



LE MARCHÉ DES TELECOMMUNICATIONS LE PREMIER MARCHÉ D'ASIE DU SUD-EST



LE 4EME MARCHÉ MONDIAL

Peuplée de 258 millions d'habitants (4ème pays au monde par la population) et constituée de 17 508 îles, l'Indonésie est un marché important pour l'industrie des télécommunications avec 25,4% de taux de pénétration de « smartphone » et 140% de taux de pénétration des cartes SIM. Ce secteur contribue à hauteur de 85,2 MUSD dont 9,61% de PIB 2016. Les investissements substantiels des opérateurs indonésiens de téléphonie mobile ont été consacrés au déploiement des infrastructures de réseaux mobiles avancés tels que le Wimax, la fibre optique, les services 3G, 4GLTE, le back-bone, à l'amélioration du service haut débit, au développement des services mobiles et aux nouvelles applications (e-wallet, M-banking, offre triple play, musique numérique, services Mobile-TV et publicité sur mobile). Ces derniers, permettant l'émergence de nouveaux services tels que la visioconférence, la TV mobile en streaming/analogue/DVB-H et l'accès à Internet haut débit, constituent un véritable marché, non seulement pour les équipementiers, qui sont les plus gros bénéficiaires de ces investissements, mais également pour les sociétés de contenus mobiles. Les opérateurs, aujourd'hui en quête de « business models » plus viables et d'applications plus innovantes et adaptées, dépendent largement de la créativité de ces fournisseurs, une centaine recensée sur le marché local (JatisMobile, boleh.net, Java Code, detikcom, M-star, Kompas Cybermedia, Visitel, etc.).

- Taux de pénétration mobile : 131%, Nombre d'abonnés mobile : 319 millions (2016) ;
- Plus de 80 millions d'utilisateurs se connectent via la 3G et 4G
- 10 opérateurs de téléphonie mobiles opérationnels (GSM et CDMA) – ARPU 2,92 USD

LES SMARTPHONES REVOLUTIONNENT LE MARCHÉ

Avec 64,4 millions de smartphones actifs en 2016, l'Indonésie est un pays ultra connecté et cette tendance touche toutes les tranches de la population (Age, revenu, région...). Cette structure de marché pousse les acteurs des télécoms à renouveler leurs offres et à adapter leurs infrastructures (4G LTE, offres de boîtiers wifi mobile, pay TV et contenu multimédia...).

Pour les systèmes d'exploitation, Android OS représente 83,7% des terminaux en Indonésie suivi par Apple iOS (12,3%), Windows phone (3,3%) et BlackBerry OS (0,7%). Les marques des terminaux mobiles les plus vendus sont Samsung (25,1%), Nokia (12,5%), Nexian (9,5%), Andromax (7,7%), Evercoss (7,5%), Oppo (5,2%), Huawei (4,4%). Par ailleurs, 85% du volume des connections internet en Indonésie proviennent de smartphones.

LES PRINCIPAUX ACTEURS

Le marché de la téléphonie mobile en Indonésie est constitué d'un « BIG 5 » en 2016 suite au rachat de l'opérateur Bakrie Telekom par Smartfren :

Telkomsel (43% du marché)

Opérateur historique avec plusieurs marques (Simpati, As, et Halo). Il fonctionne avec le GSM 900-1800 MHz, le réseau 2G/3G,4G et au niveau international grâce à 538 partenaires d'itinérance dans 200 pays. Telkomsel est le premier opérateur mobile qui lancé son service pour les réseaux de téléphonie mobile 4G LTE en 2014. En 2015, Telkomsel a atteint le nombre record de 135 millions d'utilisateurs. Telkomsel est le 6ième plus grand opérateur mobile au monde.

Indosat Ooredoo (18% du marché)

Cette entité indonésienne du groupe Ooredoo est en pleine mutation depuis 2015 sous l'impulsion de l'actionnaire majoritaire Qatari. Ce rachat permet à Indosat Ooredoo de reprendre des standards et un marketing global lié à la maison mère des Emirats. Pionnier sur le développement des start-ups et du mobile banking, Indosat Ooredoo détient avec ses 55,5 millions d'abonnés la deuxième place pour les services mobiles (Matrix, Mentari et IM3), 2G/3G/4G, Wimax, satellite, ISP.

XL Axiata (16 % du marché)

XL offre l'Internet haut débit, les communications mobiles et les services 2G/3G/4G sur le GSM 900/DCS 1800 et IMT-2000/3G. Fin 2014, la société compte plus de 50 millions d'abonnés à travers l'Indonésie. XL Axiata a décidé d'investir 2,6 Mds USD en 2015 destinés uniquement au développement des réseaux 4G.

HUTCHINSON 3 (11% du marché)

Fondée en 2000, filiale du groupe Hongkongais CK HUTCHINSON HOLDING et codétenu par la famille Thohir, « Tri » s'impose comme le 4eme opérateur du marché avec plus de 35 millions d'abonnés mobiles. Hutchinson 3 a connu en 2015 la plus forte progression de marché, en augmentant de 48% en 2015 et cible 65 millions d'abonnés en 2016 (*source Hutchinson 3*).

Smartfren – Bakrie Telekom (8% du marché)

Suite au rachat par SMARTFREN (groupe SINARMAS) de l'opérateur CDMA Bakrie Telekom (marque ESIA) en 2016, SMARTFREN est devenu le 4eme opérateur indonésien. Très bien implanté sur le segment internet mobile, 4G, SMARTFREN a lancé en 2015 une offre 4G LTE et propose des packages carte SIM + Smartphones sous la marque Andromax.

UN MARCHÉ A OPPORTUNITES

Le secteur des télécommunications en Indonésie offre l'avantage d'être composé d'acteurs avides de nouvelles technologies (création de VC détenues par les opérateurs, lancement de nouvelles offres...) et réalisant de nombreux projets d'infrastructures (extension du réseau, 4G LTE, Fibre...)

Par ailleurs, comme la loi indonésienne l'impose depuis 2014, tout smartphone commercialisé en Indonésie doit contenir au moins 40% de contenu local ce qui a poussé l'intégralité des grands acteurs du marché (Samsung, Huawei, LG, Wiko...).

Projets et opportunités énoncés par les acteurs locaux :

- Outils et solutions participant à l'amélioration et modernisation des réseaux
- Projets d'infrastructures (BTS, Repeater, ingénierie infrastructures...)
- Site management (RMS, energy solutions, cooling systems, extension signal, solutions off grid...)
- Sécurisation des appels et des connections online (lutte contre la piraterie)
- Infrastructures et softwares pour développer l'OTT et la pay TV via mobile
- Installations radios et surveillance satellitaire.

POUR ALLER PLUS LOIN



Procurez-vous le Guide des affaires Business France en INDONÉSIE

Pour comprendre les spécificités commerciales de ce pays et vous aider à faire les bons choix : de l'information très opérationnelle assortie de conseils précieux.

Commandez-le...

Retrouvez toutes les publications Business France sur INDONÉSIE en suivant ce lien :

<http://export.businessfrance.fr/indonesie/export-indonesie-avec-notre-bureau.html>

Pour toute information relative à ce secteur d'activité, contactez :

Rachid BOULAOUINE, Conseiller Export

Tél. : +62(0)21 23 55 79 85

Email : rachid.boulaouine@businessfrance.fr

Retrouvez le détail de nos produits sur : www.export.businessfrance.fr

© 2016 - BUSINESS FRANCE

Toute reproduction, représentation ou diffusion, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse de Business France, est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par les articles L.335-2 et L.335-3 du code de la propriété intellectuelle.

CLAUSE DE NON-RESPONSABILITE

Business France ne peut en aucun cas être tenu pour responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés. Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées ainsi que les informations et données contenues dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin. Business France ne saurait en aucun cas être tenu pour responsable d'éventuels changements.

AUTEUR

BUSINESS FRANCE Indonésie - Jakarta

Adresse : Ambassade de France en Indonésie
20 Jalan M.H Thamrin, 10350 Jakarta, Indonésie

Rédigée par : Suci WIJAYANTI

Revue par : Rachid BOULAOUINE

Version originelle du 05/01/2016

Version mise à jour le 15/08/2017