



Enquête de collecte des indicateurs TIC auprès des Ménages et des Entreprises pour l'année 2010

L'observatoire vise à établir une connaissance précise, chiffrée et partagée de l'état de la société de l'information au Maroc

Objectifs de l'observatoire

- L'objectif de l'observatoire des technologies de l'information est de :
 - **compléter les informations collectées auprès des opérateurs** sur le marché des services fixes, mobile et de l'internet et traiter 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 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**.
- La mise à disposition d'une batterie d'indicateurs permet ainsi de :
 - **suivre au cours du temps** l'impact des politiques mises en place;
 - **orienter et suivre l'impact des décisions réglementaires et des initiatives gouvernementales** sur le développement des TIC et le degré d'usage et d'appropriation de ces technologies par les citoyens et par les entreprises;
 - **évaluer ex post l'efficacité des politiques** en faveur du développement des technologies de l'information.



Enquête de collecte des indicateurs TIC auprès des Ménages et des Entreprises pour l'année 2010

La 7^{ème} édition de l'enquête nationale sur les TIC au Maroc initiée par l'ANRT a été réalisée pour permettre une comparaison et un suivi des indicateurs clés

Approche méthodologique

- L'enquête de collecte des indicateurs TIC est menée **annuellement depuis 2005** par l'ANRT en **conformité avec les recommandations internationales** du Partenariat sur la Mesure des TIC pour le Développement (UIT, CNUCED, BM, OCDE, Eurostat, etc.).
- L'Agence fait évoluer les indicateurs suivis de manière à en assurer la pertinence par rapport aux **évolutions du marché** des Technologies de l'Information et de la Communication au Maroc et aux évolutions opérées par les organismes internationaux (mise à jour de la liste des indicateurs ; adaptation et enrichissement des questionnaires; revue des critères de ventilation, etc.).
- L'enquête est réalisée sur un échantillon représentatif des **habitants de 12 à 65 ans résidents en zones électrifiées au Maroc puis extrapolée aux foyers marocains, et sur un échantillon représentatif des entreprises de plus de 10 salariés.**
- **L'enquête auprès des ménages** a été réalisée **en face à face** du 17 Janvier 2011 au 07 Mars 2011 et celle auprès **des entreprises a été faite par téléphone** du 09 Février 2011 au 14 Mars 2011 et a été réalisée en **collaboration avec le HCP.**

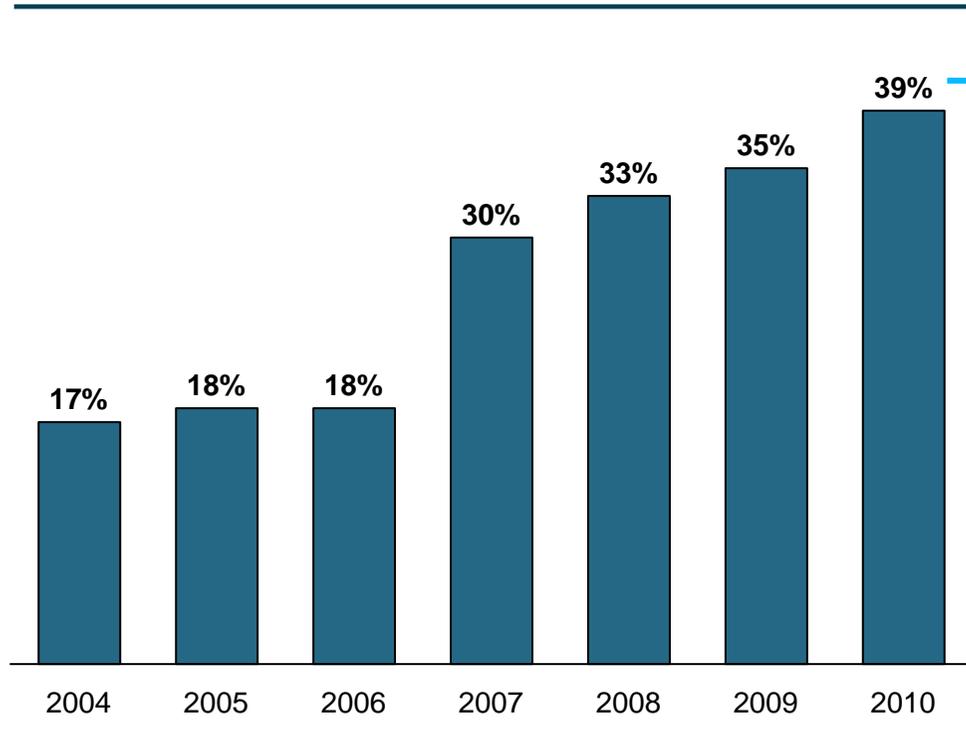
Accès et utilisation des Ménages & Particuliers

Sommaire

- A. Accès et utilisation des ménages et particuliers à la téléphonie fixe**
- B. Accès et utilisation des ménages et particuliers à la téléphonie mobile
- C. Accès et utilisation des ménages et particuliers à l'ordinateur
- D. Accès des ménages et particuliers à Internet
- E. Usages des ménages et particuliers d'Internet

Le taux de pénétration des ménages en téléphonie fixe a progressé en 2010

FOYERS EQUIPES EN TELEPHONIE FIXE
[% des foyers totaux]

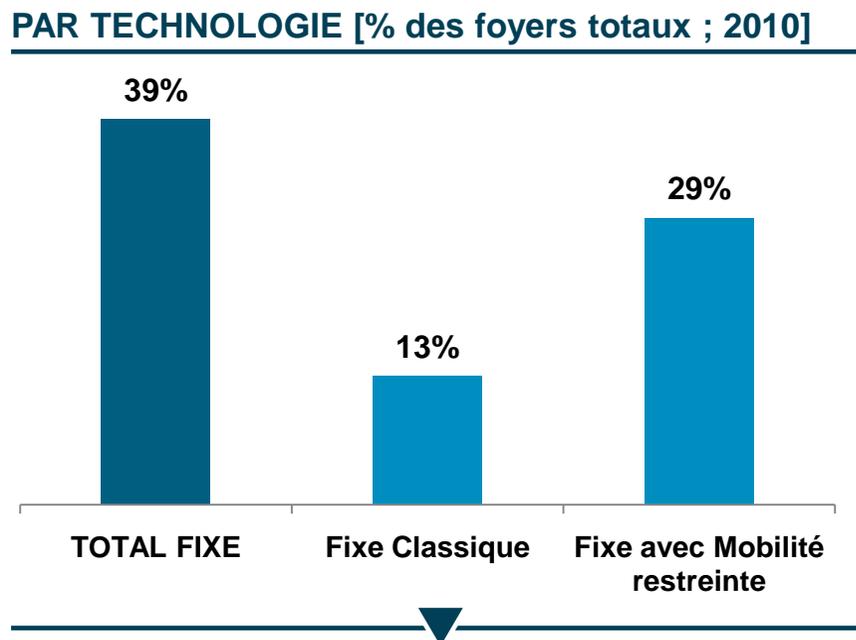


COMMENTAIRES

- 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 à 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 de +2 à +4 points par an.

La pénétration en téléphonie fixe est tirée par l'équipement en mobilité restreinte

Taux de pénétration suivant la technologie



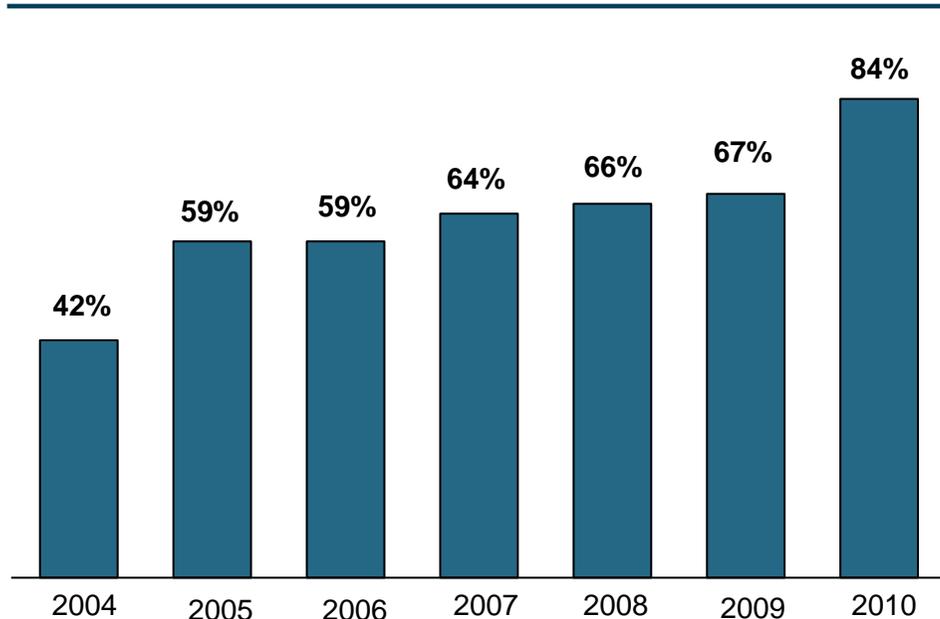
- La mobilité restreinte touche 29% des foyers totaux en 2010, alors que le fixe classique ne concerne que 13% des foyers marocains

Sommaire

- A. Accès et utilisation des ménages et particuliers à la téléphonie fixe
- B. Accès et utilisation des ménages et particuliers à la téléphonie mobile**
- C. Accès et utilisation des ménages et particuliers à l'ordinateur
- D. Accès des ménages et particuliers à Internet
- E. Usages des ménages et particuliers d'Internet

La pénétration des foyers en téléphonie mobile a fortement progressé en 2010

PENETRATION DE LA TELEPHONIE MOBILE [% des foyers totaux]



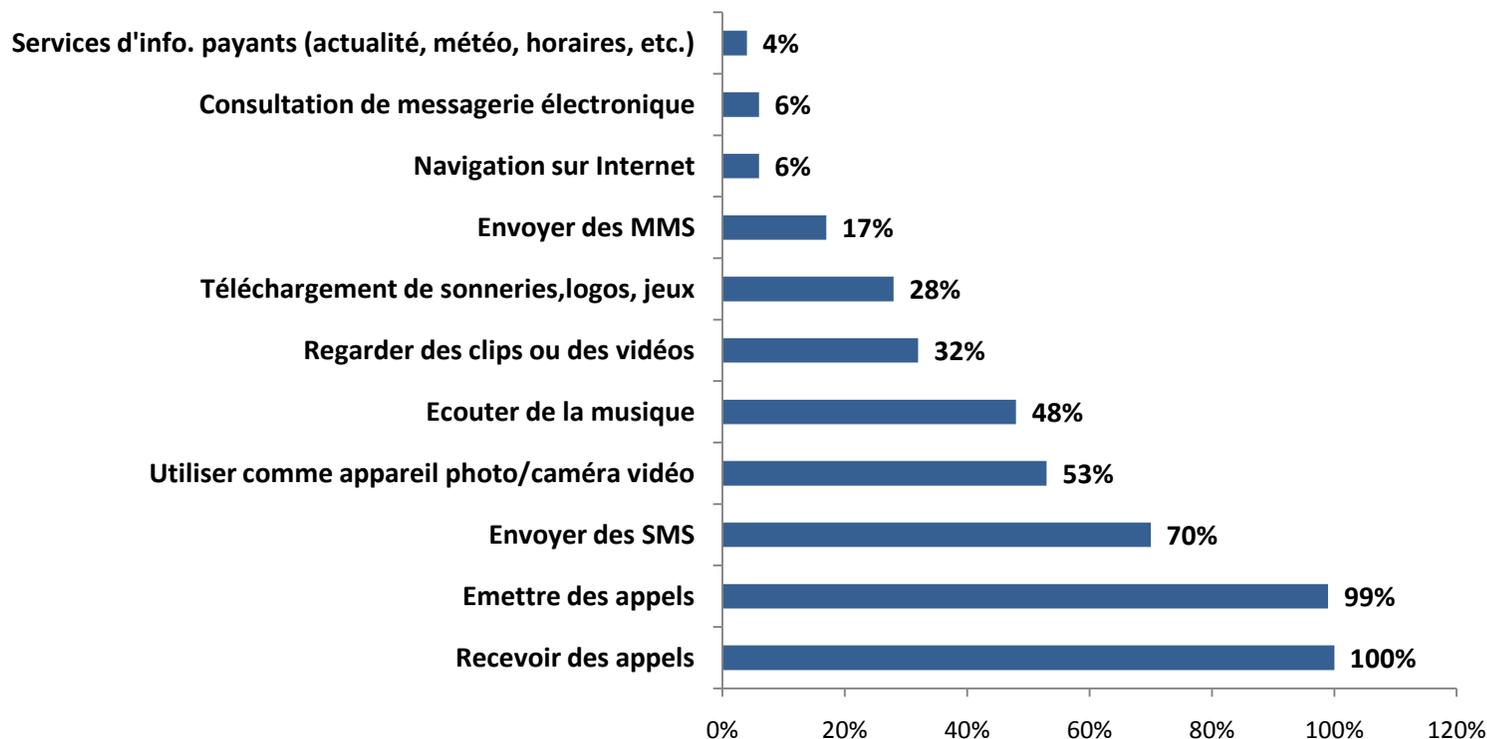
COMMENTAIRES

- En 2010, l'équipement des foyers en téléphonie mobile a fortement progressé, à l'image de celui des individus ;
- 84% des foyers ont désormais accès au téléphone mobile ;
- L'octroi de la 3^{ème} licence 2G a impacté de manière significative la pénétration de la téléphonie mobile.

L'usage principal repose sur la téléphonie et le SMS mais les autres usages (musique, photo,...) connaissent une explosion de leur utilisation, tout comme la navigation sur Internet

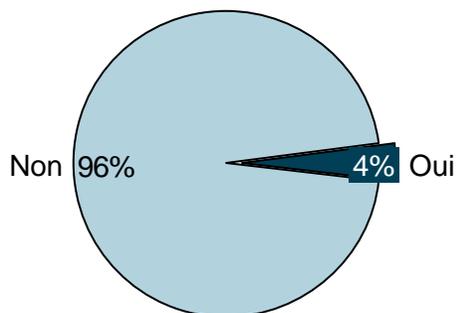
Usages du mobile [% des individus équipés en téléphonie mobile]

Usages du mobile [% des individus équipés en téléphonie mobile]

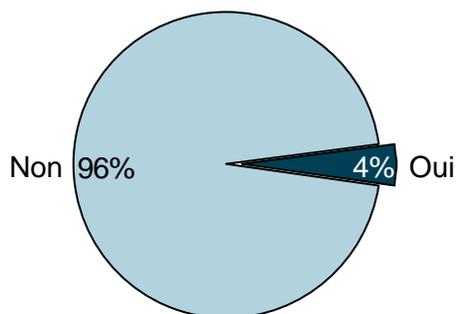


Le prix des communications et les offres promotionnelles sont les principaux facteurs qui ont poussé les individus (pourtant plus fidèles) à changer d'opérateur de téléphonie mobile

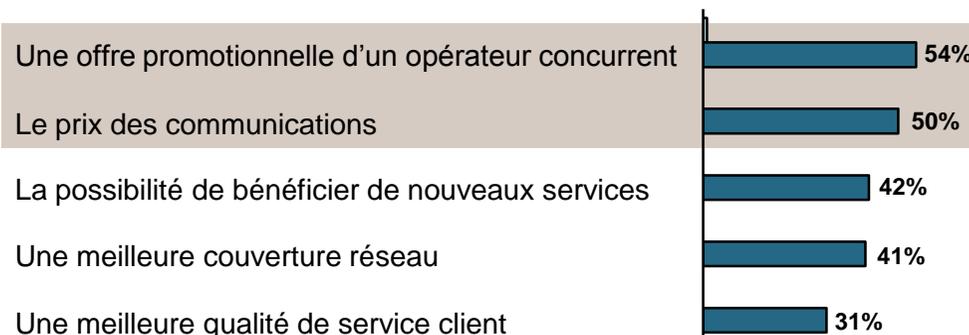
CHANGEMENT D'OPÉRATEUR EN 2010 [% des individus de 12 à 65 ans en zone électrifiée équipés en mobile]



INTENTIONS DE CHANGEMENT D'OPÉRATEUR EN 2011 [même unité]



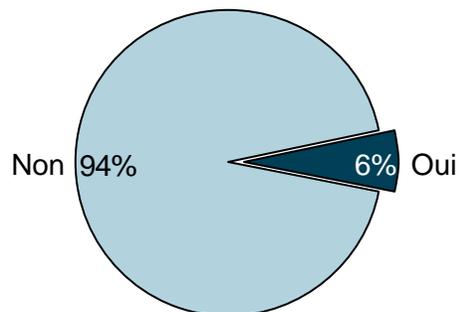
RAISONS DU CHANGEMENT D'OPÉRATEUR EN 2010 [% des individus ayant changé d'opérateur]



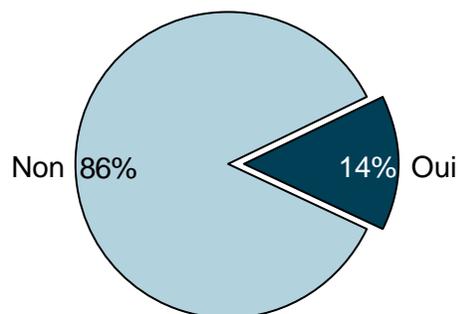
- La possibilité de bénéficier d'une offre promotionnelle ou d'un meilleur tarif ont poussé les individus à changer d'opérateur.
- Bénéficier de nouveaux services ou avoir une meilleure couverture réseau sont également des facteurs de changement d'opérateur assez importants ;

L'usage des services 3G sur téléphone mobile commence à se développer au Maroc. Les intentions d'usage manifestées sont élevées (14% des équipés mobiles)

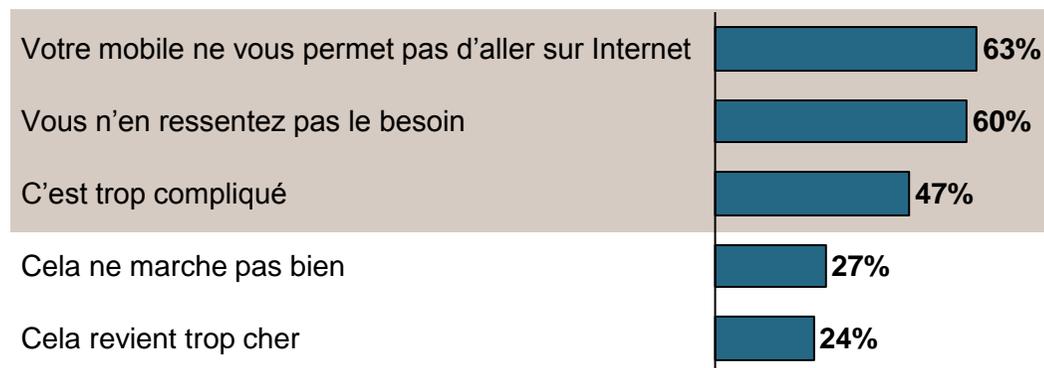
UTILISATION DES SERVICES 3G [% des individus équipés en mobile]



INTENTIONS D'UTILISATION [% des individus équipés en mobile]



RAISONS DE NON-CONNEXION A INTERNET SUR MOBILE [% des individus n'utilisant pas l'Internet sur leur mobile]



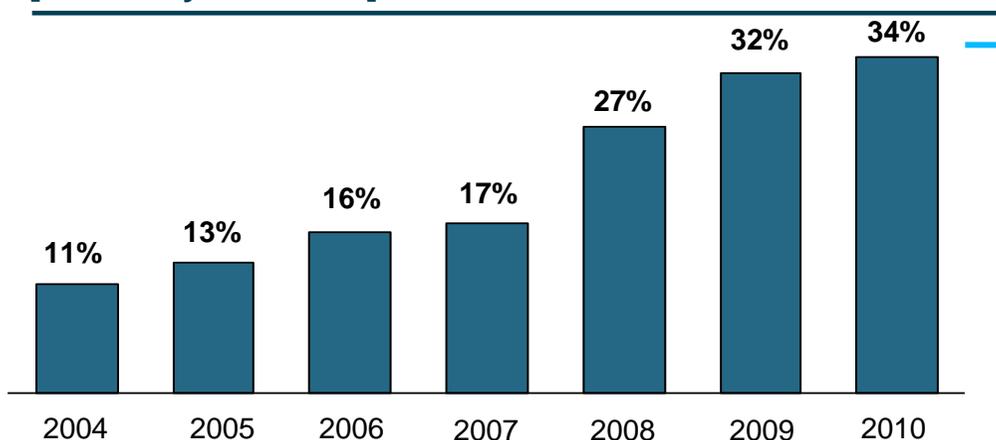
- Peu d'équipés mobile utilisant la 3G, une part croissante tend cependant à vouloir s'équiper
- Le type de terminal dont dispose les individus est le principal frein évoqué (téléphone non compatible avec la navigation sur Internet)
- Près de deux tiers des Marocains déclarent ne pas en avoir l'utilité

Sommaire

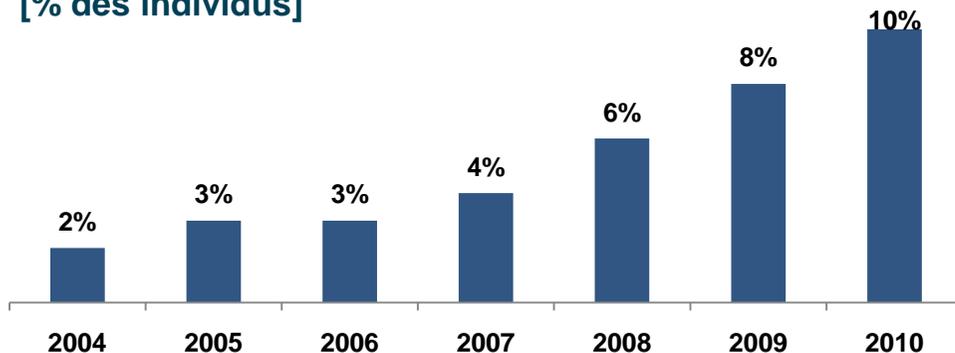
- A. Accès et utilisation des ménages et particuliers à la téléphonie fixe
- B. Accès et utilisation des ménages et particuliers à la téléphonie mobile
- C. Accès et utilisation des ménages et particuliers à l'ordinateur**
- D. Accès des ménages et particuliers à Internet
- E. Usages des ménages et particuliers d'Internet

Le taux de pénétration des ordinateurs s'est encore renforcé en 2010. Il atteint désormais 34% des foyers

PENETRATION DE L'ORDINATEUR [% des foyers totaux]



PENETRATION DE L'ORDINATEUR [% des individus]

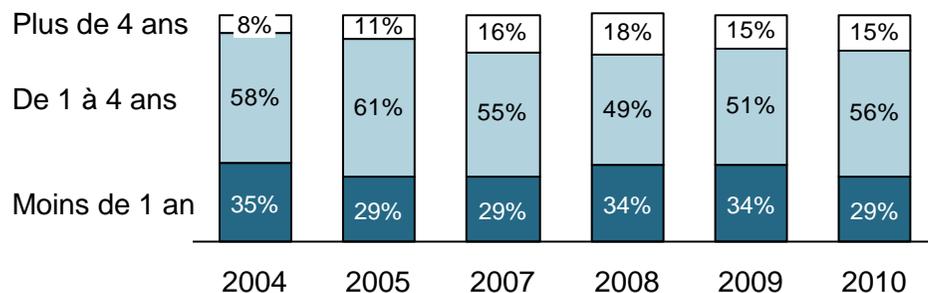


COMMENTAIRES

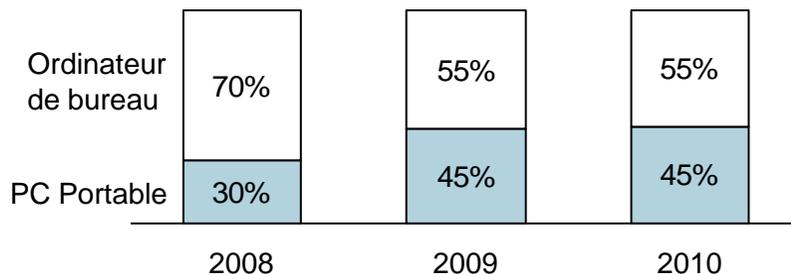
- Le taux d'équipement en ordinateur personnel est en légère augmentation
- On peut supposer qu'avec les initiatives gouvernementales, certaines offres des fournisseurs d'accès à Internet, qui proposent des ordinateurs à des prix très attractifs pour accompagner les offres d'accès à Internet, ont joué en faveur de l'augmentation de l'équipement en 2010
- Cette croissance favorise la croissance des accès Internet qui semble être le principal facteur d'équipement.

~ 29% du parc d'ordinateurs a moins d'un an ; la part des PC portables se stabilise à 45% du total du parc

ÂGE DE L'ORDINATEUR LE PLUS RÉCENT [% des foyers équipés en ordinateur]



TYPES D'ORDINATEURS [% des ordinateurs dans les ménages]

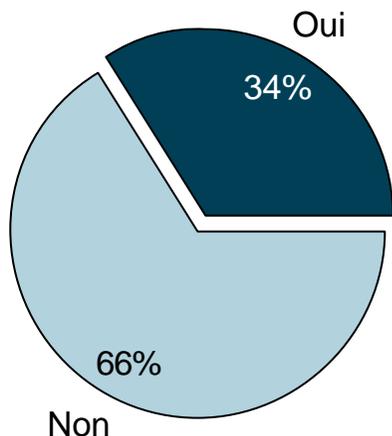


COMMENTAIRES

- La répartition par âge de l'ordinateur du ménage a tendance à se stabiliser avec 85% des ordinateurs qui ont moins de 4 ans.
- La part des ordinateurs de bureau s'est stabilisée entre 2009 et 2010, avec un quasi-équilibre entre ordinateurs de bureau et PC portables.

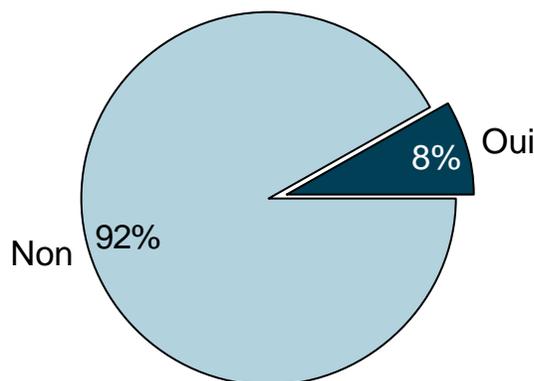
Les ventes d'ordinateurs devraient encore progresser en 2011 avec des intentions d'équipement élevées des ménages équipés et non-équipés

**INTENTION D'ACQUERIR
UN ORDINATEUR**
[% des foyers en z.e. non équipés]



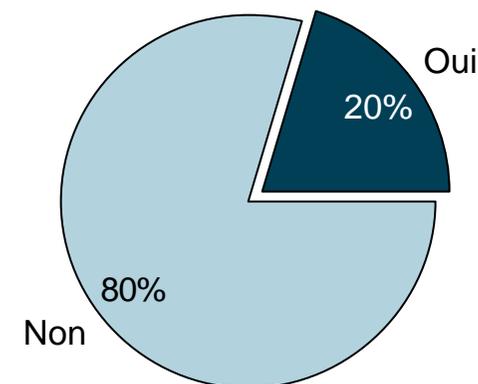
Les intentions d'acquérir un ordinateur sont très élevées chez les foyers non équipés

**INTENTION D'ACQUERIR
UN NOUVEL ORDINATEUR**
[% des foyers en z.e. équipés]



Les foyers équipés souhaitent surtout remplacer un ordinateur par un nouveau plutôt que d'acheter un ordinateur supplémentaire ; cela dénote une volonté de renouvellement des ordinateurs plutôt que le multi-équipement en ordinateurs

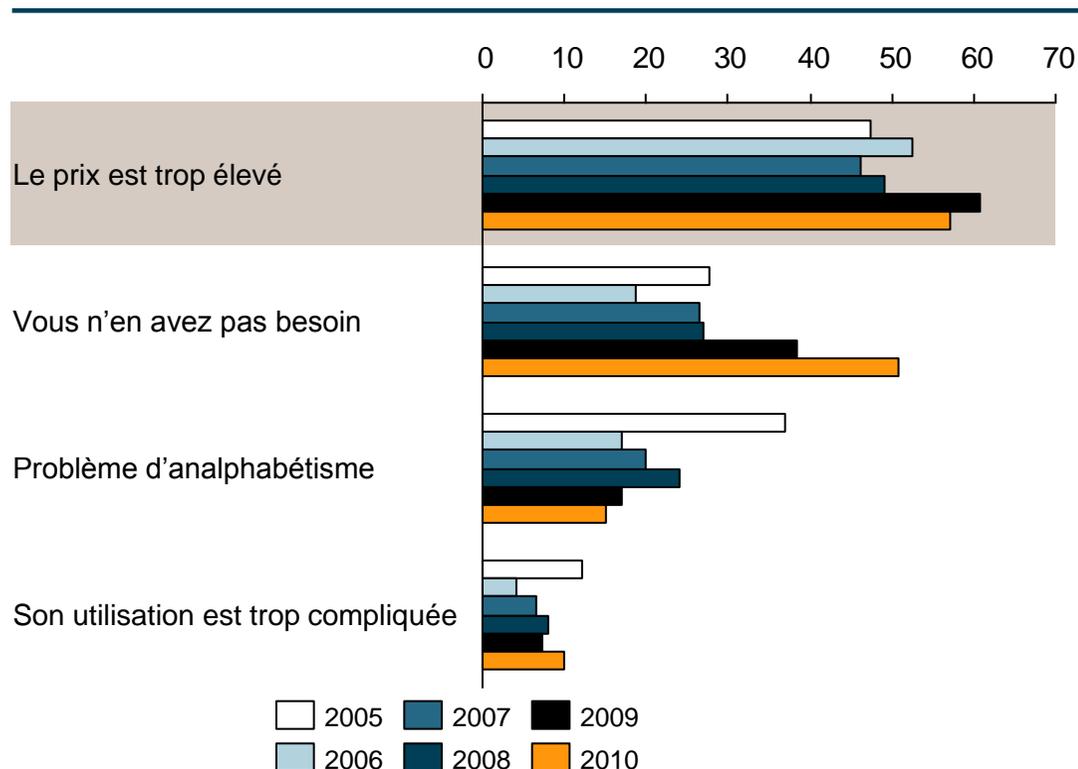
**REEMPLACER UN ORDINATEUR
PAR UN NOUVEL ORDINATEUR**
[% des foyers en z.e. équipés]



Le principal facteur de non équipement demeure le prix

Facteurs de non équipement en ordinateur

[% des individus de 12 à 65 ans non équipés en ordinateur au domicile en z.e.]



COMMENTAIRES

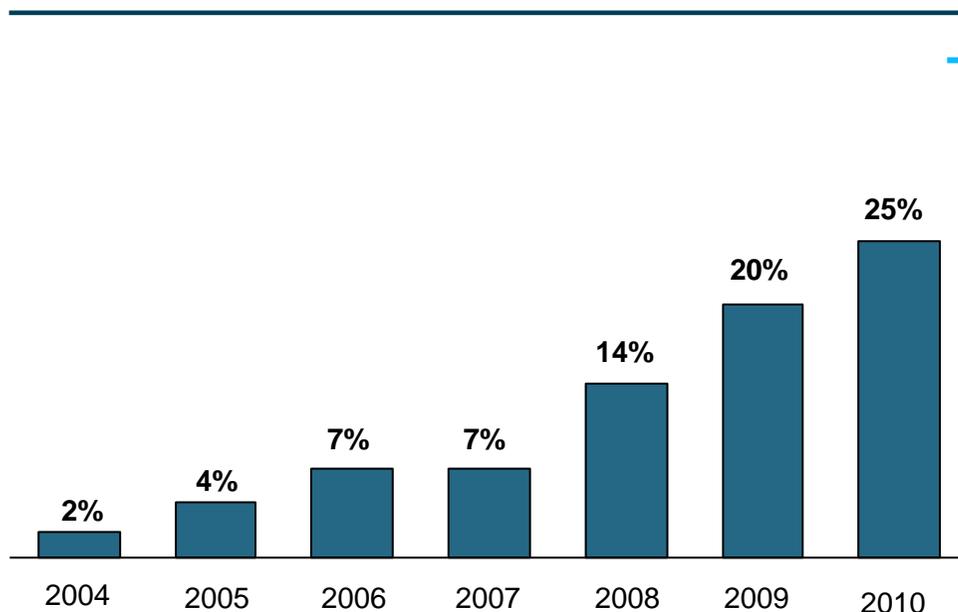
- Le principal frein à l'achat d'un ordinateur est le prix trop élevé
 - c'est la raison invoquée par plus de la moitié des individus ne disposant pas d'ordinateur au sein de leur foyer.
 - c'est une constante, puisque les résultats pour 2010 sont proches de ceux des années précédentes .
- Au fur et à mesure que l'équipement en ordinateur progresse, la "non-utilité" devient une raison prépondérante citée par les non équipés.
- L'analphabétisme reste également un frein à l'équipement.

Sommaire

- A. Accès et utilisation des ménages et particuliers à la téléphonie fixe
- B. Accès et utilisation des ménages et particuliers à la téléphonie mobile
- C. Accès et utilisation des ménages et particuliers à l'ordinateur
- D. Accès des ménages et particuliers à Internet**
- E. Usages des ménages et particuliers d'Internet

Le taux de pénétration d'Internet dans les foyers a cette année encore fortement augmenté pour atteindre 25% (+5 points par rapport à 2009)

PENETRATION D'INTERNET DANS LES MENAGES [% des foyers totaux]

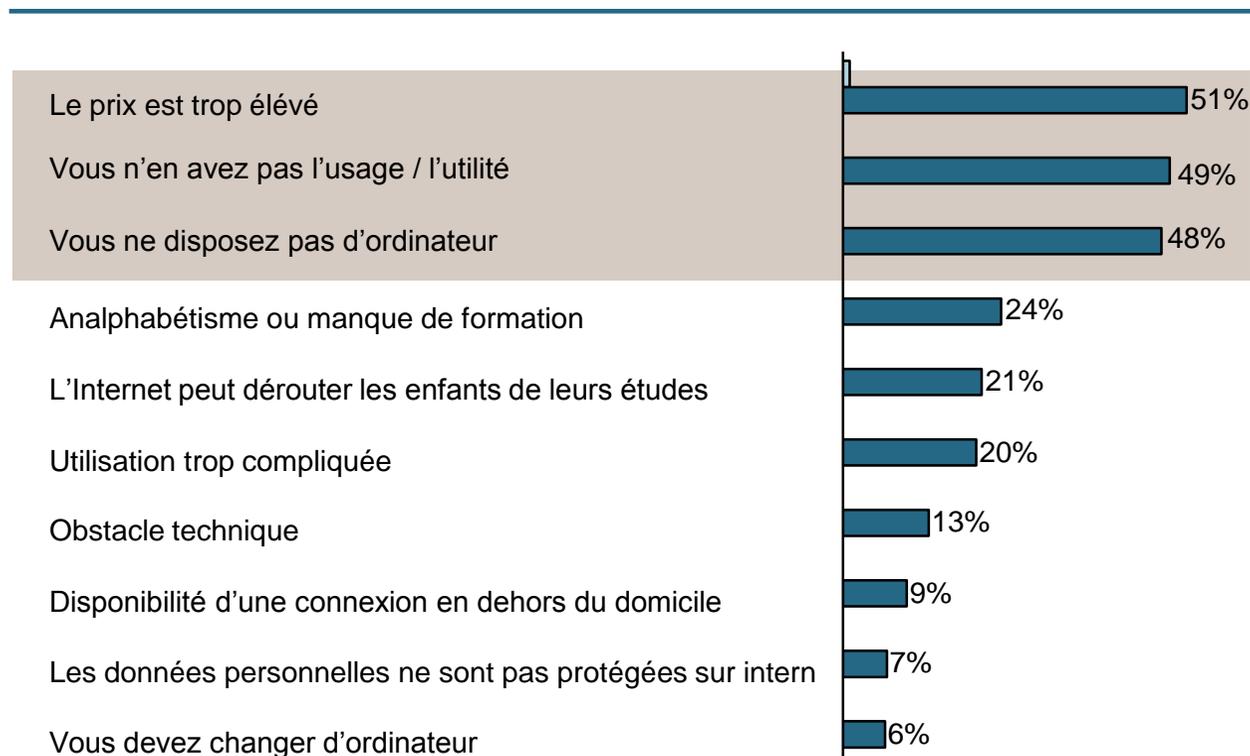


COMMENTAIRES

- L'accès à Internet a fortement augmenté en 2010 à l'image de 2009.
- L'arrivée de la 3G a vraisemblablement participé à la démocratisation de l'accès à Internet au domicile.

Les principaux facteurs de non équipement

Freins à l'équipement Internet des ménages [% des foyers non équipés en zone électrifiée]



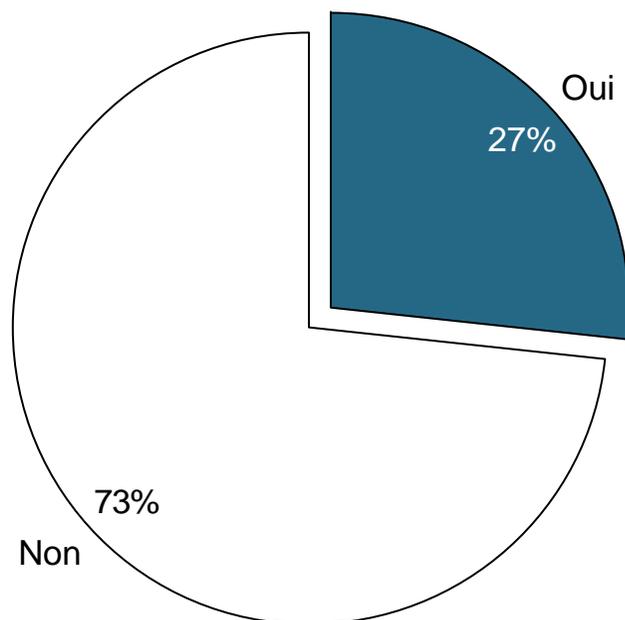
COMMENTAIRES

- 51% des foyers non équipés en accès Internet considèrent le prix comme étant un frein à l'équipement Internet à domicile alors que 49% d'entre eux considèrent qu'ils n'en ont pas l'utilité. Le troisième facteur est le non-équipement en ordinateur pour 48% qui explique en grande partie le premier frein à l'accès à internet.;
- Le facteur prix comme frein à l'accès internet est à mettre en relation avec le prix d'acquisition d'un ordinateur. En effet l'accès à Internet suppose au préalable l'acquisition d'un ordinateur.

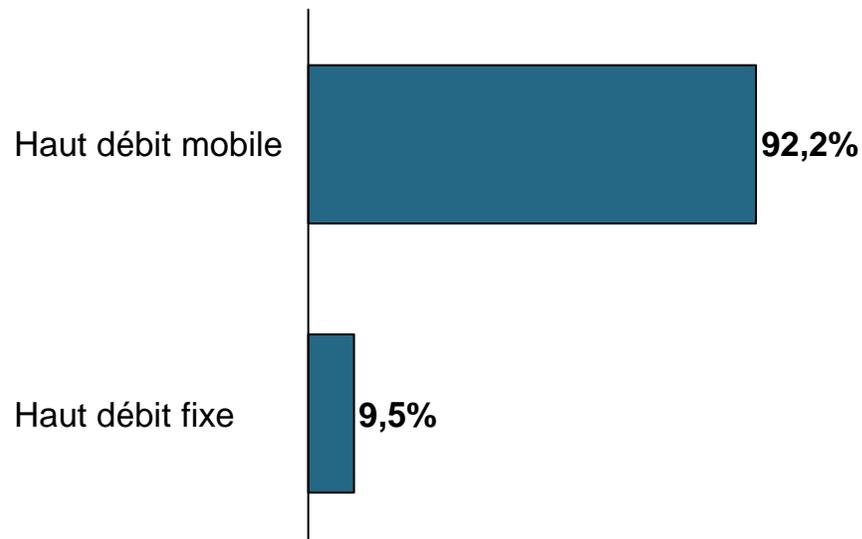
Les intentions d'équipement restent très fortes (~27% des non équipés) ; le haut débit mobile s'impose comme le mode d'accès privilégié

Souhait d'équipement des ménages non équipés

VOLONTÉ D'ÉQUIPEMENT DANS LES 12 MOIS [% des foyers non équipés en Internet en zone électrifiée]

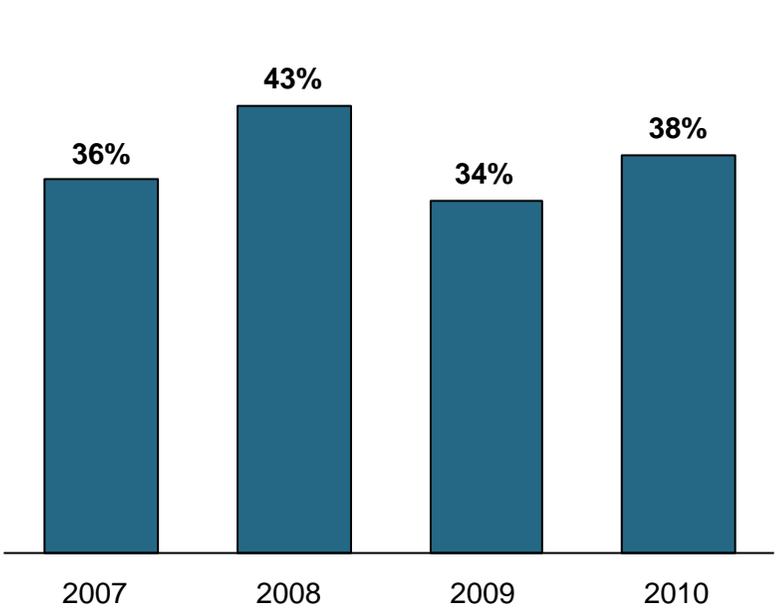


NATURE DE L'ÉQUIPEMENT ENVISAGÉ [% des foyers non équipés en Internet qui envisagent de s'équiper dans les 12 mois]

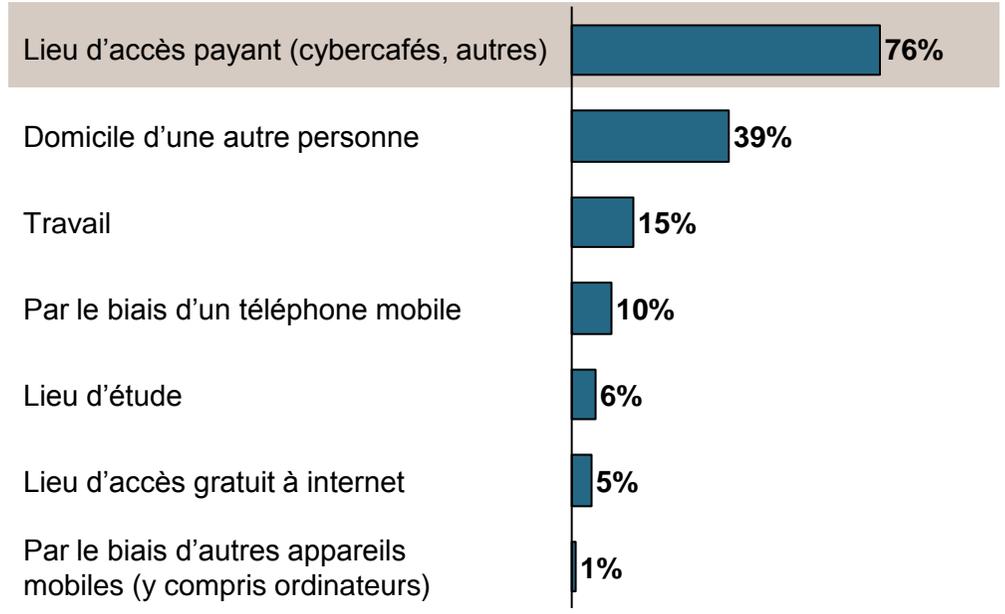


Au-delà de l'accès Internet du ménage, 38% des individus accèdent à Internet en dehors du domicile, principalement dans des lieux d'accès payant

UTILISATION D'INTERNET HORS DU DOMICILE
 [% des individus de 12 à 65 ans en z.e.]



LIEU D'UTILISATION D'INTERNET EN 2010
 [% des individus utilisant Internet hors du domicile]

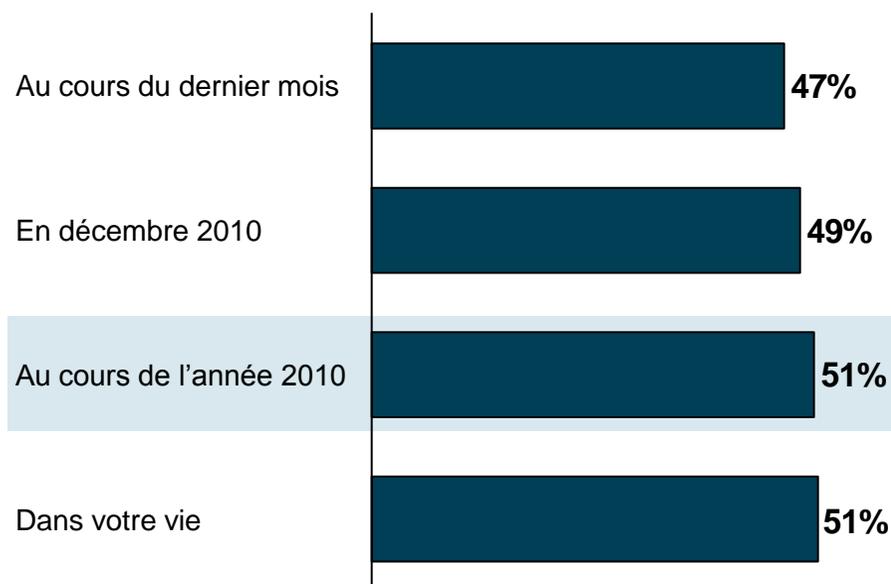


Sommaire

- A. Accès et utilisation des ménages et particuliers à la téléphonie fixe
- B. Accès et utilisation des ménages et particuliers à la téléphonie mobile
- C. Accès et utilisation des ménages et particuliers à l'ordinateur
- D. Accès des ménages et particuliers à Internet
- E. Usages des ménages et particuliers d'Internet**

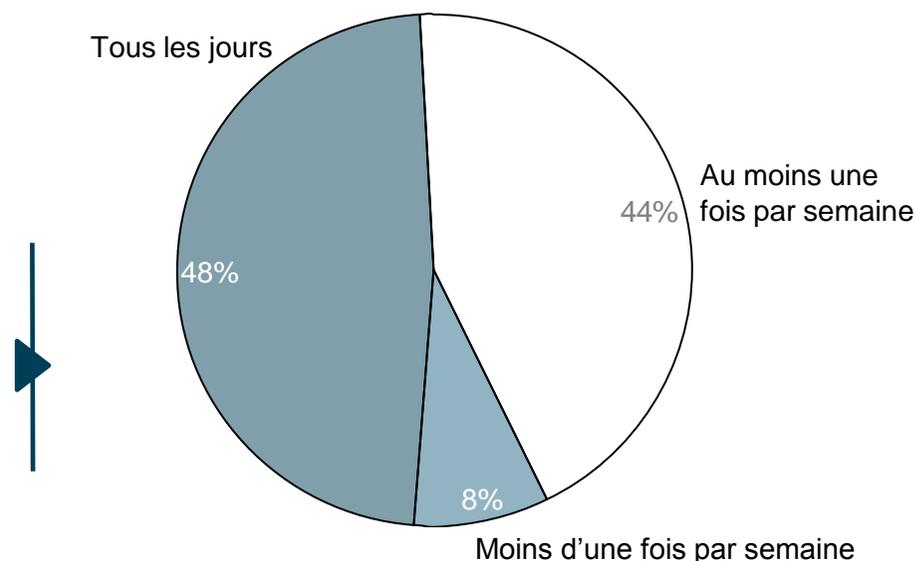
13,6 millions d'individus se sont connectés en décembre 2010 ; 14 M au cours de l'année 2010 avec un usage quotidien pour 48% d'entre eux

DATE DE LA DERNIERE CONNEXION [% des individus de 12 à 65 ans en zone électrifiée]



~13,6M d'internautes en décembre 2010
~14,0M d'internautes en 2010
(parmi les individus âgés de 6 à 74 ans)

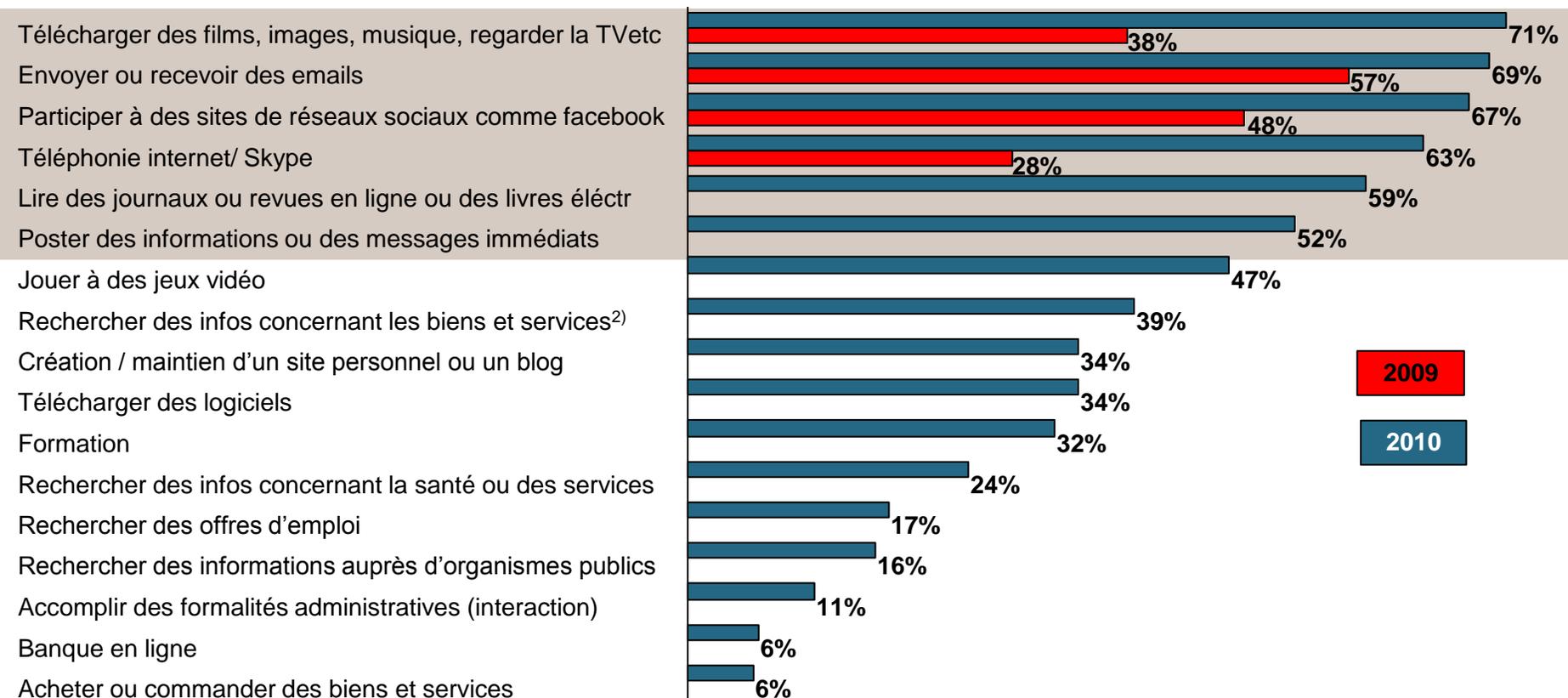
FREQUENCE DE CONNEXION [% des individus s'étant connectés au cours de l'année 2010]



La plupart des internautes se connectent régulièrement au moins une fois par semaine et près de la moitié quotidiennement

L'usage d'internet est centré sur le téléchargement, le mail et les réseaux sociaux

Usages de l'Internet [% des individus s'étant connectés à internet dans les 12 derniers mois]



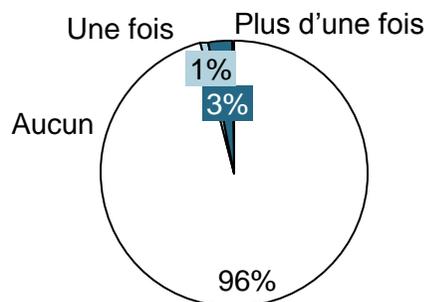
Les principales Evolutions d'usages de l'Internet

- Pour 71% des internautes, Internet sert tout d'abord à télécharger des films, des images, de la musique, à regarder la télévision ou des vidéos, ou à écouter la radio ou de la musique, qui sont des activités grandes consommatrices de débit. Suit la messagerie électronique qui est utilisée par 69% des internautes. 67% des internautes marocains participent à des sites de réseaux sociaux.
- Internet est donc perçu comme un moyen de loisir, un moyen de communication simple et rapide, une source d'informations. Le commerce en ligne ou la banque en ligne commencent à se développer.
- L'évolution des usages d'Internet de 2009 à 2010 fait ressortir un engouement de plus en plus important pour le téléchargement de films, musique, etc. Ces types d'usages imposent des contraintes et des limites en termes de qualité d'accès d'autant plus que le type d'accès le plus majoritairement utilisé au Maroc est l'accès 3G qui représente plus de 76% des accès Internet. Cette préoccupation est également relevée au niveau international.

Seuls 4% des internautes achètent en ligne ; par rapport à 2009, la fréquence d'achats a augmenté et une plus grande part d'internautes (14%) ont l'intention d'acheter en ligne en 2011

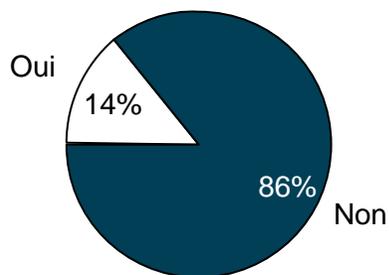
ACHATS EN LIGNE EN 2010

[% des individus ayant utilisé Internet dans les 12 derniers mois]



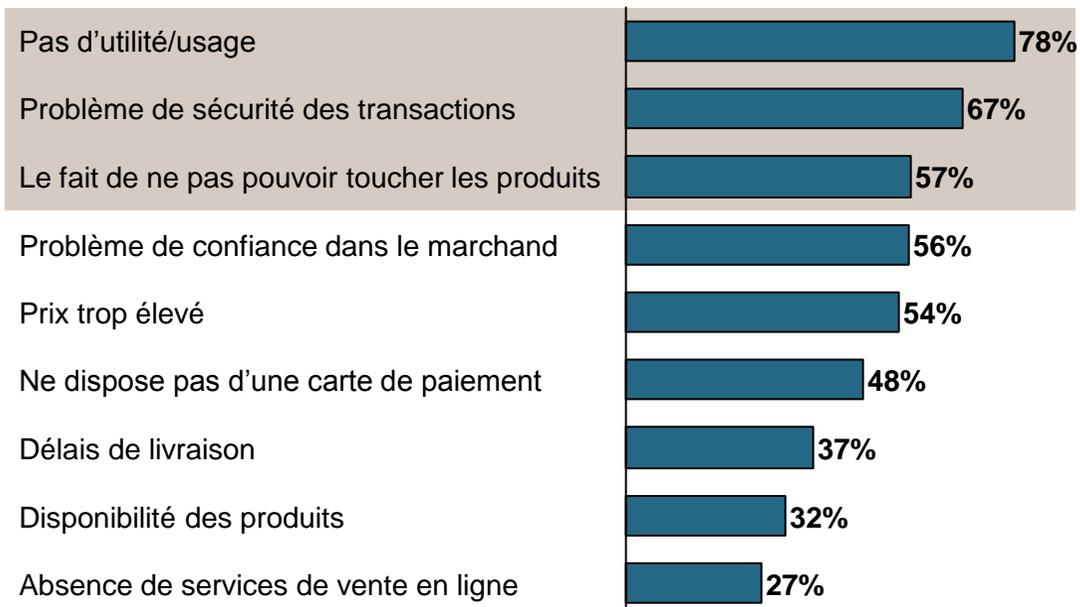
INTENTIONS D'ACHATS EN 2011

[% des individus ayant utilisé internet dans les 12 derniers mois]



FREINS AUX ACHATS EN LIGNE

[% des individus ayant utilisé internet mais n'ayant jamais acheté sur Internet dans les 12 derniers mois]



- L'absence d'utilité et le problème de sécurité des transactions constituent deux freins importants à l'achat en ligne, en plus de ne pas avoir d'accès physique au produit.

Accès et utilisation des Entreprises

Sommaire

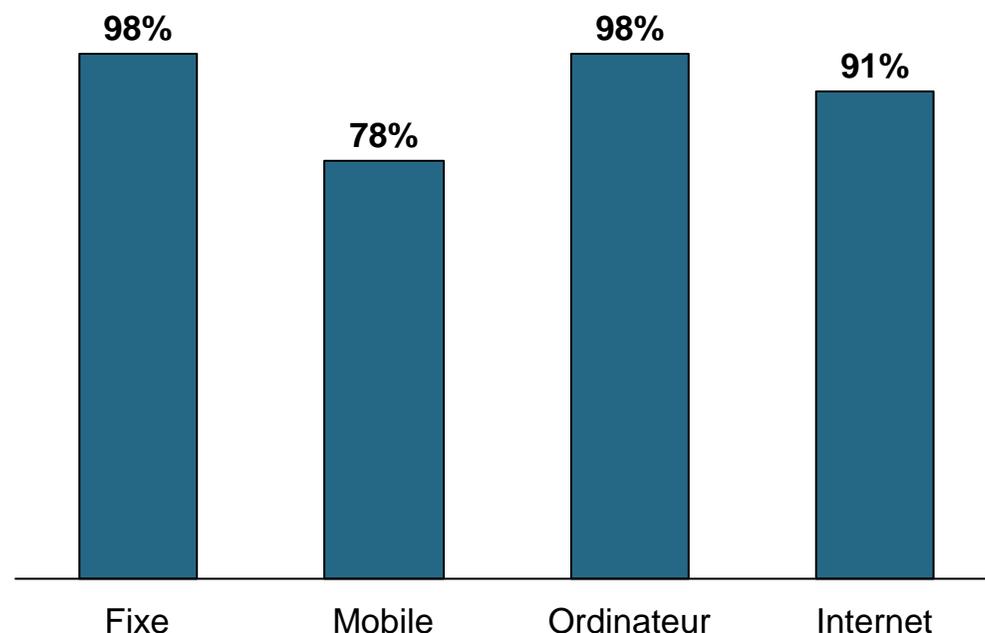
A. Accès et utilisation des entreprises en télécommunications

- B. Accès et utilisation des entreprises à l'ordinateur
- C. Accès et utilisation des entreprises à Internet
- D. Accès et utilisation des entreprises aux outils IT
- E. Dépense consacrée aux TIC par les entreprises

Les taux d'équipement en services de télécommunications des entreprises sont très élevés : de 78% sur le mobile à 98% sur le fixe et l'ordinateur

ENTREPRISES EQUIPEES

[% des entreprises de plus de 10 employés ; 2010]



COMMENTAIRES

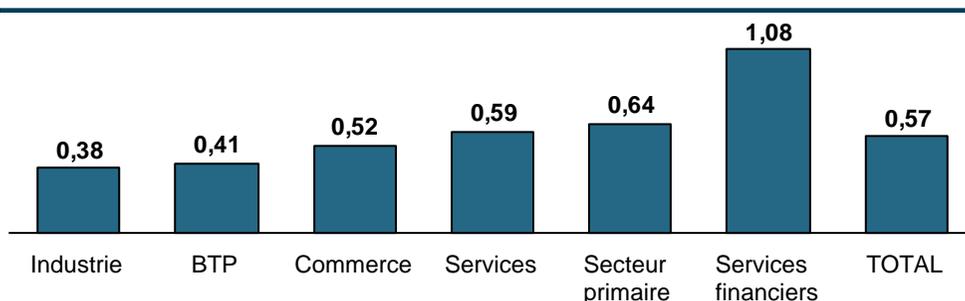
- La grande majorité des entreprises marocaines sont couvertes en technologies de l'information et de la communication.
- Sur les équipements de type fixe (téléphonie, ordinateur et Internet), l'équipement atteint presque 100% des entreprises ;
- En revanche, l'équipement en téléphonie mobile reste en retrait avec près de quatre entreprises sur cinq équipées.

Sommaire

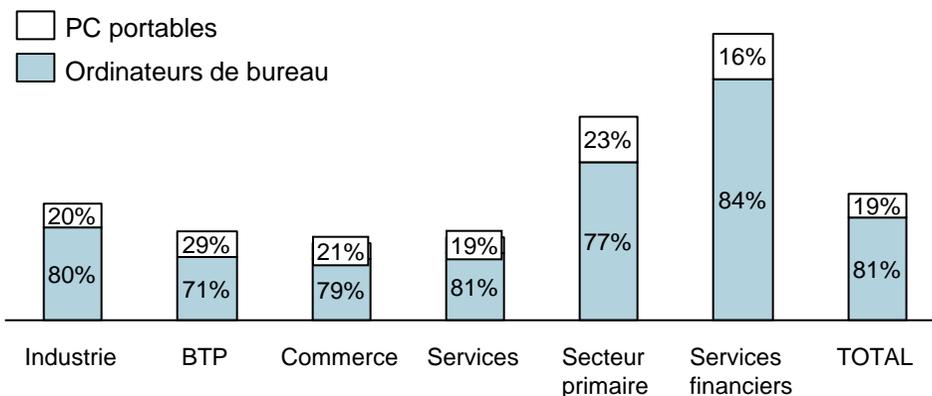
- A. Accès et utilisation des entreprises en télécommunications
- B. Accès et utilisation des entreprises à l'ordinateur**
- C. Accès et utilisation des entreprises à Internet
- D. Accès et utilisation des entreprises aux outils IT
- E. Dépense consacrée aux TIC par les entreprises

Des différences importantes subsistent en fonction du secteur d'activité des entreprises

RATIO NOMBRES D'ORDINATEURS PAR EMPLOYÉ – PAR SECTEUR [nombre d'ordinateurs ; 2010]



NATURE DU PARC D'ORDINATEURS PAR SECTEUR % Ordinateurs de bureau/PC portable ; 2010]



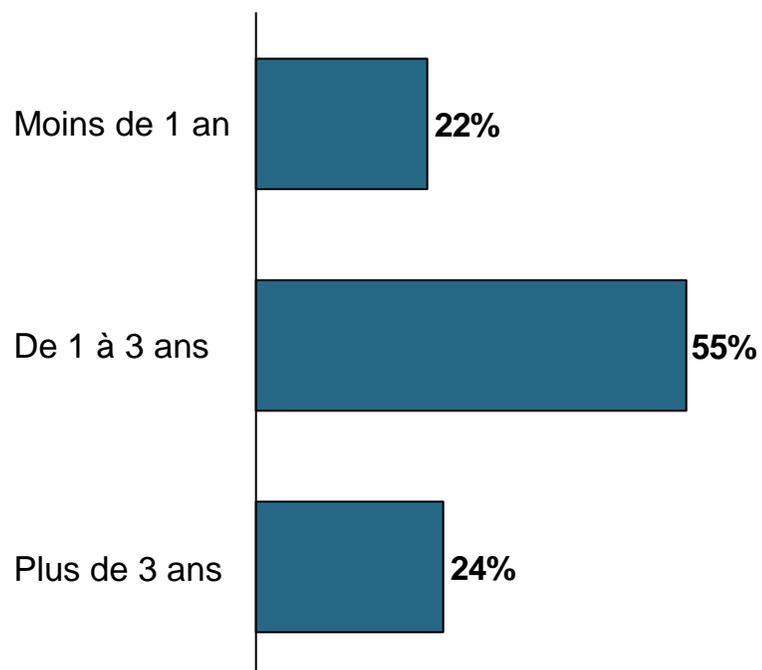
COMMENTAIRES

- Le secteur le moins équipé est le secteur industriel avec 38 ordinateurs pour 100 employés.
- En revanche, les services financiers disposent en moyenne de plus d'ordinateurs que d'employés (108 ordinateurs pour 100 employés).
- Peu de différence existe pour le ratio PC portable sur parc d'ordinateurs en fonction du secteur d'activité, même si le secteur de la construction semble être plus équipé en PC portable, ce qui s'explique par la mobilité demandée à ses employés.

77% des ordinateurs ont moins de 3 ans

Age moyen du parc informatique
[% du parc informatique ; 2010]

ORDINATEURS



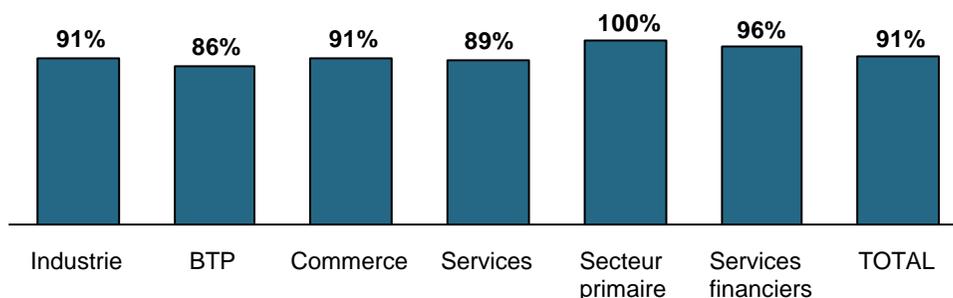
Sommaire

- A. Accès et utilisation des entreprises en télécommunications (Synthèse)
- B. Accès et utilisation des entreprises à l'ordinateur
- C. Accès et utilisation des entreprises à Internet**
- D. Accès et utilisation des entreprises aux outils IT
- E. Dépense consacrée aux TIC par les entreprises

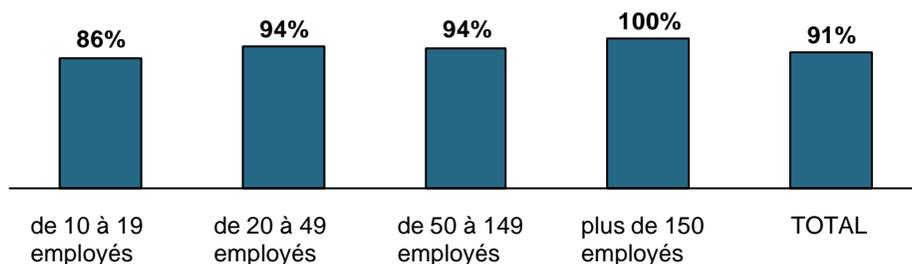
L'équipement en accès Internet varie peu suivant les différents secteurs d'activité ou strates d'emploi

Equipement Internet [% des entreprises ; 2010]

EQUIPEMENT EN CONNEXION INTERNET PAR SECTEUR



EQUIPEMENT EN CONNEXION INTERNET PAR TAILLE

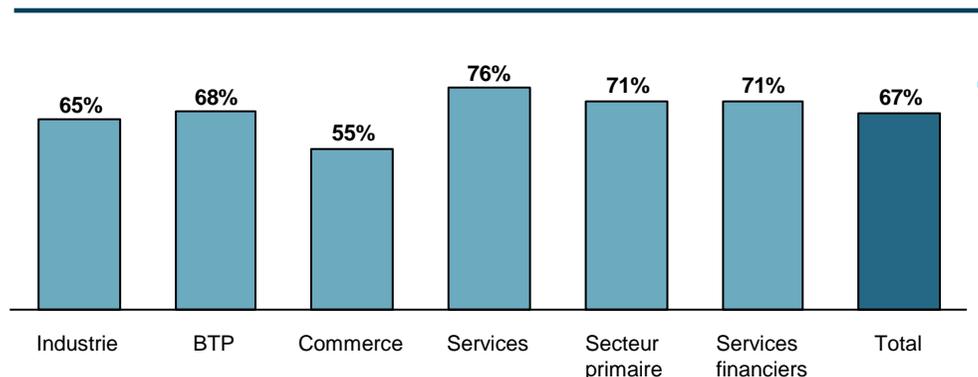


COMMENTAIRES

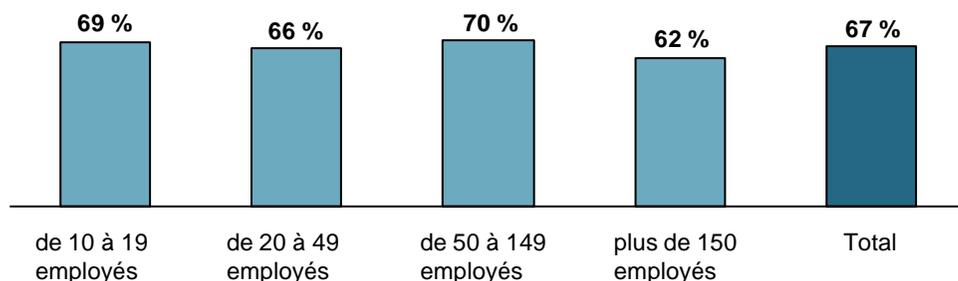
- 91% des entreprises sont équipées en Internet.
- Le secteur primaire et les services financiers sont les secteurs les mieux équipés en internet.
- En revanche, le BTP est le secteur le moins bien équipé en internet.
- La totalité des entreprises de plus de 150 salariés est connectée à Internet en 2010.
- Les entreprises de taille plus modeste sont désormais presque toutes connectées (de 86% à 94%).

67% des postes de travail sont connectés à Internet, les disparités étant faibles entre les différentes strates d'emploi et les différents secteurs d'activité

POSTES DE TRAVAIL CONNECTÉS À INTERNET PAR SECTEUR [dans les entreprises connectées; 2010]



POSTES DE TRAVAIL CONNECTÉS À INTERNET PAR TAILLE [dans les entreprises connectées ; 2010]

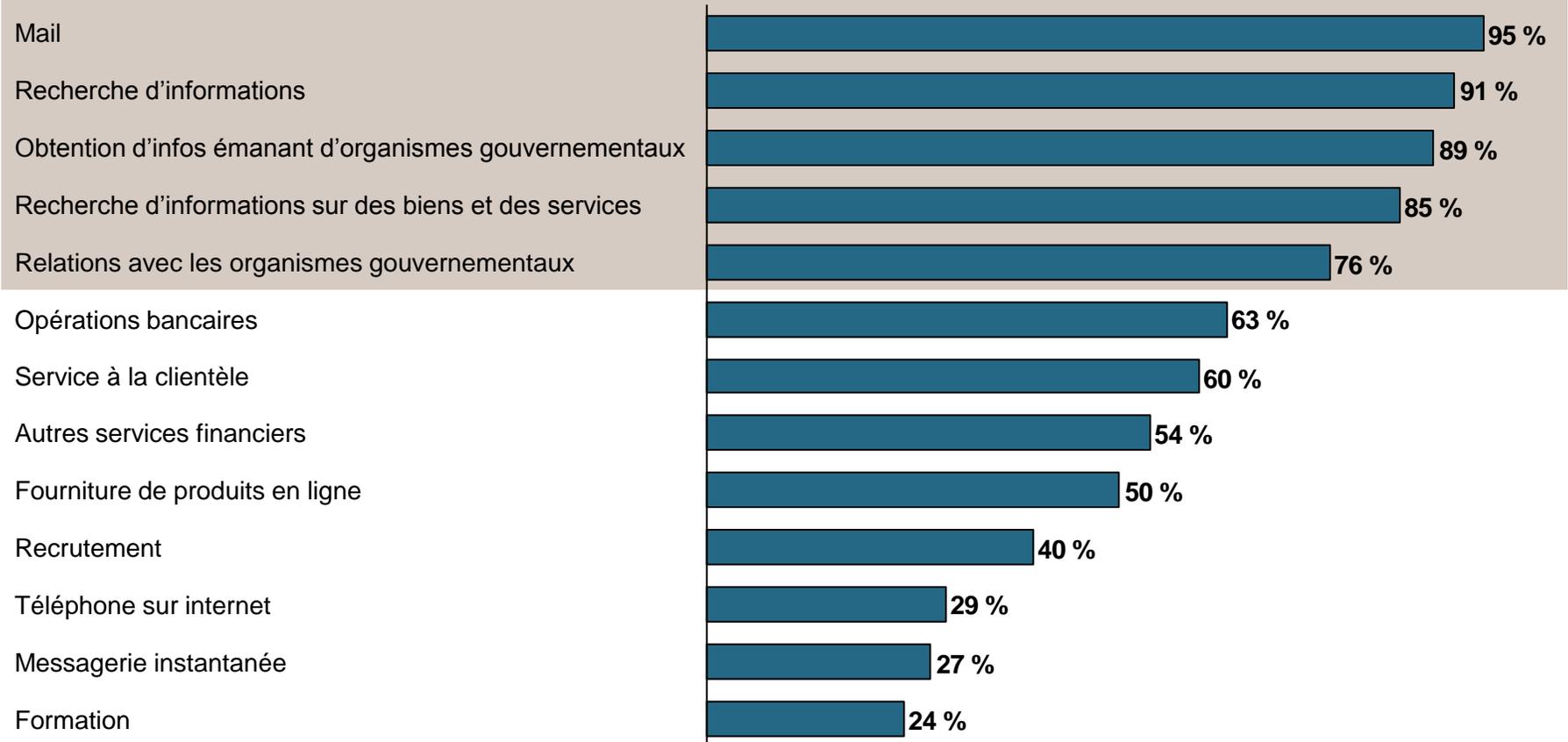


COMMENTAIRES

- La part des postes de travail connectés à internet est de 67% dans les entreprises connectées à Internet.
- Ce ratio diffère peu entre les entreprises de différentes tailles et entre les entreprises de différents secteurs.

Près de 9 entreprises sur 10 font de la recherche d'informations commerciales ou officielles et de la messagerie électronique et plus de ¾ des entreprises entretiennent des relations avec les organismes gouvernementaux via Internet.

Utilisation d'Internet [% des entreprises connectées à Internet ; 2010]

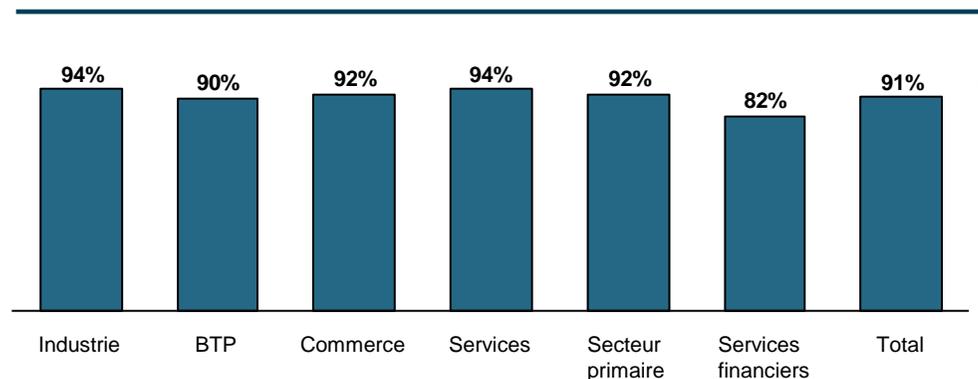


Sommaire

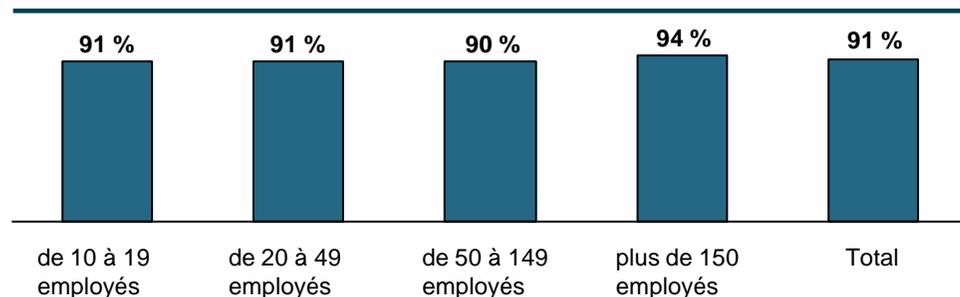
- A. Accès et utilisation des entreprises en télécommunications (Synthèse)
- B. Accès et utilisation des entreprises à l'ordinateur
- C. Accès et utilisation des entreprises à Internet
- D. Accès et utilisation des entreprises aux outils IT**
- E. Dépense consacrée aux TIC par les entreprises

91 % des entreprises qui disposent d'un site web ont aussi un nom de domaine

ENTREPRISES DISPOSANT D'UN NOM DE DOMAINE, PAR SECTEUR [% des entreprises ayant un site web ; 2010]



ENTREPRISES DISPOSANT D'UN NOM DE DOMAINE, PAR TAILLE [% des entreprises ayant un site web ; 2010]



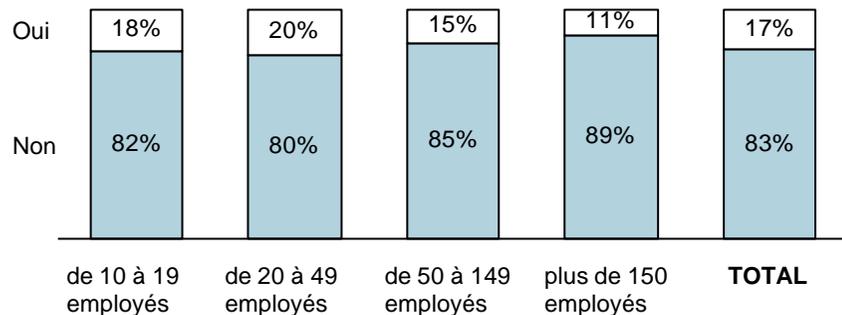
COMMENTAIRES

- Parmi les entreprises qui disposent d'un site web, 91% disposent d'un nom de domaine en 2010.
- Les secteurs les plus équipés en nom de domaine sont l'industrie et les services : 94% des entreprises de ces secteurs ayant un site web possèdent un nom de domaine, soit 3 points de plus que la moyenne.
- Les grandes entreprises sont les mieux équipées en nom de domaine : 94% des entreprises de cette tranche d'emploi (plus de 150 employés) ayant un site web possèdent un nom de domaine, soit 3 points de plus que la moyenne.

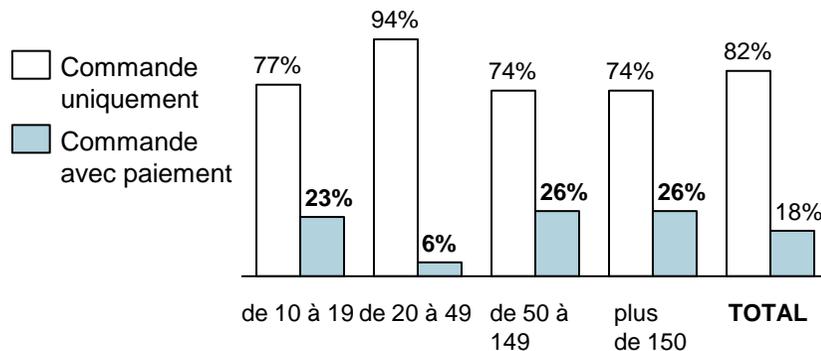
L'achat en ligne commence à se développer, mais reste limité à la commande sans paiement ; les intentions d'achat en ligne restent pourtant fortes

Caractéristiques des achats en ligne [2010]

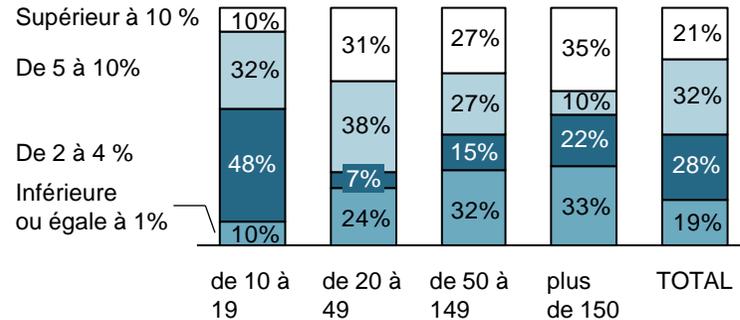
ACHAT EN LIGNE [% des entreprises connectées]



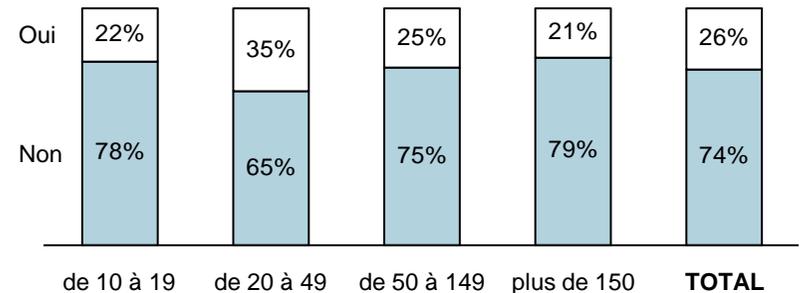
MODALITES D'ACHAT [% des entreprises achetant en ligne]



MONTANT EN LIGNE SUR ACHATS TOTAUX [% des entreprises achetant en ligne]



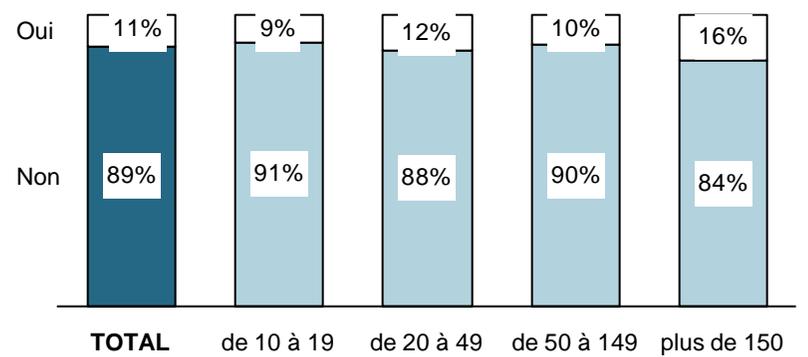
ACHAT EN LIGNE PREVU DANS 12 MOIS [% des entreprises connectées à Internet]



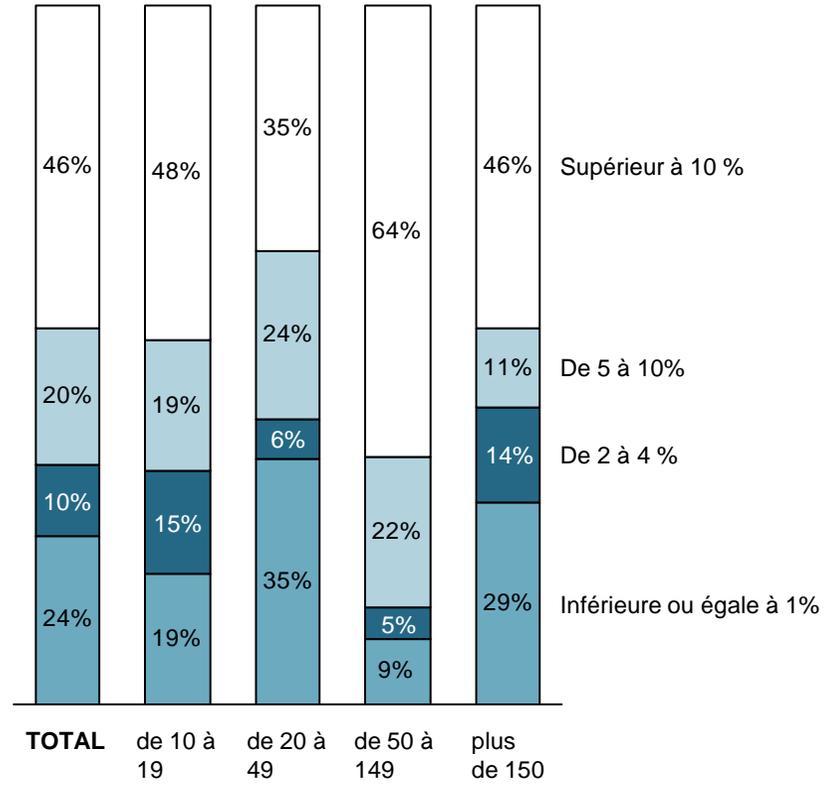
La vente en ligne commence à se développer avec 11% des entreprises et s'effectue en majorité sur un site propre à l'entreprise

Caractéristiques de la vente de produits en ligne [2010]

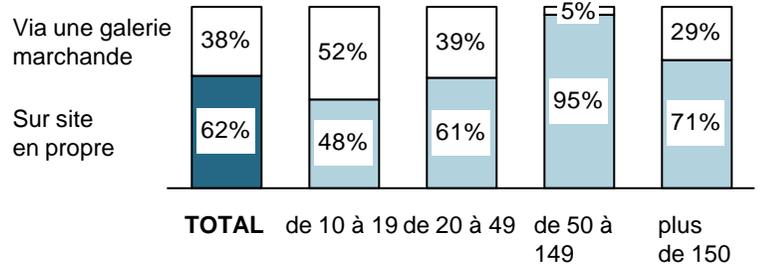
VENTE EN LIGNE [% des entreprises connectées]



MONTANT EN LIGNE SUR VENTES TOTALES [% des entreprises vendant en ligne]

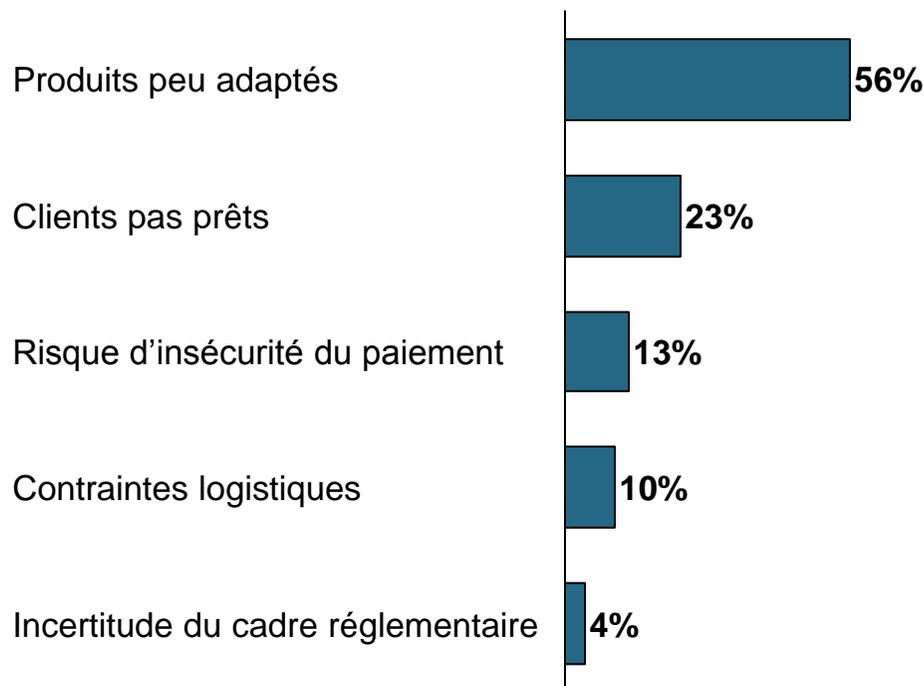


MODALITES DE COMMERCIALISATION [% des entreprises vendant en ligne]



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

RAISONS DE NON PRATIQUE DU COMMERCE ELECTRONIQUE [% des entreprises ne le pratiquant pas ; 2010]



COMMENTAIRES

- Le principal frein à la non utilisation du commerce électronique par les entreprises concerne les produits non adaptés à la vente en ligne pour 56% des entreprises.
- Selon 23% des entreprises ne pratiquant pas la vente en ligne, le marché ne serait pas prêt à accepter ce type de service, ce qui crée un cercle vicieux pour le développement du commerce électronique.
- Enfin, le risque d'insécurité du paiement est un frein pour 13% des entreprises ne pratiquant pas le commerce sur internet.

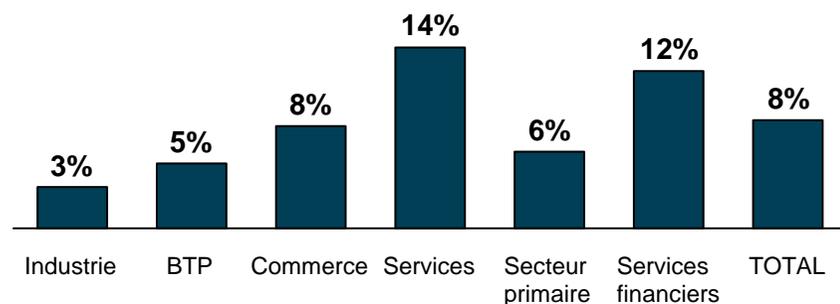
Sommaire

- A. Accès et utilisation des entreprises en télécommunications (Synthèse)
- B. Accès et utilisation des entreprises à l'ordinateur
- C. Accès et utilisation des entreprises à Internet
- D. Accès et utilisation des entreprises aux outils IT
- E. Dépense consacrée aux TIC par les entreprises**

Les entreprises des secteurs de services financiers et non financiers investissent une part plus importante dans les TIC

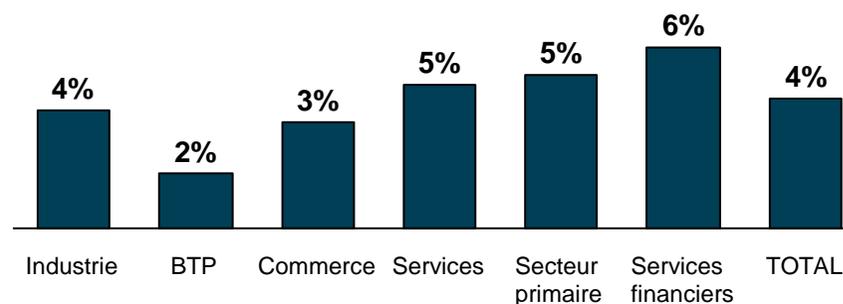
PART DE L'INVESTISSEMENT CONSACRÉE AUX TIC – PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

[% des entreprises ; 2010]



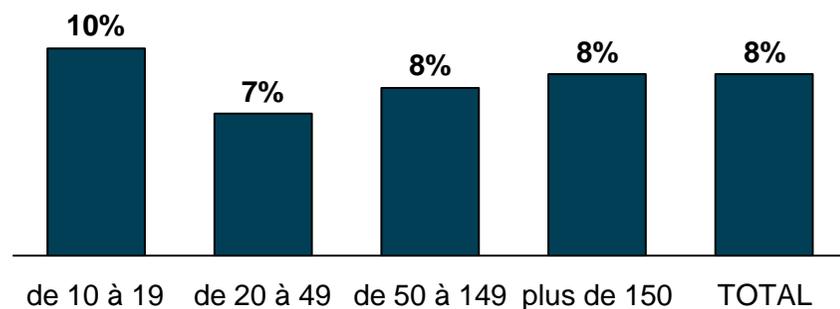
PART DU BUDGET FORMATION CONSACRÉE AUX TIC – PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

[% des entreprises ; 2010]



PART DE L'INVESTISSEMENT CONSACRÉE AUX TIC – PAR TAILLE D'ENTREPRISE

[% des entreprises ; 2010]



PART DU BUDGET FORMATION CONSACRÉE AUX TIC – PAR TAILLE D'ENTREPRISE

[% des entreprises ; 2010]

