



La Cameroon Telecommunication (Camtel), via sa marque commerciale Blue, entend élargir ses services téléphoniques. L'opérateur national prépare actuellement le lancement de son service mobile Money «Blue Money ». Camtel veut faire son entrée dans un marché où le Français (Orange) et le Sud-africain (MTN) ont quasiment raflé les parts de marchés. Toutefois, l'entreprise publique compte bien glaner des parts dans ce marché très concurrentiel. D'autant plus que le flux de transactions est passé de 887 milliards de FCFA en 2016 à 12 151 milliards de FCFA en 2020 à en croire les données officielles du marché.

Dans son plan de conquête du marché, la compagnie de téléphonie axe son nouveau service à la jeunesse. « Nous entendons cibler la jeunesse connectée, tournée vers le smartphone, qui fait près de 40% de taux de pénétration au Cameroun. En attaquant cette niche qui gonfle, nous entendons saisir rapidement une partie du marché mobile. En attaquant cette niche qui gonfle, nous entendons saisir rapidement une partie du marché mobile», renseigne une source en interne.

De plus, l'opérateur historique entend lancer sa propre solution de paiement électronique. « Nous travaillons présentement, pour lancer notre propre solution de paiement électronique. Le marché du mobile se constitue de plus de 20 millions de puces, mais environ 11 millions d'abonnés uniques possédant deux ou trois SIMs. Nous sommes aux portes du million d'abonnés, à peine 20 mois après le lancement de cette marque, et nous sommes conscients

que le lancement de Blue Money nous donnera une assise indiscutable au Cameroun », renchérit la même source.

La benjamine du marché mobile, annonce également le déploiement d'un réseau de distribution de centaines de milliers de points de ventes. « Nous avons opté pour la distribution de airtime via les moyens de paiements électroniques disponibles sur le marché, avec des partenariats consolidés avec des applications mobiles, telles que Switchn et Glotelho. Le principe nous permet d'assurer une disponibilité de notre airtime 24/7, à une clientèle qui sera à 90% smartphone », précise Camtel.

L'entrée en scène de Camtel devrait accentuer la bataille commerciale pour le contrôle du Mobile Money. Déjà, les deux opérateurs se livrent à une véritable bataille de positionnement dans le segment du Mobile Money. Depuis le 11 mars dernier, l'opérateur des télécoms MTN Cameroon a porté à un autre niveau la bataille qui se livre autour du Mobile Money. La filiale du groupe sud-africain indique que depuis cette date les frais généralement débiteurs sur les comptes des utilisateurs de son réseau lors des transferts d'argent sont réduits de moitié. Cette baisse des prix chez l'opérateur MTN semble alors être une réponse à son principal concurrent Orange Cameroun. Ce dernier, a depuis plusieurs semaines a annoncé la possibilité d'ouvrir ses comptes avec les puces de ses concurrents MTN, Camtel et Nexttel. En d'autres termes, à partir de la puce de ses concurrents, les usagers peuvent désormais ouvrir un compte Mobile Money chez Orange.

Un marché disputé

Sauf qu'en l'absence des données officielles du marché du Mobile money au Cameroun ; chaque compagnie se prévaut leader. Selon le Sud-africain, 5 millions de comptes MTN Mobile Money sont actifs au 31 décembre 2022. De ce fait, la société de télécommunications se revendique leader du marché. Position largement contestée par son concurrent, qui en 2020, révélait avoir à son actif 7 millions de compte actifs, et en 2021, elle a comptabilisé des transactions cumulées mensuelles d'un montant de 800 milliards de FCFA.

Rappelons que pour le lancement de «Blue Money », l'entreprise a négocié un crédit de 53 milliards FCFA auprès d'un pool de banques en activité au Cameroun, avec comme arrangeur principal la Commercial Bank of Cameroon (CBC).

EcoMatin