

Observatoire des Technologies de l'Information

Enquête annuelle de collecte des indicateurs TIC
auprès des ménages et des entreprises
pour l'année 2011

Mai 2012

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	2
2. METHODOLOGIE	3
2.1. L'ECHANTILLON PARTICULIERS.....	3
2.2. L'ECHANTILLON ENTREPRISES	3
3. RESULTATS POUR LES PARTICULIERS	4
3.1. EQUIPEMENT GLOBAL CHEZ LES MENAGES ET LES INDIVIDUS.....	4
3.2. EQUIPEMENT EN TELEPHONIE MOBILE.....	4
3.2.1. <i>La pénétration du téléphone mobile chez les individus poursuit sa progression et atteint 87% en 2011</i>	<i>4</i>
3.2.2. <i>Les smartphones commencent à prendre de l'importance, en particulier chez les CSP supérieures.....</i>	<i>5</i>
3.2.3. <i>Le multi-équipement reste stable : 1,2 lignes mobiles déclarées par individu équipé</i>	<i>5</i>
3.3. EQUIPEMENT ET USAGES DES FOYERS EN TELEPHONIE FIXE	6
3.3.1. <i>Le taux d'équipement de la téléphonie fixe a entamé un léger recul en 2011</i>	<i>6</i>
3.3.2. <i>Le multi-équipement est également en recul</i>	<i>7</i>
3.3.3. <i>La substitution par le téléphone mobile explique ce recul.....</i>	<i>7</i>
3.3.4. <i>L'usage d'Internet et la TV sur ADSL constituent néanmoins des facteurs d'équipement pour une partie des ménages</i>	<i>7</i>
3.4. EQUIPEMENT DES MENAGES EN ORDINATEURS.....	8
3.4.1. <i>La pénétration de l'ordinateur dans les foyers est en forte progression : 39% en 2011</i>	<i>8</i>
3.4.2. <i>Les ménages équipés déclarent posséder en moyenne 1,4 ordinateurs</i>	<i>9</i>
3.4.3. <i>L'ordinateur fixe recule face au portable</i>	<i>9</i>
3.4.4. <i>Le marché de l'ordinateur pour particuliers est en pleine progression et devrait continuer sur sa lancée</i>	<i>10</i>
3.4.5. <i>Le prix n'est plus considéré comme le principal frein à l'achat d'un ordinateur contrairement aux années précédentes.....</i>	<i>10</i>
3.5. ACCES DES MENAGES A L'INTERNET	11
3.5.1. <i>Un tiers des foyers marocains est connecté à Internet.....</i>	<i>11</i>
3.5.2. <i>Le marché de l'accès à Internet se développe principalement grâce à la 3G</i>	<i>11</i>
3.5.3. <i>Le manque d'utilité, les considérations économiques et le nonaccès à un ordinateur sont les principaux freins à l'équipement en accès Internet</i>	<i>12</i>
3.6. USAGES DE L'INTERNET PAR LES INTERNAUTES.....	12
3.6.1. <i>Plus de la moitié des personnes équipées se connectent tous les jours.....</i>	<i>12</i>
3.6.2. <i>83% des marocains connectés à Internet déclarent être membres d'un réseau social.....</i>	<i>13</i>
3.6.3. <i>Le e-commerce se développe lentement</i>	<i>13</i>
4. RESULTATS POUR LES ENTREPRISES	14
4.1. MARCHE GLOBAL.....	14
4.1.1. <i>Les taux d'équipement des entreprises en TIC sont très élevés</i>	<i>14</i>
4.2. EQUIPEMENT EN TELEPHONIE.....	14
4.2.1. <i>99,6% des entreprises sont équipées en téléphonie fixe et 88% en téléphonie mobile</i>	<i>14</i>
4.3. EQUIPEMENT INFORMATIQUE	14
4.3.1. <i>La totalité des entreprises est équipée en ordinateur</i>	<i>15</i>
4.3.2. <i>La moitié du parc d'ordinateurs a moins de 3 ans</i>	<i>15</i>
4.4. EQUIPEMENT EN ACCES INTERNET	16
4.4.1. <i>96,4% des entreprises ont accès à Internet.....</i>	<i>16</i>
4.4.2. <i>L'ADSL reste le moyen de connexion le plus utilisé par les entreprises et la 3G a considérablement progressé.....</i>	<i>16</i>
4.4.3. <i>75% des postes de travail sont connectés à Internet.....</i>	<i>16</i>
4.4.4. <i>Les entreprises utilisent principalement l'Internet pour la messagerie électronique et pour la recherche des informations.....</i>	<i>17</i>
4.5. COMMERCE EN LIGNE	17
4.5.1. <i>Les pratiques d'achat et de vente en ligne se répandent.....</i>	<i>17</i>
4.5.2. <i>Les produits non adaptés à la vente en ligne sont considérés comme les principaux freins au développement du commerce électronique</i>	<i>17</i>
4.6. INVESTISSEMENT ET FORMATION TIC.....	18
4.6.1. <i>Les entreprises des secteurs Commerce et Services Financiers, ainsi que les entreprises de taille moyenne investissent plus que la moyenne dans les TIC</i>	<i>18</i>

1. Introduction

La huitième édition de l'enquête nationale sur les TIC au Maroc a été réalisée dans la continuité des enquêtes précédentes pour permettre une comparaison et un suivi des indicateurs clés.

L'observatoire des technologies de l'information vise à établir une connaissance précise, chiffrée et partagée de l'état de la société de l'information au Maroc. Les objectifs de l'observatoire peuvent être résumés comme suit :

- Compléter les informations collectées auprès des opérateurs sur les marchés des services du fixe, des mobiles et de l'Internet et cerner en particulier les questions d'usage et de comportement vis à vis des TIC afin d'analyser des aspects qualitatifs, tels que les moteurs ou les freins à l'équipement et à l'usage ;
- Favoriser une connaissance précise et chiffrée de l'état des lieux et des évolutions de la société de l'information au Maroc ;
- Constituer un support de communication au niveau national ;
- Alimenter les bases de données internationales (notamment celles de l'UIT) afin de permettre au Maroc de figurer dans les classements au niveau des indices TIC qui classent les pays par rapport à leur niveau de développement dans le domaine.

La collecte et le suivi année après année d'une batterie d'indicateurs TIC clés permettent également à l'ANRT de suivre à la fois les évolutions du marché des télécoms et certaines tendances et mutations en cours au sein de la population marocaine dont les usages se transforment, au fur et à mesure avec la démocratisation d'Internet.

Grace à cette étude, l'ANRT est ainsi en mesure d'orienter et de suivre l'impact des décisions réglementaires (baisse des tarifs, amélioration de la qualité de service, portabilité, etc.) et des initiatives gouvernementales qui ont été prises pour soutenir le développement des TIC et renforcer le degré d'usage et d'appropriation de ces technologies par les citoyens et par les entreprises du Royaume.

Globalement, les résultats de l'enquête pour l'année 2011 confirment les tendances observées les années précédentes et mettent également en évidence des points d'inflexion dans l'équipement et l'usage des TIC aussi bien par les particuliers que par les entreprises.

Hormis le fixe qui régresse légèrement cette année avec un recul notamment de la mobilité restreinte, tous les autres taux d'équipement ont progressé ces dernières années et les évolutions sont plutôt très positives sur la période 2010-2011.

2. Méthodologie

Les différentes enquêtes annuelles menées par l'ANRT permettent de mesurer l'évolution de l'équipement et des usages des TIC au sein des ménages et des entreprises marocaines. Elles sont conformes aux recommandations internationales en la matière et notamment à celles du Partenariat sur la Mesure des TIC pour le Développement (UIT, Banque Mondiale, CNUCED, OCDE, Eurostat, etc.). Ceci permet de réaliser une comparaison pertinente avec d'autres pays.

Comme pour les années précédentes, l'ANRT a conduit deux enquêtes distinctes l'une auprès des ménages marocains d'une part, et une autre auprès des décideurs clés en charge des TIC au sein des entreprises d'autre part. Comme précisé précédemment, ces enquêtes visent à mesurer différents types d'indicateurs qui peuvent être regroupés en trois catégories principales :

- L'accès des ménages et des entreprises aux TIC
- Le niveau d'équipement des ménages et des entreprises
- Les usages des individus et des entreprises

Par ailleurs, ces enquêtes ont été conduites au cours du premier trimestre de l'année 2012 dans des conditions presque similaires à celles des années précédentes. Toutefois, des améliorations ont été apportées cette année à l'échantillonnage afin :

- d'améliorer la représentativité de l'échantillon, notamment en milieu rural
- et de compléter le questionnaire par l'ajout de nouveaux indicateurs.

2.1. L'échantillon Particuliers

La population cible de l'enquête "Particuliers" est constituée des personnes âgées de 12 à 65 ans vivant en milieu urbain ou rural électrifié (96,8% des foyers en milieu rural sont électrifiés selon l'ONE).

La base de référence pour la population à étudier a été établie conformément au recensement 2004 et aux projections pour 2011 réalisées par le Haut-Commissariat au Plan (HCP).

Les questionnaires ont été administrés en face à face, en français ou en arabe dialectal (selon le profil linguistique du répondant) durant la période comprise entre le 17 février et le 15 mars 2012.

L'enquête 2011 a concerné 1240 ménages répartis dans 13 villes du Royaume.

2.2. L'échantillon Entreprises

L'enquête pour l'année 2011 a été conduite entre le 7 février et le 15 mars 2012 et a couvert 474 entreprises.

Comme pour l'année 2010, l'échantillon Entreprises a été établi en deux temps :

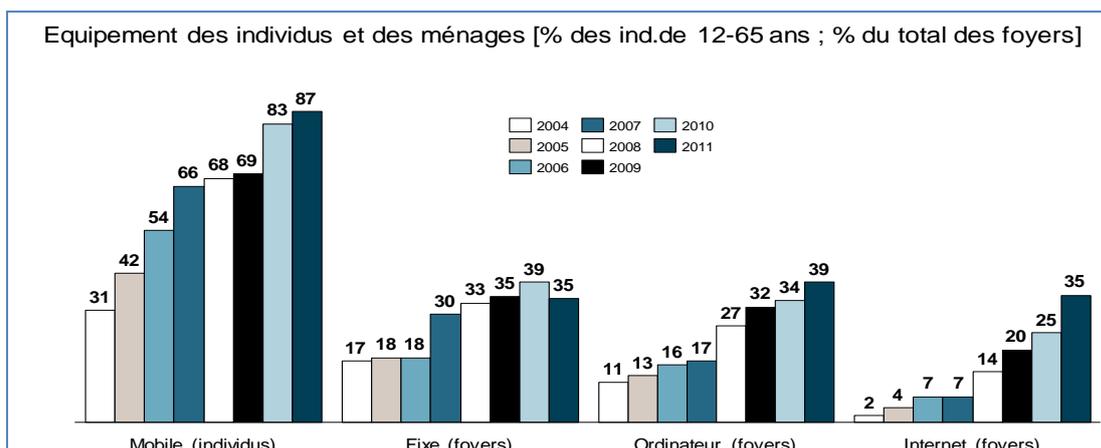
- Constitution d'un échantillon comprenant 1 820 entreprises représentatives de 4 secteurs clés de l'économie (Industrie, BTP, Services, Commerce), stratifié par tranche d'emploi, avec des strates exhaustives et des strates non exhaustives constituées par tirage aléatoire sur la base fournie par le HCP ;
- Constitution d'un échantillon complémentaire de 648 entreprises représentatives des autres secteurs (Secteur agricole et Services Financiers) obtenu par tirage aléatoire dans la base Kompas.

Cette année, la base des entreprises a été élargie aux entreprises de plus de 4 employés. Pour l'année 2010, le périmètre de l'enquête portait sur les entreprises de plus de 10 employés.

3. Résultats pour les particuliers

3.1. Equipement global chez les ménages et les individus

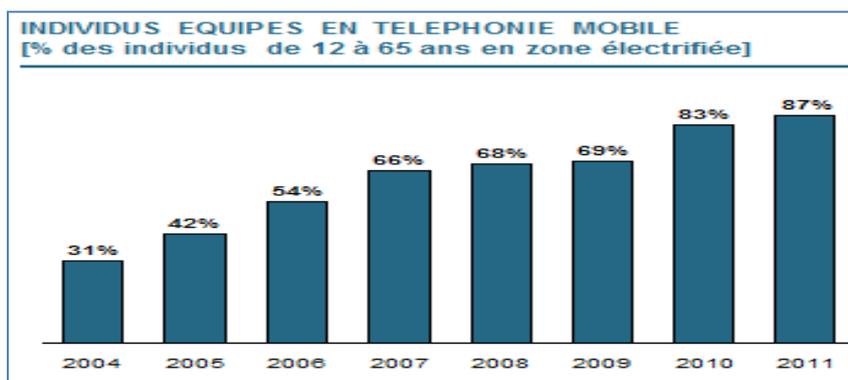
L'enquête annuelle de collecte des indicateurs TIC pour l'année 2011 a permis de faire ressortir une nette progression du taux d'équipement des ménages et des individus entre l'année 2010 et 2011 : 87% des individus de 12 à 65 ans sont équipés en mobile en 2011, 35% des foyers sont dotés d'un accès Internet et 39% d'entre eux possèdent au moins un ordinateur.



3.2. Equipement en téléphonie mobile

3.2.1. La pénétration du téléphone mobile chez les individus poursuit sa progression et atteint 87% en 2011

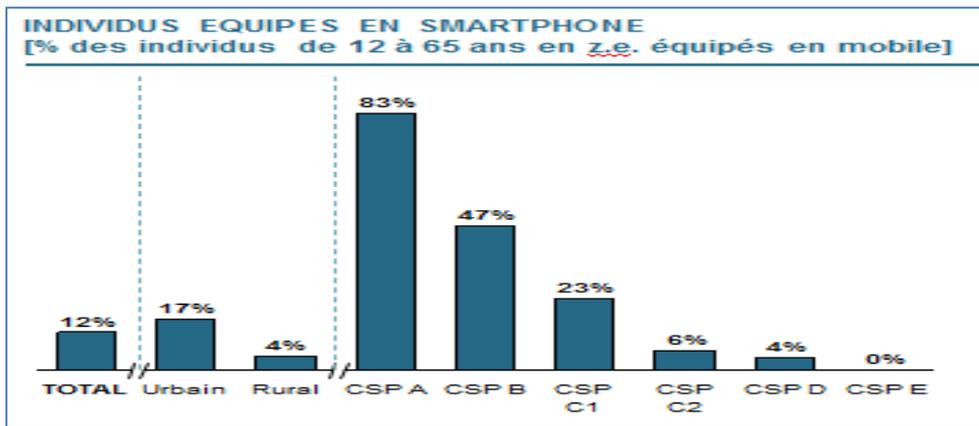
Après un bond de 14 points entre 2009 et 2010, la pénétration du téléphone mobile chez les individus a continué sa progression, plus lentement, pour atteindre 87% en 2011 (+4 points entre 2010 et 2011).



3.2.2. Les Smartphones commencent à prendre de l'importance en particulier chez les CSP supérieures

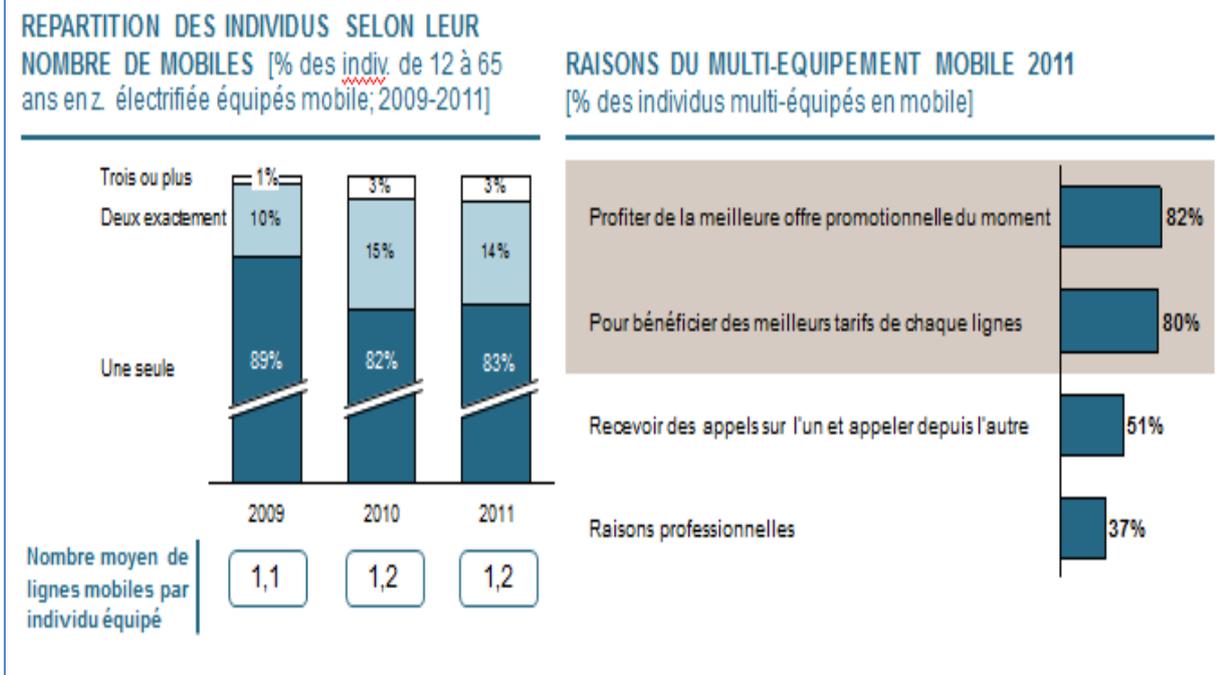
Les Smartphones sont encore peu présents au global, seuls 12% des individus équipés en mobile en disposent. De grandes disparités sont constatées entre les différentes classes sociales. En effet la majorité des individus de la CSP supérieure (83% d'entre eux) est équipée en Smartphone, tandis que seule une part marginale de la CSP inférieure l'est.

De même, les individus en milieu urbain sont mieux équipés que ceux du milieu rural, avec un écart important de 13 points.



3.2.3. Le multi-équipement reste stable : 1,2 lignes mobiles déclarées par individu équipé

A fin 2011, près de 17% des individus équipés de mobile sont multi-équipés, avec en général deux mobiles par individus. Le multi-équipement reste élevé en 2011 mais cette tendance semble se stabiliser depuis 2010 où l'on comptait 18% d'individus multi-équipés. Le multi-équipement est le plus souvent dû à une volonté d'optimiser sa facture téléphonique totale en profitant d'offres promotionnelles et en bénéficiant des meilleurs tarifs de chaque ligne.

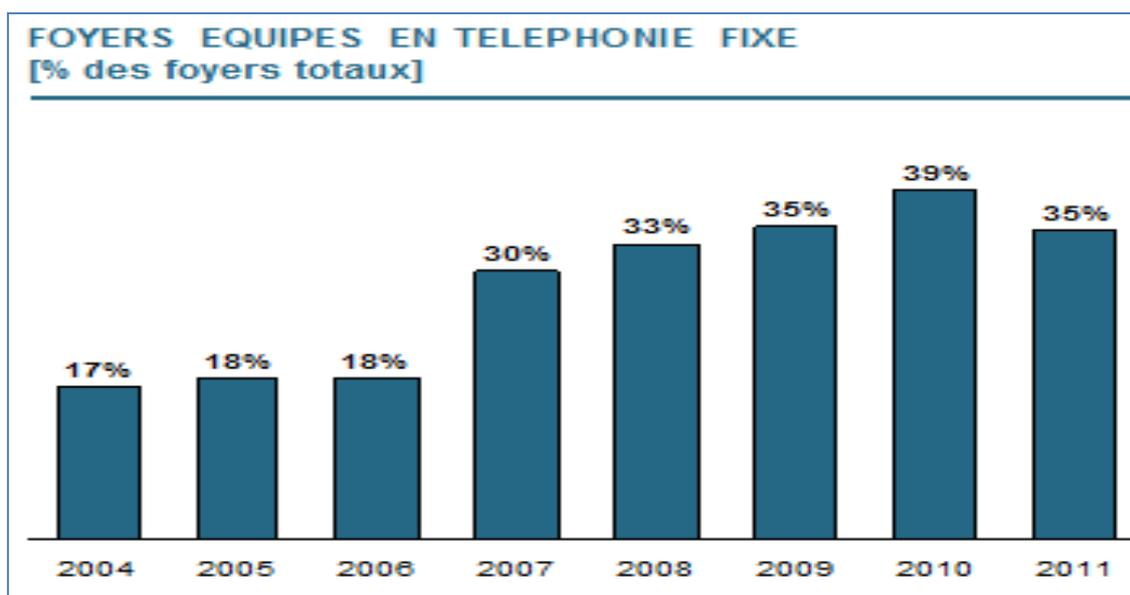


3.3. Equipement et usages des foyers en téléphonie fixe

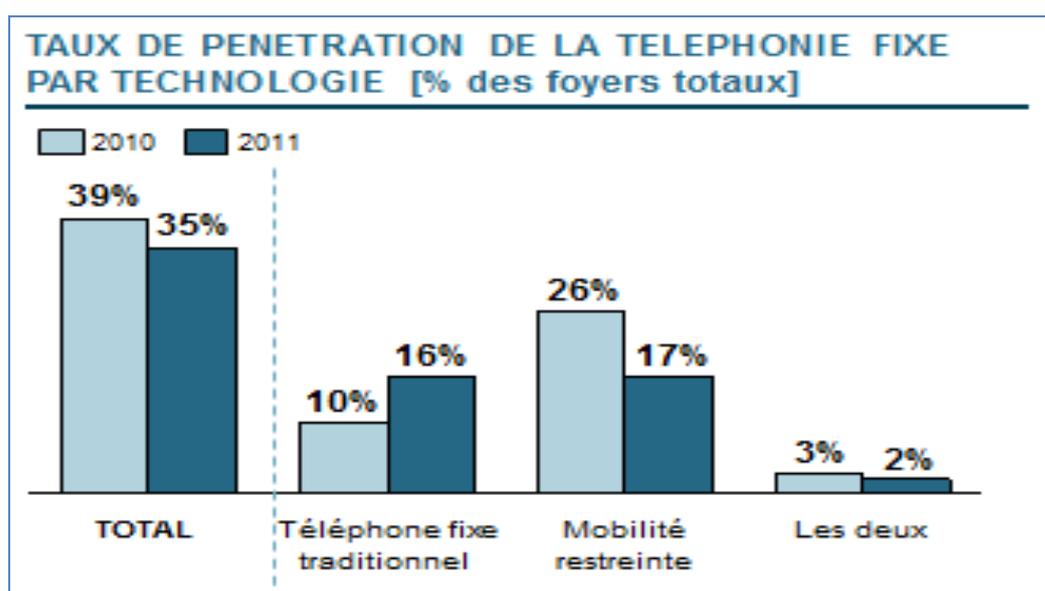
3.3.1. Le taux d'équipement de la téléphonie fixe a entamé un léger recul en 2011

En hausse constante jusqu'en 2010, le taux d'équipement des ménages marocains en téléphonie fixe a connu en 2011 une baisse de 4 points par rapport à 2010 : 35% des foyers sont équipés en téléphonie fixe en 2011.

L'équipement en téléphonie fixe avait connu un très fort accroissement en 2007, en partie en raison de l'arrivée des nouvelles offres de téléphonie fixe avec mobilité restreinte. Après cette hausse importante, la croissance de la pénétration des lignes fixes au niveau des ménages s'est ralentie entre 2007 et 2010, progressant respectivement de +2 à +4 points par an. L'année 2011 marque le retrait de la téléphonie fixe avec une baisse de 4 points par rapport à 2010.

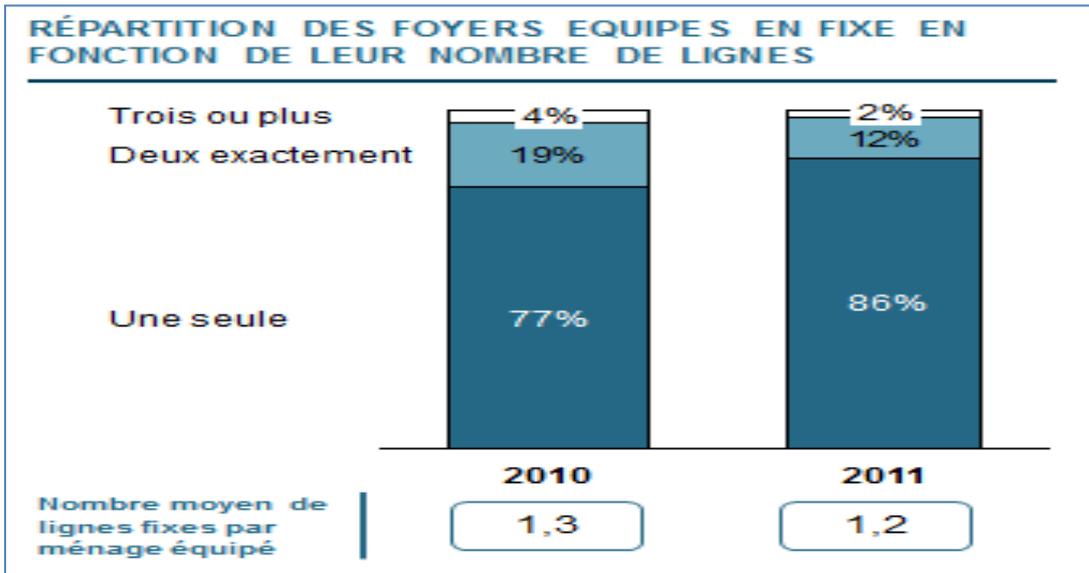


Le recul du fixe s'explique par la baisse constatée au niveau de la mobilité restreinte qui est présente dans 19% des foyers en 2011, en recul par rapport à 2010 (29%).



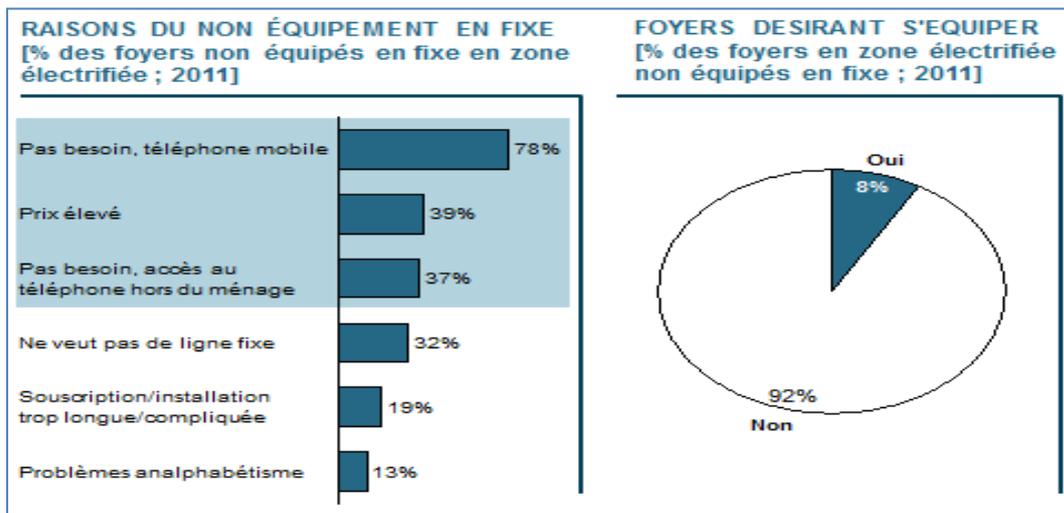
3.3.2. Le multi-équipement est également en recul

Le multi-équipement ne concerne plus que 14% des foyers équipés en téléphonie fixe, contre 23% en 2010.



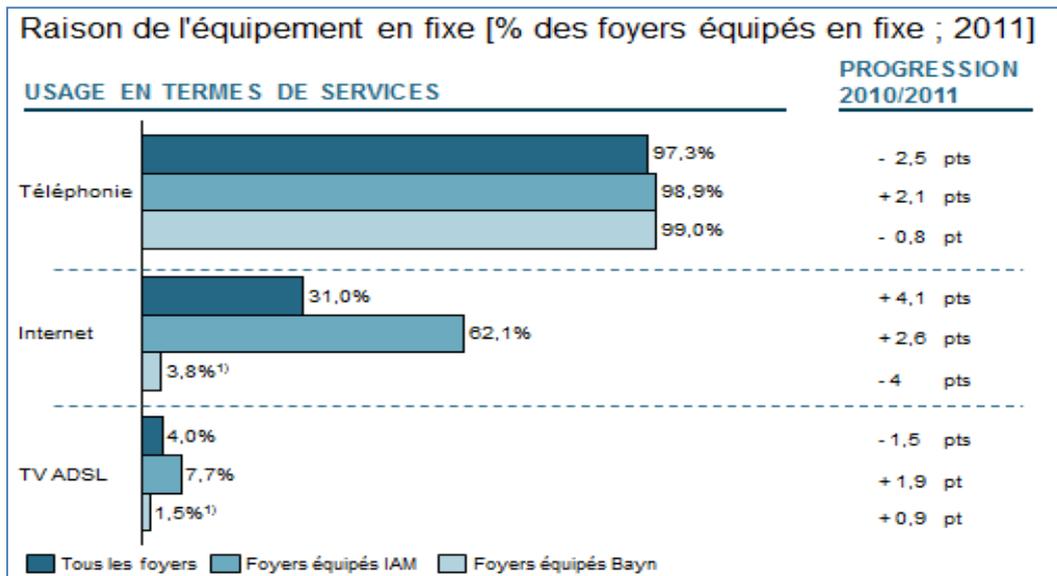
3.3.3. La substitution par le téléphone mobile explique également ce recul

La substitution fixe-mobile diminue fortement le besoin de disposer d'une ligne téléphonique fixe. Seuls 8% des foyers non-équipés envisagent de le faire dans les 12 prochains mois, contre 11% en 2010.



3.3.4. L'usage d'Internet et de la TV sur ADSL constituent néanmoins des facteurs d'équipement pour une partie des ménages

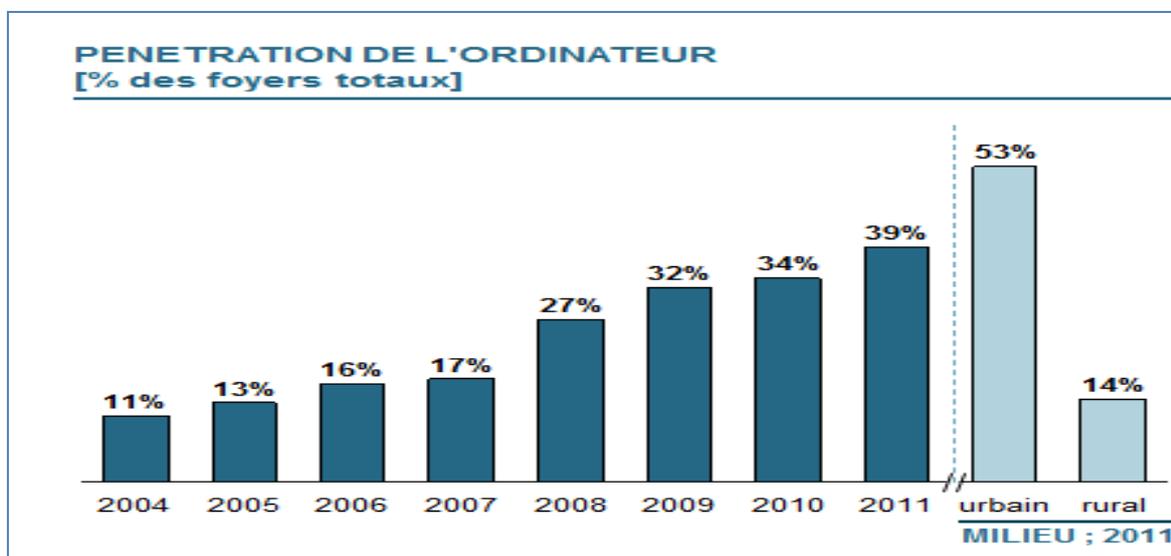
L'équipement en ligne fixe est avant tout centré sur la téléphonie tout en étant tiré par la progression de la demande en Internet fixe. En effet, l'Internet haut débit fixe par ADSL est un facteur d'équipement qui gagne en importance, avec près des 2/3 des foyers équipés qui mentionnent cet usage. L'usage de la TV sur ADSL n'est pas en reste puisque près de 8% des foyers équipés en ligne fixe mentionnent cet usage.



3.4. Equipement des ménages en ordinateurs

3.4.1. La pénétration de l'ordinateur dans les foyers est en forte progression : 39% en 2011

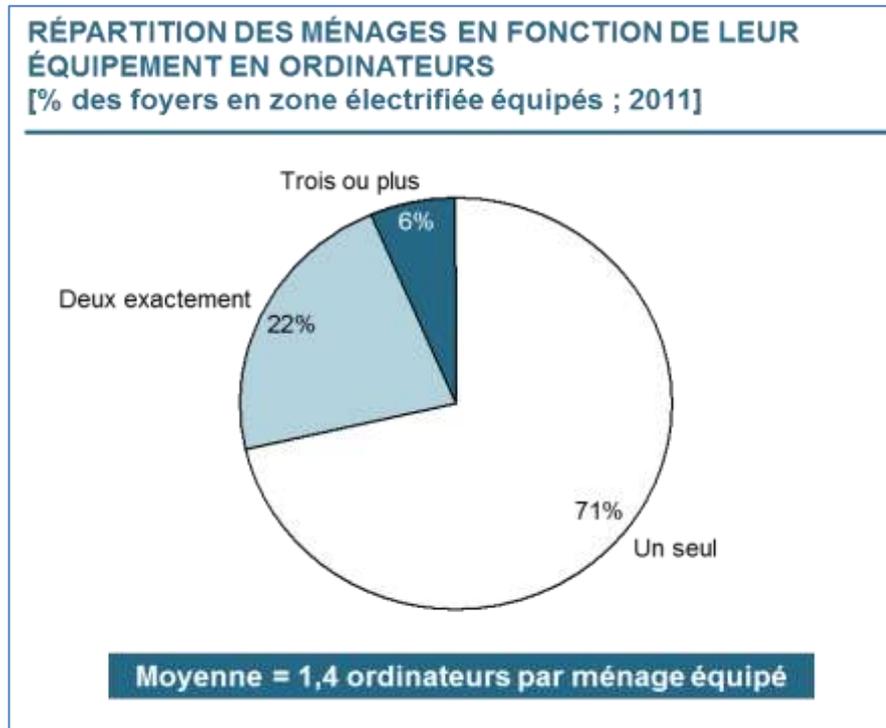
Le taux d'équipement en micro-ordinateur à domicile atteint désormais 39% (soit 5 points de plus qu'en 2010). Bien que l'équipement tende à se démocratiser, les zones urbaines sont toujours beaucoup plus équipées que les zones rurales, avec un différentiel de 39 points. L'équipement des foyers en ordinateur est également très variable selon la CSP. Les CSP supérieurs étant plus équipés.



3.4.2. Les ménages équipés déclarent posséder en moyenne 1,4 ordinateurs

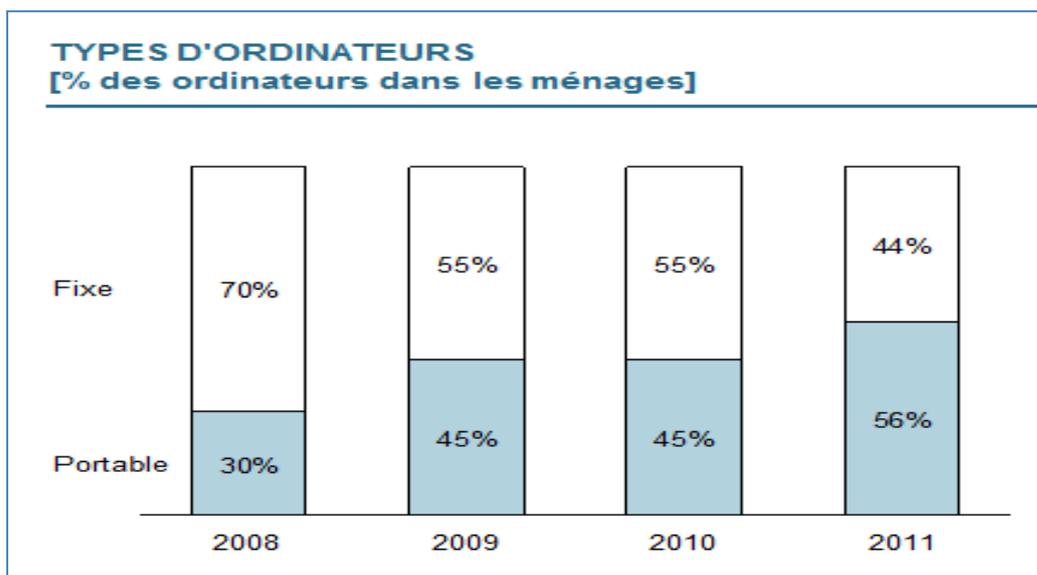
22% des foyers marocains équipés ont 2 ordinateurs et 6% des foyers équipés ont 3 ordinateurs ou plus. Au total 28% des foyers sont multi-équipés et en moyenne les ménages équipés possèdent 1,4 ordinateurs.

Les tablettes restent marginales : moins de 2% des foyers équipés en ordinateur déclarent posséder des tablettes.



3.4.3. L'ordinateur fixe recule face au à l'ordinateur portable

Si la part des ordinateurs portables dans les foyers marocains s'est stabilisée entre 2009 et 2010, le recul de l'ordinateur fixe au profit de l'ordinateur portable a repris en 2011. En effet l'ordinateur portable est de plus en plus présent dans les foyers : 56% de l'équipement en 2011 contre 45% en 2009 et 2010 et 30% en 2008.

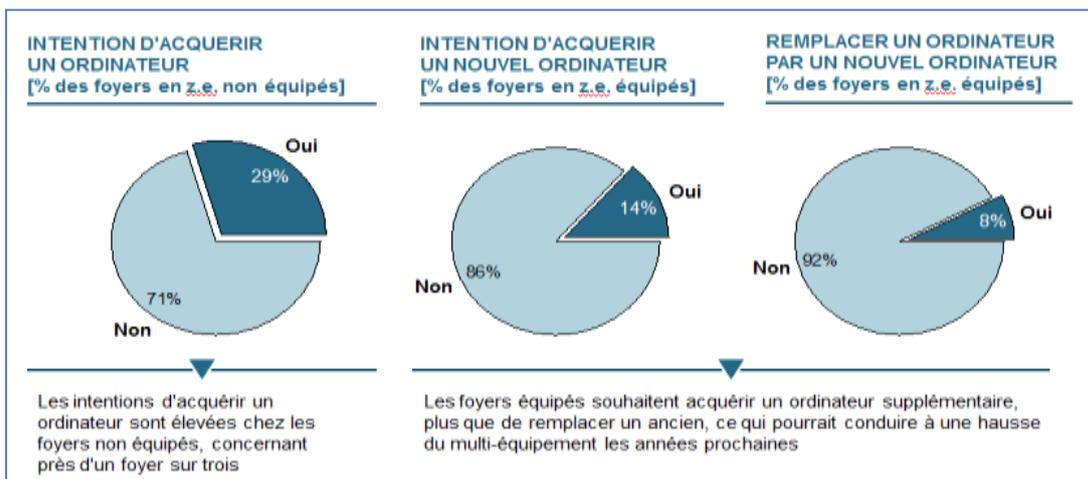


3.4.4. Le marché de l'ordinateur pour les particuliers est en progression et devrait continuer sur sa lancée

Sur une base de 6,7 millions de foyers marocains en 2011, le parc d'ordinateurs utilisés par les particuliers est estimé à 3,54 millions d'unités.

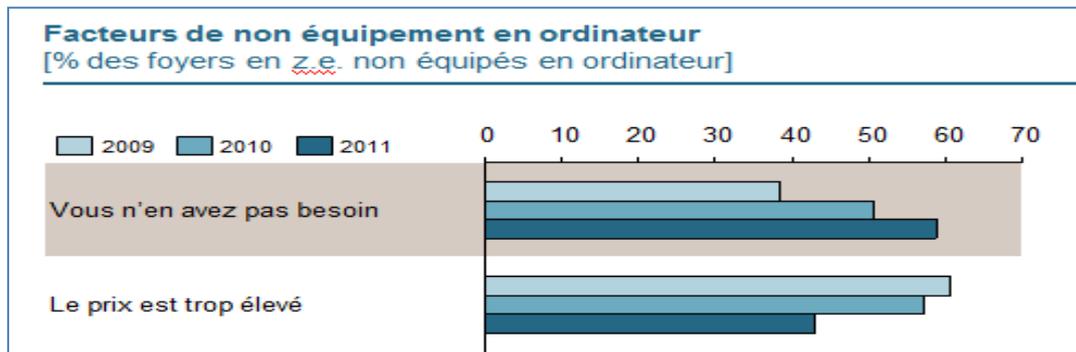


L'équipement en ordinateur personnel est amené à progresser fortement dans les années à venir. Près d'un foyer marocain sur trois (29%) non équipé a l'intention d'acquérir un ordinateur. Par ailleurs 14% des foyers déjà équipés manifestent l'envie d'avoir un ordinateur supplémentaire.



3.4.5. Le prix n'est plus considéré comme le principal frein à l'achat d'un ordinateur contrairement aux années précédentes

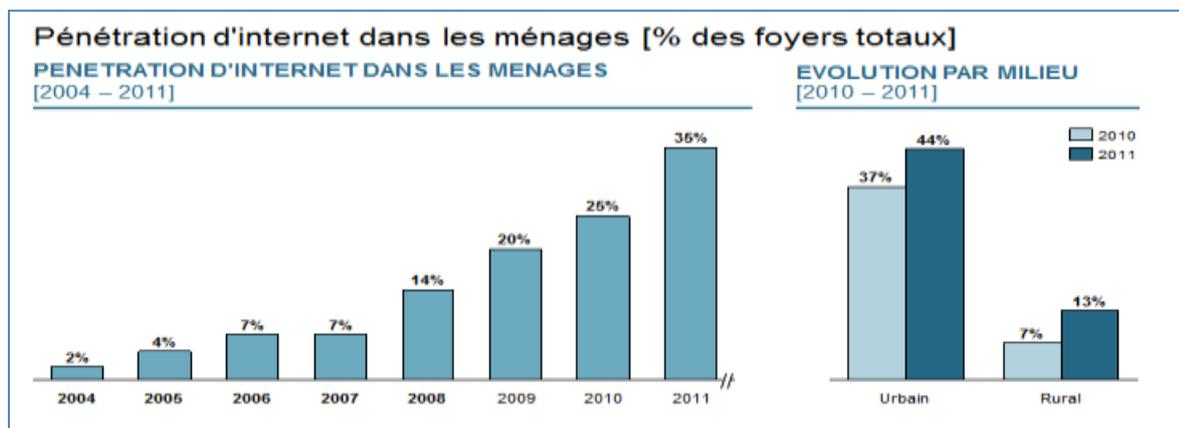
En 2011 et contrairement à 2010, le principal frein à l'achat d'un ordinateur n'est plus le prix trop élevé, mais le manque de besoin. Si l'absence de besoin ressenti est le principal facteur de non équipement de toutes les CSP, le facteur prix est, de manière assez logique, retenu par les CSP inférieures. Pour une part importante des foyers marocains, et en particulier dans les CSP inférieurs, la complexité d'utilisation ou l'analphabétisme restent également un frein à l'équipement.



3.5. Accès des ménages à l'Internet

3.5.1. Plus d'un tiers des foyers marocains est connecté à Internet

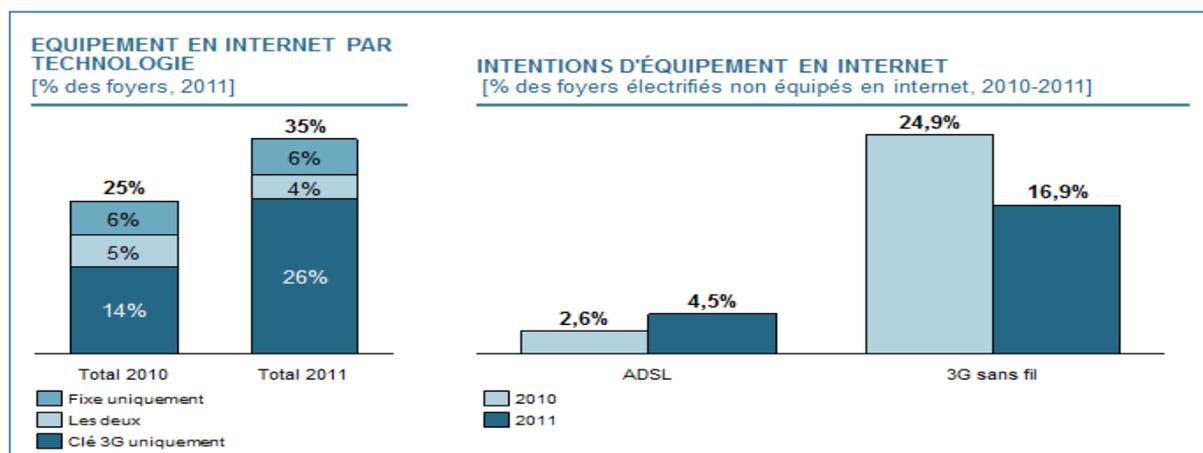
Plus d'un foyer marocain sur 3 (35%) dispose aujourd'hui d'une connexion Internet, le taux de pénétration a augmenté de façon importante depuis 2008 puisqu'il n'était alors que de 14%. La progression constante de la diffusion d'Internet n'empêche pas à un certain nombre d'inégalités de perdurer: la disparité entre zone rurale et zone urbaine reste forte (31 points).



3.5.2. Le marché de l'accès à Internet se développe principalement grâce à la 3G

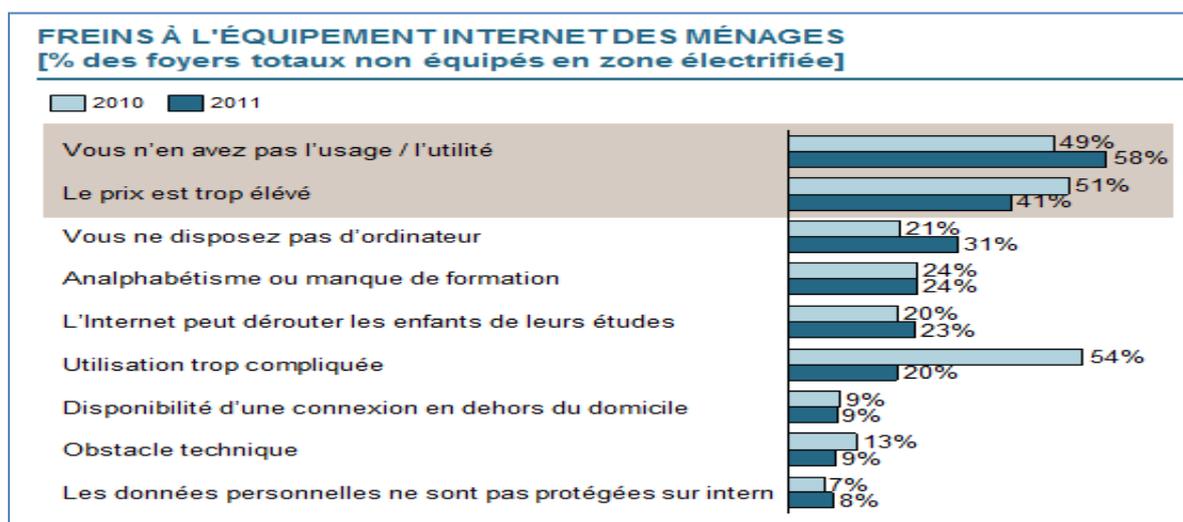
Le succès des clés 3G a participé à la démocratisation de l'accès à Internet. En 2011, 26% des foyers se connectent à Internet uniquement avec leurs clés 3G (contre 14% en 2010) alors que 6% n'utilisent que l'Internet fixe et 4% les deux technologies. L'équipement en clé 3G devrait continuer de progresser en 2012, 16,9% des foyers non équipés déclare avoir l'intention d'acquérir des clés 3G, malgré un ralentissement (-8 points dans les intentions d'équipement). L'équipement ADSL devrait continuer lui aussi à progresser en 2012 : 4,5% d'intention d'équipement en 2011 contre 2,6% en 2010.

Les ménages équipés disposent, en moyenne, de 1,3 accès par foyer.



3.5.3 Le manque d'utilité, les considérations économiques et le non disponibilité d'un ordinateur constituent les principaux freins à l'accès Internet

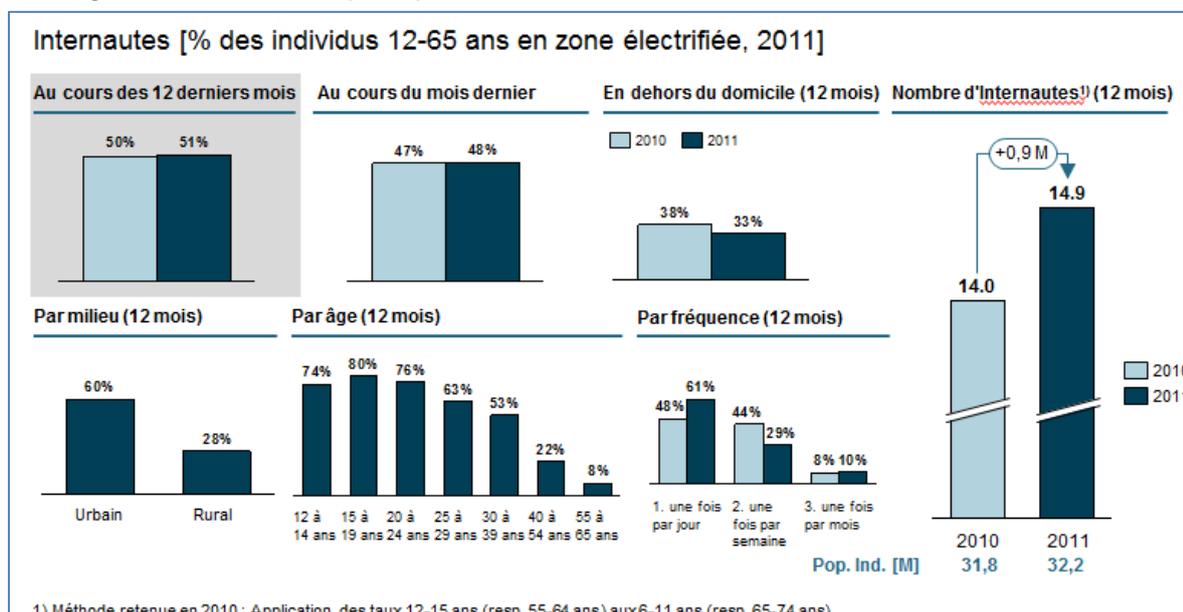
65% des foyers marocains ne sont pas équipés aujourd'hui en accès Internet. Les principaux freins à l'accès Internet pour les marocains sont aujourd'hui le manque de besoin et le prix trop élevé. Il faut noter que les freins à l'équipement en Internet ou en ordinateur en général pour les ménages ont changé entre 2010 et 2011. Le facteur prix était le principal facteur de non-équipement en 2010, alors qu'il perd 10 points en 2011 au profit du facteur de l'absence d'utilité. En outre, la complexité d'utilisation est moins évoquée comme frein à l'utilisation contrairement à l'année dernière.



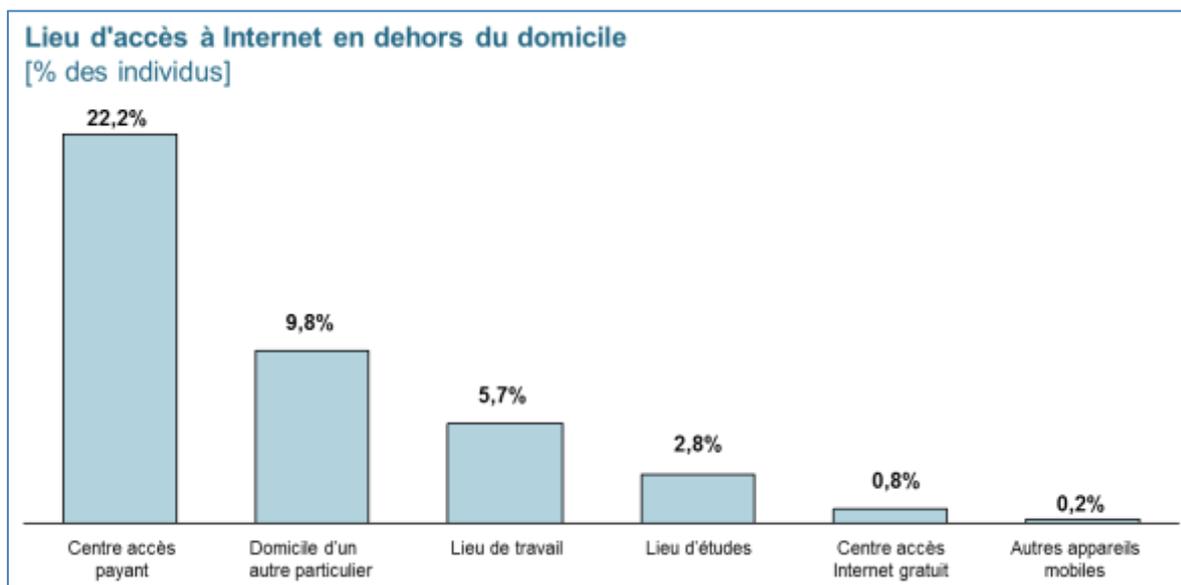
3.6 Usages de l'Internet par les internautes

3.6.1 Plus de la moitié des internautes se connectent tous les jours

Le Maroc compte 14,9 millions d'Internautes en 2011, près d'un million de plus qu'en 2010. La connexion mensuelle s'est avérée stable entre 2010 et 2011 alors que l'usage quotidien augmente. En moyenne, en 2011, 61% des marocains équipés d'Internet à domicile se sont connectés tous les jours. Cet usage quotidien a connu une progression importante puisqu'ils n'étaient que 48% des internautes à le faire en 2010. Il s'explique en partie par un équipement à domicile plus important et des tarifs plus abordables. L'âge et le milieu de résidence continuent à influencer grandement sur les pratiques de connexion.



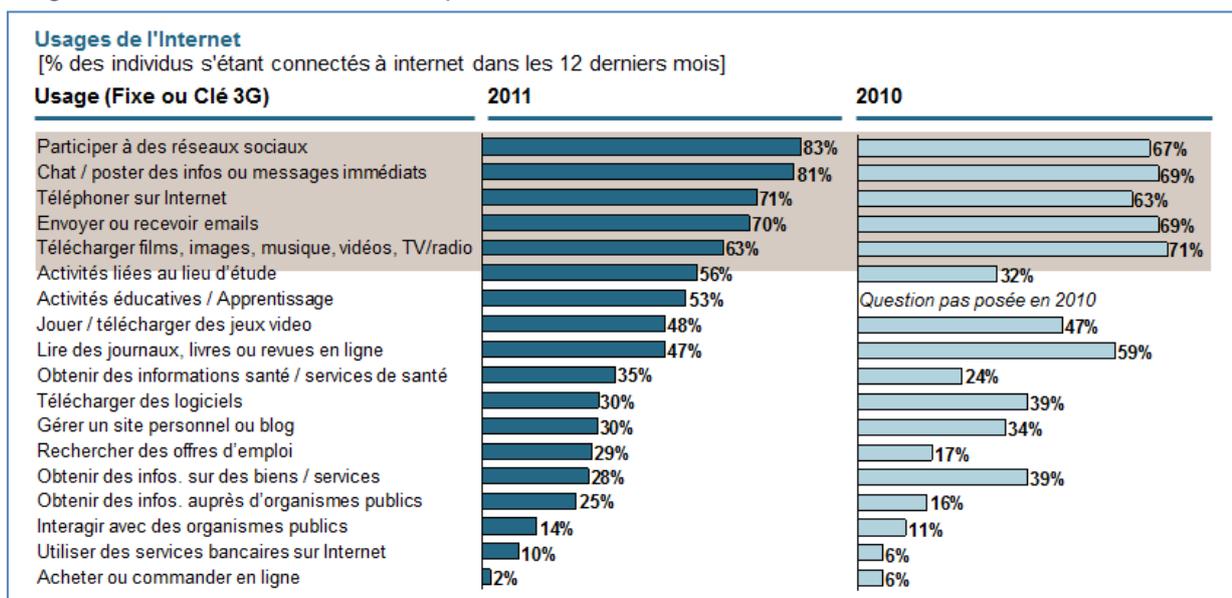
Les cybercafés restent le principal lieu de connexion hors domicile avec 22% des connexions, devant le domicile d'un autre particulier à 10%.



3.6.2 83% des marocains connectés à Internet déclarent être membres d'un réseau social

Les réseaux sociaux constituent le premier usage Internet des marocains, 83% des individus s'étant connectés à Internet dans les 12 derniers mois y participant. De plus, les réseaux sociaux sont déclarés usage favori tous supports confondus : ordinateur fixe, clé 3G et téléphone mobile. Il est intéressant de noter que même les individus accédant à Internet en milieu rural manifestent un usage plus élevé des réseaux sociaux.

D'une manière générale, Internet semble d'abord perçu comme un moyen de communication, puisque en dehors des réseaux sociaux, les activités privilégiées sont les messages immédiats, le téléphone via Internet et la messagerie électronique. Toutes ces pratiques sont en hausse par rapport à 2010. En revanche, le téléchargement de contenus via Internet a enregistré une légère baisse en 2011 : seuls 63% des marocains utilisent Internet pour télécharger des images, des vidéos ou de la musique en 2011 contre 71% en 2010.



3.6.3 Le e-commerce

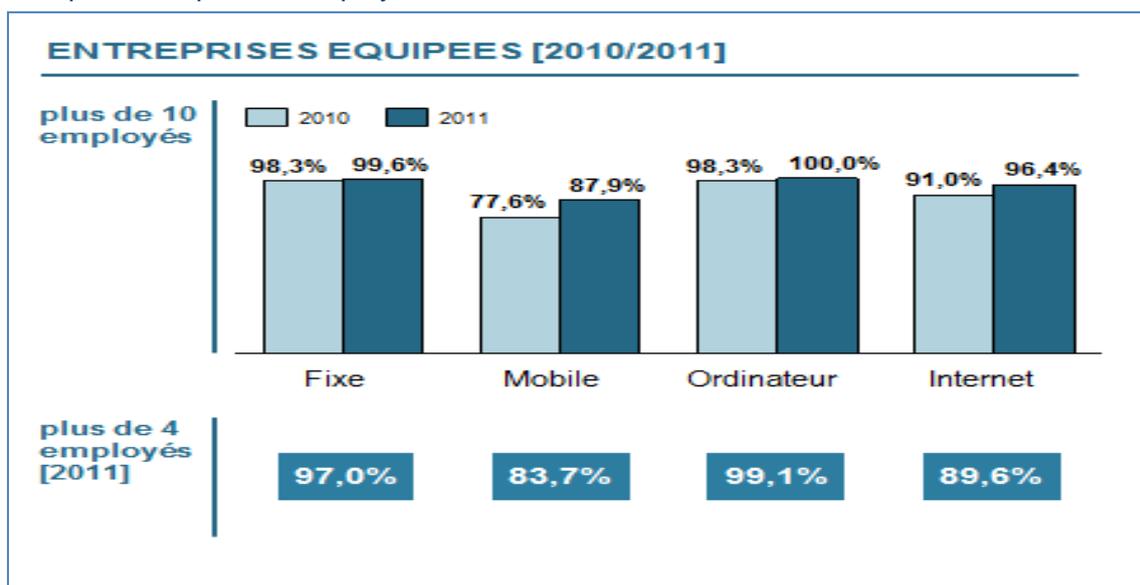
Seuls 4% des internautes marocains ont réalisé des achats en ligne en 2011, pratiquement le même pourcentage qu'en 2010. Une grande partie (72%) des internautes marocains ne voient pas une utilité particulière dans les achats en ligne et une majorité d'entre eux n'ont pas confiance dans les moyens de paiement et considèrent que les prix sont trop élevés.

4. Résultats pour les entreprises

4.1. Marché global

4.1.1 Les taux d'équipement des entreprises en TIC sont très élevés

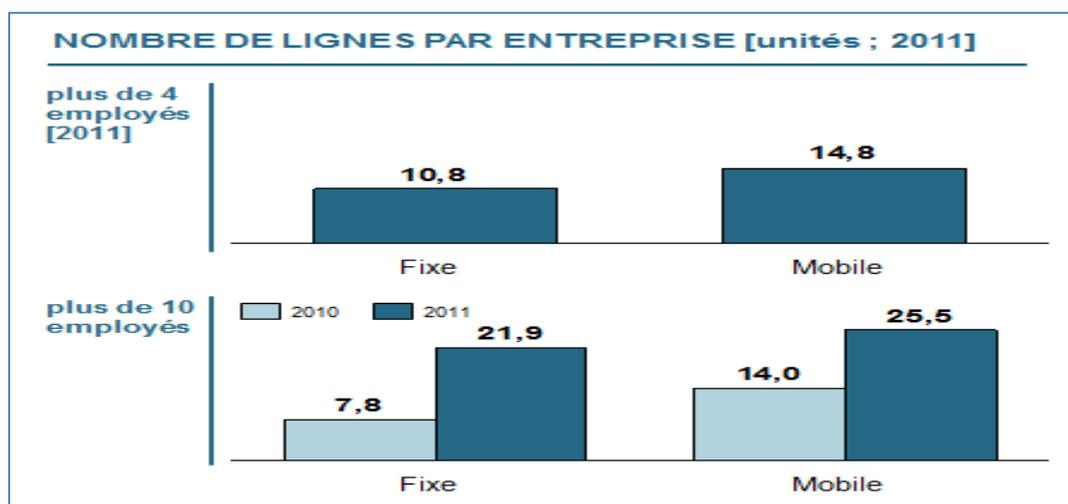
La grande majorité des entreprises marocaines est équipée en technologies de l'information et de la communication. Les taux de pénétration des équipements de type téléphonie fixe, ordinateur et accès Internet restent globalement inchangés par rapport aux années précédentes. L'équipement en téléphonie mobile, historiquement moins élevé, progresse par rapport à 2010 : 84% des entreprises de plus de 4 employés sont équipées en 2011. A périmètre comparable, 88% des entreprises de plus de 10 employés sont équipées en mobile en 2011, contre 78% en 2010. Dans une moindre mesure, l'Internet progresse également dans les entreprises de plus 10 employés : 96% en 2011, contre 91% en 2010.



4.2 Equipement en téléphonie

4.2.1 99,6% des entreprises sont équipées en téléphonie fixe contre 88% en téléphonie mobile

Au global, 99,6% des entreprises sont équipées en téléphonie fixe contre 88% en téléphonie mobile. Les entreprises de plus de 10 employés ont en moyenne 21,9 lignes fixes et 25,5 mobiles en 2011, contre 7,8 lignes fixes et 14 lignes mobiles en 2010. L'écart entre équipement fixe et équipement mobile se réduit.



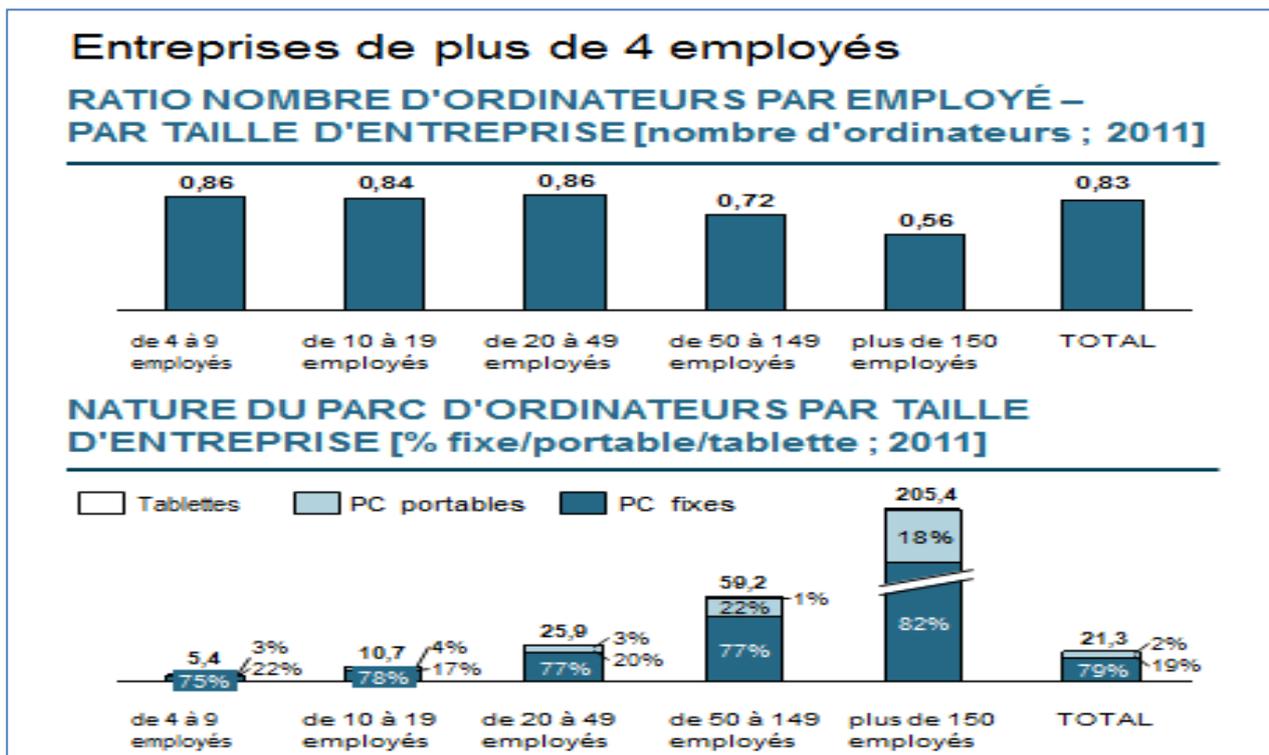
4.3 Equipement informatique

4.3.1 La totalité des entreprises est équipée en ordinateur

La totalité des entreprises sont munies d'ordinateurs fixes ou portables.

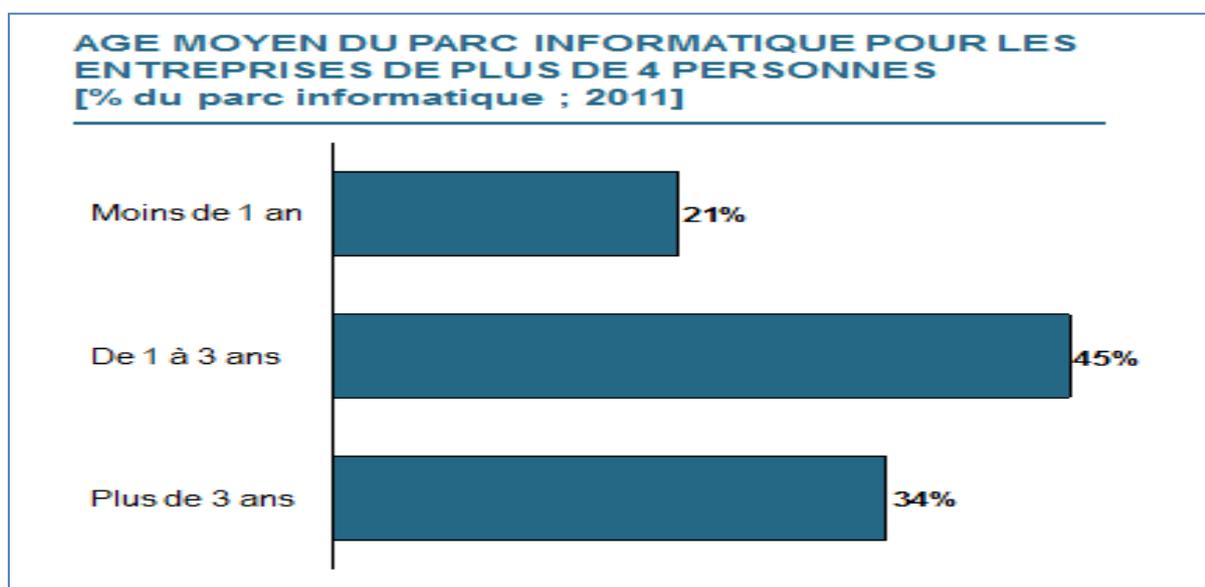
Le nombre d'ordinateurs par employé est en augmentation (0,83 en 2011 contre 0,57 en 2010). Les disparités sont grandes selon le secteur : le secteur commercial est le moins équipé avec en moyenne 67 ordinateurs pour 100 employés. A l'opposé, les services financiers et le secteur primaire disposent en moyenne de plus d'ordinateurs que d'employés avec 105 ordinateurs pour 100 employés.

Le parc d'ordinateurs est majoritairement composé d'ordinateurs fixes, même si la part des portables progresse légèrement : 79% de fixes contre 81% en 2010 et 21% de portables contre 19% en 2010.



4.3.2 La moitié du parc d'ordinateurs a moins de 3 ans

Près de la moitié du parc d'ordinateurs des entreprises a entre 1 et 3 ans, alors qu'un tiers a plus de 3 ans.



4.4. Equipement en accès Internet

4.4.1 96,4% des entreprises ont accès à Internet

96,4% des entreprises sont connectés à Internet. Le taux d'équipement en accès Internet diffère selon les secteurs. L'industrie et les services financiers sont les secteurs les mieux équipés en Internet. En revanche, le secteur primaire est le moins bien équipé.

Le taux d'équipement en Internet augmente avec la taille de l'entreprise : la totalité des entreprises de plus de 150 salariés est connectée à Internet en 2011.

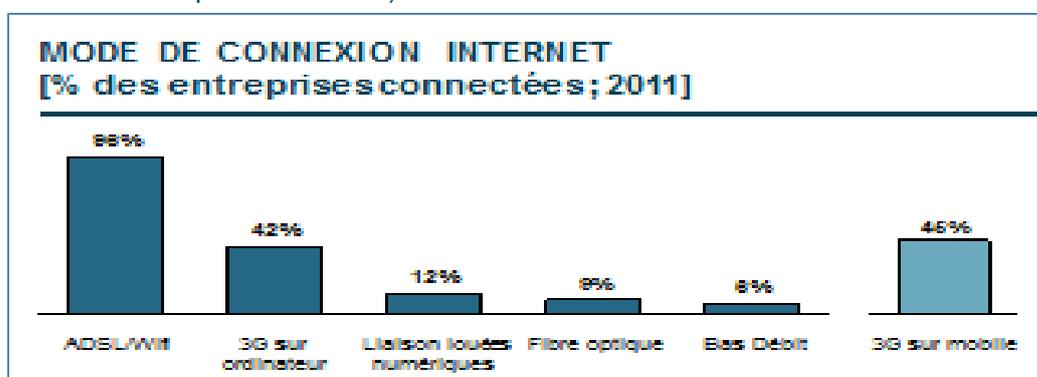
4.4.2 L'ADSL reste le moyen de connexion le plus utilisé par les entreprises et la 3G a considérablement progressé

Quasiment toutes les entreprises ont accès à Internet via l'ADSL.

La 3G sur mobile et ordinateur a considérablement progressé depuis 2010, avec désormais presque une entreprise sur deux utilisatrice de cette technologie (7% des entreprises en 2010).

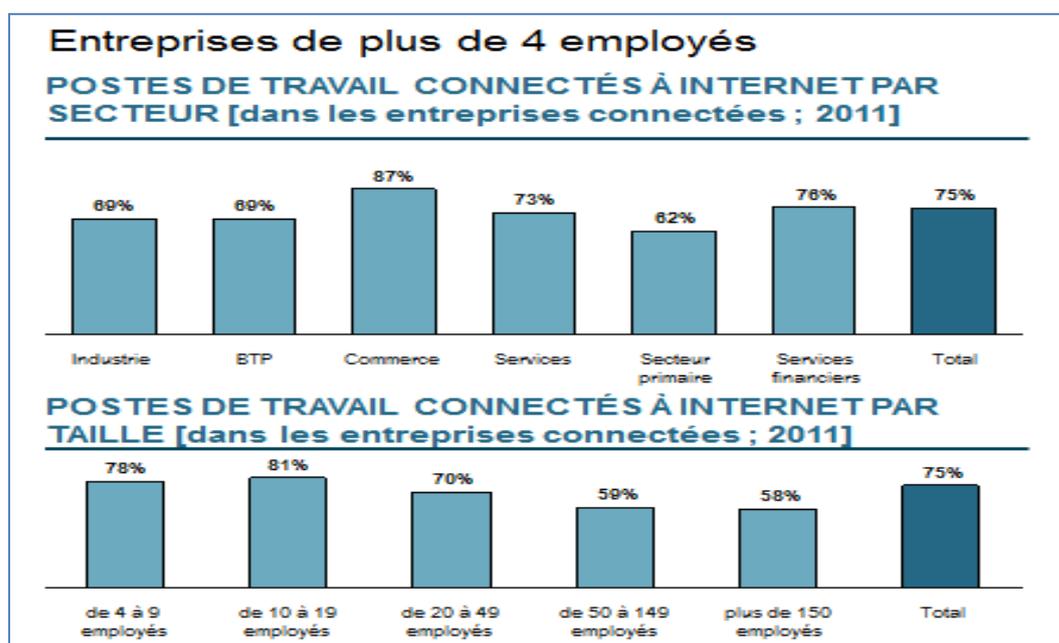
La fibre optique fait également son apparition et est déjà déployée dans près d'une entreprise sur dix, principalement celles de grande taille.

Le bas débit est quant à lui en fort recul, avec seulement 6% des entreprises équipées en 2011 (contre 20% des entreprises en 2010).



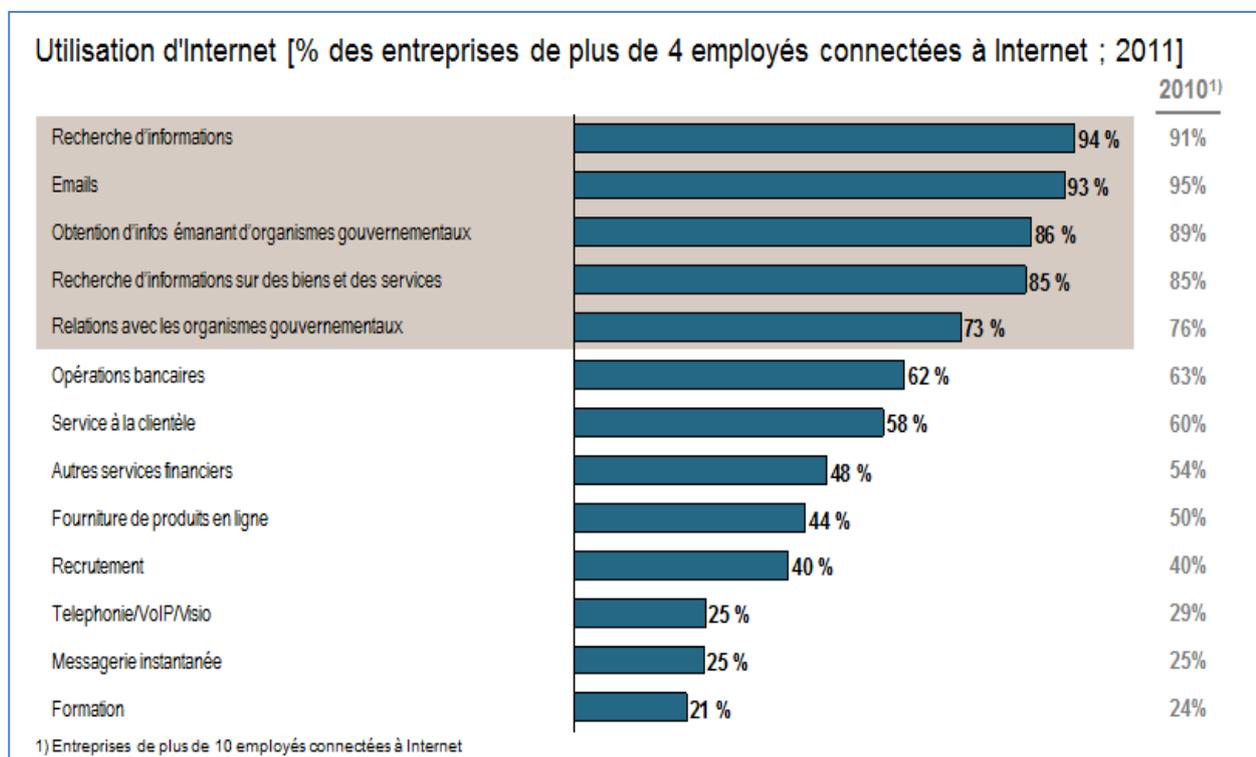
4.4.3 75% des postes de travail sont connectés à Internet

En moyenne, 75% des postes de travail sont connectés à Internet dans les entreprises ayant au moins un accès Internet (contre 67% des entreprises en 2010).



4.4.4 Les entreprises utilisent principalement l'Internet pour la messagerie électronique ou pour la recherche des informations

Plus des trois-quarts des entreprises recherchent des informations commerciales ou officielles, ont accès à la messagerie, et entretiennent des relations avec les organismes gouvernementaux via Internet.



4.5. Commerce en ligne

4.5.1 Les pratiques d'achat et de vente en ligne se répandent

La pratique de l'achat en ligne se démocratise progressivement, avec désormais 28% des entreprises de plus de 10 personnes déjà adeptes ou prévoyant d'acheter en ligne dans les 12 prochains mois.

Par rapport à 2010, davantage d'entreprises pratiquent la vente en ligne (14% des entreprises de plus de 10 personnes), et de plus en plus sur leur propre site web.

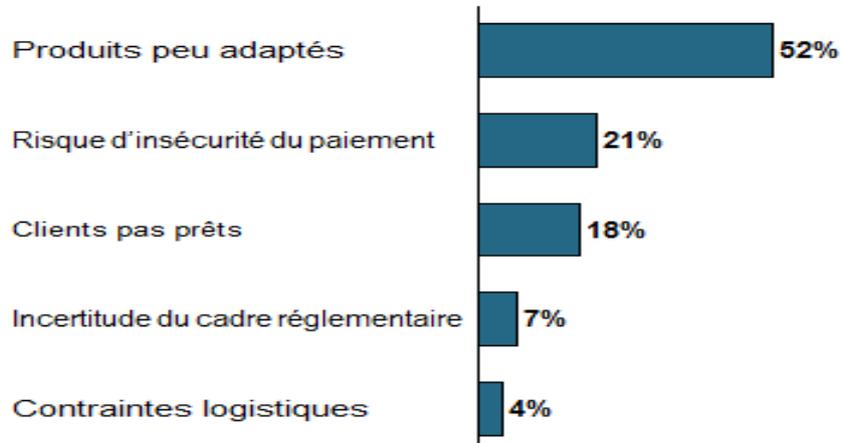
4.5.2 Les produits non adaptés à la vente en ligne sont considérés comme les principaux freins au développement du commerce électronique

Pour 52% des entreprises, l'un des principaux freins à l'utilisation du commerce électronique par les entreprises est lié à la nature des produits, non adaptée à la vente en ligne.

21% des entreprises sont encore réfractaires à la vente en ligne en raison du risque d'insécurité du paiement.

Enfin, 18% considèrent que leurs clients ne seraient pas prêts à acquérir le type de produit ou service proposé par le biais d'Internet.

RAISONS DE NON PRATIQUE DU COMMERCE ELECTRONIQUE
 [% des entreprises de plus de 4 employés ne pratiquant pas le commerce électronique ; 2011]



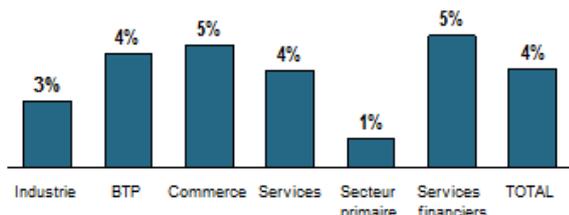
4.6 Investissement et Formation TIC

4.6.1 Les entreprises des secteurs Commerce et Services Financiers, ainsi que les entreprises de taille moyenne investissent plus que la moyenne dans les TIC

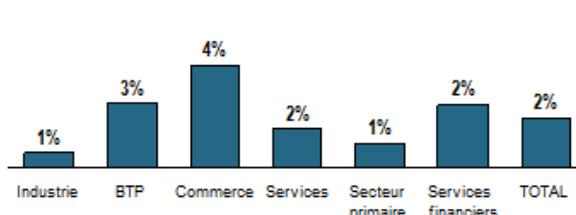
Les entreprises du secteur Commerce consacrent 5% de leurs investissements aux TIC ainsi que 4% de leur budget formation.

Les entreprises du secteur Services Financiers consacrent 5% de leurs investissements aux TIC et 2% de leur budget formation.

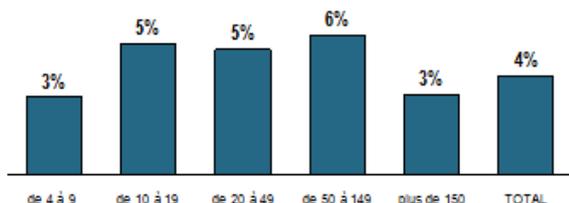
PART DE L'INVESTISSEMENT CONSACRÉE AUX TIC – PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ
 [% des entreprises de plus de 4 employés ; 2011]



PART DU BUDGET FORMATION CONSACRÉE AUX TIC – PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ
 [% des entreprises de plus de 4 employés ; 2011]



PART DE L'INVESTISSEMENT CONSACRÉE AUX TIC – PAR TAILLE D'ENTREPRISE
 [% des entreprises de plus de 4 employés ; 2011]



PART DU BUDGET FORMATION CONSACRÉE AUX TIC – PAR TAILLE D'ENTREPRISE
 [% des entreprises de plus de 4 employés ; 2011]

