

SYNTHESE DE L'ETUDE SUR LE MARCHE CONGOLAIS DES POSTES ET COMMUNICATIONS ELECTRONIQUES



JUILLET
2020

• À l'initiative de



• Réalisé au



• Conduite par



SOMMAIRE

I	INTRODUCTION	P.2	
II	LA METHODOLOGIE	P.4	
III	LA TELEPHONIE FIXE	P.10	
IV	LA TELEPHONIE MOBILE	P.16	
V	LE MARCHE D'INTERNET	P.24	
VI	LE MARCHE POSTAL	P.35	

I - INTRODUCTION



Contexte

La collecte de données en vue de l'étude sur le marché congolais des postes et communications électroniques a été réalisée dans les localités de *Ouessou, Mokeko, Brazzaville, Makabana, Dolisie et Pointe-Noire* du 08 Septembre au 15 Novembre 2019.

En quelques chiffres, la collecte de données a représenté :

- ✓ 4 Départements / 6 Localités / 15 Arrondissements
- ✓ 228 Entreprises visitées
- ✓ 445 Employés interrogés
- ✓ 1.800 Ménages rencontrés
- ✓ 2.661 Particuliers interviewés
- ✓ Plus de 2.000 Tracts ARPCE « 50/50 » distribués
- ✓ Plus de 3.000 km parcourus dans tout le Congo



II - METHODOLOGIE





Le Cadre conceptuel

La cible définie dans le cadre de cette enquête, les villes qui délimitent le périmètre géographique ainsi que les critères d'éligibilité adoptés pour les populations à enquêter sont les variables retenues dans le cadre de notre étude.

Cible

Population âgée de 10 ans et plus

Eligibilité

Usagers du téléphone Fixe ou Mobile, de l'Internet et /ou des Services Postaux

Villes

Brazzaville, Pointe-Noire, Dolisie, Makabana, Ouesso et Mokeko



Méthodologie « Ménages »

✓ Enquête auprès des Ménages

La méthodologie de sondage utilisée pour l'enquête auprès des Ménages a été *un sondage probabiliste suivant un tirage à deux degrés*

Base de sondage

Notre étude a utilisé comme Base de sondage celle du MICS (*Multiple Indicators Cluster Survey*) de l'UNICEF de 2014.

Tirage au 1^{er} degré

Par le biais d'un *sondage par approche aréolaire*, au 1^{er} degré, nous avons effectué *un tirage à probabilité inégale* pour obtenir une liste des Zones de Dénombrement (ZD) du Congo.

Tirage au 2nd degré

Au 2nd degré, nous avons effectué un *sondage aléatoire systématique* afin d'obtenir la liste des ménages à enquêter dans chaque ZD.



Echantillon « Ménages »

L'échantillon « Ménages » obtenu après collecte des données correspond à :

✓ Echantillons enquêtés par départements et par catégories

Départements	Ménages	Individus éligibles
Brazzaville	600	834
Pointe-Noire	600	898
NIARI (Dolisie / Makabana)	300	506
SANGHA (Ouessou / Mokeko)	300	423
Total	1800	2661

✓ Echantillons enquêtés par catégories, avant et après pondération

Catégories	Non Pondéré	Pondéré
Ménages	1800	39 780
Individus éligibles	2661	1 354 756



Méthodologie « Entreprises »

✓ Enquête auprès des Entreprises

A défaut de disposer de données exactes pour les entreprises formelles, nous avons choisi d'utiliser une méthode d'échantillonnage par choix raisonné. L'échantillon « Entreprises » obtenu après collecte des données correspond à :

Départements	Entreprises	Nombre de personnes enquêtées
Brazzaville	62	170
Pointe-Noire	86	166
NIARI (Dolisie)	51	64
SANGHA (Ouessou)	29	45
Total	228	445

Plus de 70 % des entreprises, choisies de manière aléatoire par les enquêteurs, qui ont accepté de laisser leurs agents participer à notre enquête étaient des Petites et Moyennes Entreprises (PME).



Les Outils de collecte

La collecte de données a été réalisée par le biais de trois types de Questionnaires « papiers », administrés en face à face, et qui ont été retranscrits dans les bases de données conçues à cet effet.

Questionnaire Ménage

Administré au chef de ménage, il a permis d'apprécier l'équipement des foyers et leur usage des TICs tout en définissant les différents membres du ménage éligibles à l'enquête.

Questionnaire Individuel

Administré aux individus éligibles pris dans les ménages, il a permis de recueillir des données liées à l'usage, l'appréciation et la satisfaction des consommateurs pour les services offerts.

Questionnaire Entreprise

Administré aux individus pris au sein des entreprises, il a permis de collecter des données concernant l'équipement et l'usage des Technologies de l'information au sein des structures congolaises.

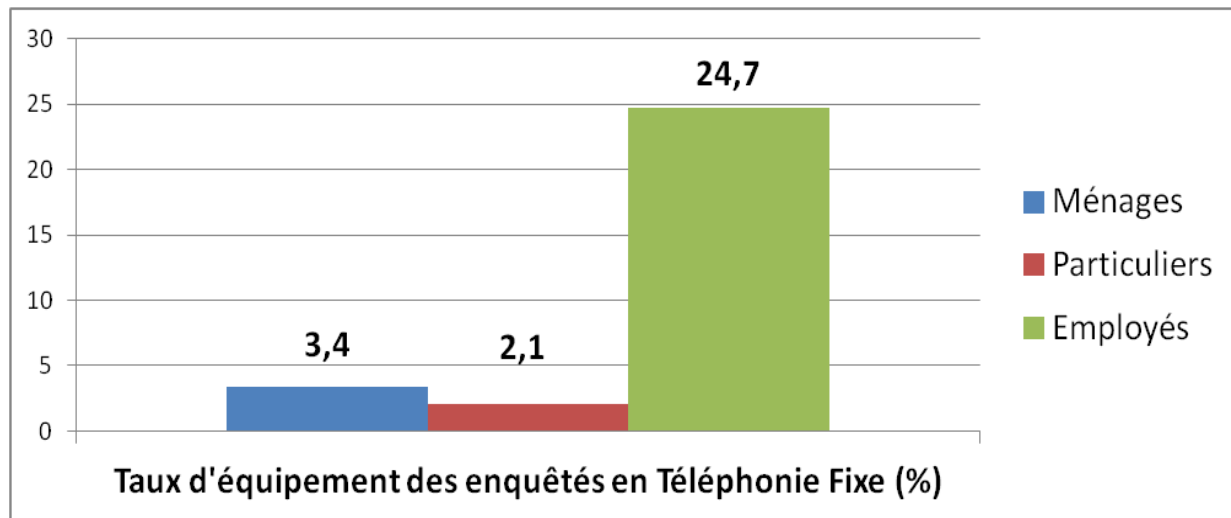
III – LA TELEPHONIE FIXE





Le Marché de la Téléphonie Fixe

Sur le marché de la Téléphonie Fixe, bien que Congo Télécom reste le principal fournisseur de services, certaines entreprises ont de plus en plus recours à des téléphones fixes intégrant des cartes SIM GSM.



Au sein des entreprises :

- **22 %** des employés utilisent une ligne fixe Congo Télécom
- **2,7 %** ont recours à une ligne fixe avec carte SIM d'un opérateur mobile.

Les usagers de Congo Télécom sont principalement recensés dans les villes de Pointe-Noire et de Brazzaville.

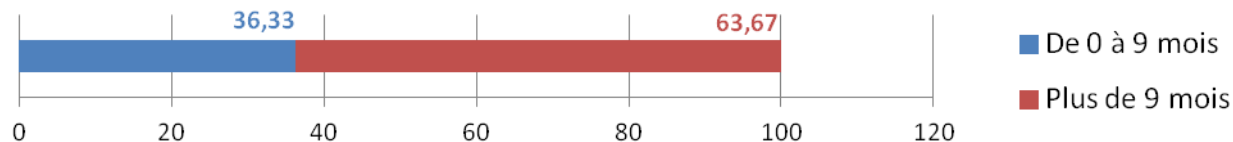


Durées d'abonnement au Fixe



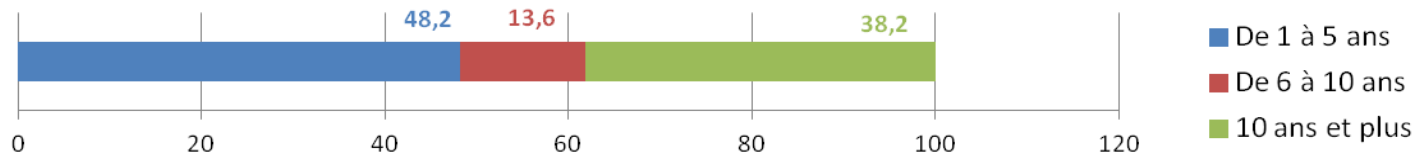
63,67 % des particuliers qui utilisent une ligne fixe le font pour être joignable à domicile et sont abonnés à Congo Télécom depuis plus de 9 mois.

Durée d'abonnement des particuliers à la Téléphonie Fixe (%)



48,2 % des employés évoluent dans des entreprises abonnées aux services de téléphonie fixe depuis moins de 5 ans.

Durée d'abonnement des professionnels à la Téléphonie Fixe (%)

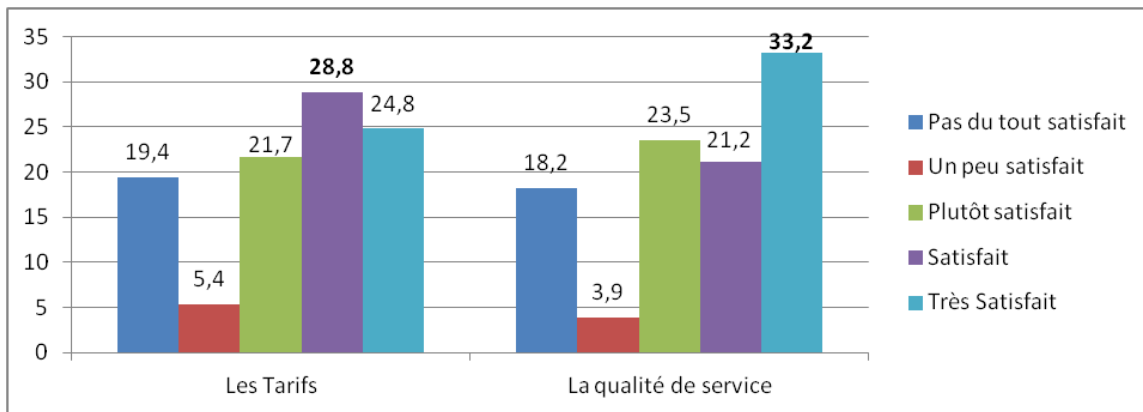


Du fait de l'absence d'interconnexions internationales, les principaux appels émis et reçus sur les lignes fixes de Congo Télécom concernent le réseau national.



Satisfaction des usagers du Fixe

Satisfaction des particuliers

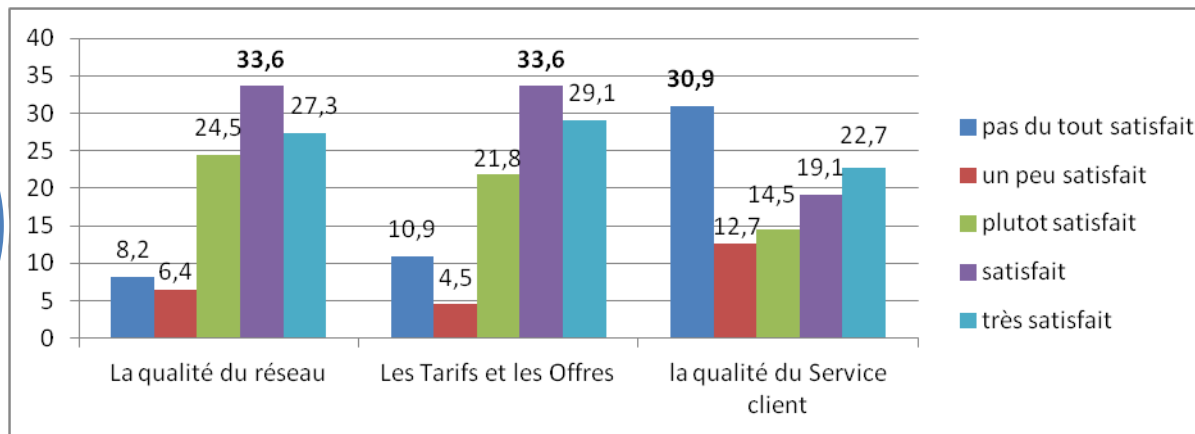


- 28,8 % des particuliers sont satisfaits des tarifs

- 33,2 % des particuliers sont très satisfaits de la qualité de service.

- 33,6 % des employés sont satisfaits des tarifs et de la qualité du réseau

- 30,9 % des employés ne sont pas du tout satisfaits de la qualité du service client.

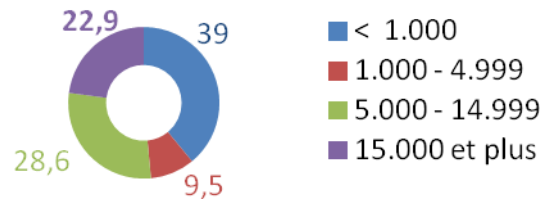


Satisfaction des employés

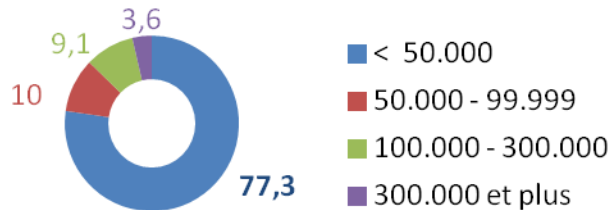


Budget & Appréciation des usagers

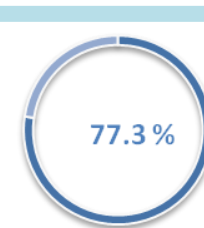
22,9 % des **particuliers** ont un budget mensuel supérieur ou égal à **15.000 F CFA** par mois.



- < 1.000
- 1.000 - 4.999
- 5.000 - 14.999
- 15.000 et plus

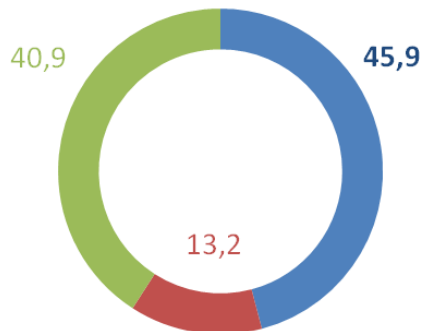


- < 50.000
- 50.000 - 99.999
- 100.000 - 300.000
- 300.000 et plus



77,3 % des **employés** ont estimé que le budget mensuel de leurs entreprises pour les communications fixes était inférieur à **50.000 F CFA**

Les services que Congo Telecom pourrait améliorer selon les particuliers (en %)



- Améliorer la qualité du réseau
- Réseau de distribution des cartes - recharges
- Améliorer les tarifs

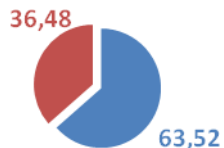
- Plus de **40 %** des particuliers abonnés à la téléphonie fixe pensent que l'opérateur national historique devrait travailler à améliorer la qualité du réseau et les tarifs .



Retours sur le Service Client



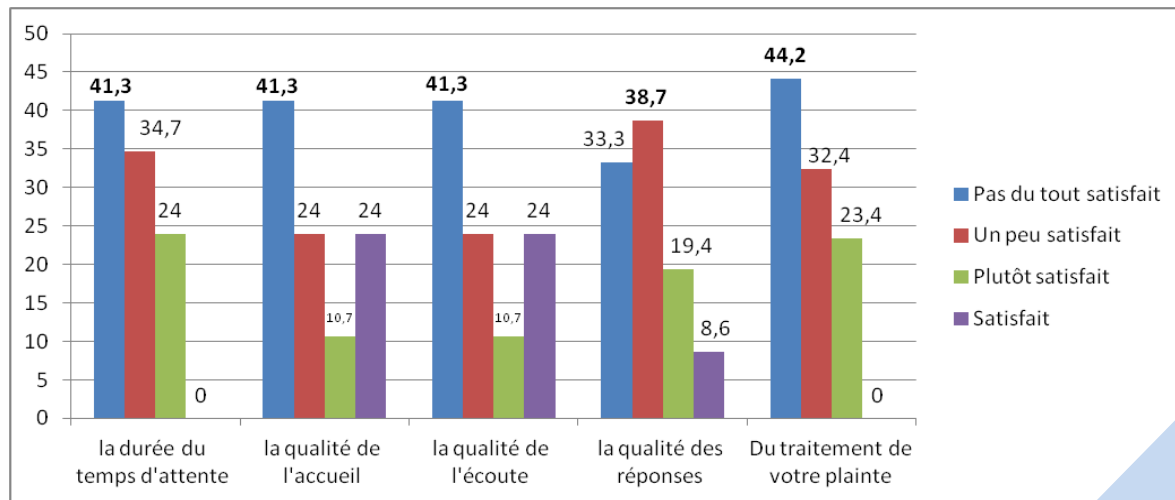
5,3 % des particuliers abonnés à la téléphonie fixe ont déjà contacté le service client de l'opérateur national.



63,52 % de ces particuliers ont contacté le service client pour « acheter une carte recharge » tandis que **36,48 %** l'ont fait pour « faire une réclamation ».

Satisfaction des particuliers pour le service client de l'opérateur national de la téléphonie fixe

- Plus de **40 %** des particuliers qui ont contacté le Service Client ne sont « **pas du tout satisfaits** » de la durée du temps d'attente, de la qualité de l'accueil, de l'écoute accordée et du traitement de la plainte.



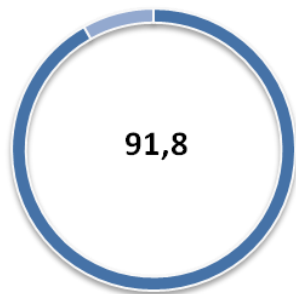
IV – LA TELEPHONIE MOBILE



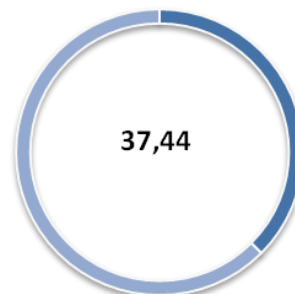


Le Marché de la Téléphonie mobile

Sur le marché de la Téléphonie Mobile, AIRTEL (32.7 %) et MTN (67.2 %) cumulent la majorité des abonnés existants tandis que l'opérateur AZUR (0,1%) tire progressivement sa révérence.



91,8 % des particuliers possédaient un téléphone mobile



37,44 % des particuliers possédaient plusieurs cartes SIM (Multi-Simming)

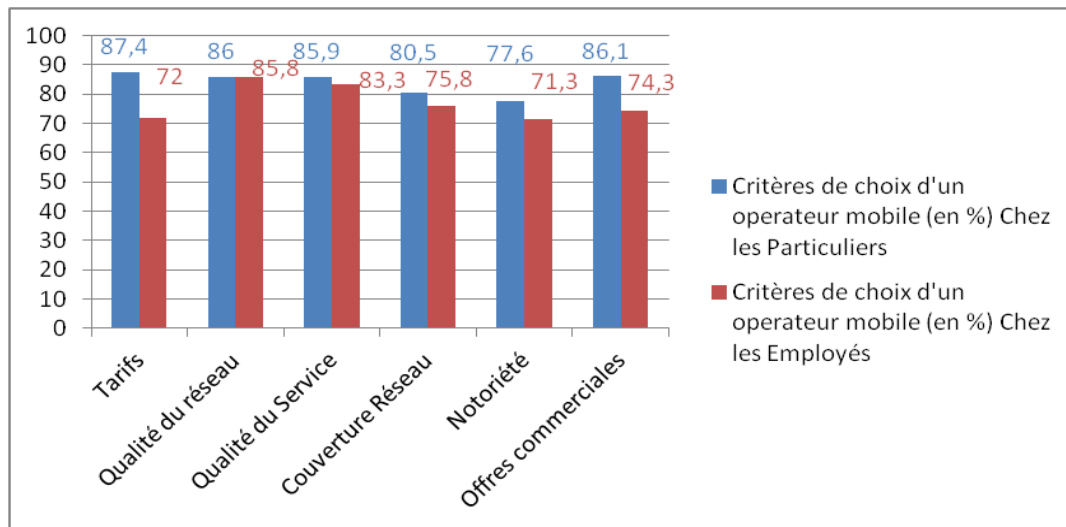
Alors que **67,53 %** des particuliers qui utilisent le Multi-Simming le font pour faciliter la communication (*meilleurs tarifs*) avec des correspondants du même opérateur, **32,47 %** estiment y avoir recours pour être à l'abri des problèmes de réseau et profiter des offres dédiées à chaque prestataire.

Le taux de pénétration de la Téléphonie Mobile, au mois d'Octobre 2019, était estimé à près de 100 %.



Les critères de choix d'un opérateur

La qualité du réseau et celle du service restent des critères déterminants dans le choix d'un opérateur mobile pour tous les utilisateurs bien que les particuliers accordent plus d'importance aux tarifs là où les employés privilégient la couverture réseau.



- Plus de 85 % des enquêtés privilégient la qualité du réseau.

- Plus de 80 % des enquêtés accordent de l'importance à la qualité du service.

- 87,4 % des particuliers estiment que les Tarifs sont plus importants.

- 75,8 % des employés définissent la couverture réseau comme un des critères de choix décisifs.

Alors que le 3^{ème} acteur du marché tend à s'effacer, **80.2%** des employés en entreprises sont favorables à l'installation d'un nouvel opérateur de téléphonie mobile contre seulement **59 %** des particuliers rencontrés au sein des ménages.



Abonnements & Moyens de recharge

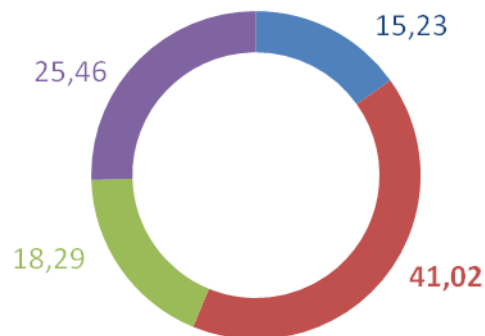


97,67 % des particuliers rencontrés, et utilisant une ligne mobile, possédaient des abonnements « Prépayés ».



38,2 % des employés interrogés avaient recours à un abonnement « Post Payé » dans le cadre de leurs activités professionnelles.

Les principaux moyens de rechargement utilisés par les particuliers (en %)



- Mobile Banking (Mobile Money / Airtel Money)
- Cartes prépayées
- SOS Crédit
- Transfert de crédit (SAP SAP / M2U)

- Les **cartes prépayées (41,02 %)** et les **Transferts de crédit (25,46 %)** restent les principaux moyens de rechargement utilisés.

- De plus en plus de particuliers ont recours au **Mobile Banking (15,23 %)**.



Usage des Services Over The Top (OTT)



57,3%

57,3 % des particuliers interrogés possédaient un « Smartphone ».



60,9 %

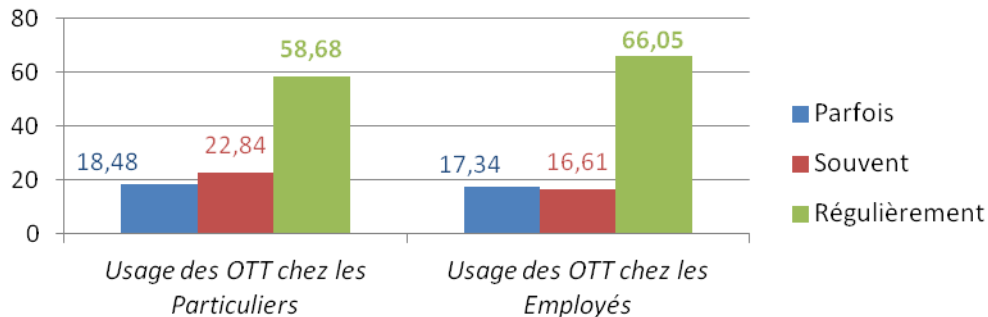
60,9% des employés utilisent les OTT *.



44,69 %

44,69% des particuliers ont recours aux OTT *.

Fréquence d'usage des OTT (Over The Top)* chez les enquêtés (en %)

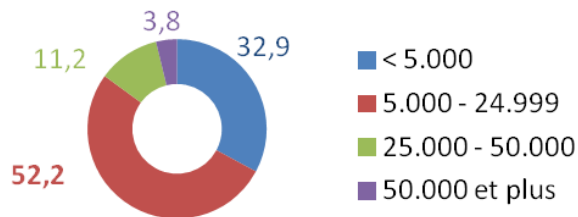
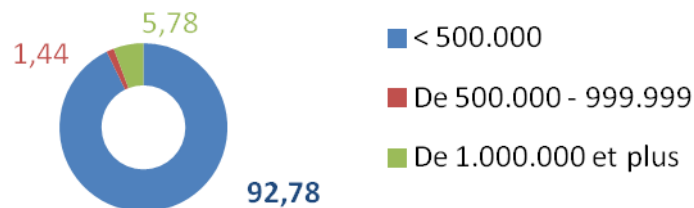


- **58,68 %** des particuliers utilisent régulièrement les OTT (*Skype, Facebook, etc*)

- **66,05 %** des employés ont régulièrement recours aux OTT.

Budget & Perception des tarifs

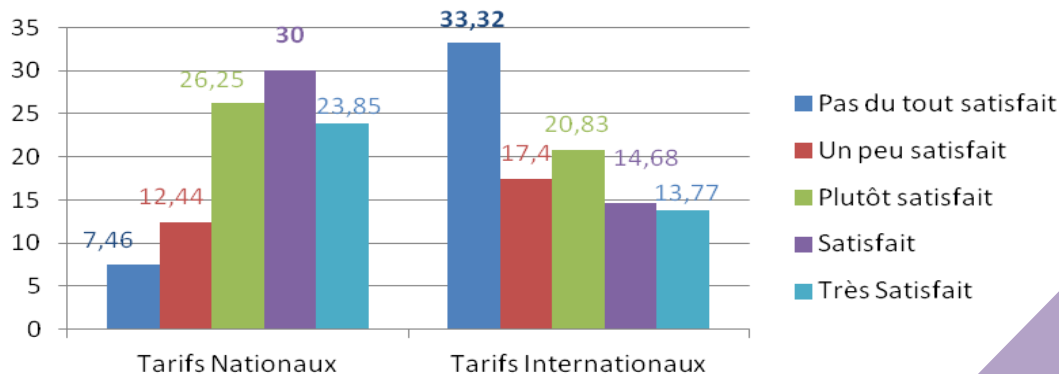
92,78 % des **employés** ont estimé que le budget mensuel de leurs entreprises pour les communications mobiles était inférieur à **500.000 F CFA**.



52,2 % des **particuliers** investissent mensuellement un budget compris entre **5.000** et **25.000 F CFA**.

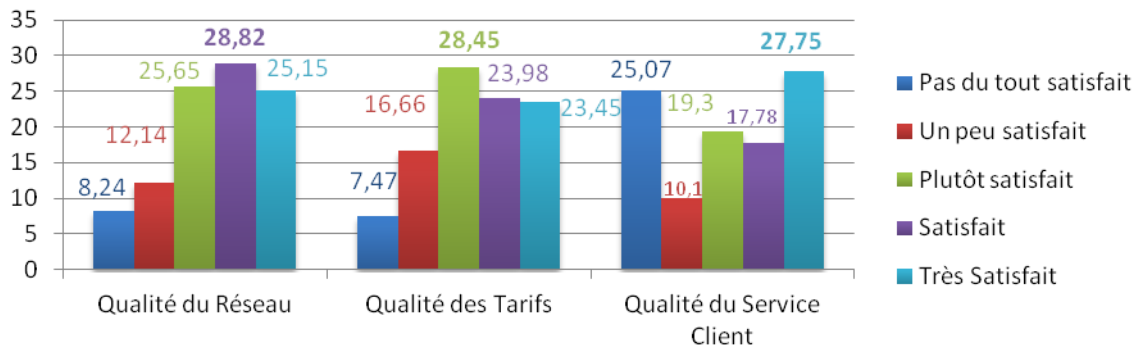
Satisfaction des particuliers pour les tarifs pratiqués sur le National et à l'International en Téléphonie Mobile (en %)

- **30 %** des particuliers sont « satisfaits » des tarifs nationaux.
- **33,32 %** des particuliers ne sont « pas du tout satisfaits » des tarifs internationaux.



Satisfaction des usagers du Mobile

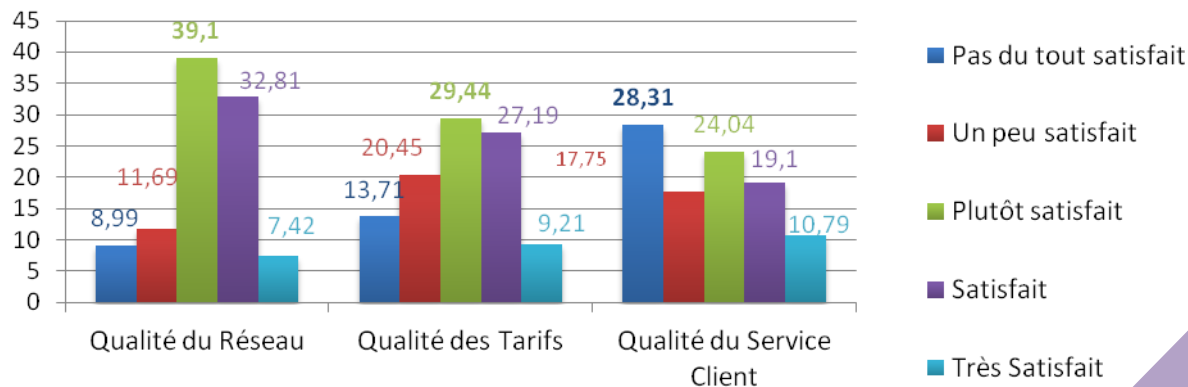
Satisfaction des particuliers pour les services proposés par les opérateurs de Téléphonie Mobile (en %)



- 28,82 % sont « satisfaits » de la qualité du réseau
- 25,07 % ne sont « pas du tout satisfaits » du Service Client.

Satisfaction des employés pour les services proposés par les opérateurs de Téléphonie Mobile (en %)

- 29,44 % sont « plutôt satisfaits » de la qualité des tarifs.
- 28,31 % ne sont « pas du tout satisfaits » du Service client.

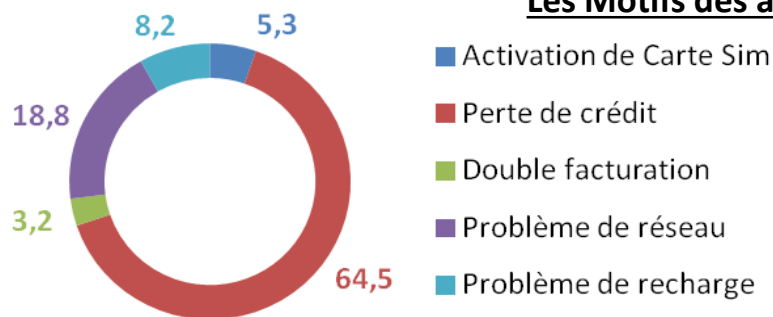


Retours sur le Service Client



33.52 % des particuliers possédant un téléphone mobile ont déjà contacté le service client de leur opérateur pour se plaindre.

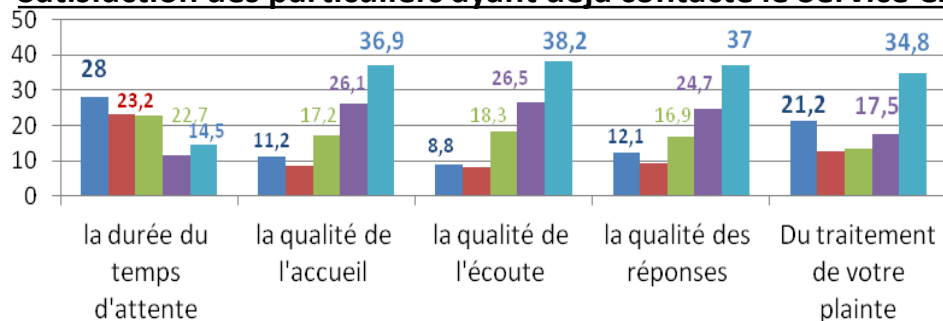
Les Motifs des appels au Service Client des opérateurs mobiles (en %)



- **64,5 %** ont appelé le service client pour des problèmes liés à « **la perte de crédit** »

- **18,8 %** ont appelé le service client pour se plaindre de problèmes liés à « **la couverture réseau** »

Satisfaction des particuliers ayant déjà contacté le Service Client des opérateurs mobiles (en %)



- **28 %** ne sont « **pas du tout satisfaits** » du temps d'attente.

- Plus de **30 %** sont « **très satisfaits** » de l'accueil, de l'écoute, des réponses et du traitement des plaintes.

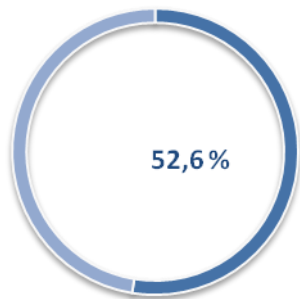
V – LE MARCHÉ D'INTERNET





Le Marché de l'Internet au Congo

Sur le marché de l'Internet, nous distinguerons les Fournisseurs d'Accès à l'Internet Fixe (*Congo Telecom, GVA, etc...*) et les Fournisseurs d'Accès à l'Internet Mobile (*AIRTEL, MTN,...*).



52,6 % des particuliers rencontrés au cours de l'étude ont utilisé Internet.



94,4 % des particuliers qui se sont connectés à Internet l'ont fait via leur téléphone mobile.



1,6 % des ménages se sont connectés à Internet via la Fibre Optique.



79,3 % des employés avaient accès à un réseau Internet au sein de leur entreprise.



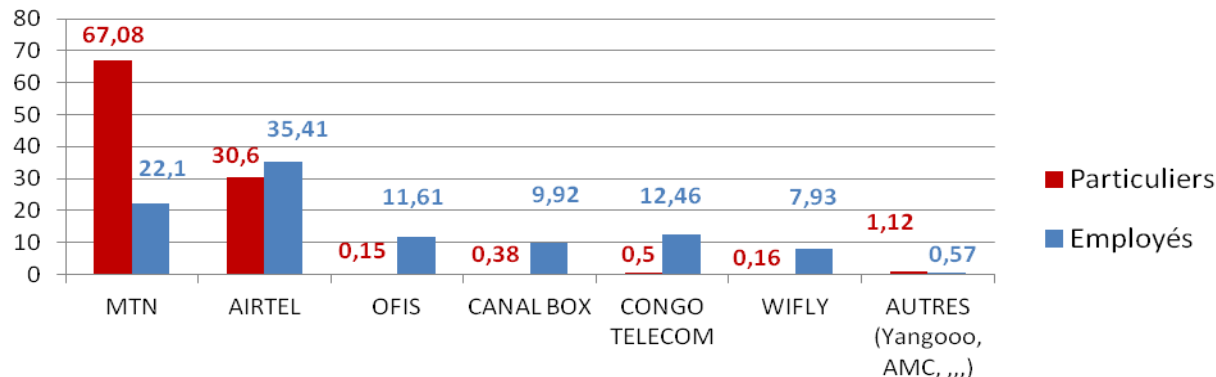
2 % des ménages se sont connectés à Internet via le Modem d'un Opérateur.

Le taux de pénétration de l'Internet Mobile, au mois d'Octobre 2019, était estimé à près de 12,3 %.



Abonnés & Perception du marché

Répartition des abonnés enquêtés par types de Fournisseurs d'accès à Internet - FAI - (en %)

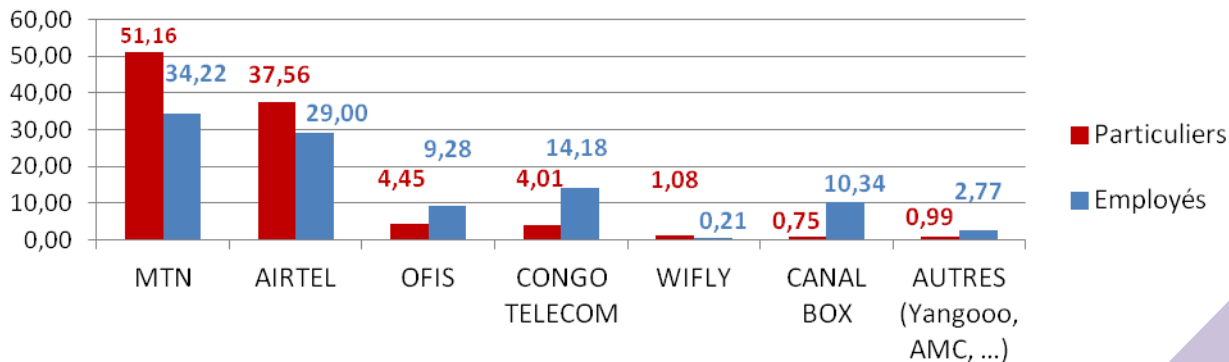


- 67.08 % des particuliers naviguent sur Internet via **MTN**.

- 12,46 % des professionnels se connectent via **Congo Telecom**.

MTN et AIRTEL sont, respectivement, considérés comme étant les **meilleurs FAI** sur le marché par les particuliers et les professionnels.

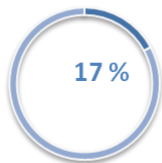
Perception du meilleur Fournisseur d'accès à Internet sur le marché (en %)



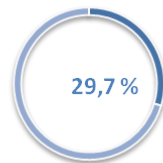


Comportements des usagers Internet

Plus de 90 % des particuliers se connectent par le biais d'un Fournisseur d'accès à Internet Mobile. L'usage des Fournisseurs d'accès à Internet Fixe est plus répandu au sein des entreprises (42.49 % *des employés*) que chez les particuliers (2.32 %).



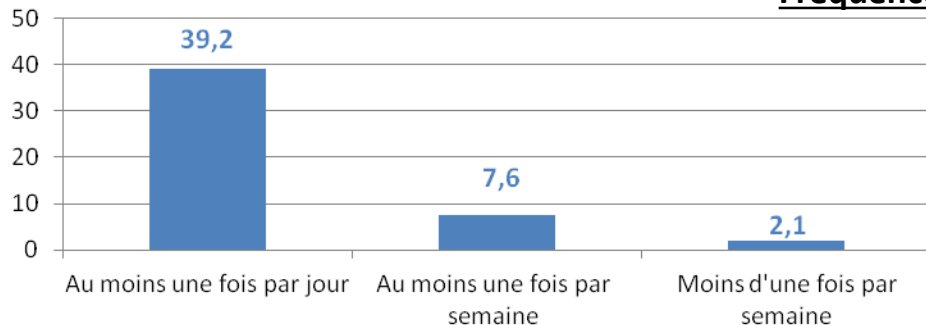
17 % des particuliers ont tendance à utiliser plusieurs FAI.



29,7 % des employés ont tendance à utiliser plusieurs FAI.

De plus en plus d'usagers, particuliers ou employés, utilisent plusieurs Fournisseurs d'accès afin d'optimiser leur navigation en ligne et de profiter des diverses offres.

Fréquence d'utilisation d'Internet chez les particuliers (en %)

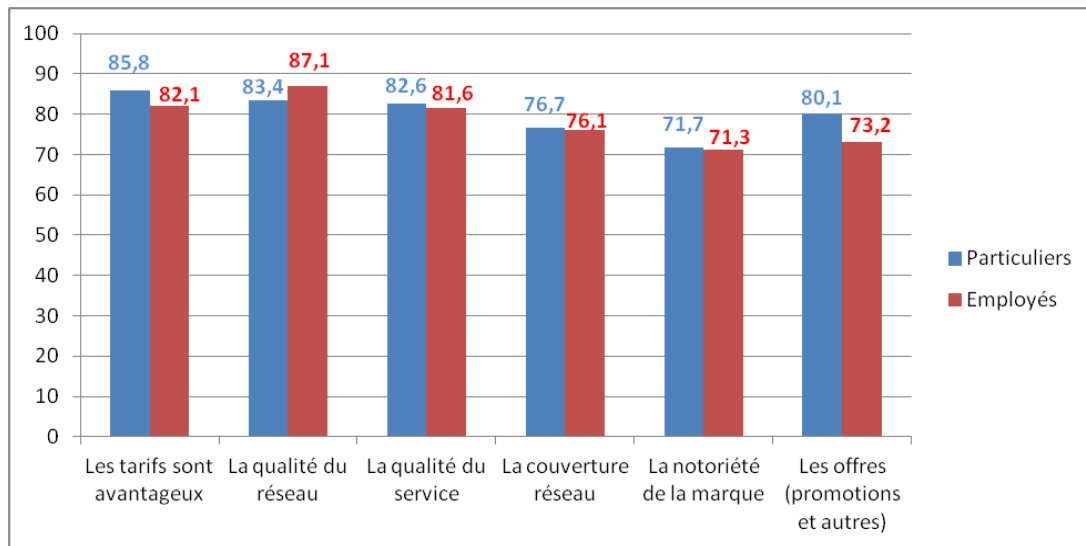


■ Fréquence d'utilisation d'Internet chez les particuliers

- **39,2 %** des particuliers sont des utilisateurs réguliers qui se connectent « **au moins une fois par jour** ».

Les critères de choix d'un FAI

Pour la majorité des personnes enquêtées, employés ou particuliers, les 3 critères les plus importants qui influent sur le choix d'un opérateur FAI plutôt qu'un autre sont : les tarifs, la qualité du réseau et la qualité du service.



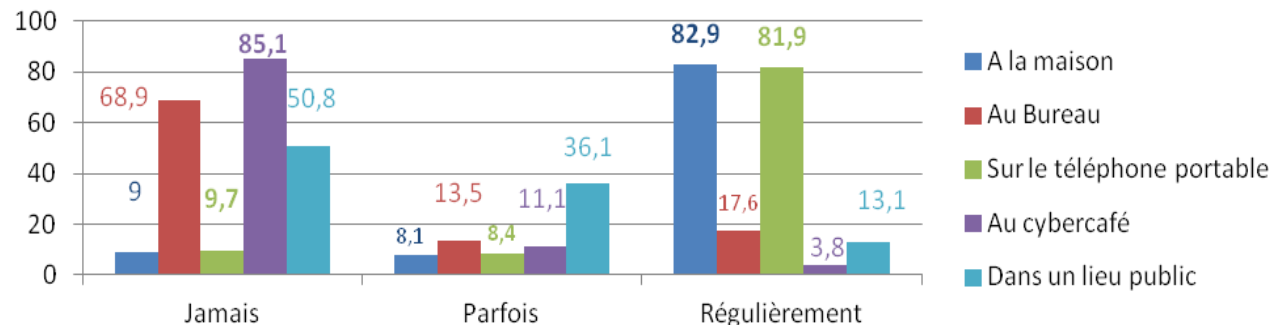
- **87,1 %** des employés privilégient la qualité du réseau, avant les tarifs et la qualité du service.

- **85,8 %** des particuliers estiment que les Tarifs ont plus d'impact sur le choix d'un FAI, devant la qualité du réseau et la qualité du service.

Au fil des années, la notion de « Qualité de Service » a pris de l'importance pour des internautes qui sont devenus de plus en plus exigeants.

Lieux de Connexion des usagers

Les lieux préférés de connexion à Internet pour les particuliers (en %)

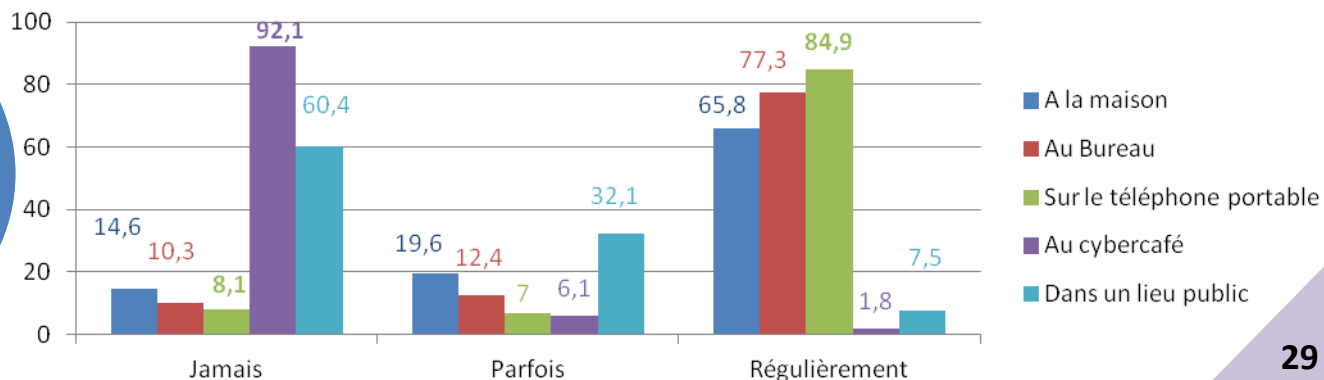


- Plus de **80 %** des particuliers se connectent **régulièrement** de la **Maison** ou de leurs **téléphones portables**.

Les lieux préférés de connexion à Internet pour les employés (en %)

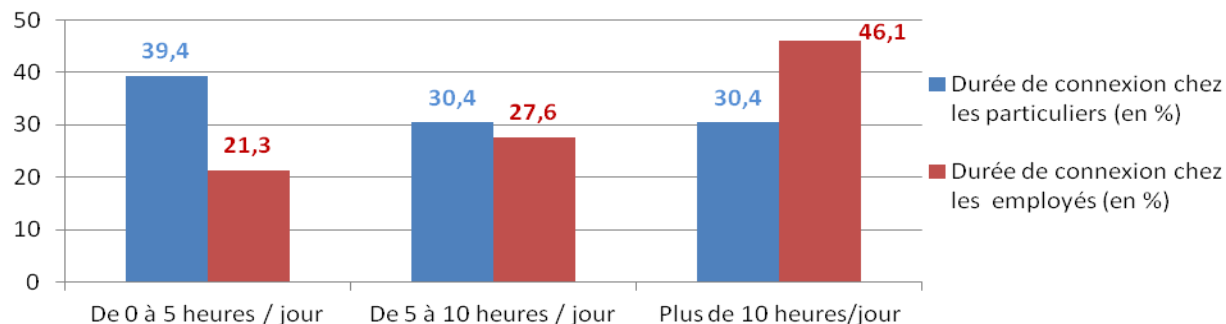
- Les employés se connectent **régulièrement** de leurs **téléphones portables** (**84,9%**) ou du **Bureau** (**77,3%**).

- **92,1 %** des employés ne se connectent jamais au cybercafé.



Durées de Connexion et Débits

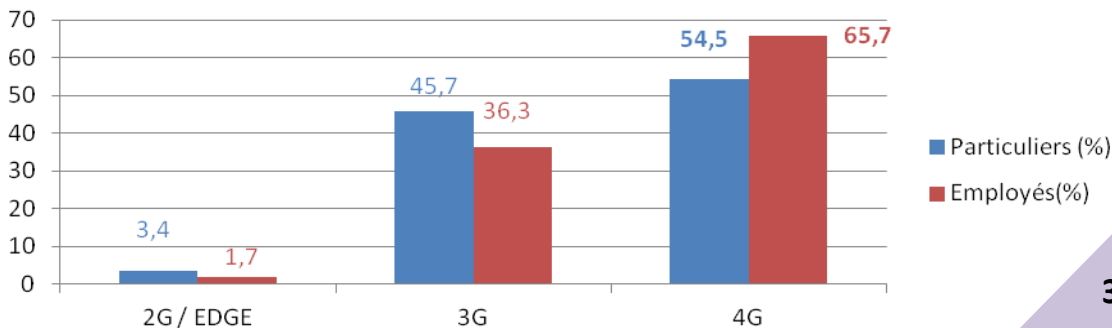
La plupart des employés (46.1 %) sont connectés plus de 10 heures par jour tandis que la majorité des particuliers (39.4 %) ont une durée moyenne de connexion de 0 à 5 heures par jour.



- Plus de **30 %** des usagers d'Internet au Congo sont connectés **plus de 10 heures par jour**.

- Plus de **50 %** des usagers d'Internet Mobile au Congo naviguent avec un débit 4G.
- **45,7 %** des particuliers utilisent un débit 3G pour surfer sur Internet.

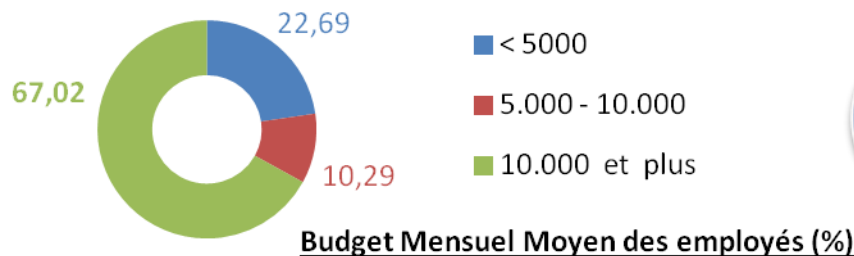
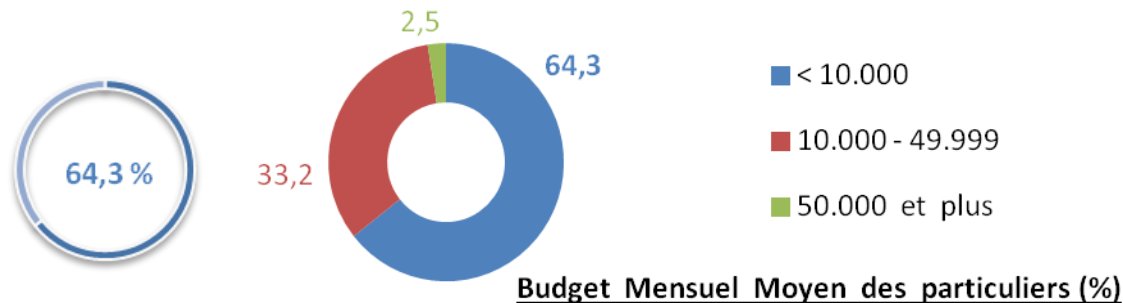
Les types de débits utilisés par les usagers (en %)





Budget & Forfaits Internet

64,3 % des particuliers qui utilisent Internet y consacrent moins de **10.000 F CFA** par mois.



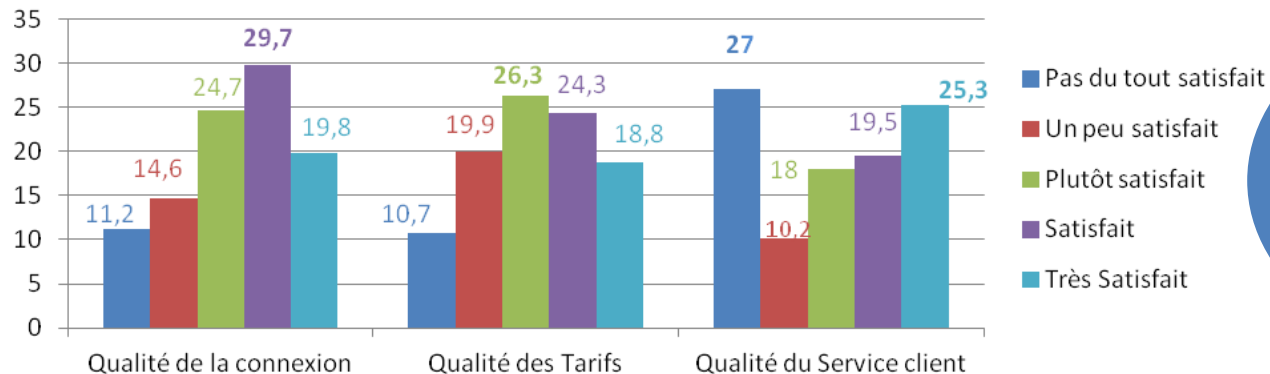
67,02 % des employés investissent un budget mensuel moyen supérieur ou égal à **10.000 F CFA** pour naviguer sur Internet.

Les types de Forfaits Internet plébiscités sont des forfaits journaliers ou hebdomadaires, de 20 Mb ou plus, considérés comme étant accessibles et modulables en fonction de la consommation des usagers.



Satisfaction des usagers d'Internet

Satisfaction des particuliers pour les services proposés par les Fournisseurs d'Accès à Internet (en %)



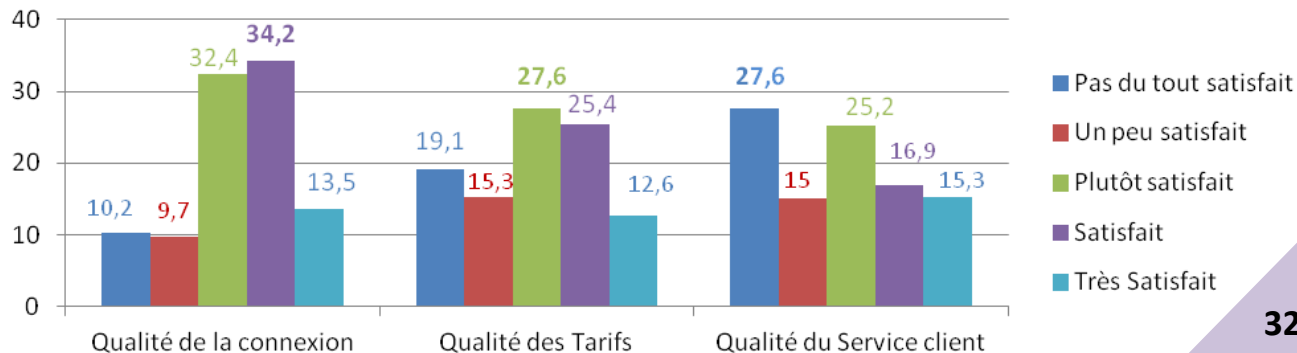
- 29,7 % des particuliers sont « **satisfaits** » de la qualité de la connexion.

- 27 % des particuliers ne sont « **pas du tout satisfaits** » de la qualité du service client.

Satisfaction des employés pour les services proposés par les Fournisseurs d'Accès à Internet (en %)

- 34,2 % des employés sont « **satisfaits** » de la qualité de la connexion.

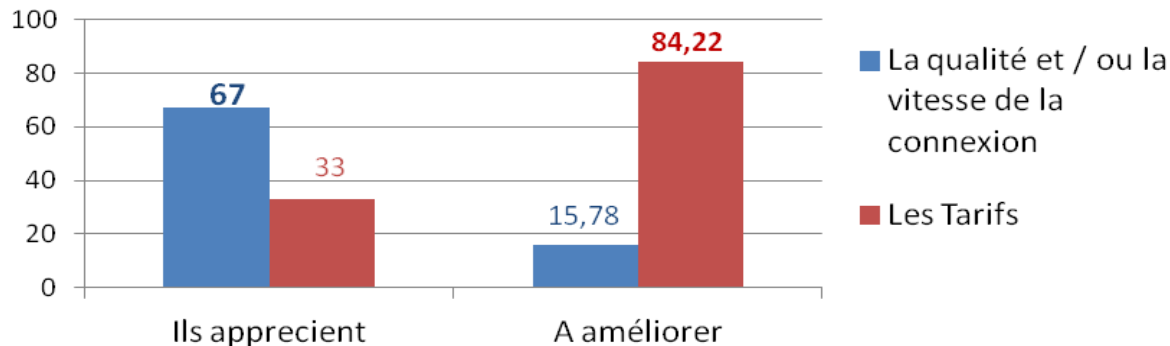
- 27,6 % des employés ne sont « **pas du tout satisfaits** » de la qualité du service client.





Appréciation des usagers d'Internet

Critères que les particuliers apprécient et / ou souhaitent améliorer chez leurs Fournisseurs d'Accès à Internet (en %)

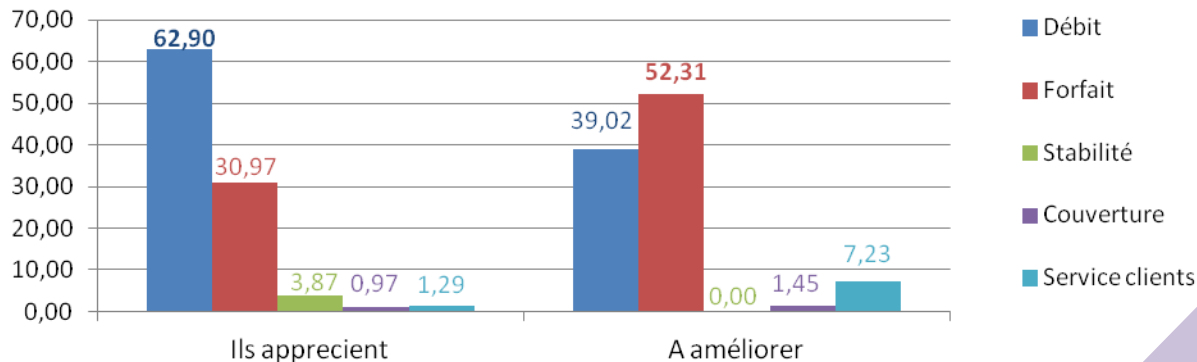


- 67 % des particuliers apprécient la vitesse et la qualité de la connexion proposées.

- 84,22 % des particuliers souhaitent que les FAI améliorent les Tarifs..

Critères que les employés apprécient et / ou souhaitent améliorer chez leurs Fournisseurs d'Accès à Internet (en %)

- 62,9 % des employés apprécient les débits proposés par leur FAI.
- 52,31 % des employés souhaitent que les FAI améliorent les forfaits proposés.

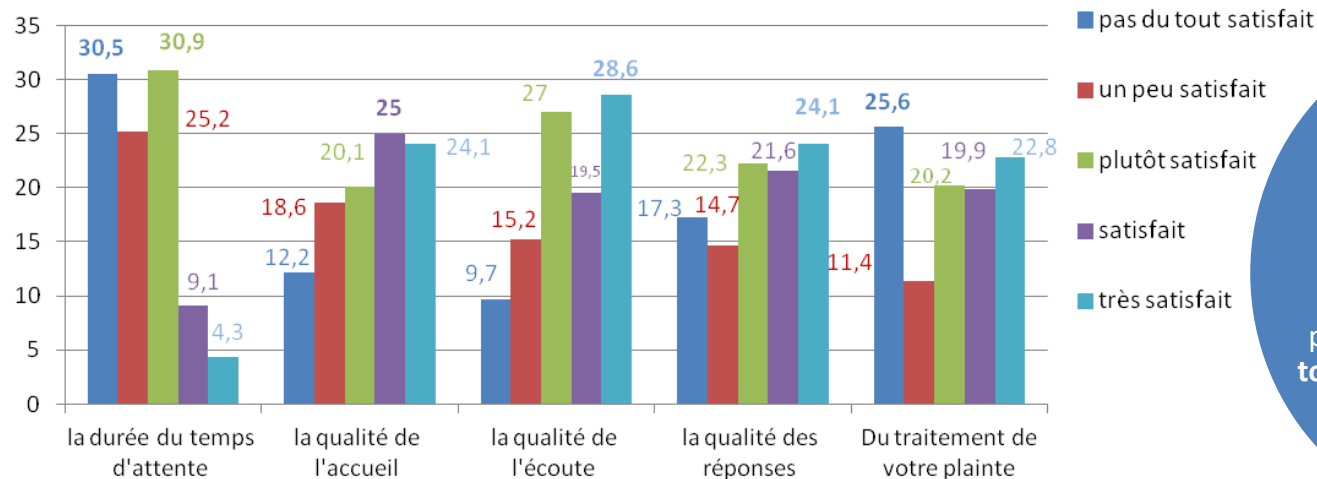


Retours sur le Service Client



8,6 % des particuliers, qui utilisent Internet, ont déjà appelé le service client de leur fournisseur d'accès pour se plaindre concernant les services offerts.

Satisfaction des particuliers ayant déjà contacté le Service Client leurs Fournisseurs d'Accès à Internet (en %)



- Plus de **20 %** des particuliers **sont « très satisfaits »** de la qualité de l'accueil, de l'écoute, des réponses obtenues et du traitement des plaintes.

- Plus de **25 %** des particuliers ne **sont « pas du tout satisfaits »** de la durée du temps d'attente et du traitement des plaintes.

V – LE MARCHE POSTAL





Le Marché du Service Postal (1)

Le marché du service postal peut être découpé en deux segments dont l'un, non concurrentiel, est exclusivement réservé à la Société des Postes et de l'Épargne du Congo (SOPECO).



12,8 % des ménages utilisent les services postaux.

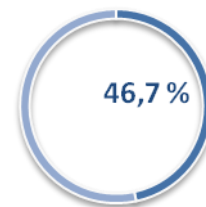


7 % des ménages ont recours aux services postaux électroniques.

L'autre segment du marché postal, concurrentiel, regroupe une dizaine d'acteurs qui proposent les produits et services suivants : Les courriers (*ordinaire et express*), les colis et les transferts de fonds.



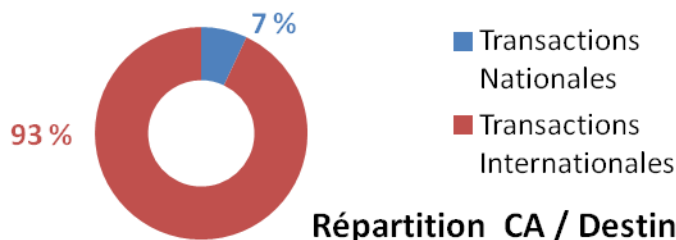
7,1 % des particuliers utilisent les services postaux.



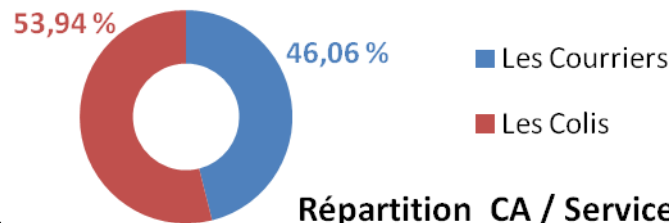
46,7 % des employés travaillent dans des entreprises qui utilisent les services postaux.

Le Marché du Service Postal (2)

Au troisième trimestre 2019, **93 %** du Chiffre d'affaires (CA) réalisé sur le marché postal était issu de l'activité Internationale tandis que la part des « colis » dans le CA (**53.94 %**) était supérieure à celle des « courriers ».

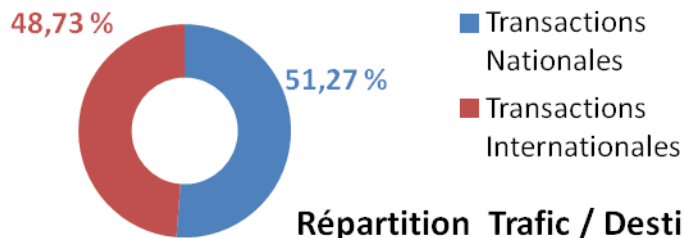


Répartition CA / Destination (%)

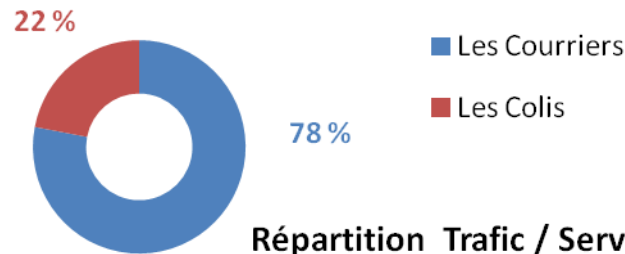


Répartition CA / Services (%)

En termes de volumes, alors que le trafic observé au national (**51,27 %**) était supérieur à celui généré à l'International, les « courriers » ont représenté **78 %** du trafic général.



Répartition Traffic / Destination (%)

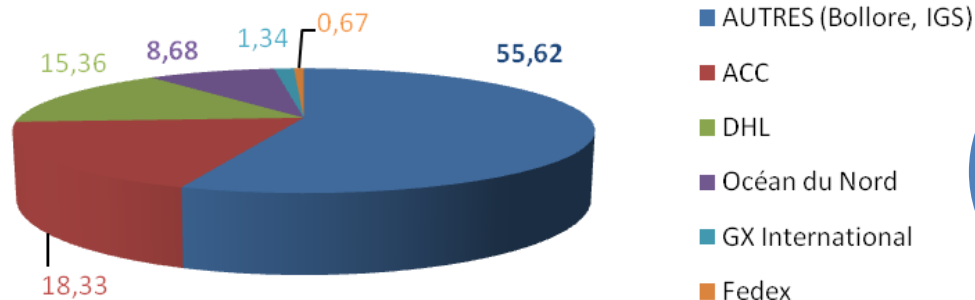


Répartition Traffic / Services (%)



Utilisateurs par opérateurs postaux

Répartition des utilisateurs « particuliers » par types d'opérateurs de services postaux (en %)



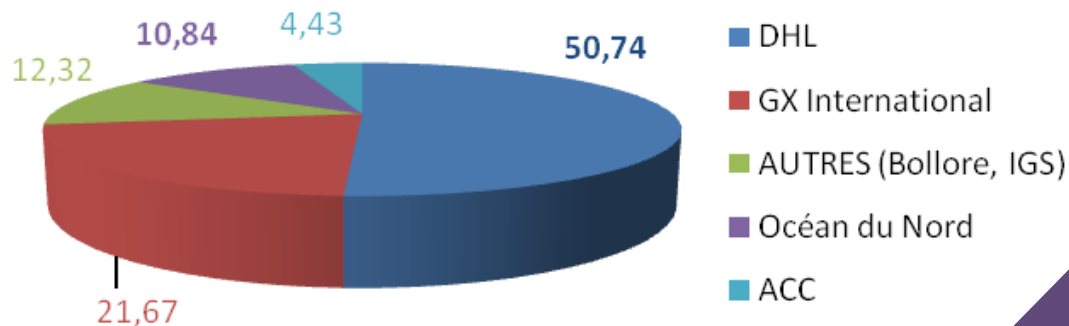
- 55,62 % des particuliers utilisent de nouveaux opérateurs de services postaux tels que Océan du Nord et Stélimac.

- 8,68 % des particuliers utilisent les services de « La Poste » nationale pour les opérations postales.

Répartition des utilisateurs « employés » par types d'opérateurs de services postaux (en %)

- 50,74 % des employés ont recours à DHL comme opérateur postal.

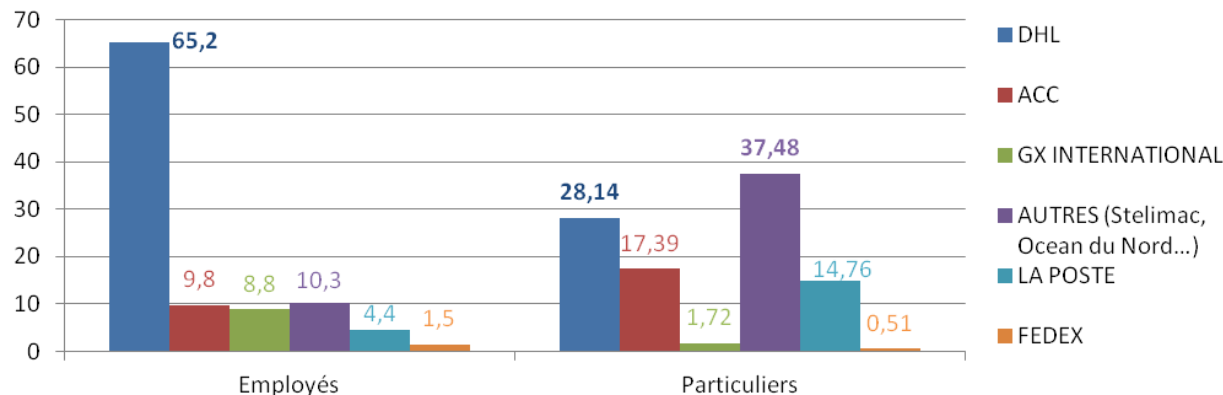
- 10,84 % des employés utilisent Océan du Nord pour leurs opérations postales.





Perception du marché & Services

Perception du meilleur opérateur de services postaux sur le marché (en %)



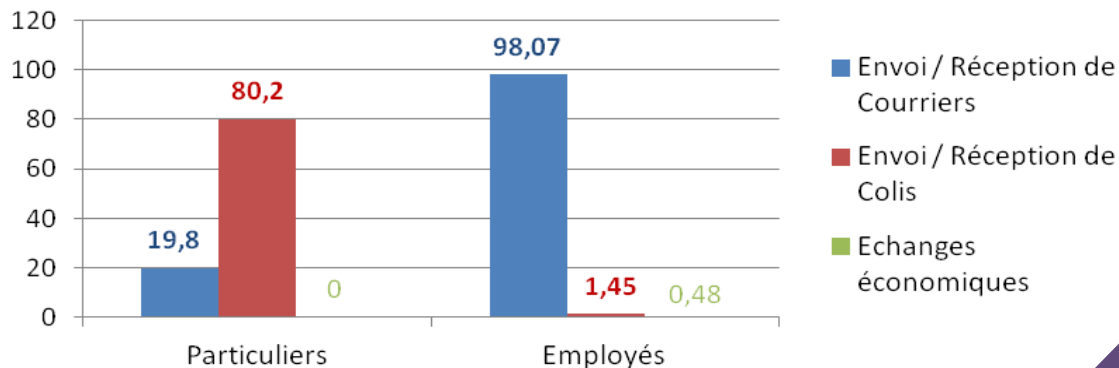
- 65,2 % des employés considèrent que DHL est le meilleur opérateur sur le marché postal.

- 37,48 % des particuliers estiment que Océan du Nord et Stélimac sont les meilleurs acteurs du secteur.

- 98,07 % des employés ont recours aux services postaux pour envoyer ou recevoir des courriers.

- 80,2 % des particuliers utilisent les services postaux pour envoyer ou recevoir des colis.

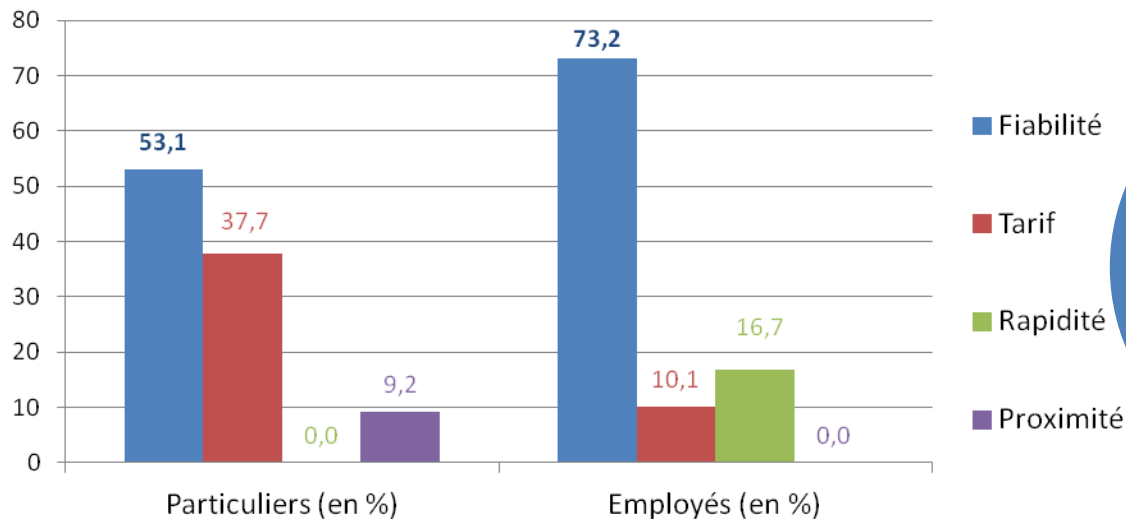
Les services sollicités par les usagers du secteur postal (en %)





Les critères de choix des usagers

Si les critères qui définissent le choix d'un prestataire postal plutôt qu'un autre, peuvent diverger en fonction du statut de l'utilisateur final, la Fiabilité de l'opérateur reste le critère le plus déterminant pour les particuliers (53.1 %) et les employés (73.2 %),



- Plus de 50 % des enquêtés estiment que la **Fiabilité est le critère le plus important** que doit avoir un opérateur postal.

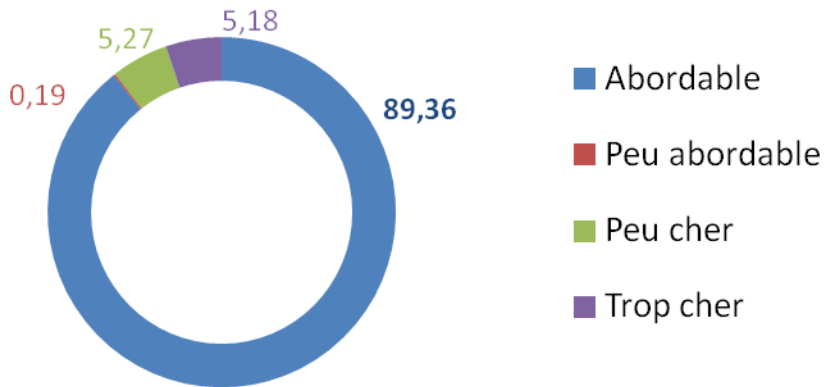
- Les **Tarifs (37,7 %)** et la **Proximité de l'agence (9,2 %)** sont les autres éléments importants pour les particuliers.

- La **Rapidité (16,7 %)** et les **tarifs (10,1 %)** sont les facteurs clés qui importent pour les employés.

Alors que les particuliers privilégient les prix et la proximité de l'agence de l'opérateur, les employés accordent plus d'intérêt à la rapidité du prestataire plutôt qu'aux tarifs.

Appréciation des usagers

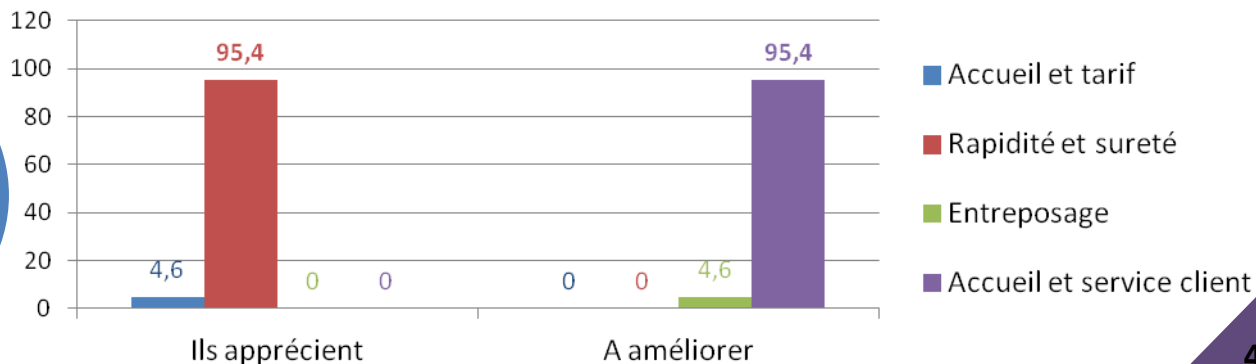
Perception des particuliers pour les tarifs pratiqués par les opérateurs de services postaux (en %)



- 89,36 % des particuliers jugent les Tarifs pratiqués « **Abordables** »
- 5,18 % des particuliers estiment que les tarifs proposés sont « **Trop chers** ».

Critères que les particuliers apprécient et / ou souhaitent améliorer chez leurs Opérateurs de services postaux (en %)

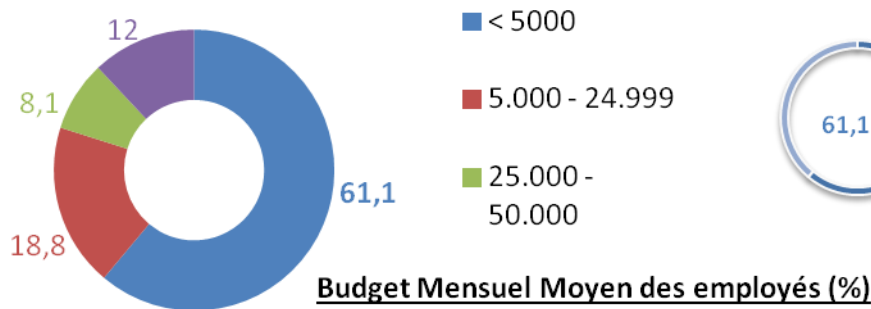
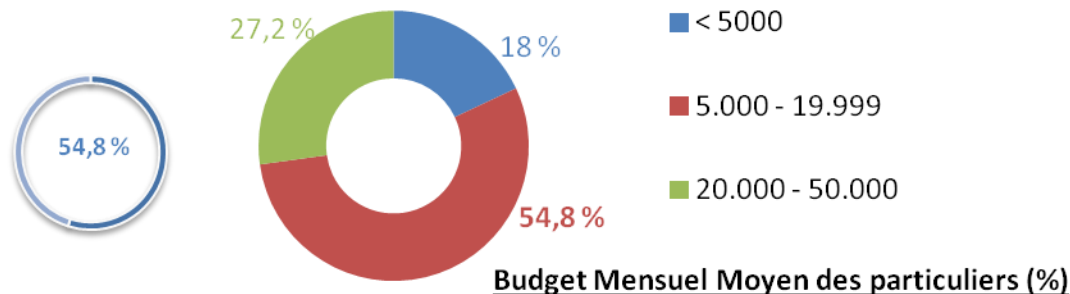
- 95,4 % des particuliers apprécient la rapidité et la sûreté des opérateurs.
- 95,4 % des particuliers souhaitent que les opérateurs postaux améliorent l'accueil et le service client.





Budget postal mensuel

54,8 % des particuliers qui utilisent les services postaux y consacrent mensuellement entre **5.000** et **20.000 F CFA**.



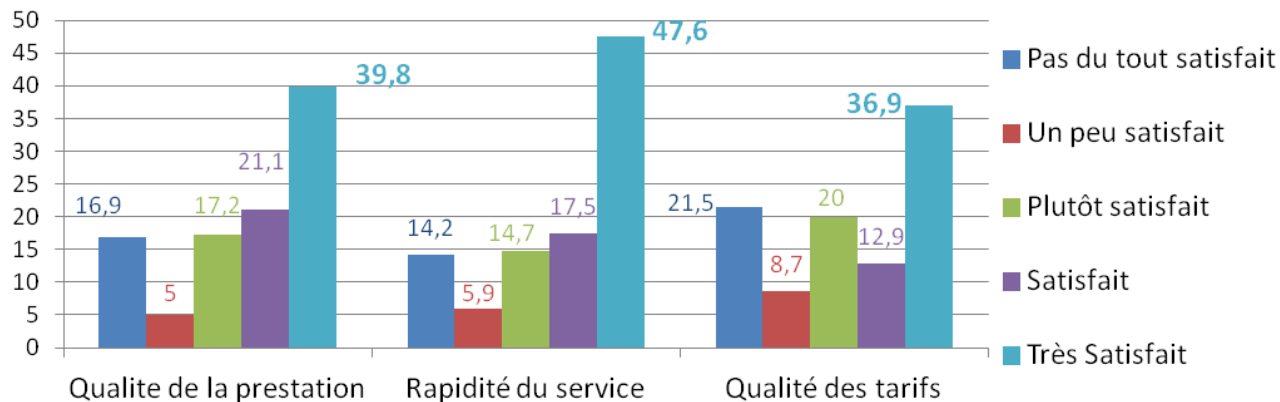
61,1 % des employés investissent un budget mensuel inférieur ou égal à **5.000 F CFA** pour les opérations postales.

Nous noterons que plus de la moitié des structures interrogées dans le cadre de cette enquête étaient des Petites et Moyennes Entreprises (PME).



Satisfaction des usagers postaux

Satisfaction des particuliers pour les services proposés par les Opérateurs de Services Postaux (en %)

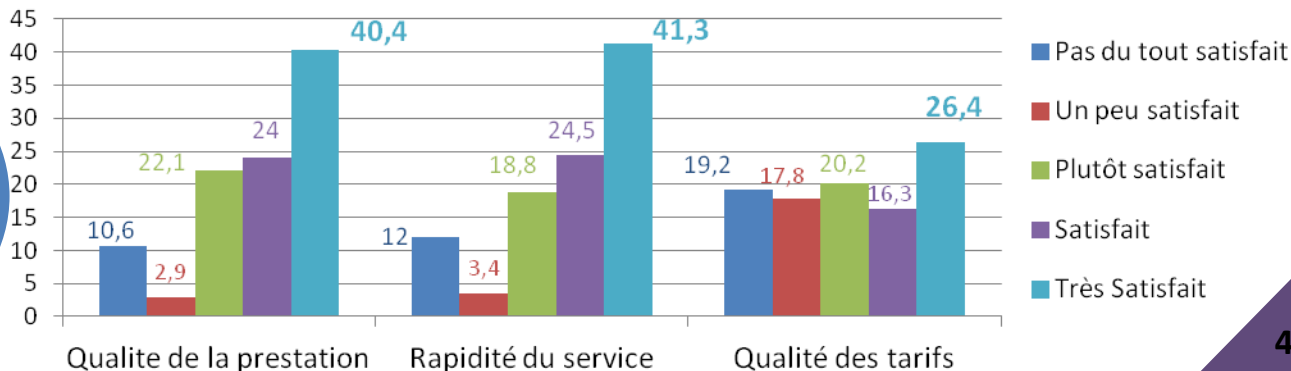


- Les particuliers sont, majoritairement, « **très satisfaits** » des services proposés.

- **21,5 %** des particuliers ne sont « **pas du tout satisfaits** » des tarifs.

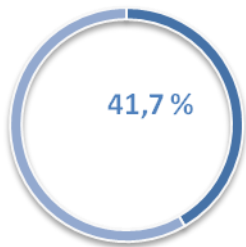
Satisfaction des employés pour les services proposés par les Opérateurs de Services Postaux (en %)

Plus de **40 %** des employés sont « **Très satisfaits** » de la qualité de la prestation et de la rapidité du service.



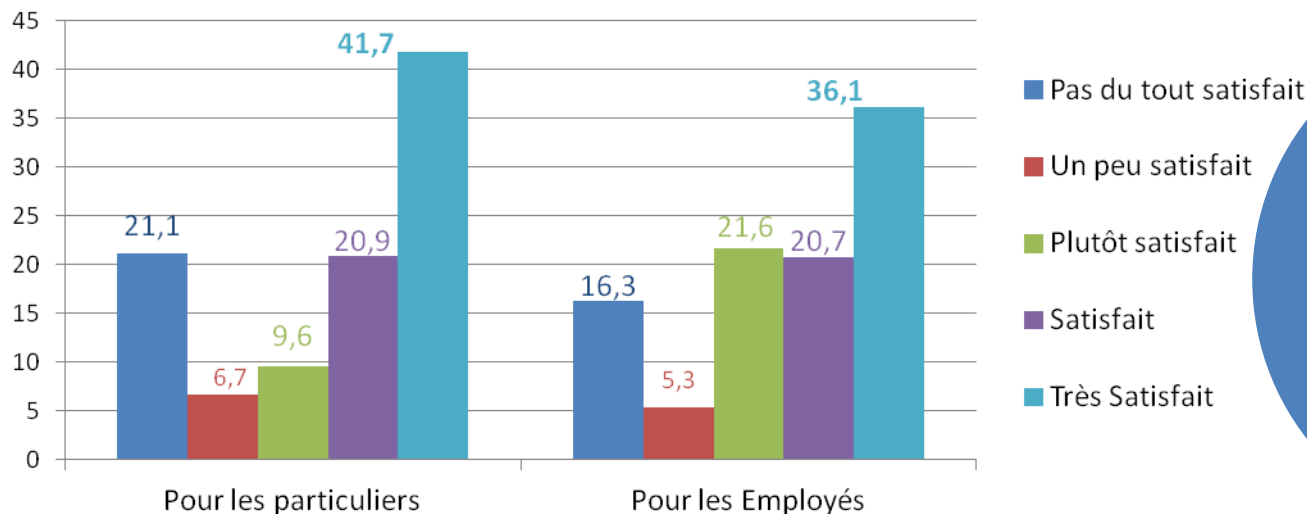


Retours sur le Service Client



41,7 % des particuliers, qui utilisent les services postaux, sont « Très satisfaits » de la qualité du service client proposée par les opérateurs auxquels ils ont recours.

Satisfaction des usagers pour le Service Client proposé par les Opérateurs de Services Postaux (%)



- Plus de **35 %** des usagers, employés et particuliers, **sont « très satisfaits »** de la qualité du service client fourni.

- **21,1 %** des particuliers ne **sont « pas du tout satisfaits »** du service client proposé.

CONCLUSION



Epilogue

158

La présente Synthèse est un résumé du Rapport d'Etude (*158 pages*) sur le Marché Congolais des Postes et Communications Electroniques qui a été transmis à l'ARPCE en Mai 2020.

2012

La précédente Etude portant le même objectif avait été réalisée en 2011 par le cabinet NIELSEN et publiée en 2012 par l'ARPCE.



L'Agence de Régulation des Postes et Communications Electroniques (ARPCE) est l'autorité congolaise de contrôle, de suivi et de régulation des secteurs des Postes et Communications électroniques.



Rush Management est une Agence Conseil Congolaise spécialisée en gestion, communication, administration et management de projets et qui a eu la responsabilité de réaliser cette étude de marché.