecins et des autorisés lorsqu'il a lancé un service de conseil médical. *Jeune Afrique* vous présente quelques exemples d'innovations commerciales.



RD Congo Allô docteur?
En association avec une ONG locale, Bharti Airtel a créé un service qui met en relations médecins et patients.

ce médecin a eu l'idée d'un tel service en 2006 pour répondre aux nombreux appels des patients.

Une équipe de 30 praticiens, divisés en six groupes de cinq, assure une couverture sept jours sur sept et 24 heures sur 24. « Les résultats sont prometteurs. En trois mois, nous avons reçu 90 000 appels, dont une majorité en provenance de l'est », confie Aimé Lokufuta, qui reconnaît toutefois que, compte tenu de la taille du pays, il aspirerait à plus de praticiens.

« Le problème le plus récurrent est le paludisme », résume Dorah Kwaongo, coordinatrice du centre d'appels. **GRATUITÉ.** Au départ, les appels devaient être facturés 50 unités la minute - soit 500 francs congolais (0,39 euro). Mais en RD Congo, deux tiers des quelque 77 millions d'habitants vivent avec moins de 0,50 euro par jour, d'où la hausse mensuelle. Airtel a donc revu son tarif à la baisse. « On s'est dit que si la personne appellait deux ou trois minutes, ce n'était pas. Pour rendre service à la population, il faut regarder la réalité, alors nous avons décidé que le prix serait de 100 unités par appel », souligne avec fierté Danyely Yola, responsable de la communication de l'opérateur télécoms.

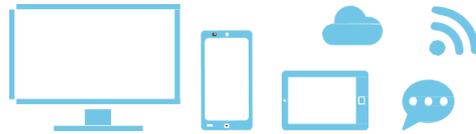
« La finalité est que le patient ne paie rien », insiste le docteur Aimé Lokufuta. Cette gratuité, comme au Royaume-Uni, dépend du soutien du gouvernement ou d'un partenaire privé. Pendant la phase pilote, c'est Airtel - qui a financé le matériel et la formation des médecins aux centres d'appels - qui paie les praticiens. Une fois le service devenu opérationnel, ils seront rémunérés en fonction des gains.



Au niveau mondial, le BtoB constituera l'un des premiers débouchés pour le secteur de la technologie



1950 -2000



DERNIERE
DECENNIE



2015

Les consommateurs grand public prenaient des années pour rattraper les entreprises

Le consommateur grand public était le précurseur en équipement IT

Les entreprises deviendront les précurseurs en équipement IT

La vraie révolution est pour le

Marché des entreprises

et non pour le marché des particuliers

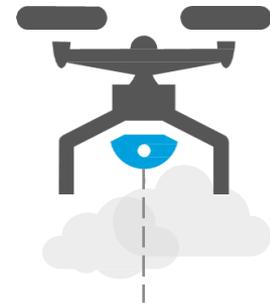
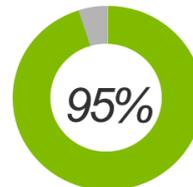


Les entreprises représenteront



Des ventes des imprimantes 3D

Des volumes d'objets connectés

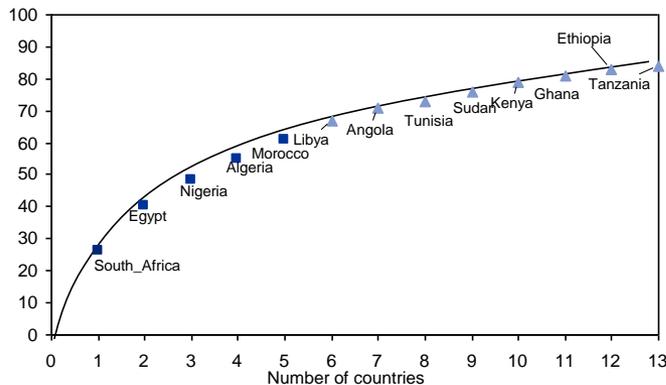


La croissance du CA du secteur des drones sera en 1er lieu tirée par les entreprises

Le marché BtoB Africain de la technologie

Des tendances divergentes

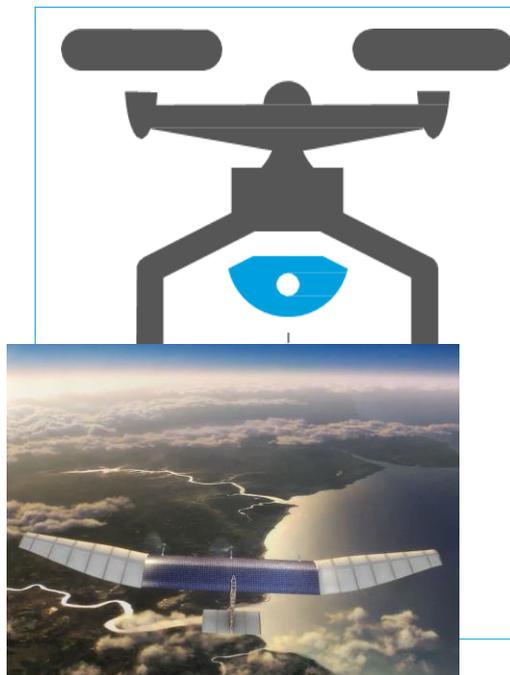
Estimated market size of countries with largest ICT enterprise services markets %



+25 % (12 Milliards de \$)

- 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 quant à elle tripler d'ici 2016 en Afrique.

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



- Le continent africain est un marché prometteur pour les **drones** particulièrement 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 les **coûts de numérisation des cartes géographique**.
- L'usage personnel des drones devrait rester très mitigé en Afrique compte tenu des réglementations d'usage strictes dans un certain nombre de pays.

La génération Y, d'habitude peu dépensière consacrerà son budget le plus important aux technologies, médias et télécoms

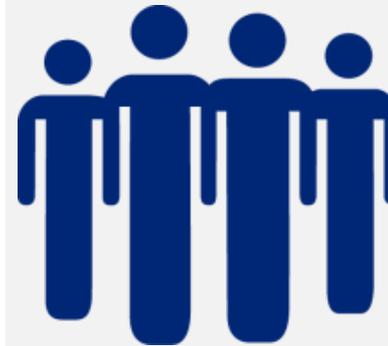
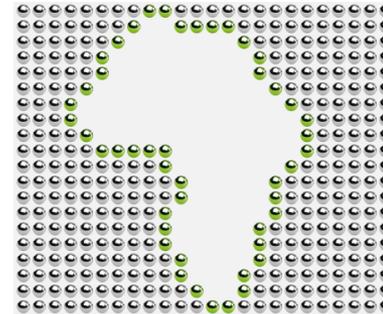


\$750

est le montant qui sera dépensé en moyenne en 2015 pour la télévision payante, la musique, les jeux vidéo, les livres, les sports en direct, du contenu vidéo sur Internet et des journaux papier.



Ceci représente une contribution significative de la génération 18-34 ans au secteur media, souvent accusée de consommation de contenu gratuit.



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

Le « Click and Collect » prometteur en Afrique



20%

D'augmentation
par rapport à
2014



500,000

Soit le nombre d'emplacements
de « Click and Collect » prévu
en Europe pour 2015



323,000

Seront des box de
dépôt individuels
(quelques uns
d'entres eux seront
organisés en
groupes de
centaines de box)



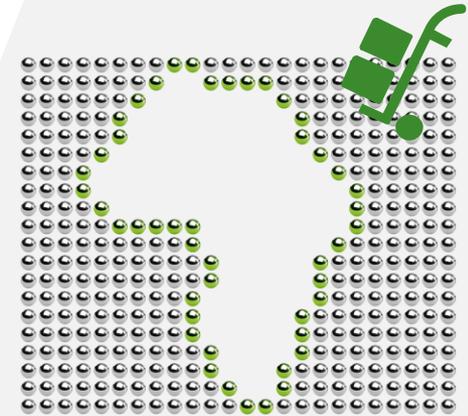
140,000

Seront chez des tiers



37,000

Seront en boutique

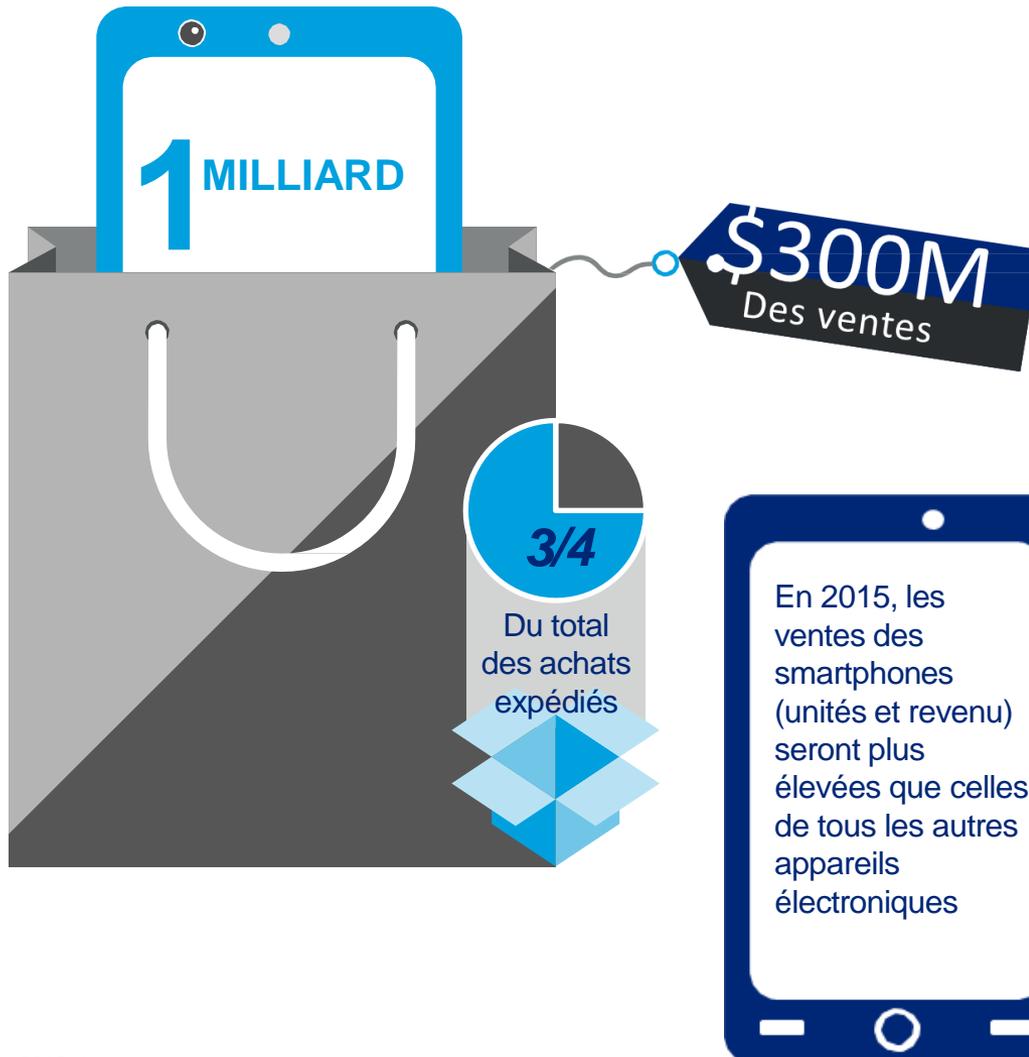


L'un des freins majeurs au
développement du e-commerce
en Afrique est la difficulté
d'acheminement postal des
produits au consommateur final.

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'e-commerce.

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



Le marché des smartphones en Afrique

Le low-cost à l'honneur

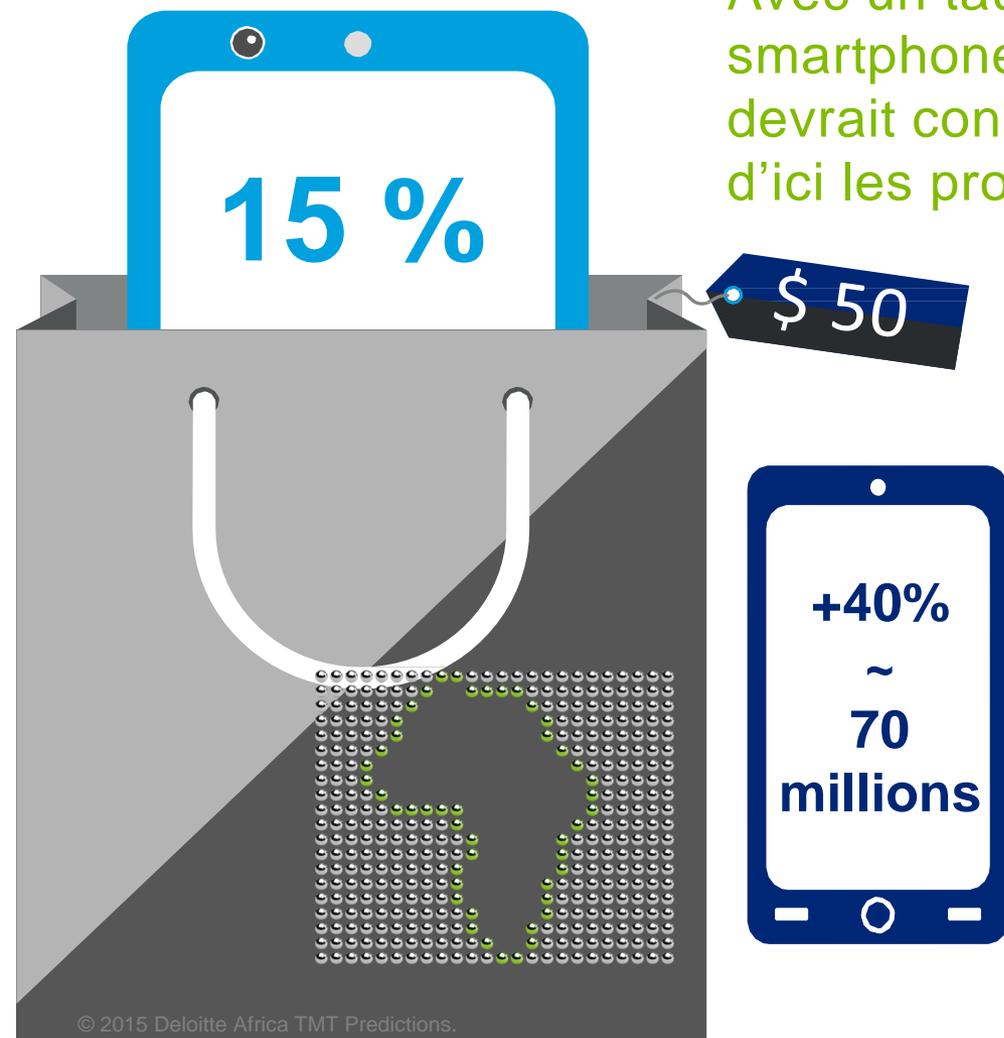
Avec un taux de pénétration des smartphones de 15% seulement, le continent devrait connaître une très forte croissance d'ici les prochaines années.

Les **smartphones low-cost** sont le facteur clé d'accès aux données mobiles en Afrique.

Ils sont disponibles à moins de 50\$

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**.



Les batteries de Smartphone

Meilleures mais pas révolutionnaires

Les batteries Li-ion augmenteront tout au plus de 5% d'unités de recharge ou milliampère / heure (mAh) comparé à 2014 pour des modèles de même dimension et de même voltage.

5% → 15%



Les acheteurs de nouveaux smartphones pourront toujours bénéficier d'une augmentation de 15% dans l'autonomie de leurs batteries pour 3 raisons :

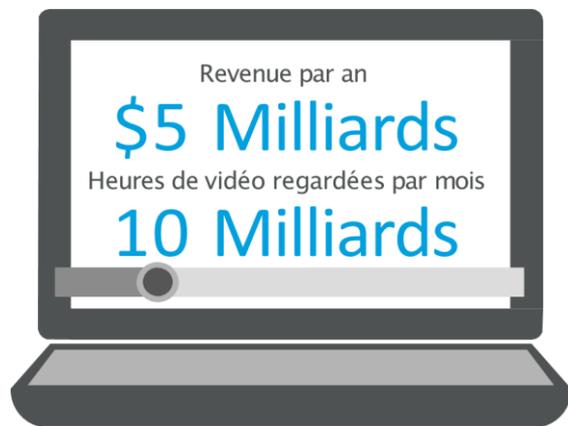
-  1 Amélioration de l'efficacité des composants qui consomment la charge des batteries
-  2 Meilleur logiciel
-  3 Augmentation des dimensions moyennes des smartphones vendus avec une amélioration de l'autonomie de la batterie

La vidéo en ligne n'est pas prête de remplacer les chaînes TV... même sur le continent Africain

En 2015, le temps total que nous passerons à regarder des vidéos courtes en ligne correspondra à moins de 3% du temps total passé à regarder des vidéos sur tout les écrans



SHORT-FORM VIDEO
(Moins de 20 MIN)



VS.



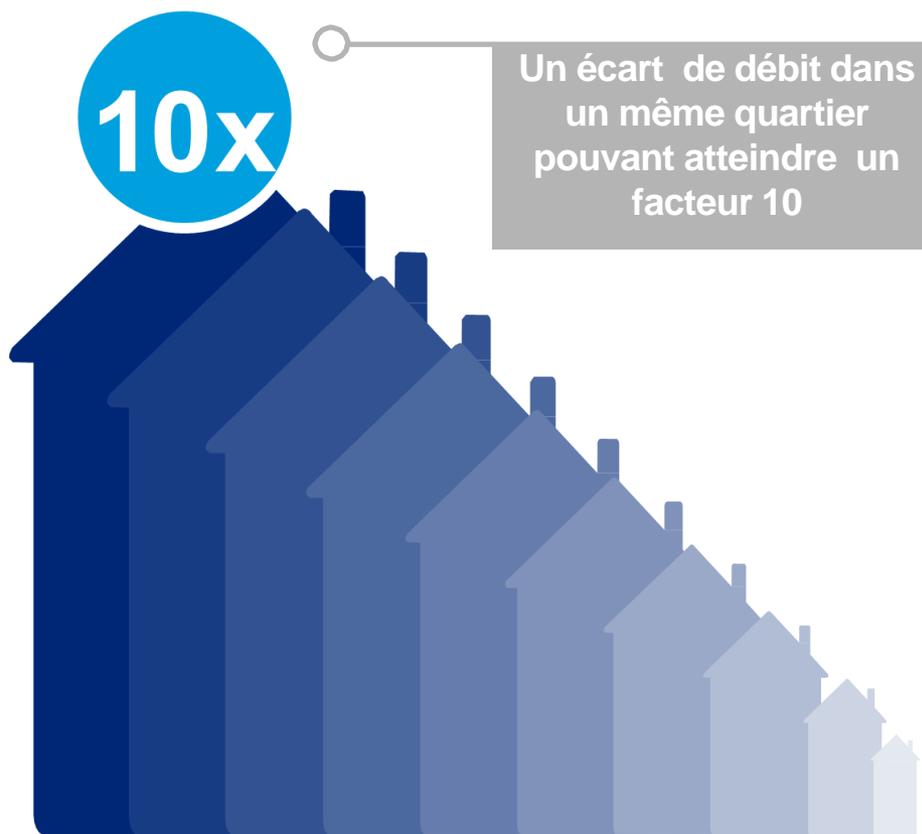
LONG-FORM VIDEO
(Plus de 20 MIN)



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 en ligne.

Cela impactera sûrement le profiling et le ciblage publicitaire.

L'écart de débit entre les foyers se creuse de plus en plus rendant la problématique de la neutralité de l'accès plus importante



En 2015, le nombre total de maison bénéficiant d'un haut débit augmentera de 2% pour atteindre 715 million.

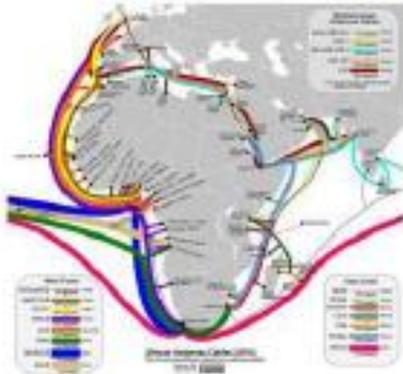
Il y aurait des écart significatifs de connexion entre les différents foyers. Le débit moyen de connexion devrait accroître de 15 à 25%.

Le débit de connexion atteint dépendra de:

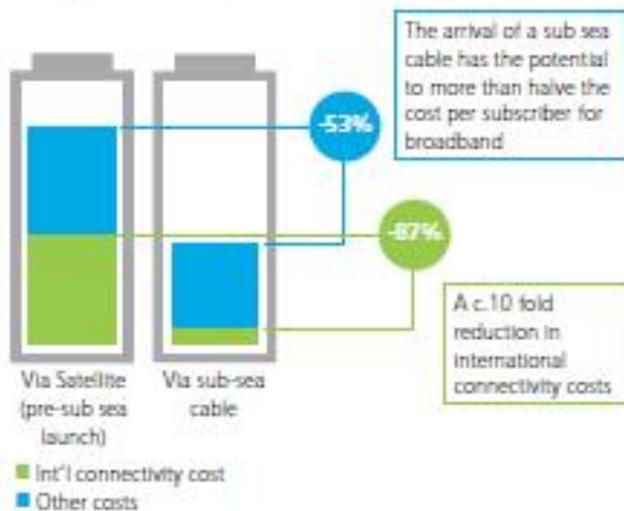
- 1**  **La localisation**
Plus loin est une maison du point d'échange plus faible sera la connexion.
- 2**  **La technologie**
Chaque technologie (ADSL, FTTC, FTTP et cable) offre une gamme différente de débit.

L'accès au haut débit continue à se développer en Afrique.. mais très inégalement

International sub-sea cable
Projected connectivity in 2014



Sub-sea cable has reduced costs
Monthly USD subscriber



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.

A partir de 2015, le développement des backbones nationaux de fibres optiques en Afrique centrale devraient réduire le fossé de la connectivité avec les pays littoraux.

Le paiement mobile Sans Contact confirmé comme vrai catalyseur du marché du paiement via le mobile

Milieu

2014

0.5%

de la base de 450-500 millions de smartphones équipés en near-field communication (NFC) ont été utilisés au moins une fois par mois pour un paiement mobile



Fin

2015

5%

de la base de **600-650 millions de smartphones équipés en NFC** seront utilisés au moins une fois par mois pour un paiement mobile

2015 sera la première année durant laquelle **les prérequis pour une adoption en masse** seront satisfaits

- ✓ Institutions financières
- ✓ Marchants
- ✓ Consommateurs
- ✓ Fournisseurs de technologie
- ✓ Opérateurs Télécom

Le paiement via le mobile en Afrique se généralise...

52%

En Afrique, le mobile est l'instrument de paiement dominant représentant 52% de l'ensemble des transactions de paiement mondiales effectuées via le mobile.

Sur les **163 produits existants** de paiements mobiles opérant dans les économies en développement en 2013, **90 sont en Afrique**, 40 en Asie-Pacifique et 17 dans les Amériques

50%

Plus de la moitié des utilisateurs de mobile utilisent régulièrement le paiement mobile au Kenya et en Uganda.

25%

En Afrique du sud et au Sénégal

Le nombre de comptes mobiles surpasse désormais celui des comptes bancaires traditionnels dans neuf pays africains: **Cameroun, RDC, Gabon, Kenya, Madagascar, Tanzanie, Ouganda, Zambie et Zimbabwe.**



Avec un potentiel de plus de 110 millions de smartphones, le continent africain devrait enregistrer un usage de plus en plus généralisé du paiement via le mobile sur l'ensemble des pays



...mais le paiement sans contact sera plutôt un marché de niche sur les quelques prochaines années

L'adoption du paiement sans contact sera lente les prochaines années en Afrique compte tenu des prix des équipements et technologies sans contact peu accessibles aux consommateurs d'une part et aux marchands d'autre part qui vont devoir acquérir de nouveaux équipements de lecture.



Quelques projets de paiement sans contact ont commencé à voir le jour sur le continent africain:

- iKaaz a pénétré le marché africain en plein essor grâce au lancement de son offre de paiement « Tap-and-pay » innovante au Nigeria et au Kenya. Les clients pourront effectuer des paiements NFC.
- En Afrique du Sud, WiGroup, plateforme de transactions mobiles, teste les paiements NFC et une solution de coupons avec l'un des plus grands détaillants du pays.

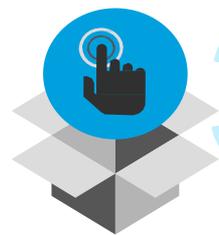
Africa TMT Predictions

En synthèse

1 Les objets connectés, marché prometteur pour 2015



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



3 Le « Click and Collect » très prometteur en Afrique

4 Les batteries de Smartphone: une amélioration mais pas de révolution



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



6 La génération Y, peu dépensière, effectuera ses principaux achats de contenus numériques



7 Le marché des smartphones, un marché de renouvellement



8 L'accès au haut débit continue à se développer mais très inégalement



9 Les paiements mobiles en magasin vont (enfin) décoller

Deloitte.

À 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.

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 ou privé, de toutes tailles et de toutes activités. Fort d'un réseau de firmes membres dans plus de 140 pays, Deloitte allie des compétences de niveau international à des expertises locales pointues, afin d'accompagner ses clients dans leur développement partout où ils opèrent. Nos 169 000 professionnels sont animés par un objectif commun, faire de Deloitte la référence en matière d'excellence de service.