

“Le taux d’utilisation du smartphone en forte croissance”



©D.
R.

Une étude de Jumia, le leader du e-commerce en Afrique, indique que 18 millions d’Algériens utilisent Internet sur une population de 40,72 millions d’habitants.

“Le taux de pénétration et d’utilisation du smartphone est en forte croissance en Algérie” selon Jumia, le leader du e-commerce en Afrique, qui a présenté, hier au Centre international des conférences d’Alger (Cica) Abdelatif Rahal, le Livre Blanc, l’Algérie Mobile 2017. L’étude a été réalisée en parallèle dans les 15 pays africains où Jumia opère actuellement, à savoir le Maroc, la Tunisie, l’Égypte, le Nigeria, le Kenya, l’Éthiopie, le Mozambique, le Ghana, la Côte d’Ivoire, le Cameroun, le Rwanda, l’Ouganda, la Tanzanie et le Sénégal. Sacha Poignon, cofondateur et co-CEO du groupe Jumia, estime que “le secteur du mobile en Algérie continue d’ouvrir la voie à l’innovation”. L’étude révèle que 18 millions d’Algériens utilisent Internet, sur une population de 40,72 millions d’habitants, soit un taux de pénétration de 44%. Ce taux de pénétration est, certes, en deçà de ceux des pays voisins comme le Maroc (58%) ou la Tunisie (56%), mais il est supérieur à celui de l’Égypte (37% de pénétration internet en 2017), et bien loin devant la moyenne globale de pénétration internet en Afrique qui s’établit en 2017 aux alentours de 18%. En matière de téléphonie mobile, “avec un parc avoisinant les 47,64 millions d’abonnés mobiles à la fin 2016, la téléphonie mobile confirme sa tendance à la hausse en réalisant un taux de pénétration de 111% d’abonnés en Algérie, contre 103% en Égypte et 80% en Afrique” constate l’étude. Le marché de la téléphonie est en pleine effervescence en Algérie, estime l’étude, avec des utilisateurs qui

possèdent en moyenne plus de deux cartes Sim et renouvellent plus fréquemment leur téléphone mobile. Ils sont également de plus en plus nombreux à utiliser leur téléphone portable pour se rendre sur Internet, 39% pour être exact. "Si le parc mobile algérien contient encore beaucoup de téléphones mobiles basiques, dits feature phones, leur vente n'a fait que baisser ces dernières années. Sur Jumia, les ventes de smartphones écrasent les ventes de téléphones mobiles avec 91% de ventes de smartphones pour seulement 9% de ventes de téléphones classiques en 2016. Cet écart se creusera encore plus pour atteindre d'ici à quelques mois les 100% de ventes de smartphones dans la catégorie mobile" constate l'étude. Cette démocratisation de l'accès aux smartphones, explique Jumia, peut être attribuée à plusieurs facteurs : en premier lieu, un coût de connexion mobile en baisse importante (41% des utilisateurs mobiles d'Internet se connectent avec la 3G en 2016).

Le deuxième facteur clé est associé, quant à lui, à la diversification des manufacturiers mobiles présents sur le sol algérien et à la multiplication de leurs offres adaptées aux spécificités du marché algérien. De nouveaux acteurs, souvent venus de Chine tels qu'Oppo, Xiaomi, Huawei, Infinix, InnJoo ont su flairer l'opportunité des marchés africains et moyen-orientaux et sont arrivés sur le marché avec des stratégies prix très agressives. Selon l'étude, en Algérie, Samsung reste le choix préféré des clients Jumia. "Une tendance surprenante car c'est le seul des 15 pays sondés avec la Tunisie où ce fabricant de smartphones est en tête de liste" souligne-t-on. Avec des fourchettes de prix bien plus élevées que les manufacturiers chinois, Samsung a su garder la préférence des Algériens. Le prix moyen d'un smartphone acheté sur Jumia a, de manière globale, connu une chute importante, passant de 23 500 dinars en 2015 à 18 900 dinars en 2016 relève l'étude, qui observe qu'un client sur quatre achetant un mobile sur Jumia réside à Alger.

Le reste est réparti entre les grandes villes algériennes telles qu'Oran qui occupe la deuxième position, Tlemcen, Béjaïa, Tizi Ouzou et Constantine. Selon l'étude, les Algériens sont devenus des mordus du m-commerce puisque, chaque mois, Jumia enregistre 577 000 visites, dont 42% de femmes et 58% d'hommes, ce qui représente une évolution de 44% de 2015 à 2016. "Si l'Algérie fait donc figure de meilleur élève au Maghreb et en Afrique en termes de pénétration internet et mobile et de potentiel de croissance, des efforts doivent être engagés pour encourager une population encore assez frileuse à découvrir les derniers usages d'Internet sur mobile tels que le m-commerce", estime-t-on.

Meziane Rabhi