



Autorité de Régulation des
Télécommunications et des Postes

RAPPORT DE SUIVI DES OFFRES ET PROMOTIONS DU
MARCHE DE DETAIL

Juillet-Septembre 2025

INTRODUCTION	2
I. LES OFFRES DE DETAIL DES OPERATEURS	2
1.1. Les offres de détail soumises pour approbation	2
1.2. Nature des offres soumises pour approbation	3
1.3. Répartition des offres de détail par segment de marché	5
II. LES PROMOTIONS OFFERTES PAR LES OPERATEURS	5
2.1. Les offres promotionnelles offertes par les opérateurs	5
2.2. Répartition des promotions par type	6
2.3. Parts des opérateurs sur les différents types de promotions	7
2.4. Les promotions nationales	7
2.5. Les promotions ciblées	7
2.6. Les promotions exceptionnelles	8
III. SYNTHESE	9
• Le suivi des offres de détail	9
• Le suivi des offres promotionnelles	9

INTRODUCTION

Dans le cadre de sa mission de suivi du marché de détail, l'Autorité de Régulation des Télécommunications et des Postes (ARTP) approuve, conformément à la réglementation, les demandes d'introduction sur le marché des produits, services et des promotions des opérateurs. Aussi, l'ARTP assure t'elle, régulièrement la veille à travers des tests d'activation et un suivi des "push SMS" envoyés par les opérateurs afin de vérifier le respect de la décision portant encadrement du marché de détail.

L'objectif étant de favoriser l'exercice d'une concurrence effective et d'avoir un marché équilibré au bénéfice des utilisateurs. Ce présent rapport présente la situation sur le marché de détail au courant du troisième trimestre 2025.

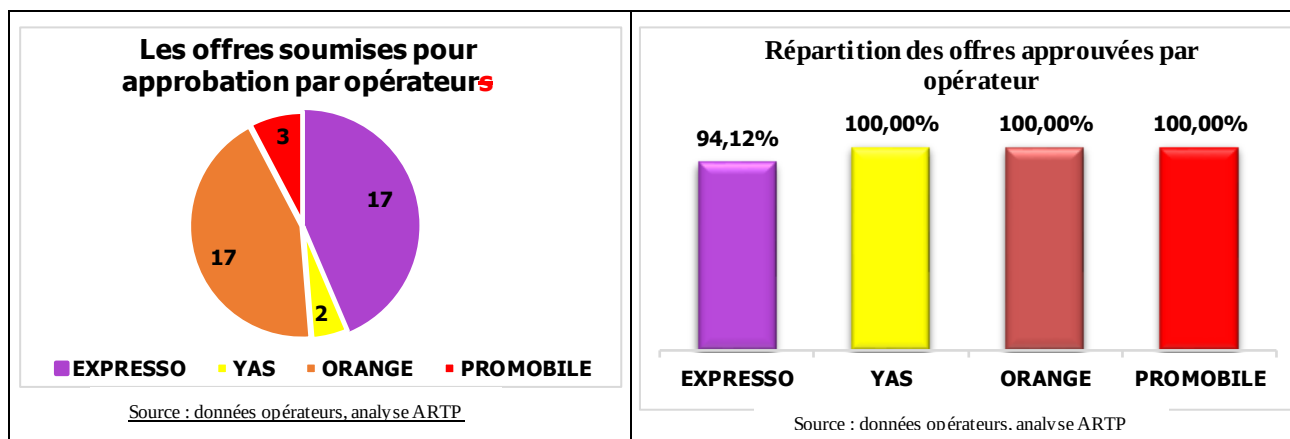
I. LES OFFRES DE DETAIL DES OPERATEURS

1.1. Les offres de détail soumises pour approbation

Conformément à l'article 4 de la Décision n°2023-21 du 6 décembre 2023 portant encadrement des promotions relatives à la fourniture de produits et services de communications électroniques, les opérateurs sont tenus de recueillir l'accord préalable de l'ARTP, par voie de courrier officiel, avant le lancement de tout nouveau produit ou service dans un délai de quinze (15) jours.

Au cours du troisième trimestre 2025, trente-neuf (39) offres ont été soumises à l'ARTP pour approbation, dont trente-trois (33) ont été validées, soit un taux d'approbation global de 84,6 %. Ces offres, émanant de l'ensemble des opérateurs titulaires de licence, se répartissent comme suit :

- EXPRESSO : dix-sept (**17**) offres (43,59 %) ;
- ORANGE : dix-sept (**17**) offres (43,59 %) ;
- PROMOBILE : trois (**3**) offres (7,69 %) ;
- YAS : deux (**2**) offres (5,13 %).



ORANGE et EXPRESSO ont chacun soumis dix-sept (17) offres durant ce trimestre. ORANGE enregistre un taux d'approbation de 100 %, traduisant une bonne conformité de ses offres. A noter que les offres Internet satellite de SONATEL ont été validées sous réserve de l'obtention l'autorisation d'utilisation des fréquences.

EXPRESSO affiche pour sa part un taux d'approbation de 94,12 %, soit seize (16) offres validées. Ce résultat confirme une amélioration notable dans les processus internes de conformité de l'opérateur, en contraste avec le trimestre précédent où plusieurs offres n'avaient pas été approuvées.

L'opérateur virtuel PROMOBILE a soumis trois (3) offres, toutes approuvées, soit un taux d'approbation de 100 %, témoignant de la conformité de ses propositions aux exigences réglementaires.

Enfin, YAS a présenté deux (2) offres, également approuvées à 100 %, ce qui reflète la continuité de sa stratégie commerciale et son alignement strict sur les critères d'approbation définis par l'ARTP.

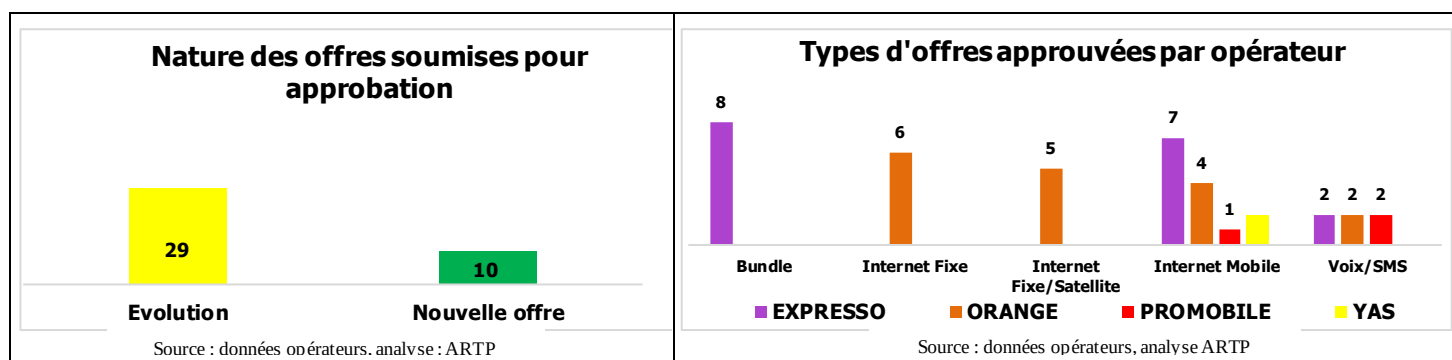
Dans l'ensemble, ce trimestre se caractérise par une meilleure conformité des offres soumises et une hausse du taux d'approbation pour la majorité des opérateurs, traduisant, ainsi le respect par les opérateurs des exigences réglementaires (rentabilité des offres soumises).

1.2.Nature des offres soumises pour approbation

Les offres de détail soumises à l'approbation de l'ARTP se répartissent en deux catégories : les évolutions tarifaires (29) et les nouvelles offres (10). Les évolutions tarifaires sont des modifications d'offres déjà existantes sur le marché de détail avec

une diminution ou augmentation de volumes de certaines composantes (voix/Sms/data) des offres bundles et Internet mobile.

Les nouvelles offres approuvées sont des forfaits de type Internet mobile, bundles et Internet fixe.



La majorité des offres soumises pour approbation (74,36 %) portent sur des modifications tarifaires d'offres existantes. Cela traduit une stratégie de réajustement des composantes de leurs offres (Voix, SMS et Data) pour rester compétitifs, sans forcément élargir leur gamme.

La part des nouvelles offres (25,64 %) contre 39,29 % au trimestre précédent montre également une dynamique de renouvellement et d'innovation plus marquée.

L'opérateur EXPRESSO concentre son activité sur les offres bundles (8 offres) et les offres Internet mobile (7 offres), confirmant sa stratégie d'attraction de la clientèle à travers des réajustements tarifaires visant à améliorer la compétitivité sur le segment prépayé. Deux offres exclusivement Voix viennent compléter sa gamme Jokko pour ce trimestre.

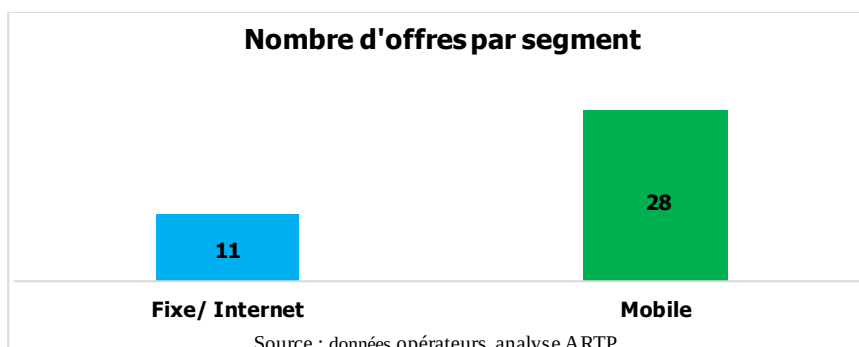
SONATEL, pour sa part, demeure le seul opérateur ayant soumis des offres Internet fixe (6) 5G et des offres Internet par satellite (5). En parallèle, ORANGE a proposé quatre (4) offres Internet mobile, deux (2) offres exclusivement Voix, confirmant la diversification de sa gamme tout en poursuivant ses initiatives sur les services fixes.

L'opérateur virtuel PROMOBILE a soumis trois (3) offres, dont une (1) offre Internet mobile et deux (2) offres Voix et SMS, illustrant la continuité de sa stratégie axée sur la simplification et la flexibilité de ses produits.

Enfin, YAS a présenté deux (2) offres Internet mobile, consolidant son positionnement sur le segment des services data mobiles et sa volonté de renforcer sa présence.

1.3. Répartition des offres de détail par segment de marché

Les opérateurs ont proposé des offres sur les deux segments de marché mobile et de l'Internet fixe pour les différents types de services (voix/SMS/Internet).



Au troisième trimestre 2025, le marché des offres de détail présente une évolution notable par rapport au trimestre précédent. Le segment mobile reste majoritaire avec vingt-huit (28) offres soumises. En parallèle, le segment fixe/Internet connaît une nette progression onze (11) offres soumises au cours de ce trimestre.

II. LES PROMOTIONS OFFERTES PAR LES OPERATEURS

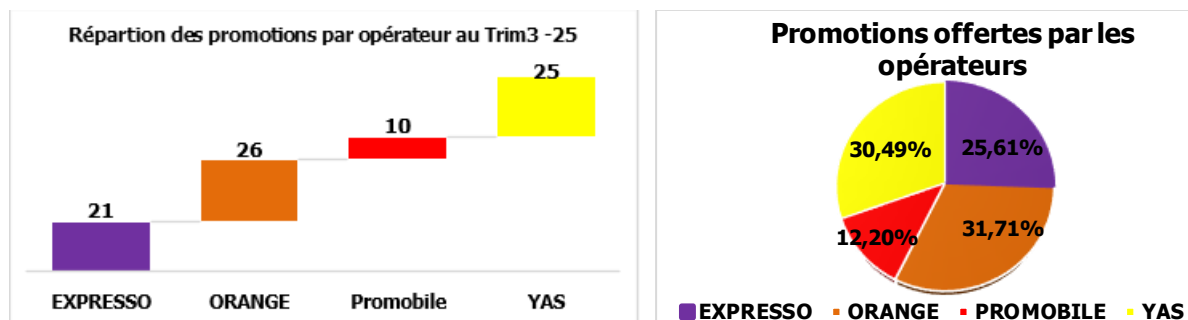
Le suivi des promotions permet au régulateur de vérifier le respect, par les opérateurs, des obligations fixées par la Décision n° 2023-21 portant encadrement des promotions relatives à la fourniture des produits et services de communications électroniques et d'analyser les différentes actions commerciales offertes par les opérateurs.

2.1. Les offres promotionnelles offertes par les opérateurs

Les opérateurs ont offert quatre-vingt-deux (82) promotions pour toutes leurs gammes d'offres prépayées mobile durant le troisième trimestre de l'année 2025, soit un niveau équivalent à celui du trimestre précédent.

Cette stabilité reflète le maintien du dynamisme commercial sur le segment prépayé. La répartition des promotions a été alignée avec les événements religieux de la période, constituant généralement des occasions privilégiées pour le lancement d'offres promotionnelles par les opérateurs.

Durant cette période, ORANGE se distingue avec 31,71 % des promotions, suivi de YAS (30,49 %) et EXPRESSO (25,61 %), tandis que PROMOBILE enregistre une part plus modérée (12,20 %).

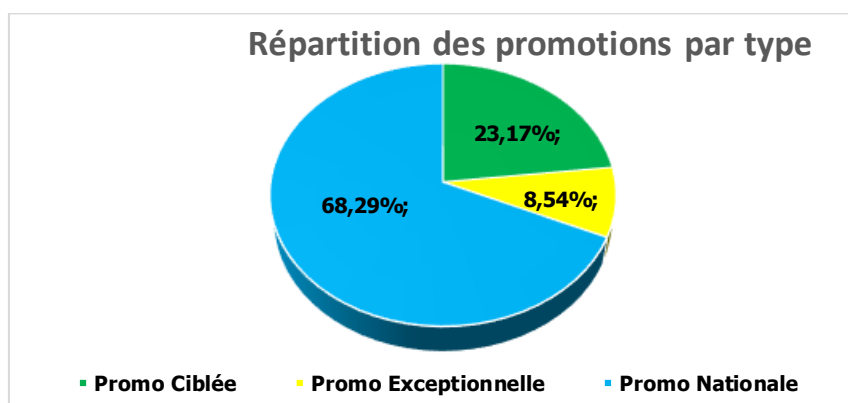


Source : données opérateurs, analyse : ARTP

2.2.Répartition des promotions par type

Trois types de promotions sont offertes aux utilisateurs notamment des promotions nationales, ciblées et des spéciales ou exceptionnelles. Ainsi, pour ce trimestre, la part des promotions nationales représente 68,29 contre 23,17% pour les promotions ciblées.

La part des promotions spéciales ou exceptionnelles est de 8,54% et correspond aux promotions offertes par les opérateurs lors de la période des fêtes Pentecôte, du Magal Touba et du Gamou.



Source : données opérateurs, analyse : ARTP

La forte proportion de promotions nationales (68,29%) montre une volonté des opérateurs de s'adresser à l'ensemble de leur base client, au-delà des promotions ciblées.

2.3.Parts des opérateurs sur les différents types de promotions

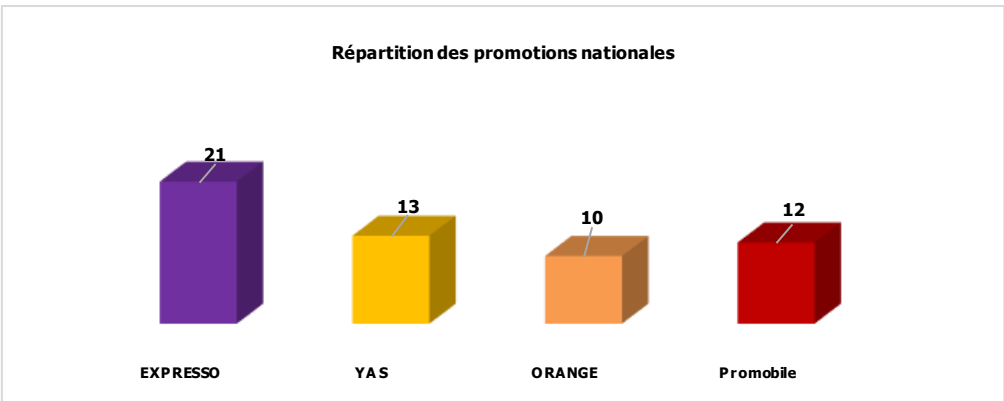
Le tableau ci-dessous présente la part de chaque opérateur pour les différents types de promotions offertes sur le marché de détail. Concernant les promotions spéciales, l’ARTP a autorisé le même nombre pour tous les opérateurs.

	EXPRESSO	ORANGE	PROMOBILE	YAS	Total
		9,75%		13,41%	23,17%
Promo Ciblée	(0)	(8)	(0)	(11)	(19)
Promo Exceptionnelle	(0)	(5)	(0)	(2)	(7)
	25,61%	15,85%	12,20%	14,63%	68,29%
Promo Nationale	(21)	(13)	(10)	(12)	(56)
	25,60%	31,71%	12,20%	30,49%	100%
Total général	(21)	(26)	(10)	(25)	(82)

L'absence d’offres promotionnelles ciblées chez PROMOBILE et EXPRESSO pourrait s’expliquer par la structure de leurs offres.

2.4.Les promotions nationales

La décision portant encadrement des promotions, autorise les opérateurs à proposer quinze (15) promotions nationales par cycle de quatre-vingt-dix jours (90). Les opérateurs ont offert, au cours du troisième trimestre 2025, cinquante-six (56) promotions nationales qui couvre la période du cycle 23.



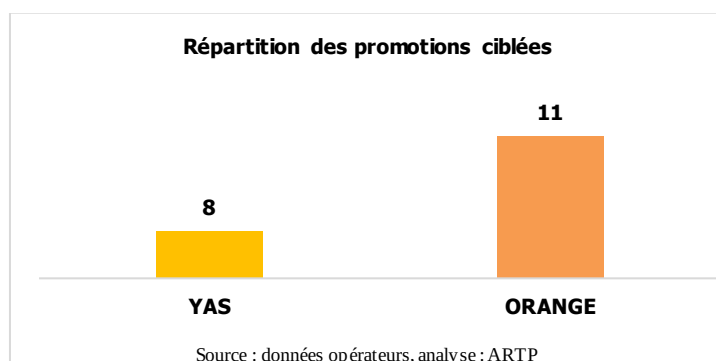
Source : données opérateurs, analyse : ARTP

2.5.Les promotions ciblées

Les promotions ciblées permettent aux opérateurs de mettre en place des actions commerciales spécifiques visant à stimuler les clients inactifs et à les encourager à utiliser certains services en fonction de leurs besoins de consommation.

Les opérateurs sont autorisés à lancer jusqu'à douze (12) jours de promotions ciblées durant un cycle, avec plusieurs promotions possibles par jour, mais ne dépassant pas 10% de leur parc prépayé.

Ainsi, YAS et ORANGE ont offert respectivement huit (08) et onze (11) promotions ciblées au cours de ce trimestre. Il convient de noter que EXPRESSO et PROMOBILE n'offrent pas de promotions ciblées en raison de la structure de leurs offres de détail prépayées.



2.6. Les promotions exceptionnelles

Les promotions spéciales ou exceptionnelles correspondent aux événements religieux et aux activités spéciales, pendant lesquels l'ARTP accorde un certain nombre de promotions. Les promotions exceptionnelles de ce trimestre sont particulièrement marquées par les fêtes de Pentecôte, du Magal Touba, du Gamou et de Tamkharite.

L'opérateur ORANGE a proposé plus de promotions exceptionnelles cinq au total (5) suivi de YAS deux (2) pour ce Cycle 3.

III. **SYNTHESE**

L'encadrement du marché de détail, mis en œuvre ces dernières années, a permis un meilleur suivi de la concurrence (analyse des offres et des promotions). Ci-dessous, la synthèse des activités au cours du troisième trimestre.

Le suivi des offres de détail

L'ARTP a reçu, par courriers officiels, de la part des opérateurs, trente-neuf (39) offres de détail pour approbation au cours du troisième trimestre de l'année 2025 avec principalement des évolutions tarifaires (29), de nouvelles offres (10). Aucune suppression d'offres n'a été notée durant ce trimestre. Toutes les offres des opérateurs soumises au cours de ce trimestre ont été approuvées, à l'exception de l'offre relative aux réseaux sociaux soumise par EXPRESSO.

A noter que les offres Internet satellite de SONATEL, ont été validées notamment sous réserve d'obtenir l'autorisation d'utilisation des fréquences requises et d'assurer la diffusion d'une information exacte et complète à l'endroit de leurs clients

PROMOBILE et YAS n'ont enregistré aucune offre non approuvée ce trimestre.

Sur les offres soumises pour approbation les vingt-neuf sont des évolutions tarifaires (29), et dix (10) concernent de nouvelles offres.

Le suivi des offres promotionnelles

Au troisième trimestre 2025, les opérateurs ont lancé quatre-vingt-deux (82) promotions sur le segment prépayé mobile.

ORANGE se positionne en tête avec 31,71 % des promotions, suivi de YAS avec 30,49% et EXPRESSO 25,61 %, tandis que PROMOBILE enregistre 12,99 %.

Les promotions nationales dominant (68,29 %), visant l'ensemble de la base client. Les promotions ciblées (23,17%) ont été proposées uniquement par YAS et ORANGE. Les promotions exceptionnelles (8,54 %) ont été mises en place lors des fêtes et événements religieux.