

# Observatoire des technologies de l'information

Enquête sur l'accès et l'usage des TIC par les Ménages  
et les Individus au Maroc en 2014

# SOMMAIRE

<b>1</b>	<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>METHODOLOGIE.....</b>	<b>3</b>
2.1	Population et périmètre d'analyse .....	3
2.2	Critères de redressement .....	4
<b>3</b>	<b>PRINCIPAUX EQUIPEMENTS ET USAGES TIC AU MAROC EN 2014 .....</b>	<b>5</b>
3.1	Équipement et usages de la téléphonie mobile .....	5
3.1.1	<i>Équipement des individus en téléphonie mobile .....</i>	<i>5</i>
3.1.2	<i>Équipement des individus en smartphones .....</i>	<i>7</i>
3.1.3	<i>Intentions d'équipement des individus en téléphonie mobile .....</i>	<i>7</i>
3.2	Équipement et usage des ménages en téléphonie fixe .....	8
3.2.1	<i>Équipement des ménages en téléphonie fixe .....</i>	<i>8</i>
3.2.2	<i>Raisons du non équipement en téléphonie fixe et intentions d'équipement .....</i>	<i>9</i>
3.2.3	<i>Motivations d'équipement des ménages en téléphonie fixe .....</i>	<i>10</i>
3.3	Équipement et usage des ménages en ordinateur .....	10
3.3.1	<i>Équipement des ménages en ordinateur .....</i>	<i>10</i>
3.3.2	<i>Nombre moyen d'ordinateurs par ménage équipé .....</i>	<i>11</i>
3.3.3	<i>Équipement des ménages en tablettes .....</i>	<i>11</i>
3.3.4	<i>Intentions d'achat d'un ordinateur .....</i>	<i>12</i>
3.3.5	<i>Facteurs de non équipement en ordinateur .....</i>	<i>12</i>
3.4	Équipement et usages des ménages en accès Internet .....	13
3.4.1	<i>Équipement des ménages en accès Internet .....</i>	<i>13</i>
3.4.2	<i>Modes d'accès privilégiés à Internet .....</i>	<i>13</i>
3.4.3	<i>Intentions d'équipement en accès Internet à domicile .....</i>	<i>14</i>
3.4.4	<i>Facteurs de non équipement des ménages en accès Internet .....</i>	<i>14</i>
3.4.5	<i>Nombre d'internautes .....</i>	<i>15</i>
3.4.6	<i>Fréquence de connexion à Internet .....</i>	<i>16</i>
3.4.7	<i>Usages de l'Internet .....</i>	<i>16</i>
3.4.8	<i>Intérêt pour la langue locale et les contenus internationaux .....</i>	<i>17</i>
<b>4</b>	<b>QUALITE DE SERVICE .....</b>	<b>18</b>
4.1	Satisfaction générale des services TIC au Maroc .....	18
4.2	Appréciation générale des services mobiles .....	18
4.3	Appréciation générale du service ADSL .....	19
<b>5</b>	<b>RÉSEAUX SOCIAUX .....</b>	<b>20</b>
5.1	Fréquence d'utilisation des réseaux sociaux .....	20
5.2	Utilisation quotidienne des réseaux sociaux .....	21
5.3	Réseau social le plus populaire .....	21
5.4	Critères d'utilisation des réseaux sociaux .....	22

## 1 INTRODUCTION

L'objet du présent document est de présenter la méthodologie ainsi que les principaux résultats de la onzième édition de l'enquête annuelle réalisée par l'ANRT sur l'accès et l'utilisation des technologies de l'information et de communication (TIC) par les ménages et les individus au Maroc en 2014.

L'objectif de cette enquête est la collecte d'informations sur les principaux indicateurs d'équipement, d'accès et d'utilisation des TIC par les ménages et les individus au Maroc. En outre, l'étude permet de faire ressortir d'autres résultats comme les tendances et les intentions d'équipement des individus, leur perception de la qualité<sup>1</sup> de service ou l'utilisation des réseaux sociaux.

L'enquête de cette année s'inscrit dans le cadre de l'observatoire du « Marché des Technologies de l'Information » mis en place par l'ANRT depuis 2005.

Les objectifs de l'observatoire peuvent être résumés comme suit :

- Compléter les informations collectées auprès des opérateurs sur les marchés des services du fixe, du mobile et de l'Internet et cerner en particulier les questions d'usage et de comportement vis à vis des TIC afin d'analyser les 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 et de l'évolution 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 des indices TIC qui évaluent et comparent le niveau de développement des TIC dans les pays à l'échelle mondiale.

Ce rapport est structuré autour de quatre parties: une première partie est dédiée à la méthodologie adoptée; une deuxième partie présente l'état des principaux équipements et usages des TIC au Maroc en 2014; une troisième partie porte sur les perceptions et les niveaux de satisfaction des utilisateurs à l'égard des services TIC, et enfin, une quatrième et dernière partie est réservée à l'usage des réseaux sociaux.

---

<sup>1</sup> Il s'agit des déclarations faites par les répondants.

## 2 METHODOLOGIE

L'enquête de collecte des indicateurs TIC relative à l'année 2014 s'inscrit dans la continuité des éditions précédentes afin de permettre une comparaison temporelle et un suivi des indicateurs clés. Toutefois, quelques améliorations méthodologiques ont été apportées à cette onzième édition, en particulier au niveau de la révision des indicateurs, la reformulation des questions, et ce, en vue de garantir une fiabilité et une représentativité des résultats.

### 2.1 Population et périmètre d'analyse

La population de l'enquête est composée de deux cibles :

- L'ensemble des ménages installés en zones électrifiées<sup>2</sup>, sur le territoire national marocain.
- Les individus âgés de 5 à 75 ans vivant en zones électrifiées, sur le territoire national marocain, indépendamment de leur nationalité.

La population de référence a été établie conformément aux premiers résultats rendus publics par le Haut-Commissariat au Plan (HCP) du Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGPH) réalisé en 2014 et aux projections pour l'année 2014 réalisées par le HCP.

Sur le plan géographique, le périmètre de l'étude couvre l'ensemble du territoire national, en distinguant trois milieux d'habitation :

- Le milieu urbain, représenté par les principales villes du Royaume.
- Le milieu rural aggloméré, considéré comme la zone située à un périmètre de moins de 35 km autour d'un centre urbain.
- Le milieu rural profond, défini comme le territoire situé à un périmètre de plus de 35 km autour d'un centre urbain.

L'enquête de cette année a été réalisée à travers un sondage en face à face selon la méthode des softs quotas avec un suivi dynamique. Le questionnaire a été administré

---

<sup>2</sup> 100% des localités en milieu urbain et 98,51% des localités en milieu rural sont électrifiées selon les derniers chiffres publiés par l'ONEE

en français ou en arabe dialectal selon le profil du répondant. La taille de l'échantillon sondé s'élève à 1820 ménages, dont 1220 en milieu urbain et 600 en milieu rural.

## **2.2 Critères de redressement**

Les résultats de l'enquête ont fait l'objet d'un redressement, en utilisant les données de la population mère basées sur les projections du HCP pour l'année 2014.

Pour les individus, l'échantillon a été redressé selon les critères suivants :

- Le milieu de résidence (urbain/rural) ;
- Le genre ;
- L'âge ;
- Le type d'habitat et la région de résidence.

Pour les ménages, l'échantillon a été redressé selon les critères suivants :

- Le milieu de résidence (urbain/rural) ;
- Le type d'habitat et ;
- La région de résidence.

Dans les deux cas, le redressement a été effectué en utilisant les données croisées de la population réelle pour ces variables.

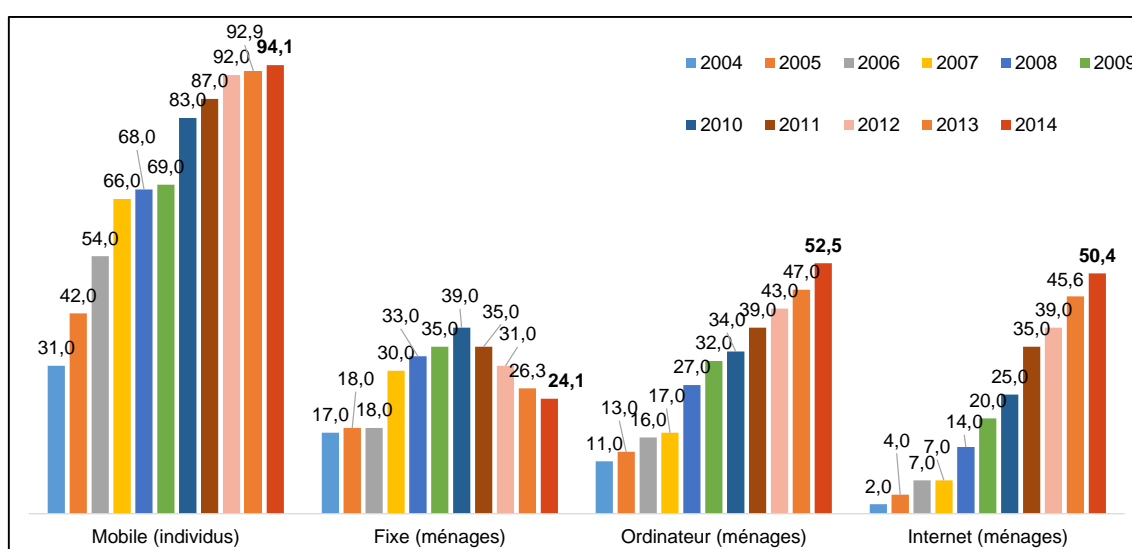
### 3 PRINCIPAUX EQUIPEMENTS ET USAGES TIC AU MAROC EN 2014

En 2014, l'évolution des principaux indicateurs d'équipement et d'utilisation des TIC par les individus et les ménages au Maroc suit une tendance cohérente avec les évolutions observées au cours des dernières années.

A l'exception de l'équipement en téléphonie fixe qui poursuit sa baisse constatée depuis 2011, les taux d'équipement en téléphonie mobile, en ordinateurs et en accès Internet enregistrent des évolutions positives. En effet, le taux d'équipement des individus en téléphonie mobile est de 94,1%, alors que le taux d'équipement des ménages en téléphonie fixe recule encore une fois cette année pour atteindre 24,1% des ménages. En revanche, les taux d'équipement en ordinateur (52,5%) et de l'Internet (50,4%) ont réalisé des évolutions remarquables (près de 5 points de plus par rapport à 2013).

#### ÉQUIPEMENT DES INDIVIDUS ET DES MÉNAGES

(% des individus de 12-65 ans en z.e. ; % du total des ménages en z.e.)

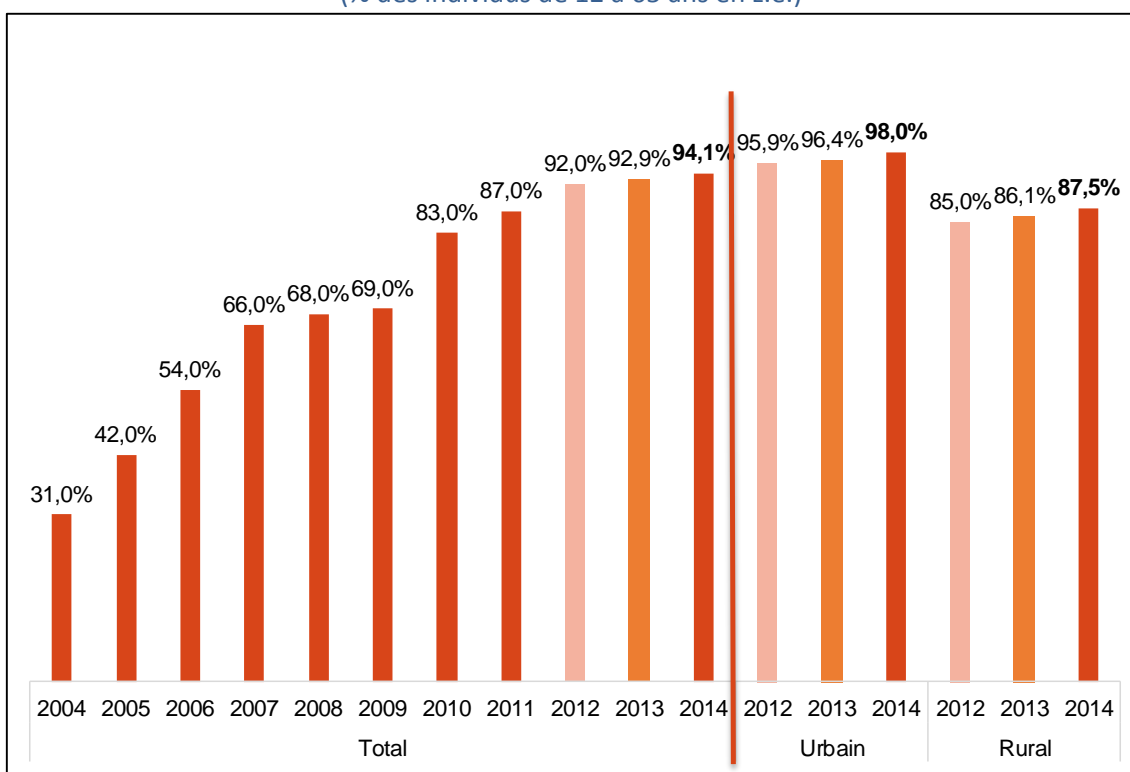


#### 3.1 Équipement et usages de la téléphonie mobile

##### 3.1.1 Équipement des individus en téléphonie mobile

La pénétration de la téléphonie mobile chez les individus résidant en zone électrifiée affiche une légère hausse en 2014, pour atteindre 94,1%. En revanche, on constate toujours un écart entre les deux milieux urbain et rural avec une différence de 10,5 points.

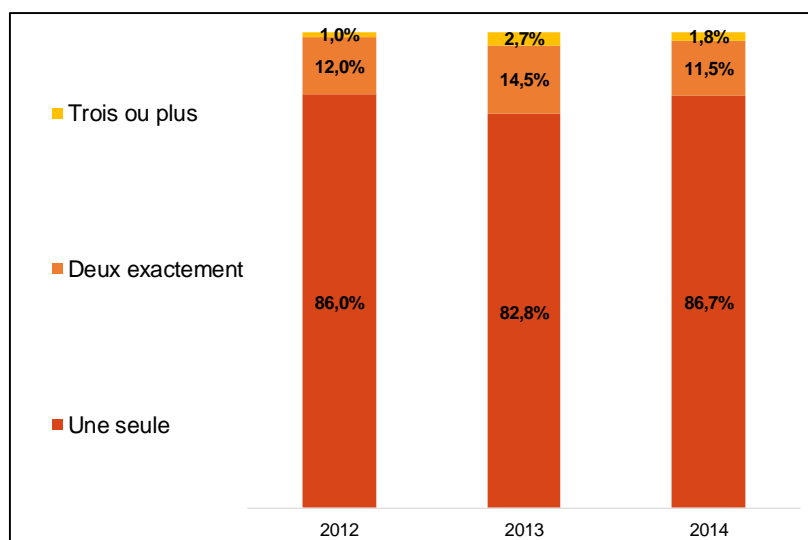
## INDIVIDUS ÉQUIPÉS EN TÉLÉPHONIE MOBILE (% des individus de 12 à 65 ans en z.e.)



### Multi-équipement en téléphonie mobile

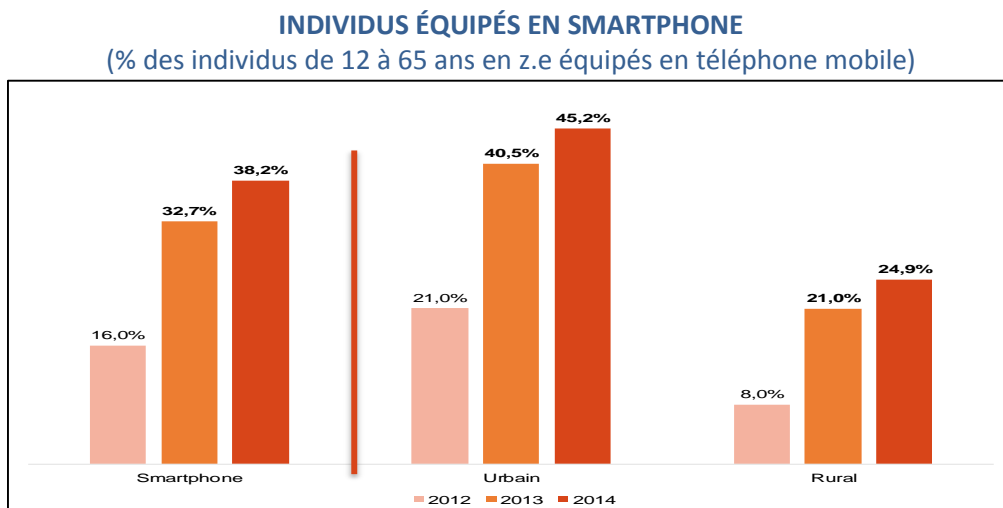
En 2014, les individus équipés en cartes mobiles possèdent en moyenne 1,15 carte SIM, en légère baisse par rapport à 2013 (1,22 cartes SIM). Les résultats de l'enquête indiquent que 13% des individus sont multi-équipés en 2014 (possèdent au moins deux cartes SIM), alors que cette proportion était de 17% en 2013.

## ÉQUIPEMENT EN TELEPHONIE MOBILE (% des individus de 12-65 ans en z.e.)



### 3.1.2 Équipement des individus en smartphones

L'équipement des individus en smartphones a continué sa progression en 2014. Ainsi, 38,2% des individus équipés en téléphone mobile déclarent posséder un smartphone, ce qui représente environ 9,4 millions d'unités au total soit plus 2 millions d'unités par rapport à 2013.

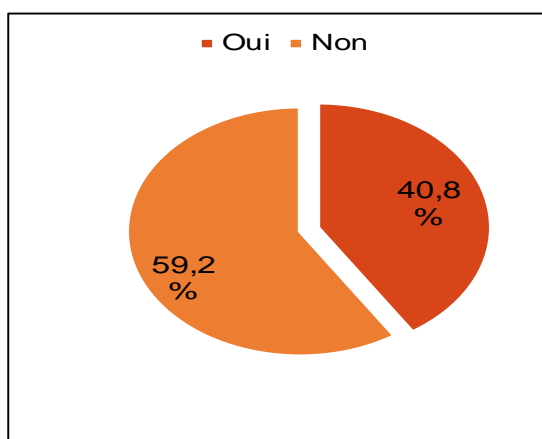


### 3.1.3 Intentions d'équipement des individus en téléphonie mobile

Près de 41% des individus non équipés en téléphone mobile déclarent l'intention de s'équiper en téléphone mobile au cours des 12 prochains mois et parmi ceux-ci, 43% souhaitent acquérir un smartphone.

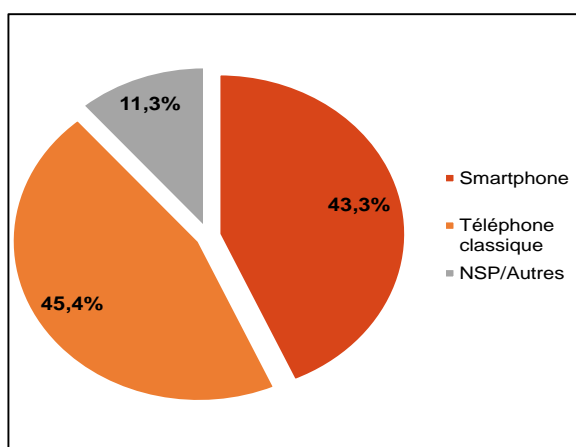
#### INTENTION D'ÉQUIPEMENT EN TELEPHONIE MOBILE

(% des individus de 12-65 ans en z.e. non équipés en téléphonie mobile ; 2014)



#### INTENTION D'ÉQUIPEMENT PAR TYPE EN TELEPHONIE MOBILE

(% des individus de 12-65 ans en z.e. non équipés en téléphonie mobile ; 2014)



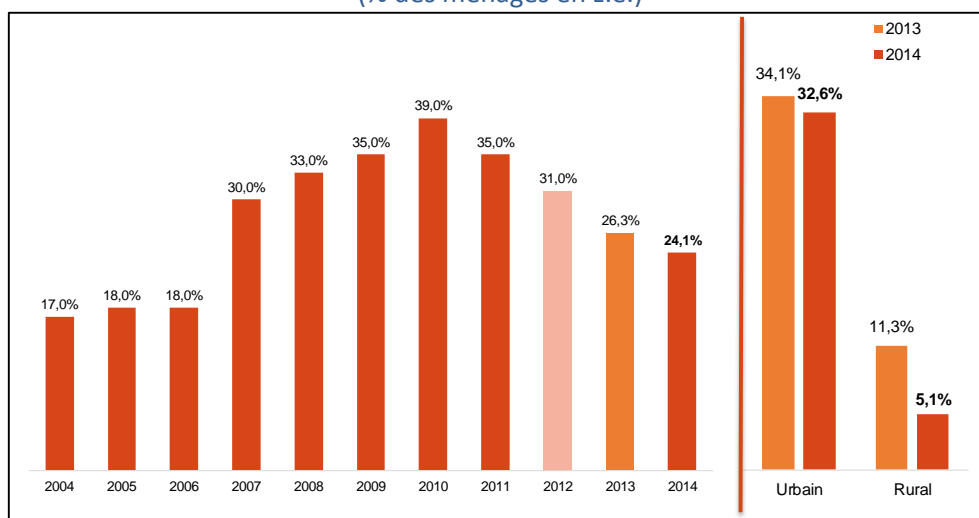


## 3.2 Équipement et usage des ménages en téléphonie fixe

### 3.2.1 Équipement des ménages en téléphonie fixe

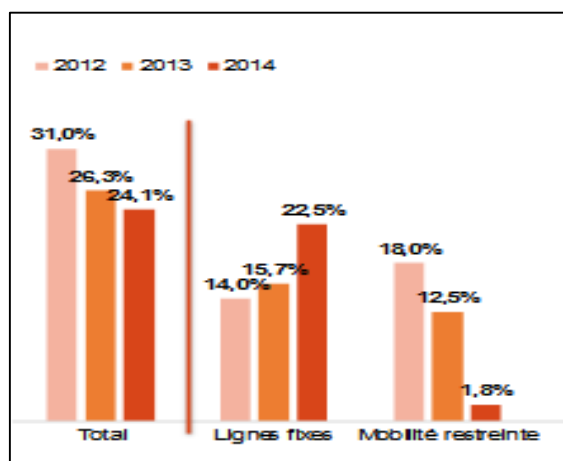
Le taux d'équipement des ménages en téléphonie fixe a continué dans sa tendance baissière pour atteindre 24,1% des ménages en 2014. Le taux d'équipement des ménages marocains en téléphonie fixe a diminué aussi bien dans le milieu urbain que dans le milieu rural avec une baisse plus importante dans ce dernier.

**MÉNAGES ÉQUIPÉS EN TÉLÉPHONIE FIXE**  
(% des ménages en z.e.)



Cette nouvelle baisse de l'équipement des ménages en téléphonie fixe s'explique par la chute qu'a connue l'accès à la téléphonie fixe via la mobilité restreinte, qui n'équipe désormais que 2% des ménages marocains au moment où le fixe traditionnel continue d'augmenter.

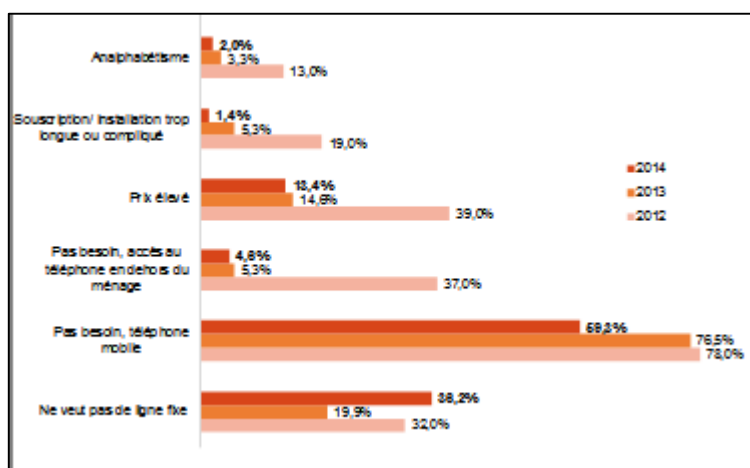
**ÉQUIPEMENT EN TÉLÉPHONIE FIXE PAR TYPE DE TECHNOLOGIE**  
(% des ménages en z.e.)



### 3.2.2 Raisons du non équipement en téléphonie fixe et intentions d'équipement

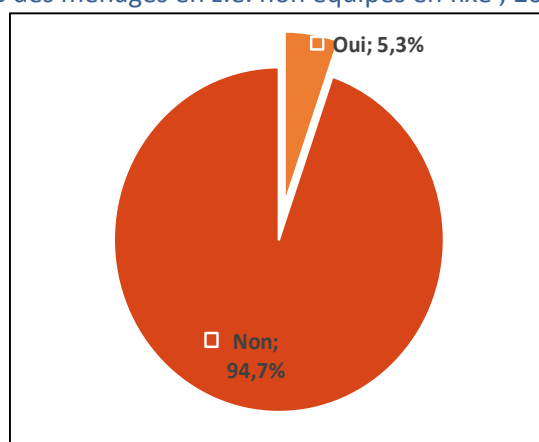
L'absence de besoin, du fait de l'équipement en téléphonie mobile, constitue toujours le principal facteur de non équipement en téléphonie fixe pour les ménages marocains. En revanche, des facteurs évoqués les années précédentes, comme le prix ou les difficultés d'installation perdent de l'importance en 2014, au profit d'autres facteurs, comme l'absence d'utilité perçue par les ménages.

**RAISONS DU NON ÉQUIPEMENT EN TELEPHONIE FIXE**  
(% des ménages en z.e. non équipés en téléphonie fixe)



Enfin, cette tendance à la baisse de l'équipement des ménages en téléphonie fixe devrait se poursuivre dans le futur, puisque seuls 5,3% des ménages non-équipés en téléphonie fixe déclarent avoir l'intention de s'en équiper dans les 12 prochains mois, alors qu'ils étaient 8% l'année dernière.

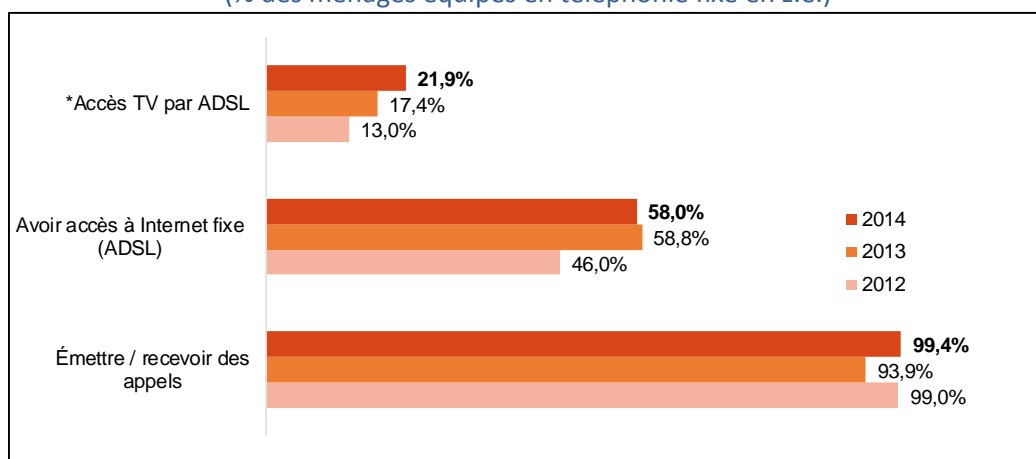
**INTENTION D'ÉQUIPEMENT**  
(% des ménages en z.e. non équipés en fixe ; 2014)



### 3.2.3 Motivations d'équipement des ménages en téléphonie fixe

L'usage de la téléphonie et l'accès à l'Internet fixe (ADSL) sont les principales motivations de l'équipement des ménages en téléphonie fixe.

**UTILISATION DE LA TELEPHONIE FIXE EN TERMES DE SERVICES**  
(% des ménages équipés en téléphonie fixe en z.e.)



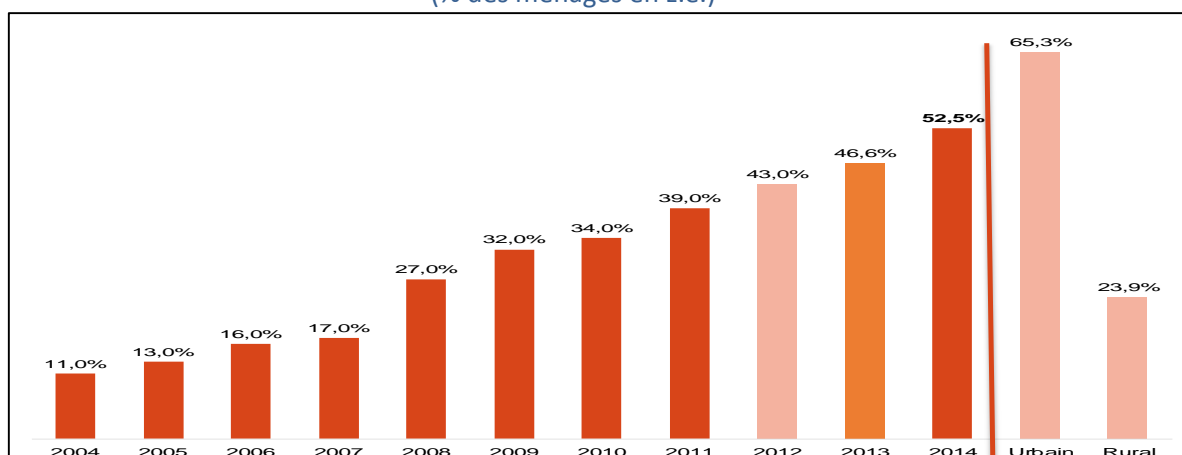
\* Y compris le Dream Box

### 3.3 Équipement et usage des ménages en ordinateur<sup>3</sup>

#### 3.3.1 Équipement des ménages en ordinateur

52,5% des ménages marocains sont équipés en ordinateur, soit une hausse de près de 6 points par rapport à 2013, ce qui représente environ 3,8 millions de ménages équipés au total (600.000 ménages de plus qu'en 2013). L'écart entre les deux milieux de résidence demeure important et s'élève à 41,4 points en 2014.

**ÉQUIPEMENT EN ORDINATEUR ET/OU TABLETTE**  
(% des ménages en z.e.)

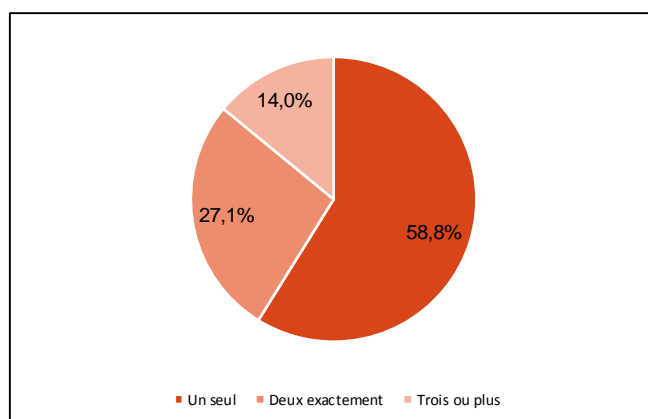


<sup>3</sup> Il s'agit de l'ordinateur de bureau, de l'ordinateur portable ou de la tablette.

### 3.3.2 Nombre moyen d'ordinateurs par ménage équipé

Le nombre d'ordinateurs moyen par ménage équipé est passé de 1,39 en 2013 à 1,63 en 2014. Ainsi, 41,1% des ménages équipés en ordinateur sont désormais multi-équipés avec 27,1% qui déclarent posséder deux appareils et 14% qui ont au minimum 3 ordinateurs dans leurs foyers.

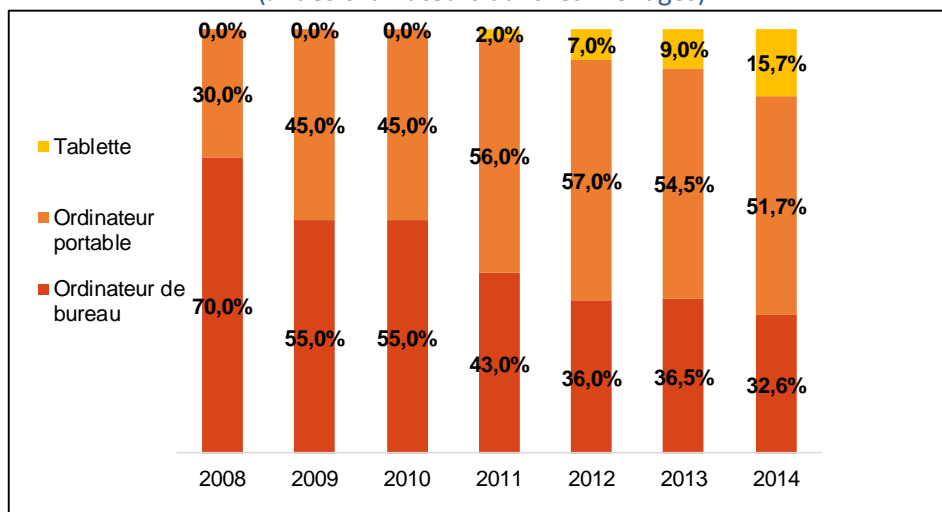
**RÉPARTITION DES MÉNAGES SELON LEUR ÉQUIPEMENT EN ORDINATEUR**  
(% des ménages en z.e. équipés en ordinateur)



### 3.3.3 Équipement des ménages en tablettes

Lorsqu'on analyse l'équipement des ménages en ordinateurs par type d'appareil, il apparaît que l'ordinateur portable (51,7% du total) et l'ordinateur de bureau (32,6%), tout en restant les dispositifs majoritaires chez les ménages, perdent de l'importance au profit de la tablette qui représente 15,7% du parc total déclaré par les ménages en 2014 alors que cette part ne dépassait pas 9% en 2013.

**TYPES D'ORDINATEURS**  
(% des ordinateurs dans les ménages)



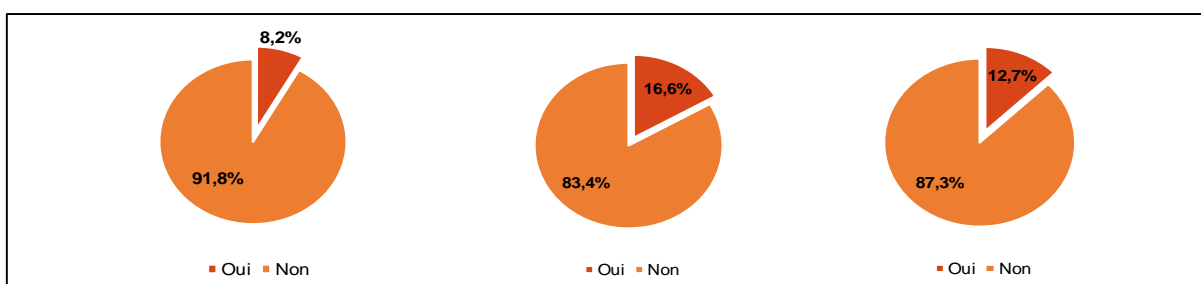
### 3.3.4 Intentions d'achat d'un ordinateur

L'intention d'acheter un ordinateur portable est plus forte, avec 16,6% des ménages marocains déclarant avoir l'intention d'acheter un appareil de ce type dans les 12 prochains mois. En deuxième position vient la tablette avec 12,7% d'intentions et dernièrement l'ordinateur fixe avec 8,2%.

**INTENTION DE REMPLACER/ACQUÉRIR UN ORDINATEUR DE BUREAU**  
(% des ménages ; 2014)

**INTENTION DE REMPLACER / ACQUÉRIR UN ORDINATEUR PORTABLE**  
(% des ménages ; 2014)

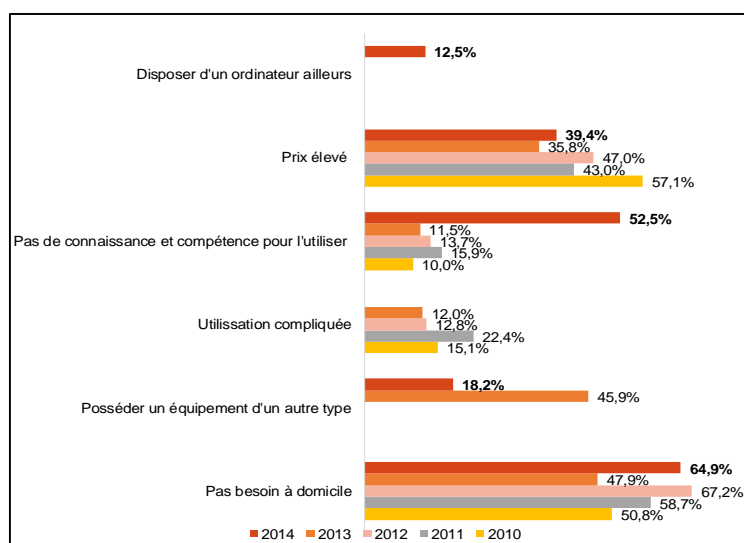
**INTENTION DE REMPLACER / ACQUÉRIR UNE TABLETTE**  
(% des ménages ; 2014)



### 3.3.5 Facteurs de non équipement en ordinateur

Le manque de besoin au domicile constitue toujours le principal frein à l'achat d'un ordinateur pour 64,9% des ménages non équipés en 2014. Il est suivi par l'absence de compétences pour utiliser un ordinateur, qui est cité par 52,5% des répondants. Le prix vient en troisième position et perd de l'importance comme facteur explicatif du non-équipement en ordinateur.

**FACTEURS DE NON ÉQUIPEMENT EN ORDINATEUR**  
(% des ménages en z.e. non équipés en ordinateur et/ou tablette)

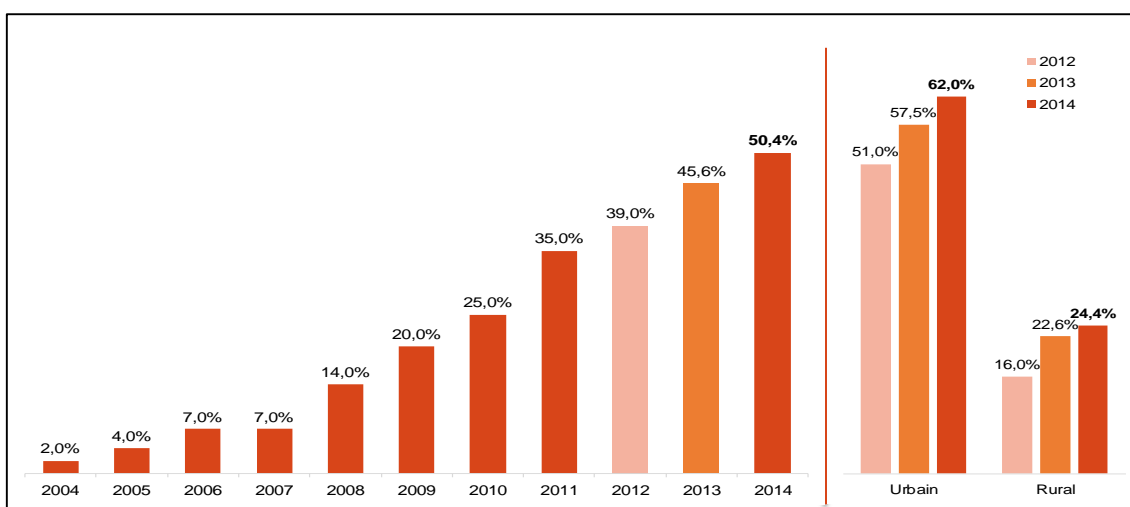


### 3.4 Équipement et usages des ménages en accès Internet

#### 3.4.1 Équipement des ménages en accès Internet

Le taux de pénétration de l'Internet dans les ménages marocains a atteint 50,4% en 2014, soit près de 5 points de plus qu'en 2013. L'évolution est plus significative dans le milieu urbain (62%) que dans le milieu rural (24,4%). L'écart entre les deux milieux reste important et il est estimé à 37,6 points.

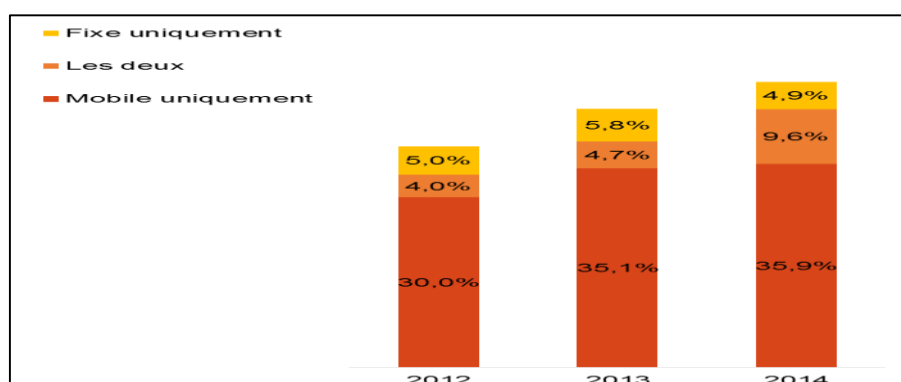
**ÉQUIPEMENT EN ACCES INTERNET**  
(% des ménages en z.e.)



#### 3.4.2 Modes d'accès privilégiés à Internet

La technologie mobile demeure la principale solution privilégiée par les ménages pour accéder au service de l'Internet. 35,9% des ménages affirment utiliser uniquement la technologie mobile pour l'accès à Internet alors que 4,9% le font uniquement à travers une ligne Internet fixe et 9,6% via ces deux technologies.

**ÉQUIPEMENT EN ACCES INTERNET**  
(% des ménages en z.e.)

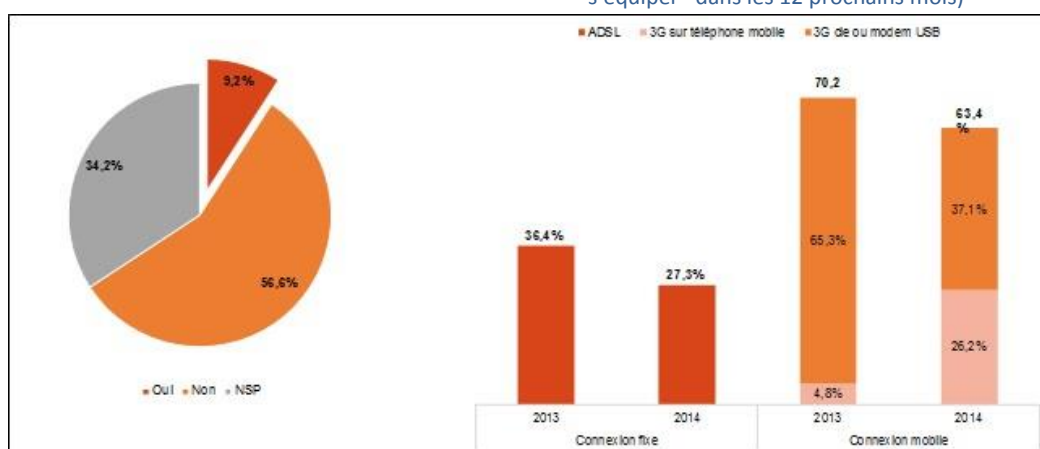


### 3.4.3 Intentions d'équipement en accès Internet à domicile

9,2% des ménages non-équipés en accès Internet ont l'intention de souscrire à ce service au cours des 12 prochains mois. De plus, parmi les ménages qui envisagent de s'équiper, la connexion mobile est privilégiée (63,4%). Le modem/clé USB via la 3G arrive en tête de ces intentions avec 37,1% alors que le service Internet 3G via téléphone mobile vient en deuxième position avec 26,2% ce qui représente une évolution de 21,4 points pour cette dernière option par rapport à 2013.

**INTENTION D'ÉQUIPEMENT DANS LES 12 MOIS**  
(% des ménages non équipés en internet ; 2014)

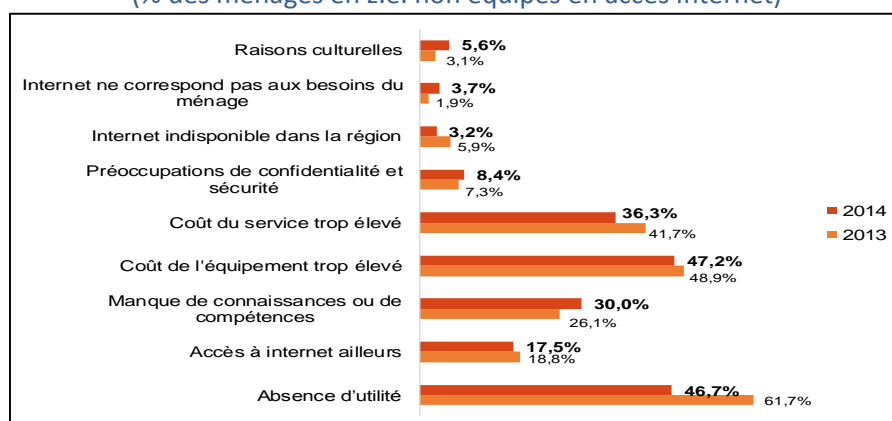
**NATURE DE L'ÉQUIPEMENT ENVISAGÉ**  
(% des ménages non équipés qui envisagent de s'équiper dans les 12 prochains mois)



### 3.4.4 Facteurs de non équipement des ménages en accès Internet

En ligne avec les tendances constatées en 2012 et en 2013, la majorité des ménages qui n'ont pas accès à Internet en 2014 affirment que le coût élevé de l'équipement (47,2%) et l'absence d'utilité (46,7%) constituent les raisons principales de leur non équipement. Le coût du service relaté par les ménages vient en troisième position, mais il est en recul par rapport à 2013.

**FACTEURS DE NON ÉQUIPEMENT EN ACCES INTERNET**  
(% des ménages en z.e. non équipés en accès Internet)



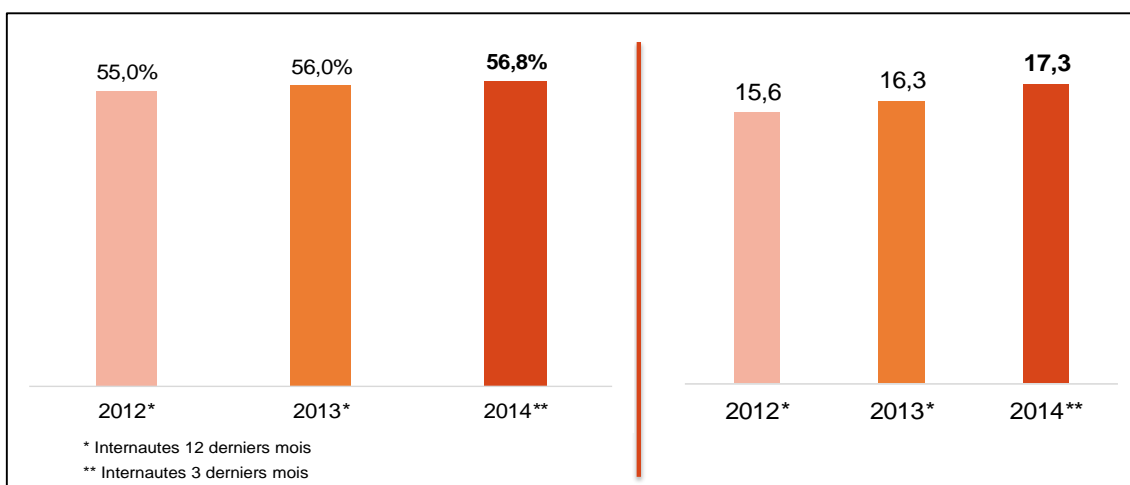
### 3.4.5 Nombre d'internautes

En continuité avec la progression des dernières années, le nombre d'internautes affiche une évolution positive en 2014 : 56,8% des individus se sont connectés à Internet au moins une fois au cours des 3 derniers mois, ce qui représente 17,3 millions d'internautes soit, un million de plus qu'en 2013.

#### INTERNAUTES AU COURS DES 3 DERNIERS MOIS EN 2014

% des individus 5-75 ans en z.e

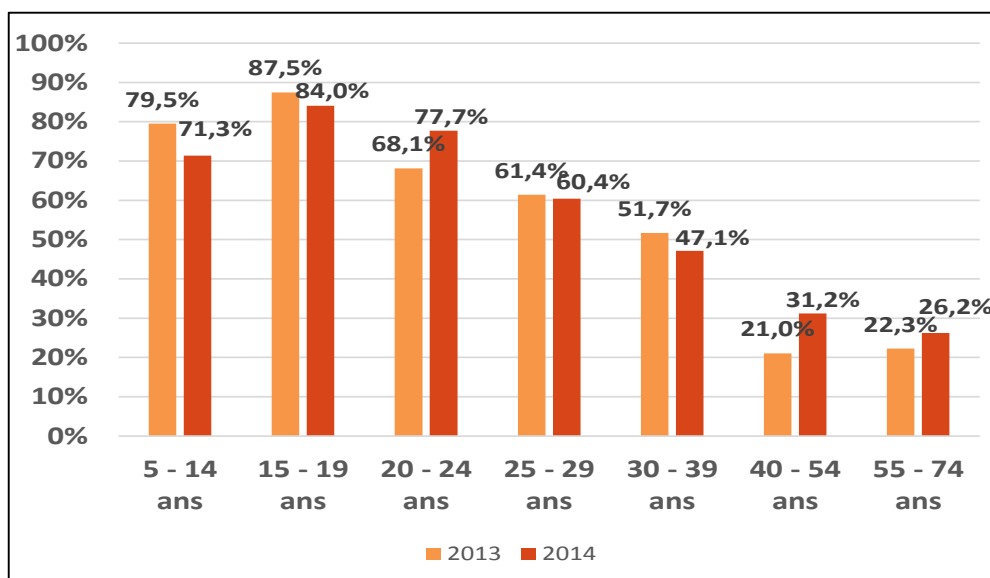
Millions d'individus de 5-75 ans en z.e



Par tranche d'âge, les jeunes affichent des taux plus élevés que la moyenne plus particulièrement pour la tranche d'âge des 15-19 ans, avec 84%.

#### INTERNAUTES AU COURS DES 3 DERNIERS MOIS EN 2014 PAR TRANCHE D'ÂGE

(% des individus 5-75 ans en z.e. par tranche d'âge)



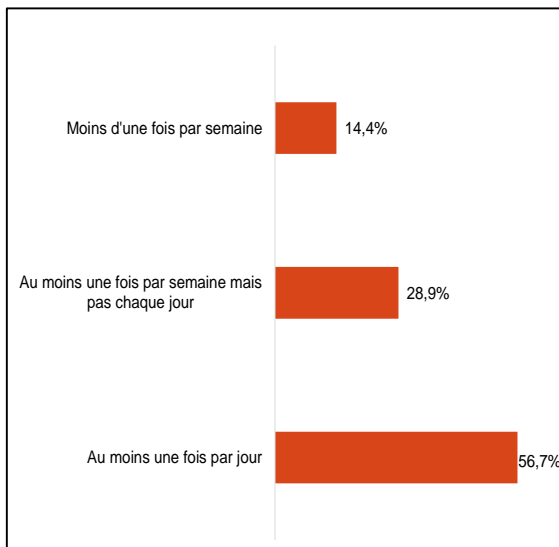


### 3.4.6 Fréquence de connexion à Internet

Plus de la moitié des internautes (56,7%) se connecte quotidiennement et près des trois quart le font depuis leur domicile. La connexion depuis un lieu quelconque à partir d'un téléphone mobile est le deuxième lieu de connexion cité (59% des internautes).

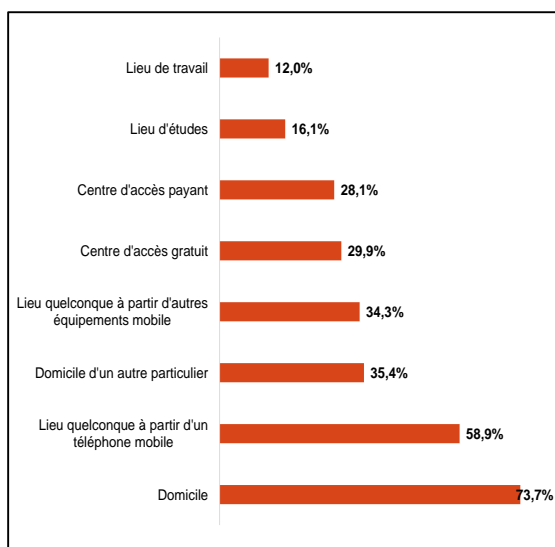
#### FRÉQUENCE DE CONNEXION A INTERNET

(% des internautes de 5-75 ans au cours des 3 derniers mois)



#### LIEU DE CONNEXION A INTERNET

(% des internautes de 5-75 ans au cours des 3 derniers mois)



### 3.4.7 Usages de l'Internet

La participation à des réseaux sociaux, l'accès à la messagerie instantanée, le visionnement et le téléchargement de contenus multimédias ainsi que la téléphonie sur Internet arrivent toujours en tête des activités plébiscitées par les internautes.

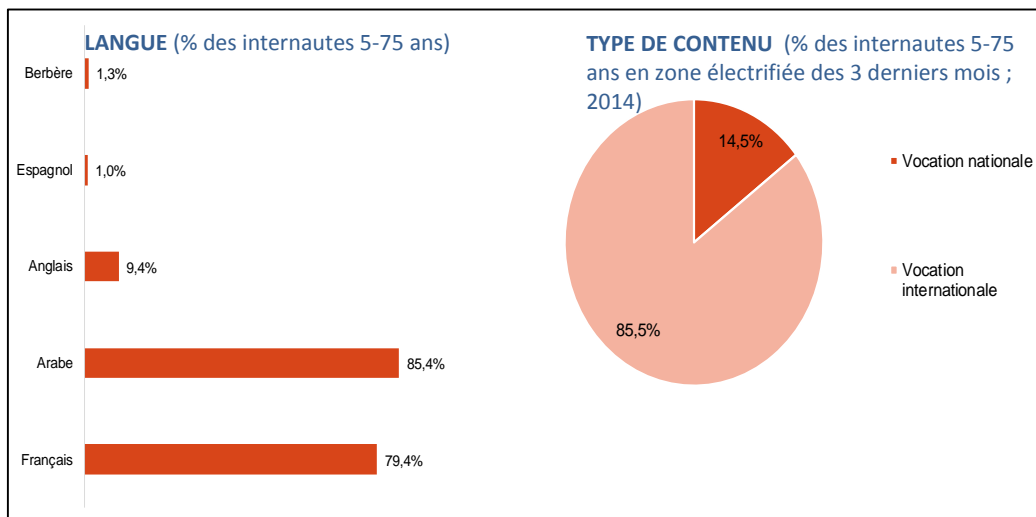
## USAGES DE L'INTERNET

(% des internautes de 5 - 75 ans au cours des 3 derniers mois ; 2014)



### 3.4.8 Intérêt pour la langue locale et les contenus internationaux

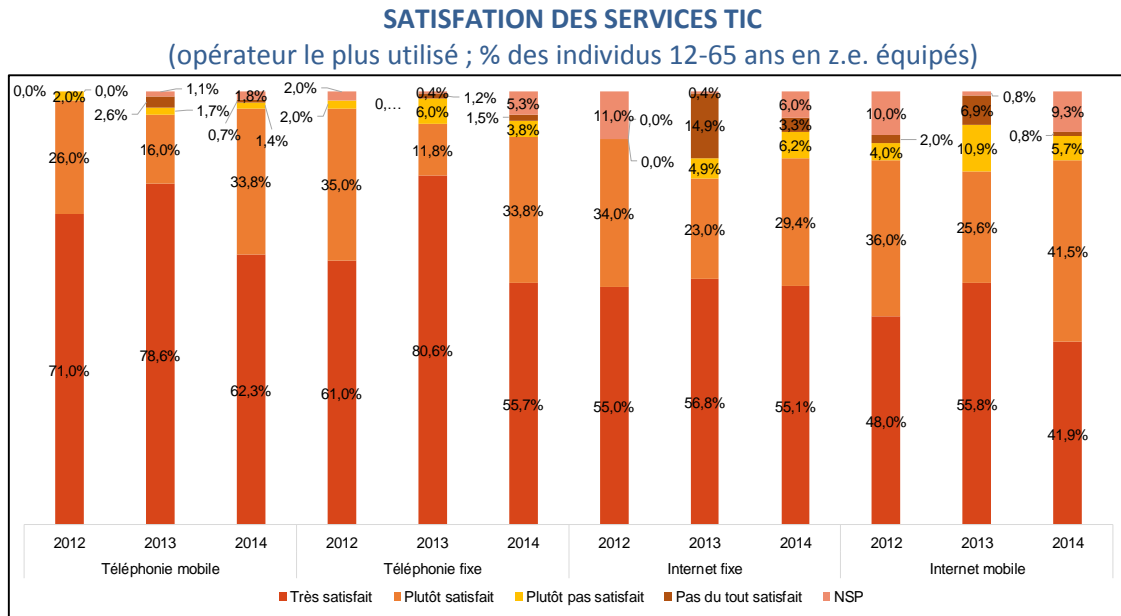
Les sites auxquels accèdent les internautes marocains sont majoritairement des sites à vocation internationale et les contenus consultés sont fondamentalement en arabe ou en français.



## 4 QUALITE DE SERVICE<sup>4</sup>

### 4.1 Satisfaction générale des services TIC au Maroc

La majorité des individus sont satisfaits de leurs opérateurs, mais par rapport à 2013 la part des très satisfaits s'est réduite en 2014.

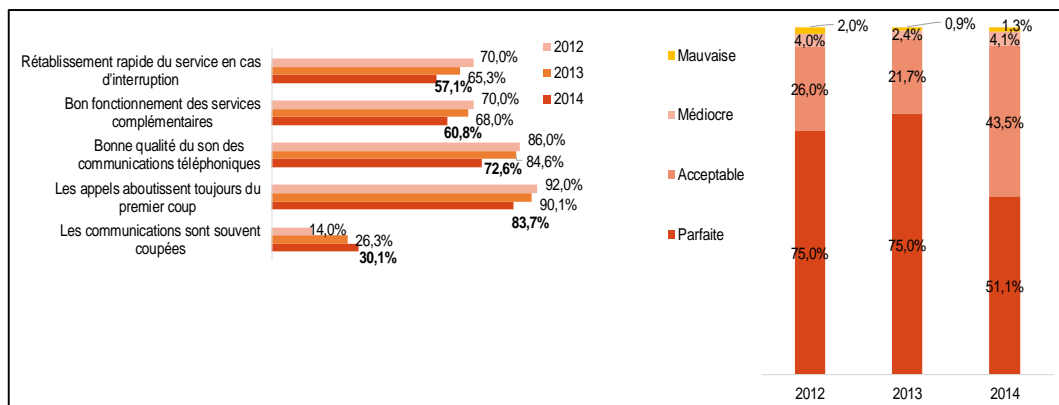


### 4.2 Appréciation générale des services mobiles

L'analyse du degré de satisfaction pour les différents services de la téléphonie mobile affiche une détérioration en 2014.

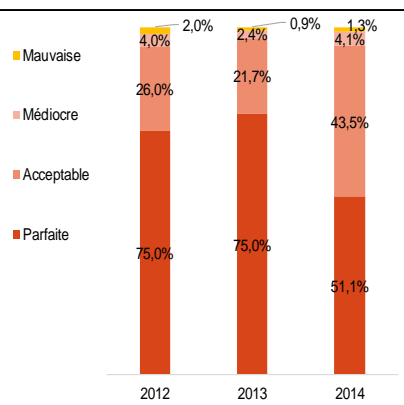
#### APPRECIATION DES SERVICES MOBILES

(% des individus de 12 – 65 ans en z.e. équipés en téléphone mobile)



#### QUALITÉ DES COMMUNICATIONS MOBILES

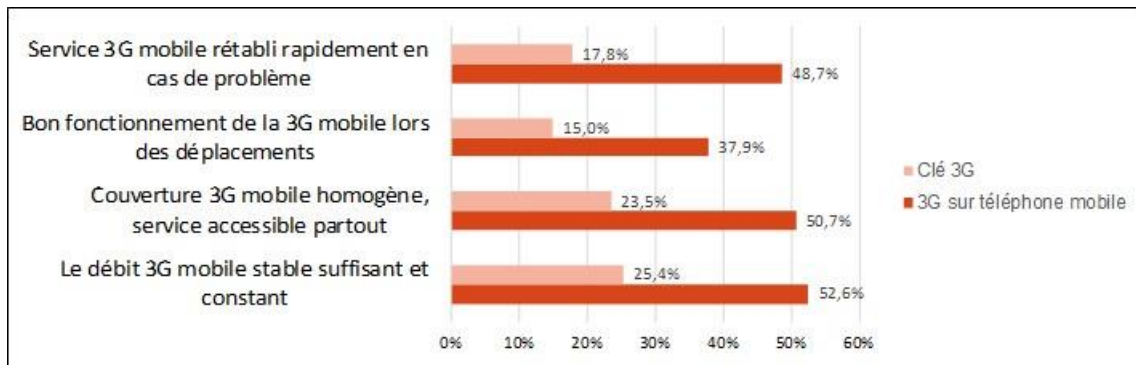
(% des individus de 12 – 65 ans en z.e. équipés en téléphone mobile)



<sup>4</sup> Il s'agit des déclarations faites par les répondants.

### APPRECIATION DES SERVICES 3G

(% des individus de 12 – 65 ans en z.e. équipés en accès Internet 3G ; 2014)

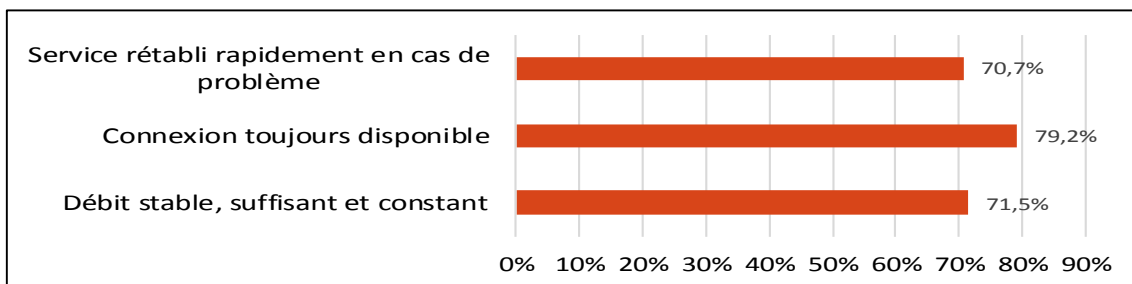


### 4.3 Appréciation générale du service ADSL

L'Internet ADSL est le service qui affiche le degré de satisfaction le plus élevé pour l'ensemble des critères analysés.

### APPRECIATION DU SERVICE ADSL

(% des individus de 12 – 65 ans en z.e. équipés en internet fixe ; 2014)

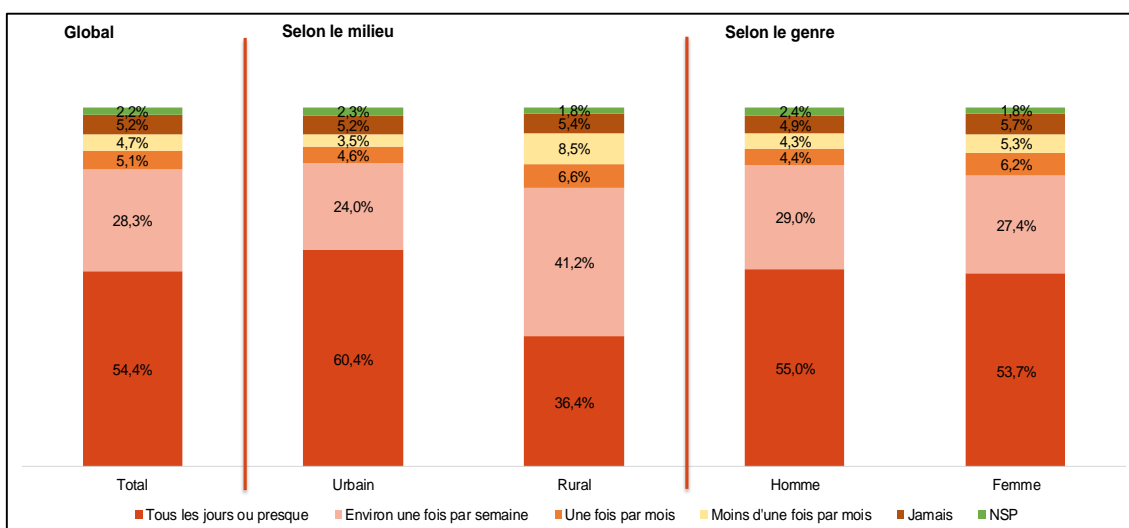


## 5 RÉSEAUX SOCIAUX

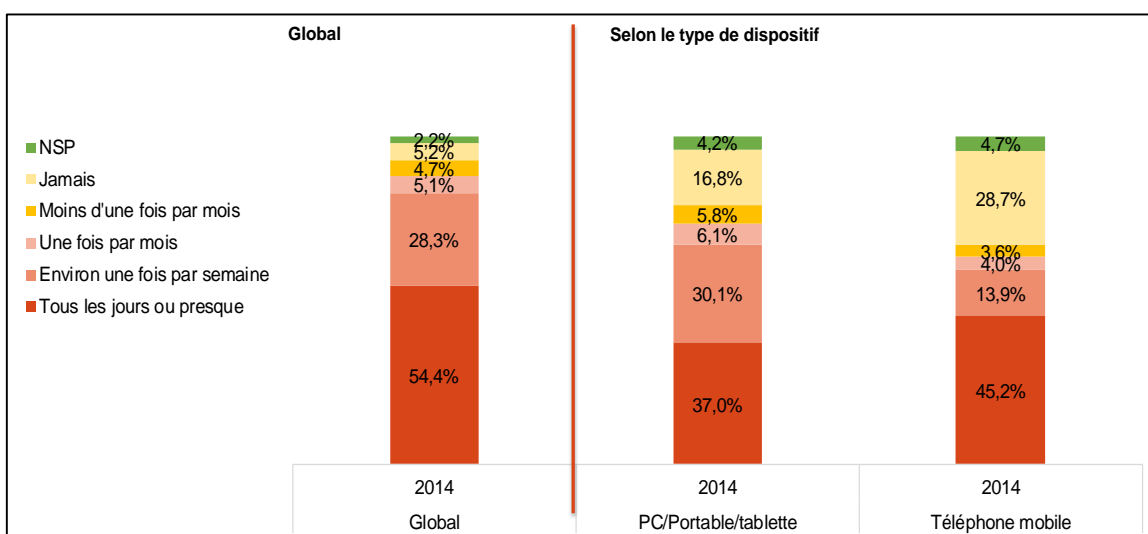
### 5.1 Fréquence d'utilisation des réseaux sociaux

La fréquence d'utilisation des réseaux sociaux chez les hommes et les femmes reste similaire (fréquence d'utilisation quotidienne de 55% pour les hommes et de 53,7% pour les femmes). Par contre, l'utilisation quotidienne des réseaux sociaux est beaucoup plus importante en milieu urbain (60%) qu'en milieu rural (36,4%). Par type d'équipement, l'accès quotidien aux réseaux sociaux se fait de plus en plus via le téléphone mobile.

**FRÉQUENCE D'UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX**  
(% des internautes 5-75 ans en z. e. au cours des 3 derniers mois ; 2014)



**FRÉQUENCE D'UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX**  
(% des internautes 5-75 ans en z. e. au cours des 3 derniers mois)



## 5.2 Utilisation quotidienne des réseaux sociaux

La majorité des internautes utilise les réseaux sociaux moins de deux heures par jour en moyenne, tout type d'équipement confondu. Cependant, le temps passé sur les réseaux sociaux à partir d'un téléphone mobile est plus long que sur ordinateur.

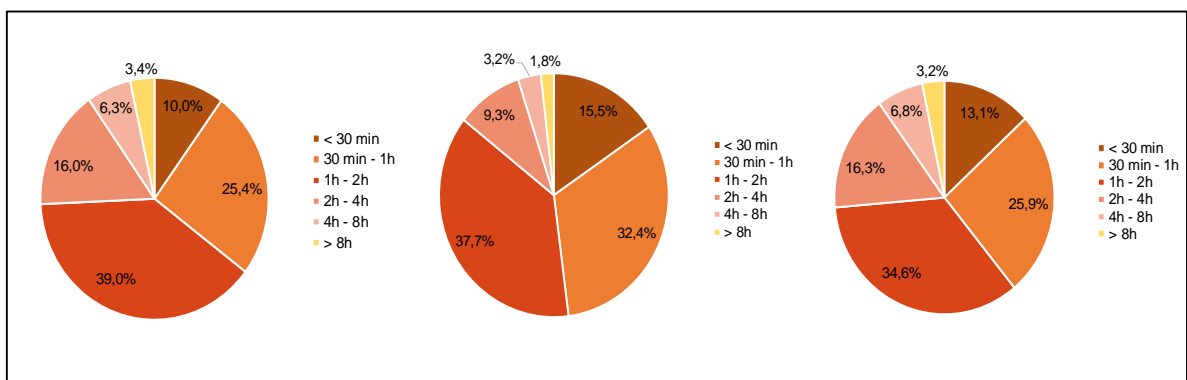
### DURÉE JOURNALIÈRE D'UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

(% des utilisateurs des réseaux sociaux 5-75 ans en z. e. 2014)

### DURÉE JOURNALIÈRE D'UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX DEPUIS LE PC / PORTABLE / TABLETTE (% des utilisateurs des réseaux sociaux 5-75 ans en z. e. 2014)

### DURÉE JOURNALIÈRE D'UTILISATION DES RÉSEAUX SOCIAUX DEPUIS LE TÉLÉPHONE MOBILE

(% des utilisateurs des réseaux sociaux 5-75 ans en z. e. 2014)



## 5.3 Réseau social le plus populaire

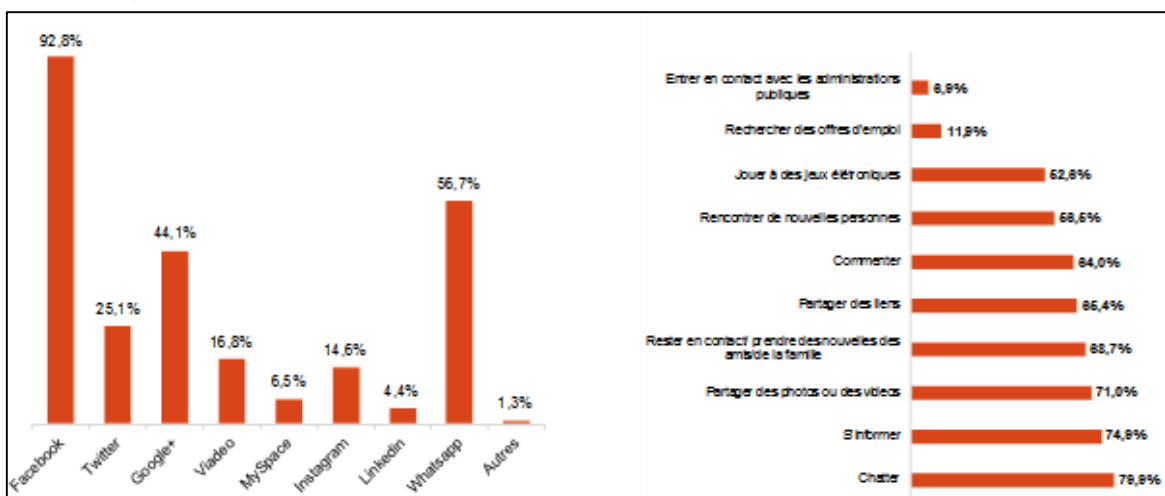
Le chat, la recherche d'information et le partage des photos ou des vidéos constituent les principaux usages des réseaux sociaux. Facebook avec 92,8% et WhatsApp avec 56,7% restent les réseaux les plus utilisés par les internautes marocains.

### RÉSEAUX SOCIAUX LES PLUS UTILISÉS

(% des utilisateurs des réseaux sociaux 5-75 ans en z. e.)

### PRINCIPALES UTILISATIONS DES RÉSEAUX SOCIAUX

(% des utilisateurs des réseaux sociaux 5-75 ans en z. e.)



## 5.4 Critères d'utilisation des réseaux sociaux

La gratuité est le principal critère de choix des réseaux sociaux, suivie par la facilité d'utilisation. Toutefois, la perte de temps demeure le frein le plus important à l'utilisation des réseaux sociaux.

### CRITÈRE DE CHOIX DES RESEAUX SOCIAUX

(% des utilisateurs des réseaux sociaux 5-75 ans en z. e. 2014)

### FREINS À L'UTILISATION

(% des non utilisateurs des réseaux sociaux 5-75 ans en z. e.)

