



AGENCE NATIONALE DE RÉGLEMENTATION DES TÉLÉCOMMUNICATIONS

Enquête sur la qualité de service et la tarification du téléphone mobile au Maroc

Résultats du Rapport d'étude

Avril 2002



Table des matières

1. CONTEXTE ET METHODOLOGIE DE L'ETUDE	4
1.1 CONTEXTE DE L'ETUDE	4
1.2 OBJECTIFS DE L'ETUDE	4
1.3 METHODOLOGIE ET PRESENTATION DES RESULTATS	5
1.4 AVERTISSEMENT	6
VOLET PARTICULIER	7
2. CONSTATS DE L'ETUDE	8
RESULTATS DETAILLES	10
3. PROFIL DES UTILISATEURS PARTICULIERS DE LA TELEPHONIE MOBILE AU MAROC	11
4. HABITUDES ET COMPORTEMENTS D'ACHAT DES UTILISATEURS DE LA TELEPHONIE MOBILE	14
4.1 DUREE DE LA RELATION D'AFFAIRES AVEC L'OPERATEUR	14
4.2 LIEUX D'ACHAT DE LA FORMULE DE TELEPHONIE MOBILE	15
4.3 MODES DE PAIEMENT DES FACTURES DE TELEPHONIE MOBILE	16
4.4 CRITERES DE CHOIX D'UNE FORMULE DE TELEPHONIE MOBILE	16
4.5 SATISFACTION A L'EGARD DE LA FORMULE DE TELEPHONIE MOBILE	18
4.6 CONNAISSANCE DES SERVICES DE TELEPHONIE MOBILE	20
4.7 PRINCIPAUX SERVICES DE TELEPHONIE MOBILE UTILISES	21
5. PERCEPTIONS DES UTILISATEURS DE TELEPHONIE MOBILE A L'EGARD DE LA QUALITE DU SERVICE COMMERCIAL	23
5.1 SOLLICITATION DU SERVICE A LA CLIENTELE DE L'OPERATEUR	23
5.2 SATISFACTION A L'EGARD DE LA QUALITE DU SERVICE COMMERCIAL	24
6. PERCEPTIONS A L'EGARD DE LA QUALITE DU SERVICE TECHNIQUE	26
6.1 OCCURRENCE DE PROBLEMES TECHNIQUES	26
6.2 PERCEPTION DE LA QUALITE AUDITIVE	28
6.3 SATISFACTION A L'EGARD DE LA QUALITE DU SERVICE TECHNIQUE	29
7. PERCEPTIONS DES UTILISATEURS DE TELEPHONIE MOBILE A L'EGARD DE LA TARIFICATION DES SERVICES	31
7.1 PERCEPTIONS DES TARIFS DES FORMULES DE TELEPHONIE MOBILE	31
7.2 RAPPEL DE LA DERNIERE FORMULE TARIFAIRE PROMOTIONNELLE	32
7.3 SUPPORT PUBLICITAIRE	33
8. PERCEPTIONS DES UTILISATEURS A L'EGARD DES CLAUSES DU CONTRAT D'ABONNEMENT	34
8.1 CONTRAT D'ACHAT DE LA FORMULE DE TELEPHONIE MOBILE	34
8.2 PERCEPTIONS A L'EGARD DU CONTRAT D'ABONNEMENT	36
8.3 CONNAISSANCE DES CLAUSES CONTRACTUELLES	37
8.4 POSSESSION DU CONTRAT D'ABONNEMENT	39
8.5 RESPECT DES DISPOSITIONS REGLEMENTAIRES DU CONTRAT	40
9. RECLAMATIONS ET LITIGES	41
9.1 RECLAMATIONS AUPRES DE L'OPERATEUR	41
9.2 NOMBRE DE RECLAMATIONS AUPRES DE L'OPERATEUR	42
9.3 RECLAMATIONS DEBOUCHANT SUR UN LITIGE	43
9.4 RESOLUTION DES LITIGES AVEC L'OPERATEUR	44

VOLET PROFESSIONNELS	45
10. CONSTATS DE L'ETUDE	46
RESULTATS DETAILLES	49
11. PROFIL DES UTILISATEURS PROFESSIONNELS DE LA TELEPHONIE	50
12. MOBILE AU MAROC	50
13. HABITUDES ET COMPORTEMENTS D'ACHAT DES UTILISATEURS PROFESSIONNELS DE LA TELEPHONIE MOBILE	53
13.1 DUREE DE LA RELATION D'AFFAIRES AVEC L'OPERATEUR	53
13.2 LIEUX D'ACHAT DE LA FORMULE DE TELEPHONIE MOBILE	54
13.3 MODES DE PAIEMENT DES FACTURES DE TELEPHONIE MOBILE	55
13.4 CRITERES DE CHOIX D'UNE FORMULE DE TELEPHONIE MOBILE	56
13.5 SATISFACTION A L'EGARD DE LA FORMULE DE TELEPHONIE MOBILE	57
13.6 CONNAISSANCE DES SERVICES DE TELEPHONIE MOBILE	60
13.7 PRINCIPAUX SERVICES DE TELEPHONIE MOBILE UTILISES	61
14. PERCEPTIONS DES UTILISATEURS PROFESSIONNELS A L'EGARD DE LA QUALITE DU SERVICE COMMERCIAL	62
14.1 SOLLICITATION DU SERVICE A LA CLIENTELE DE L'OPERATEUR	62
14.2 SATISFACTION A L'EGARD DE LA QUALITE DU SERVICE COMMERCIAL	64
15. PERCEPTIONS DES UTILISATEURS PROFESSIONNELS A L'EGARD DE LA QUALITE DU SERVICE TECHNIQUE	65
15.1 OCCURRENCE DE PROBLEMES TECHNIQUES	65
15.2 PERCEPTION DE LA QUALITE AUDITIVE	67
15.3 SATISFACTION A L'EGARD DE LA QUALITE DU SERVICE TECHNIQUE	68
16. PERCEPTIONS DES UTILISATEURS PROFESSIONNELS A L'EGARD DE LA TARIFICATION DES SERVICES	70
16.1 PERCEPTIONS DES TARIFS DES FORMULES DE TELEPHONIE MOBILE	70
16.2 RAPPEL DE LA DERNIERE FORMULE TARIFAIRE PROMOTIONNELLE	71
16.3 SUPPORT PUBLICITAIRE	72
16.4 RAPPEL DU DERNIER CHANGEMENT TARIFAIRE	73
17. PERCEPTIONS DES UTILISATEURS PROFESSIONNELS A L'EGARD DES CLAUSES DU CONTRAT D'ABONNEMENT	74
17.1 CONTRAT D'ACHAT DE LA FORMULE DE TELEPHONIE MOBILE	74
17.2 PERCEPTIONS A L'EGARD DU CONTRAT D'ABONNEMENT	75
17.3 CONNAISSANCE DES CLAUSES CONTRACTUELLES	76
17.4 POSSESSION DU CONTRAT D'ABONNEMENT	77
17.5 RESPECT DES CLAUSES CONTRACTUELLES	78
17.6 PERCEPTIONS A L'EGARD DES CLAUSES CONTRACTUELLES	79
18. RECLAMATIONS ET LITIGES	81
18.1 RECLAMATIONS AUPRES DE L'OPERATEUR	81
18.2 NOMBRE DE RECLAMATIONS AUPRES DE L'OPERATEUR	82
18.3 RESOLUTION DES LITIGES AVEC L'OPERATEUR	83
VOLET QUALITATIF	84
19. PRINCIPAUX CONSTATS DE L'ETUDE	85

1. Contexte et méthodologie de l'étude

1.1 Contexte de l'étude

Le secteur marocain des télécommunications a connu, depuis l'adoption de la loi 24/96 relative à la poste et télécommunications, de profondes mutations tant sur le plan de la séparation des fonctions de la réglementation, de celles de l'exploitation de réseaux des télécommunications, que sur celui du marché et de l'offre de services. L'objectif de cette réforme est de favoriser l'introduction d'une concurrence réelle dans le secteur des télécommunications en vue d'une mise en œuvre plus rapide des innovations technologiques, d'une amélioration de la qualité des services, d'une offre de prix plus compétitive et d'un accroissement du rythme d'expansion des réseaux. Le secteur des télécommunications constitue, en effet, un moteur de développement économique et social du pays et un élément d'entraînement favorisant une dynamique d'innovation.

La stratégie de libéralisation du secteur des télécommunications, qui concerne l'ensemble des segments de réseaux et services, s'est concrétisée par l'attribution d'une deuxième licence GSM en juillet 1999 à l'opérateur Médiatelecom, qui a effectivement introduit la concurrence dans le secteur des télécommunications mobiles depuis le deuxième trimestre 2000.

L'ouverture à la concurrence du marché des mobiles cellulaires GSM a conduit à un rythme de croissance sans précédent, à l'élargissement de la gamme des produits et services offerts, à la compétition sur le plan des tarifs, mais également à une accentuation des efforts commerciaux, marketing et de communication des deux opérateurs sur place. Ainsi, les pratiques commerciales des opérateurs vis-à-vis des usagers du service téléphonique mobile, qu'il s'agisse de tarifs, des clauses contractuelles diverses, de l'information des consommateurs, des circuits de distribution, du traitement des litiges, constituent autant d'éléments de différenciation de leurs offres.

Par ailleurs, les dispositions de la loi sur les télécommunications comportent des obligations pour les opérateurs quant à leurs relations avec les utilisateurs, notamment en matière de tarifs, d'information ou de qualité de service. Ainsi, l'Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications (ANRT), dans l'exercice de sa mission, veille-t-elle à l'application par les différents opérateurs de ces dispositions conformément à la réglementation en vigueur.

Les droits des abonnés sont définis dans les cahiers des charges et contrats d'abonnement des exploitants et titulaires des licences comme le stipule l'article 23 de la loi 24/96 relative à la Poste et Télécommunications. Afin d'évaluer les pratiques des opérateurs vis-à-vis des utilisateurs, l'ANRT dispose de données techniques et commerciales, essentiellement fournies par ces opérateurs dans le cadre de l'application des dispositions réglementaires.

Dans cette optique, l'ANRT a mandaté le cabinet **Léger Marketing** afin de réaliser un enquête visant à évaluer les perceptions des **particuliers et des professionnels** à l'égard de la qualité et de la tarification du téléphone mobile au Maroc.

1.2 Objectifs de l'étude

Les principaux objectifs de l'enquête sur la qualité de service et la tarification du téléphone mobile au Maroc se déclinent comme suit :

- ⌘ Évaluer les habitudes d'achat et les comportements des utilisateurs de la téléphonie mobile au Maroc ;
- ⌘ Évaluer les perceptions des utilisateurs de téléphonie mobile à l'égard de la qualité du service commercial ;
- ⌘ Évaluer les perceptions des utilisateurs de téléphonie mobile à l'égard de la qualité du service technique ;
- ⌘ Évaluer les perceptions des utilisateurs de téléphonie mobile à l'égard de la tarification des services ;
- ⌘ Évaluer les perceptions des utilisateurs à l'égard des clauses contractuelles du contrat d'abonnement.

1.3 Méthodologie et Présentation des résultats

L'étude s'est déroulée pendant trois mois en deux phases : quantitative et qualitative.

1.3.1 Enquête quantitative :

Particuliers :

Sondage auprès d'un échantillon de 1731 utilisateurs **particuliers** de téléphonie mobile au Maroc (Maroc Télécom : n=1030 et Méditélécom : n=701).

Nous obtenons avec les 1731 personnes sondés, une marge d'erreur maximale de $\pm 2,4\%$ et ce, 19 fois sur 20

⇒ Modèle d'enquête :

Enquête en face à face au domicile du répondant. Une personne de 18 ans et plus choisie au hasard dans le ménage

⇒ Champ d'enquête :

L'enquête a été réalisée au niveau national, auprès d'un échantillon d'utilisateurs de téléphone mobile représentatif de l'ensemble de la population concernée. Elle concerne aussi bien le milieu urbain que le milieu rural. 70% des provinces et préfectures du Royaume sont couvertes par l'enquête, parmi lesquelles 115 municipalités, 77 cercles et 96 communes rurales ont été choisis.

⇒ Variables de stratifications :

Les critères retenus pour le choix des répondants sur le terrain portent sur : 1) le statut utilisateur ; 2) le type de produit et 3) la tranche de consommation.

D'autres critères tels que l'âge, le sexe et le type d'habitat (pour le milieu urbain) ont été pris en considération pour une meilleure représentativité de l'échantillon.

Professionnels :

Sondage auprès d'un échantillon de 299 utilisateurs **professionnels** de téléphonie mobile au Maroc. Nous obtenons avec les 299 professionnels sondés, une marge d'erreur maximale de $\pm 5,7\%$ et ce, 19 fois sur 20

⇒ Identification de la cible :

La cible des professionnels est constituée de petites, moyennes et grandes entreprises privées et des professions libérales.

Les professionnels faisant parties de l'échantillon ont été choisis parmi les utilisateurs de téléphonie mobile pour des besoins professionnelles.

Les répondants identifiés sont parmi les personnes en relation avec les fournisseurs de service de téléphonie mobile, en particulier les responsables des achats en télécommunications dans l'entreprise.

⇒ Technique de collecte :

L'enquête a fait l'objet de rendez-vous en face-à-face sur le lieu de travail avec les répondants identifiés.

1.3.2 Enquête qualitative :

Les résultats présentés dans ce rapport sont issus de groupes de discussion d'environ deux heures chacun, qui se sont déroulées dans les bureaux de Léger Marketing à Casablanca. Les participants à l'étude sont des utilisateurs particuliers de téléphonie mobile des deux opérateurs.

1.4 Avertissement

Les résultats de la présente enquête n'engagent pas l'Agence Nationale de Réglementation des Télécommunications

Note :

Pour les questions à choix multiples (ou à plusieurs mentions), l'addition d'une colonne donnée dans certains tableaux de résultats pourrait aboutir à un total supérieur à 100%. Il s'agit tout simplement du **total des mentions** citées par les répondants.

Volet particulier

2. Constats de l'étude

Voici les principaux constats de l'enquête auprès des utilisateurs particuliers de la téléphonie mobile au Maroc :

Constat 1 : Les utilisateurs de la téléphonie mobile au Maroc sont fidèles à leur prestataire de service

À l'instar des utilisateurs professionnels, la fidélité envers l'opérateur est de mise chez les utilisateurs particuliers de services de téléphonie mobile au Maroc. En effet, plus de 9 utilisateurs sur 10 (93,9%) ont déclaré ne pas avoir changé de fournisseur de services de téléphonie mobile. En moyenne, l'ancienneté de la relation d'affaire des utilisateurs avec leur opérateur de téléphonie mobile est de 14,1 mois.

Constat 2 : Les utilisateurs sont foncièrement satisfaits de leur formule de téléphonie mobile actuelle

D'une manière générale, près de 8 utilisateurs sur 10 (77,9%) se déclarent satisfaits de leur formule de téléphonie mobile actuelle, contre 16,8% qui en sont insatisfaits. Les principaux motifs de satisfaction et d'insatisfaction des utilisateurs sont synthétisés dans le tableau suivant :

Principaux motifs de satisfaction	Principaux motifs d'insatisfaction
✓ Tarifs abordables (28,3%) ✓ Qualité du réseau (21,9%)	✓ Prix et tarifs élevés (46,5%) ✓ Mauvaise qualité du réseau (35,8%)

Constat 3 : Plus du tiers des utilisateurs de téléphonie mobile ont sollicité le service commercial de leur opérateur

Globalement, près de 4 utilisateurs sur 10 (37,0%) ont déjà fait appel au service commercial de leur opérateur. Les principaux motifs de sollicitation du service à la clientèle des opérateurs sont l'obtention d'informations (60,6%).

Par ailleurs, les utilisateurs particuliers ayant déjà fait appel au service commercial de leur opérateur se disent satisfaits de la courtoisie des employés (79,6%), des heures d'ouverture (77,2%), de la facilité à joindre la bonne personne (77,1%), de la disponibilité des employés (76,5%) et de la clarté des informations sur les produits (76,0%). Globalement, les répondants attribuent une note moyenne de 6,7 sur 10 à la qualité du service commercial de leur prestataire de service.

Constat 4 : Près de deux utilisateurs sur cinq ont éprouvé des problèmes techniques inhérents à l'utilisation de leur téléphone mobile

Près de 2 utilisateurs sur 5 (37,7%) ont déjà éprouvé des difficultés techniques lors de l'utilisation de leur téléphone mobile. Les principaux problèmes techniques mentionnés spontanément par les répondants sont l'absence du signe du réseau (49,0%) et les coupures de communication (44,4%).

Sur le plan de la fiabilité du réseau, près du 3 utilisateurs sur 10 (29,1%) ont déjà subi des coupures lors des deux premières minutes de la conversation téléphonique, principalement après 14 h (60,9%) et les week-ends (29,4%).

Constat 5 : Une perception positive de la qualité auditive du service de téléphonie mobile

La grande majorité des personnes interrogées (90,5%) perçoivent de façon positive la qualité auditive de leur service de téléphonie mobile. De plus, comparativement au réseau fixe, plus du quart des personnes interrogées (27,8%) affirment que la qualité auditive d'un téléphone mobile serait supérieure à la qualité des communications sur le réseau fixe.

Constat 6 : Les particuliers sont fondamentalement satisfaits de la qualité technique de leur service de téléphonie mobile

D'une manière générale, les utilisateurs de téléphonie mobile se disent satisfaits de la qualité sonore des communications mobiles (84,0%) et de la fiabilité du réseau (75,7%). Néanmoins, on notera que la satisfaction des répondants est moindre pour ce qui est de la couverture géographique du réseau (67,1%). Globalement, les utilisateurs de téléphonie mobile attribuent une note moyenne de 6,7 sur 10 à la qualité du service technique fourni par leur opérateur.

Constat 7 : Les utilisateurs sont moyennement satisfaits de la tarification de la formule de téléphonie mobile

D'une manière générale, les utilisateurs de téléphonie mobile attribuent une note moyenne de **5,9 sur 10** pour exprimer leur satisfaction à l'égard de la tarification des services de leur opérateur.

Constat 8 : La plupart des utilisateurs de la téléphonie mobile ne lisent pas le contrat sur les « Conditions Générales d'Abonnement »

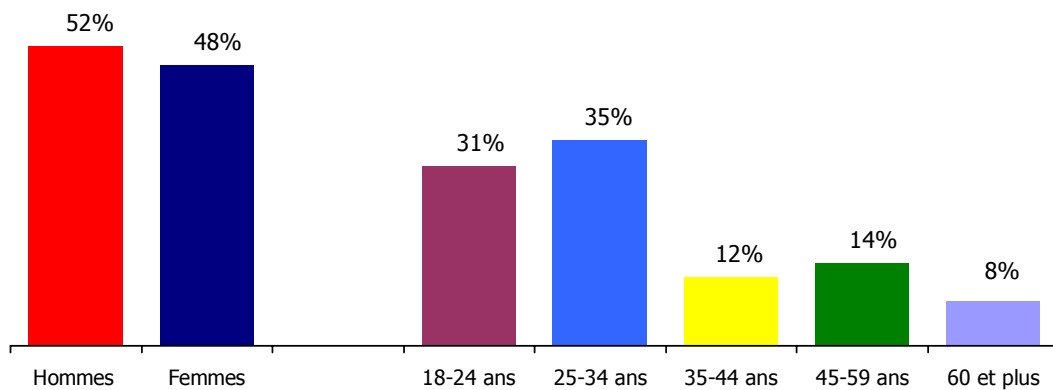
Globalement, 4 personnes interrogées sur 5 (80,1%) se souviennent avoir signé un contrat lors de l'achat de leur formule de téléphonie mobile, contre 18,1% qui affirment ne pas s'en souvenir. Toutefois, soulignons que 7 utilisateurs de téléphonie mobile sur 10 (70,4%) n'ont pas pris le soin de lire le contrat intitulé « Conditions Générales d'Abonnement ». En ce qui a trait à la connaissance des clauses contractuelles, la durée minimale obligatoire du contrat (31,5%) est la clause la plus souvent mentionnée spontanément par les répondants.

Résultats détaillés

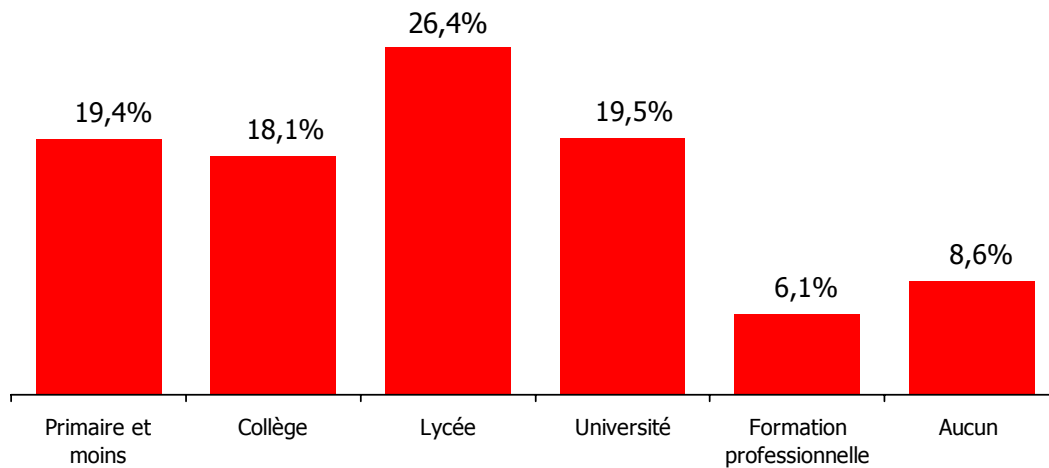
3. Profil des utilisateurs particuliers de la téléphonie mobile au Maroc

Le graphiques suivants présentent le profil des utilisateurs particuliers de la téléphonie mobile au Maroc.

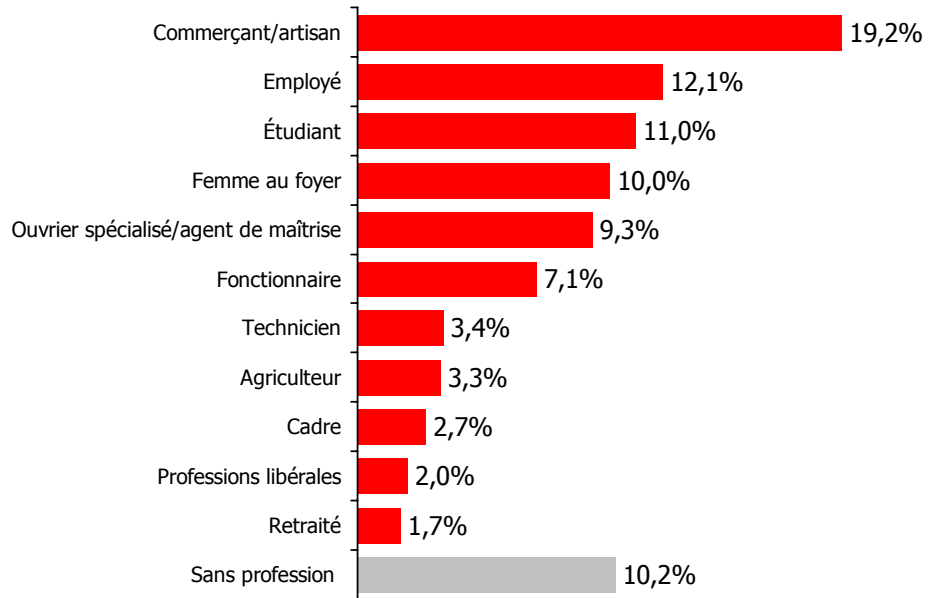
➤ **Une clientèle majoritairement jeune**



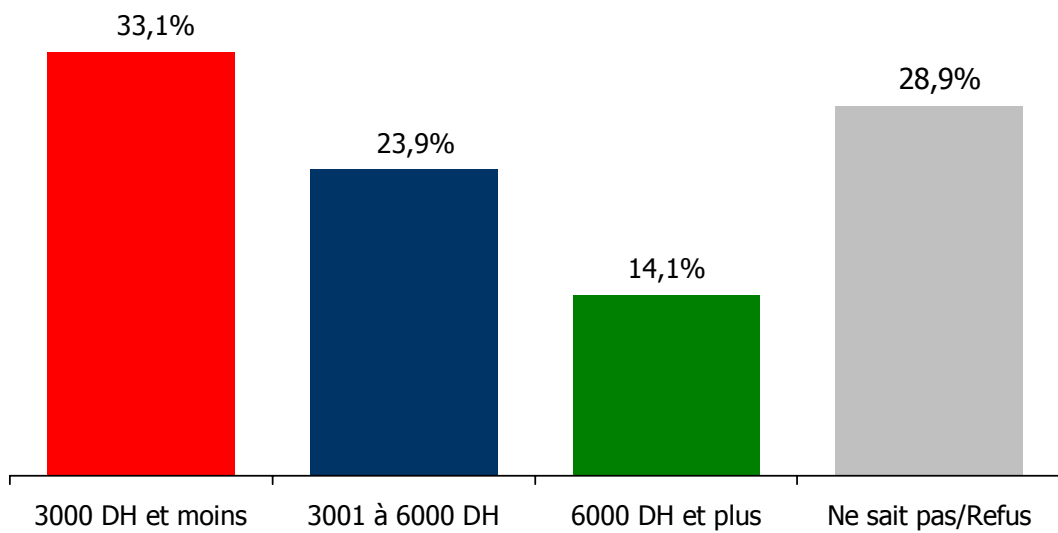
➤ **Niveau de scolarité**



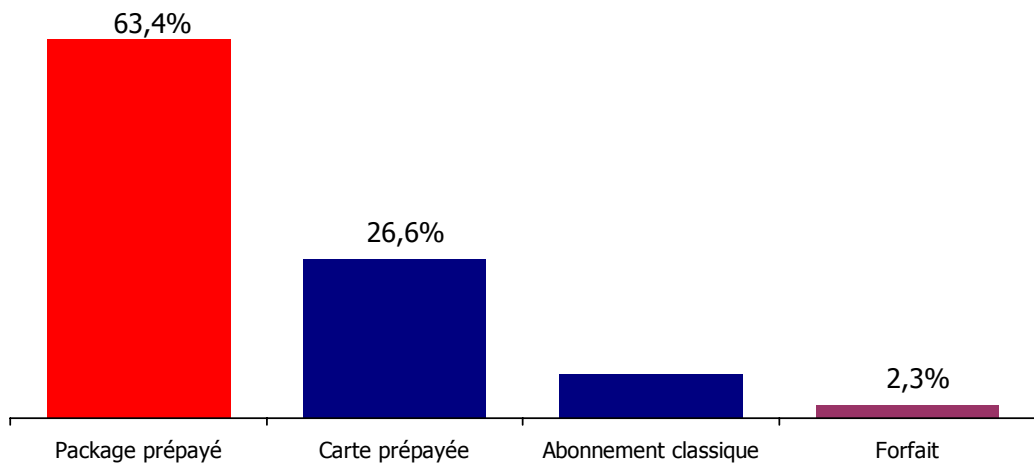
➤ **Profession**



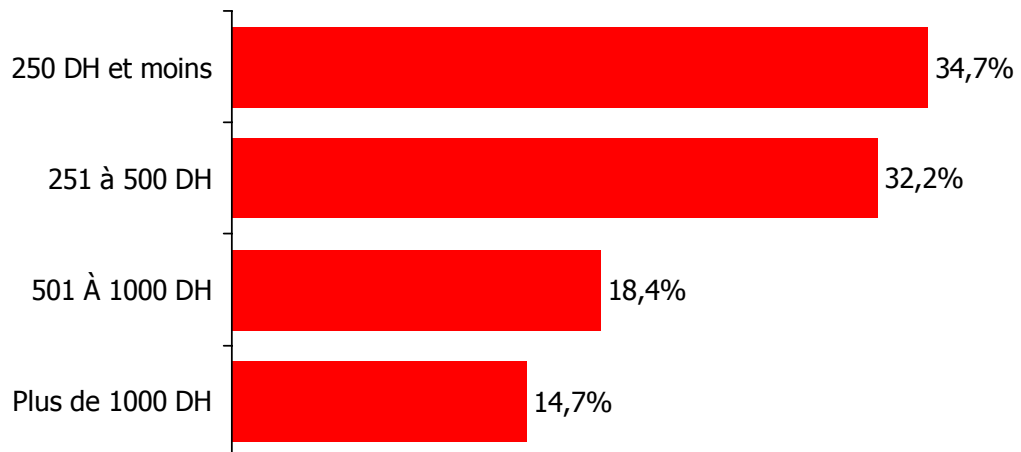
➤ **Revenu mensuel**



➤ **Une prédominance des formules prépayées auprès de la clientèle des particuliers**



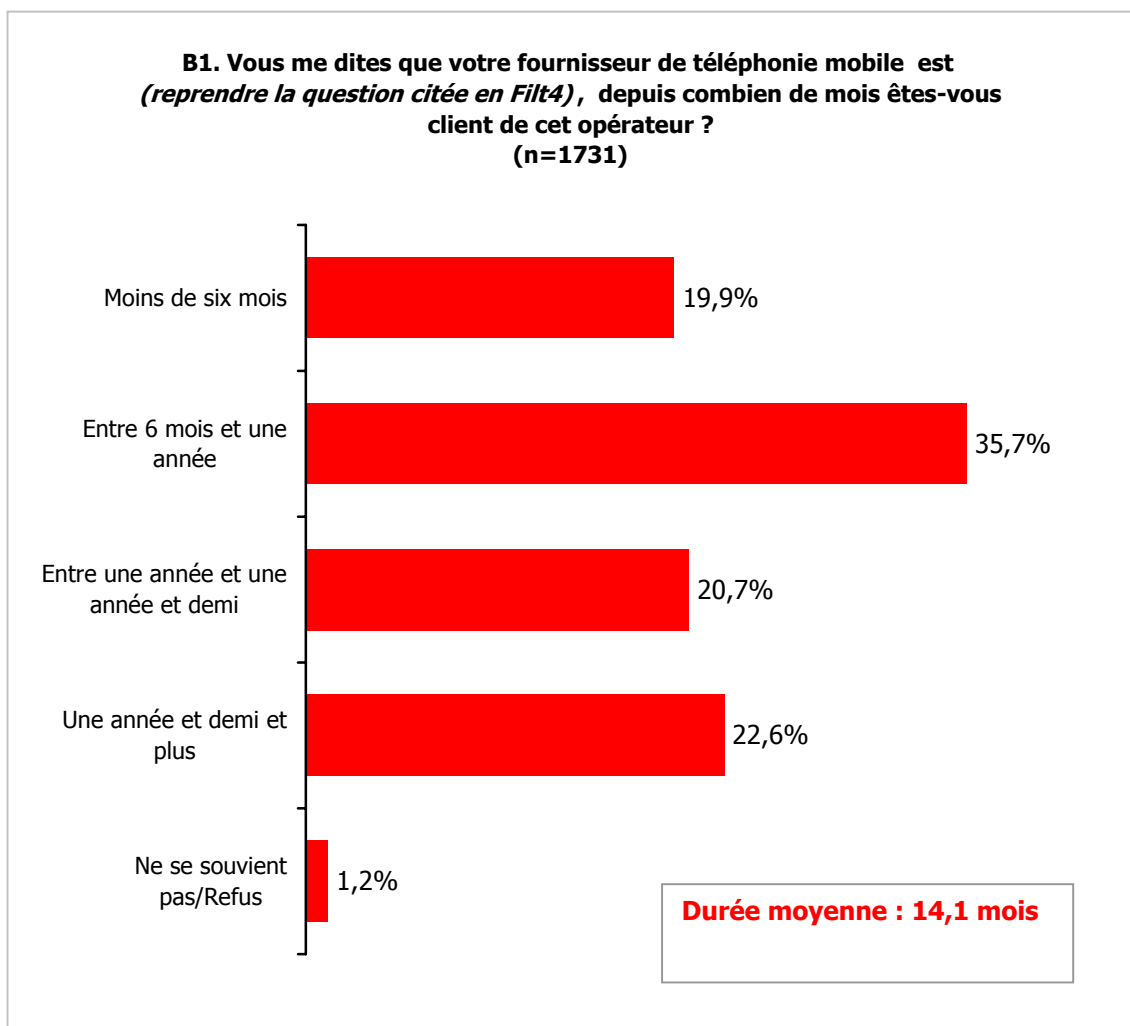
➤ **Dépenses mensuelles de téléphonie mobile**



4. Habitudes et comportements d'achat des utilisateurs de la téléphonie mobile

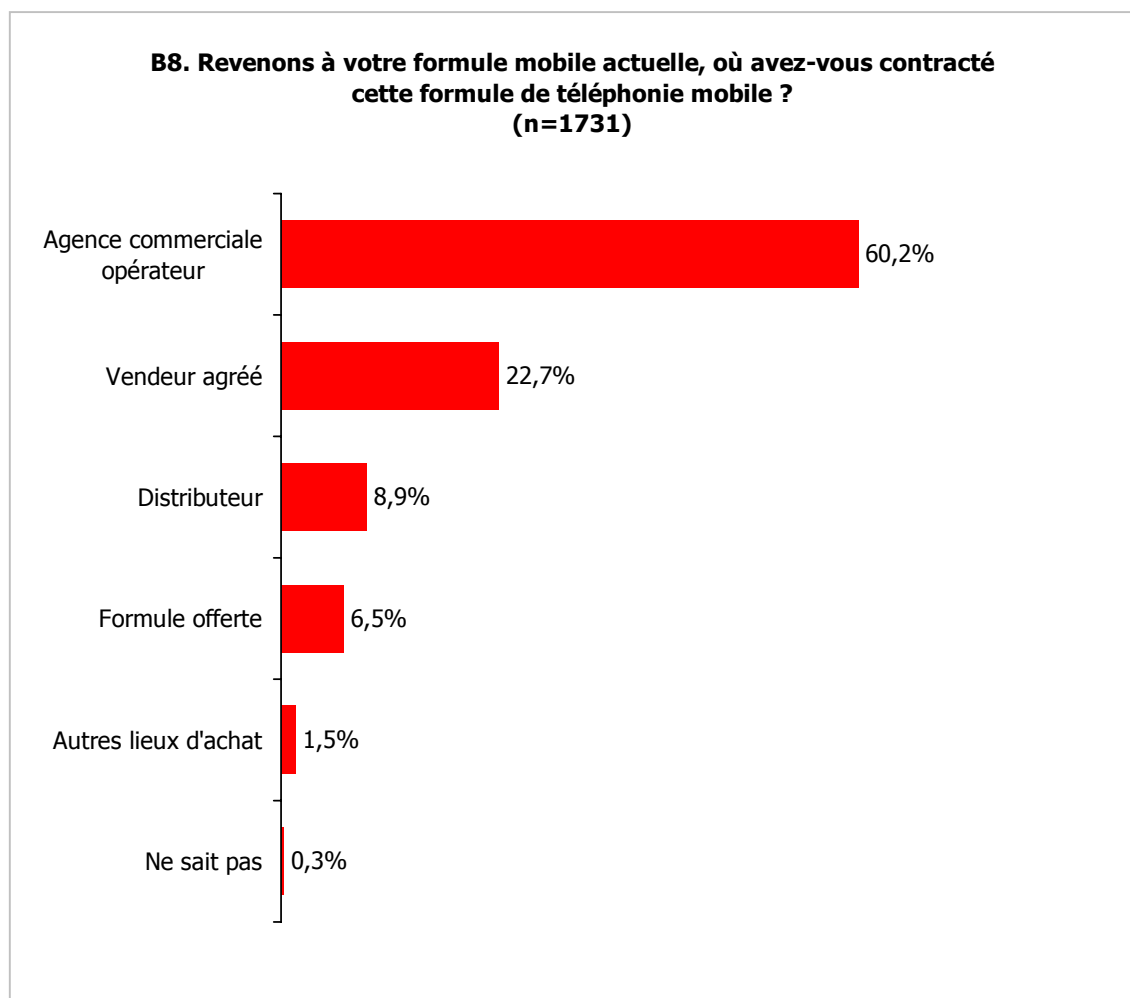
4.1 Durée de la relation d'affaires avec l'opérateur

- En moyenne, l'ancienneté de la relation d'affaires entre les utilisateurs et leur opérateur de téléphonie mobile est de 14,1 mois.
- Par ailleurs, la fidélité à l'égard de l'opérateur est une caractéristique notable des utilisateurs de services de téléphonie mobile au Maroc. En effet, plus de 9 utilisateurs sur 10 (93,9%) déclarent ne pas avoir changé leur fournisseur actuel de téléphonie mobile.



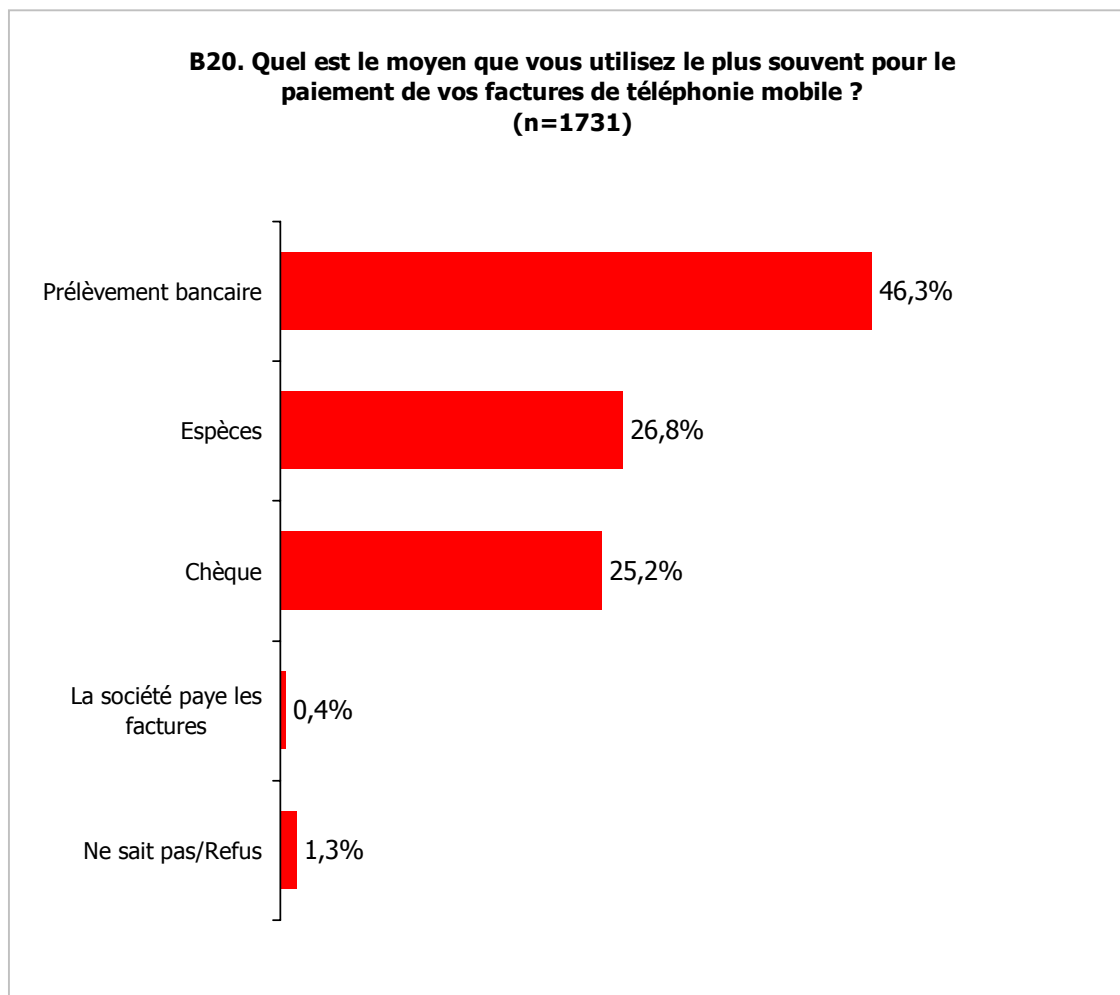
4.2 Lieux d'achat de la formule de téléphonie mobile

- La majorité des personnes interrogées (60,2%) ont acquis leur formule de téléphonie mobile actuelle auprès d'une agence commerciale opérateur, alors que 22,7% ont privilégié les vendeurs agréés et 8,9% les distributeurs.
- Par ailleurs, soulignons que les détenteurs d'une formule de téléphonie mobile **post-payée** sont significativement plus nombreux (95,0%) à privilégier les agences commerciales opérateur. Par contre, les détenteurs de formules prépayées (25,1%) et les habitants du milieu rural (30,4%) sont significativement plus nombreux à recourir aux vendeurs agréés.



4.3 Modes de paiement des factures de téléphonie mobile

Le prélèvement bancaire constitue le mode de paiement des factures de téléphonie mobile le plus souvent utilisé par les utilisateurs particuliers de téléphonie mobile (46,3%), suivi du paiement en espèces (26,8%) et par chèque (25,2%).



4.4 Critères de choix d'une formule de téléphonie mobile

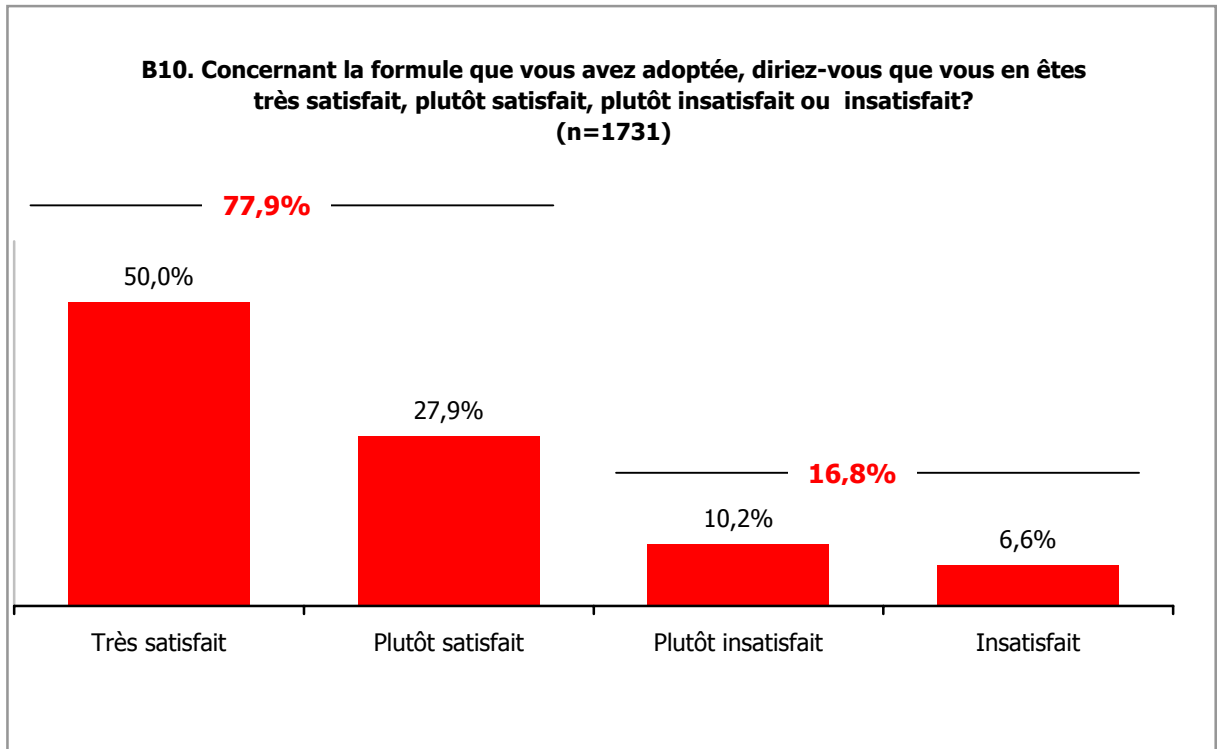
D'une manière générale, les principaux critères de choix d'une formule de téléphonie mobile mentionnés par les répondants tiennent à son caractère économique (53,5%) et à sa flexibilité (11,4%).

**B9. Quels ont été les critères de choix quant à l'adoption de cette formule
(reprendre la réponse citée en B5) ?
(Mentions totales)**

Critères de choix de la formule mobile actuelle	Total (n=1731)
Formule économique	53,5%
Formule souple et flexible	11,4%
Promotion lancée par l'opérateur	4,6%
Cadeau/offert	3,5%
Solde plafonné/Gestion des coûts	2,8%
Qualité du réseau	1,8%
Besoins professionnels	1,0%
Pas d'opérateurs/Pas d'autres formules à l'époque	1,0%
Image de l'opérateur	0,8%
Bouche à oreille	0,6%
Autres critères	1,7%
Aucun critère en particulier	18,2%
Ne sait pas/Refus	6,1%

4.5 Satisfaction à l'égard de la formule de téléphonie mobile

Globalement, près de 8 répondants sur 10 (77,9%) se déclarent satisfaits de leur formule de téléphonie mobile, contre 16,8% qui en sont insatisfaits.



➤ Principaux motifs de satisfaction

Les principaux motifs de satisfaction à l'égard de la formule de téléphonie mobile adoptée par les particuliers sont les tarifs abordables offerts par l'opérateur (28,3%) ainsi que la qualité du service technique et du réseau (21,9%).

B11. Quels sont les principaux motifs de votre satisfaction ? (Mentions totales)

Principaux motifs de satisfaction	Total (n=1297)
Tarifs abordables	28,3%
Qualité du service technique/réseau	21,9%
Attentes comblées	17,7%
Praticité et flexibilité	13,7%
Disponibilité du personnel/Qualité du service commercial	5,3%
Qualité des services associés	2,7%
Promotions	4,5%
Meilleure alternative que les autres formules	2,1%
Qualité des terminaux	2,4%
Image de l'opérateur	1,8%
Autres motifs	5,8%
Aucun motif en particulier	0,6%
Ne sait pas/Refus	14,3%

➔ Principaux motifs d'insatisfaction

Par ailleurs, les prix et les tarifs élevés (46,5%) et la mauvaise qualité du réseau (35,8%) constituent les principales raisons d'insatisfaction des répondants insatisfaits par rapport à leur formule de téléphonie mobile.

**B12. Quels sont les principaux motifs de votre insatisfaction ?
(Mentions totales)**

Principaux motifs d'insatisfaction	Total (n=358)
Prix et tarifs élevés	46,5%
Mauvaise qualité du réseau	35,8%
Mauvaise qualité du service commercial	8,4%
Manque de transparence	4,8%
Problèmes de recharge	4,5%
Pas de promotion/Peu de baisses tarifaires	2,9%
Mauvaise qualité du terminal	2,8%
Erreurs de facturation	1,9%
Suspension du service sans avertissement	0,8%
Autres motifs	5,4%
Ne sait pas/Refus	1,9%

4.6 Connaissance des services de téléphonie mobile

Pour ce qui est des services de téléphonie mobile, le « SMS/mini-message » constitue le service le plus connu des particuliers, mentionné **spontanément** par plus de la moitié des répondants (53,2%). Les autres services de téléphonie mobile mentionnés par les répondants sont la messagerie vocale/boîte vocale (28,3%), l'affichage du numéro de l'appelant (25,0%), la consultation du solde (21,2%) et l'interdiction de l'affichage du numéro de CLIR (19,1%).

**B13. Pouvez-vous me citer les services de téléphonie mobile que vous connaissez ?
(Mentions totales)**

Services de téléphonie mobile	Total (n=1731)
SMS/mini-message	53,2%
Messagerie vocale/boîte vocale	28,3%
Consultation de solde	21,2%
Interdiction de l'affichage du numéro de (CLIR)	19,1%
Appel en instance avec mise en garde	10,8%
Transfert d'appel	5,9%
Facturation détaillée	5,7%
WAP	3,0%
Roaming	2,0%
Transmission de télécopie/Fax	1,4%
Multiconférence	1,3%
Spécialisation arrivée	1,3%
Spécialisation départ	1,2%
Restriction d'accès à l'international commandé	0,9%
Restriction d'appel sortant sauf au réseau marocain	0,8%
Restriction d'appel entrant du Maroc	0,8%
Transmission de données	0,8%
Changement de numéro	0,7%
Changement plan tarifaire	0,6%
Aucun service	6,9%
Ne sait pas/Refus	29,3%

4.7 Principaux services de téléphonie mobile utilisés

- Globalement, le SMS/mini-message (71,5%), l'affichage du numéro de l'appelant (54,0%), la consultation du solde (46,1%), l'interdiction de l'affichage du numéro (36,1%) et la messagerie vocale/boîte vocale (30,4%) constituent les principaux services dont bénéficient la clientèle de Maroc Télécom et de Méditélécom.
- Par ailleurs, l'affichage du numéro de l'appelant (89,7%), la facturation détaillée (85,1%), la spécialisation arrivée (80,0%), le SMS/mini-message (63,0%), l'appel en instance avec mise en garde (61,7%), la spécialisation départ (60,0%) et la messagerie vocale (58,1%) sont au nombre des principaux services les plus souvent utilisés par la clientèle des opérateurs de téléphonie mobile.

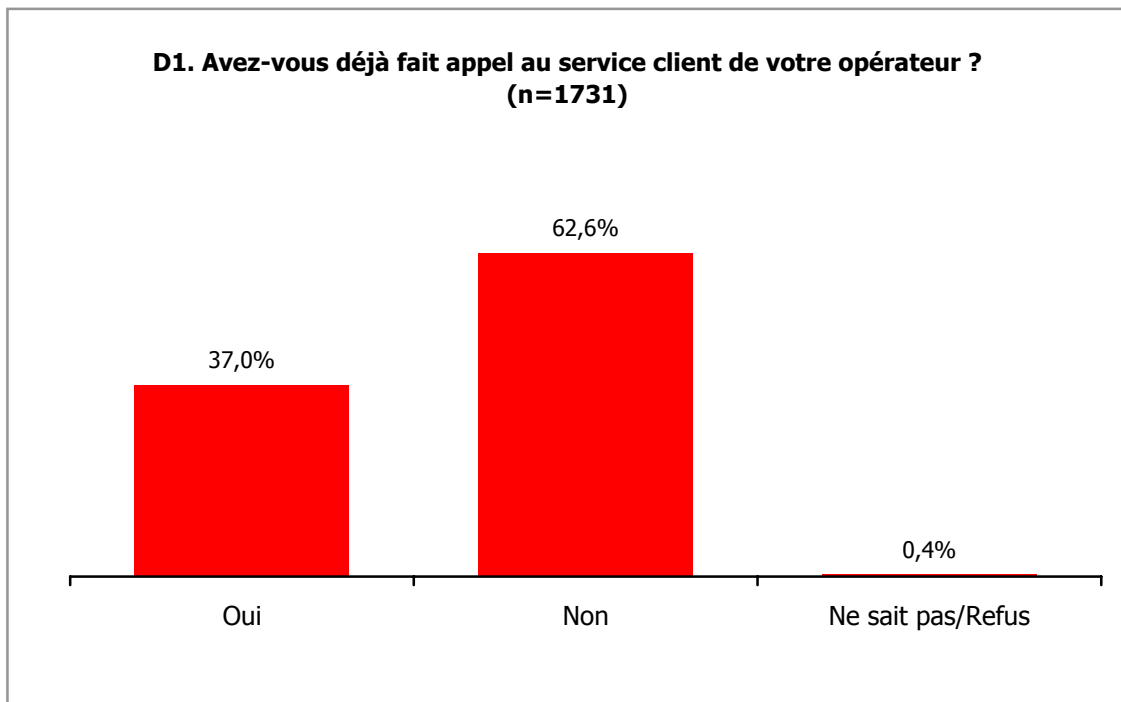
**B15. Toujours par rapport aux services que je vous ai cités et que vous connaissez, quels sont ceux dont vous bénéficiez ?
(Mentions totales)**

Services de téléphonie mobile	Total (n=1731)
SMS/mini-message	71,5%
Affichage du numéro de l'appelant (CLIP)	54,0%
Consultation du solde	46,1%
Interdiction de l'affichage du numéro (CLIR)	36,1%
Messagerie vocale/boîte vocale	30,4%
Appel en instance avec mise en garde	9,1%
Facturation détaillée	5,2%
Transfert d'appel	3,4%
Roaming	1,3%
Changement plan tarifaire	0,5%
Restriction d'accès à l'international commandé	0,4%
Changement de numéro	0,4%
WAP	0,3%
Multiconférence	0,3%
Restriction d'appel sortant sauf au réseau marocain	0,3%
Restriction d'appel entrant du Maroc	0,3%
Transmission de télécopie/Fax	0,2%
Spécialisation arrivée	0,2%
Spécialisation départ	0,2%
Transmission de données	0,2%
Aucun service	4,9%
Ne sait pas/Refus	6,4%

5. Perceptions des utilisateurs de téléphonie mobile à l'égard de la qualité du service commercial

5.1 Sollicitation du service à la clientèle de l'opérateur

Un peu moins de 4 personnes interrogées sur 10 (37,0%) déclarent avoir déjà sollicité le service à la clientèle de leur opérateur de téléphonie mobile. Le téléphone reste le moyen le plus utilisé par les répondants pour entrer en contact avec le service à la clientèle de leur opérateur (75,9%).



➤ Principaux motifs de sollicitation du service à la clientèle de l'opérateur

D'une manière générale, les utilisateurs de téléphonie mobile recourent au service commercial de leur opérateur de téléphonie mobile principalement pour l'obtention d'informations (60,6%) ou la formulation de réclamations (20,3%).

**D4. Quel est le principal motif de votre décision de faire appel au service clientèle de votre opérateur ?
(n=715)**

Motifs de sollicitation du service à la clientèle de l'opérateur	Total (n=715)
Informations seulement	60,6%
Réclamations seulement	20,3%
Les deux	5,4%
Nouvel abonnement	4,0%
Résiliation	1,4%
Problème de carte prépayée	2,0%
Autres	6,3%

5.2 Satisfaction à l'égard de la qualité du service commercial

- D'une manière générale, les utilisateurs de téléphonie mobile se disent satisfaits de la courtoisie des employés (79,6%), des heures d'ouverture (77,2%), de la facilité à joindre la bonne personne (77,1%), de la disponibilité des employés (76,5%) et de la clarté des informations sur les produits (76,0%).
- De façon globale, les répondants évaluent la qualité du service commercial de leur opérateur de téléphonie mobile par une **note moyenne de 6,7 sur 10**.

D5a-i. Concernant les aspects relatifs à la qualité du service commercial, en êtes-vous très satisfait, plutôt satisfait, plutôt insatisfait ou insatisfait par rapport à...

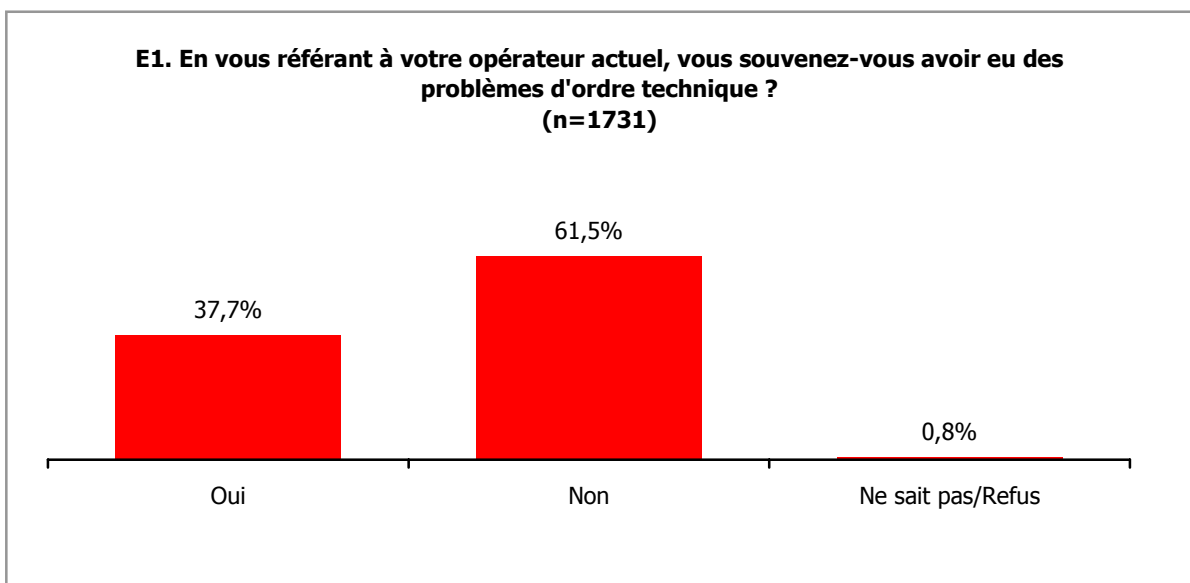
Qualité du service commercial	Total (n=715)
<i>D5a. Facilité à joindre la bonne personne</i>	
▪ Satisfait	77,1%
▪ Insatisfait	22,0%
<i>D5b. Disponibilité des employés</i>	
▪ Satisfait	76,5%
▪ Insatisfait	22,4%
<i>D5c. Courtoisie des employés</i>	
▪ Satisfait	79,6%
▪ Insatisfait	19,5%
<i>D5d. Capacité des employés à répondre aux exigences des clients</i>	
▪ Satisfait	73,4%
▪ Insatisfait	25,2%
<i>D5e. Qualité d'écoute des employés</i>	
▪ Satisfait	75,4%
▪ Insatisfait	23,9%
<i>D5f. Heures d'ouverture</i>	
▪ Satisfait	77,2%
▪ Insatisfait	15,2%
<i>D5g. Clarté des informations sur les produits</i>	
▪ Satisfait	76,0%
▪ Insatisfait	21,9%
<i>D5h. Clarté des informations sur les services</i>	
▪ Satisfait	72,2%
▪ Insatisfait	25,9%
<i>D5i. Clarté des informations sur les tarifs</i>	
▪ Satisfait	70,7%
▪ Insatisfait	26,7%

Notes : Le complément à 100% est formé de ceux qui ne savent pas ou qui refusent de répondre

6. Perceptions à l'égard de la qualité du service technique

6.1 Occurrence de problèmes techniques

Plus du tiers des utilisateurs de téléphonie mobile (37,7%) ont déjà eu des problèmes techniques inhérents à l'utilisation de leur téléphone mobile. Les principaux problèmes techniques soulevés par les répondants sont l'absence du signal réseau (49,0%), les coupures lors des communications (44,4%), l'écho (28,3%) et l'insuffisance du signal réseau (24,7%).

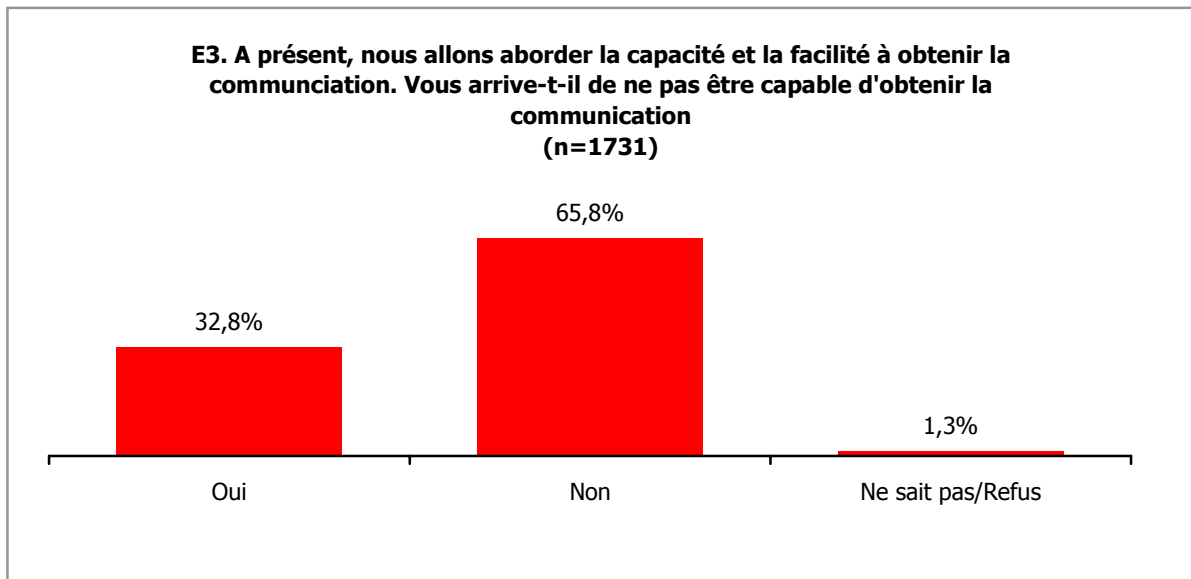


➔ Principaux problèmes techniques liés à l'utilisation de la téléphonie mobile

Types de problèmes techniques	Total (n=665)
Absence du signal réseau	49,0%
Coupures	44,4%
Écho	28,3%
Signal réseau insuffisant	24,7%
Appels vers GSM de même opérateur non aboutis	6,6%
Appels vers GSM d'un autre opérateur non aboutis	6,5%
Appels vers le fixe non aboutis	1,4%
Autres	4,9%
Ne sait pas/Refus	0,5%

6.1.1 Difficulté d'obtention de la communication

Près du tiers des utilisateurs de téléphonie mobile (32,8%) ont déjà eu de la difficulté à obtenir une communication téléphonique. De plus, soulignons que plus de 4 répondants sur 10 (42,2%) ont mentionné avoir de la difficulté à obtenir une communication de 1 à 7 fois par semaine, alors que 45,3% déclarent que ce problème technique ne survient que très rarement.

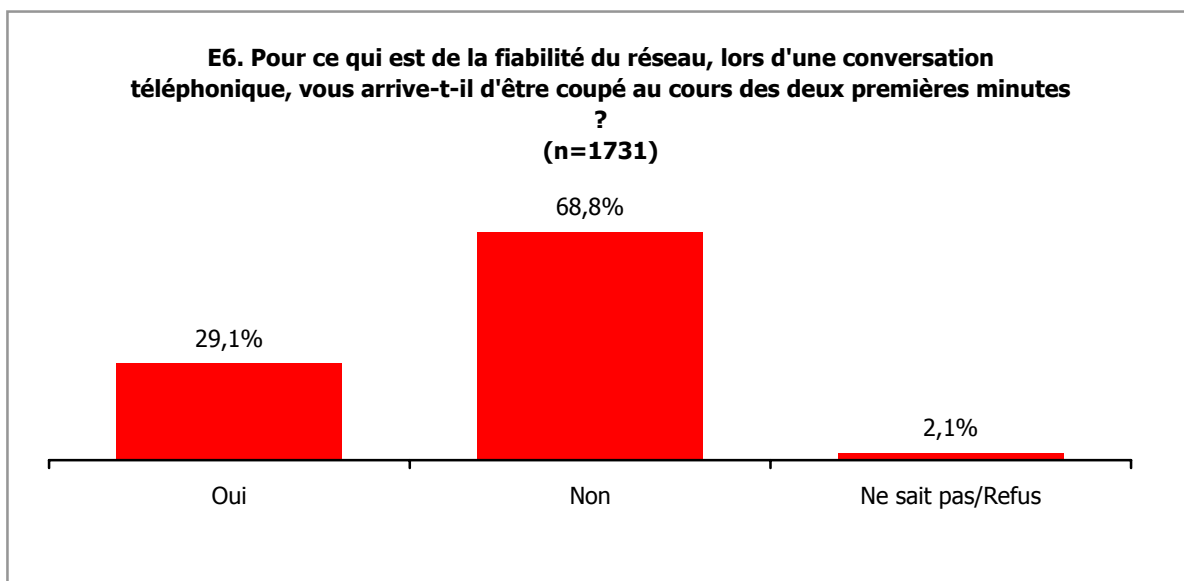


➔ Périodes d'occurrence des communications non abouties

Périodes d'occurrence des communications non abouties	Total (n=591)
La matinée	26,9%
Entre 12h et 14h	18,1%
Entre 14h et 20h	31,1%
Au delà de 20h	29,7%
Les week-ends	26,7%
Les jours fériés	19,0%
Ne sait pas/Non réponse	13,4%

6.1.2 Problèmes de coupures

En ce qui a trait à la fiabilité du réseau, près de 3 utilisateurs de téléphonie mobile sur 10 (29,1%) ont déjà eu des problèmes de coupures au cours des deux premières minutes de conversation. De plus, 4 répondants sur 10 (40,2%) ont souligné l'occurrence des problèmes de coupures lors de conversations téléphoniques à raison de 1 à 7 fois par semaine, alors que 47,7% déclarent que ce problème technique ne survient que très rarement.

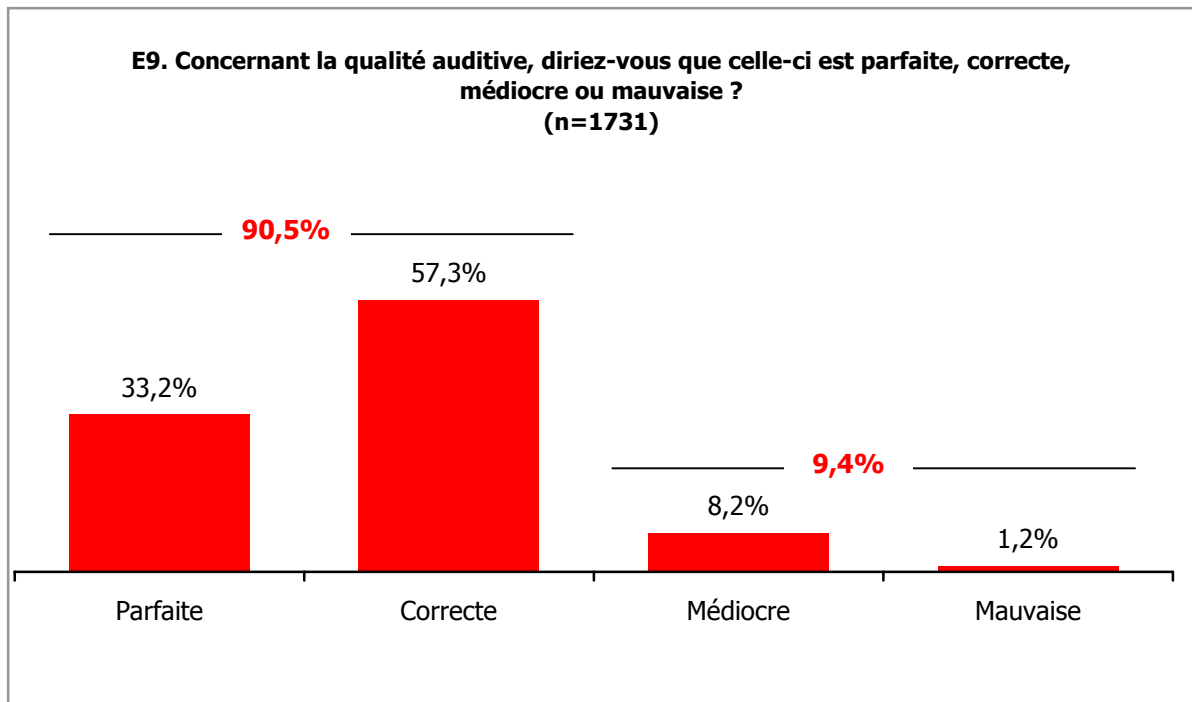


➔ Périodes d'occurrence des problèmes de coupures

Périodes d'occurrence des problèmes de coupures	Total (n=531)
La matinée	27,0%
Entre 12h et 14h	20,9%
Entre 14h et 20h	31,1%
Au delà de 20h	29,8%
Les week-ends	29,4%
Les jours fériés	15,9%
Ne sait pas/Non réponse	11,2%

6.2 Perception de la qualité auditive

- La grande majorité des personnes interrogées (90,5%) perçoivent de manière positive la qualité auditive de leur service de téléphonie mobile. En effet, le tiers des répondants (33,2%) jugent la qualité auditive de leur service de téléphonie mobile comme étant parfaite, alors qu'une proportion de 57,3% la juge correcte.
- Par ailleurs, comparativement au téléphone filaire, 27,8% des personnes sondées estiment que la qualité auditive d'un téléphone mobile est supérieure à la qualité des communications sur le réseau fixe. Par contre, 32,1% des répondants sont d'avis que la qualité auditive d'un téléphone mobile demeure en deçà de la qualité des communications sur le réseau fixe.



6.3 Satisfaction à l'égard de la qualité du service technique

- D'une manière générale, les utilisateurs de téléphonie mobile se disent satisfaits de la qualité sonore des communications mobiles (84,0%) et de la fiabilité du réseau (75,7%). Néanmoins, on notera que la satisfaction des répondants est moindre pour ce qui est de la couverture géographique du réseau (67,1%).
- De façon globale, les utilisateurs de téléphonie mobile attribuent une **note moyenne de 6,7 sur 10** à la qualité du service technique fourni par leur opérateur.

E11a-c. Par rapport à chacun des aspects que je vais vous citer, diriez-vous que vous êtes très satisfait, plutôt satisfait, plutôt insatisfait ou très insatisfait ?

Aspects techniques du service	Total (n=1731)
<i>E11a. La qualité sonore (clarté du son/absence d'écho)</i>	
▪ Satisfait	84,0%
▪ Insatisfait	14,9%
<i>E11B. La fiabilité du réseau (absence de coupures ou d'interruptions)</i>	
▪ Satisfait	75,7%
▪ Insatisfait	23,3%
<i>E11c. Couverture géographique du réseau</i>	
▪ Satisfait	67,1%
▪ Insatisfait	30,2%

Notes : Le complément à 100% est formé de ceux qui ne savent pas ou qui refusent de répondre

7. Perceptions des utilisateurs de téléphonie mobile à l'égard de la tarification des services

7.1 Perceptions des tarifs des formules de téléphonie mobile

- Le tableau suivant présente les perceptions des clients de Maroc Télécom et de Méditelécom par rapport aux tarifs afférents à leur formule de téléphonie mobile actuelle. Globalement, les utilisateurs de la téléphonie attribuent une note moyenne de **5,9 sur 10** pour exprimer leur satisfaction à l'égard de la tarification en vigueur.

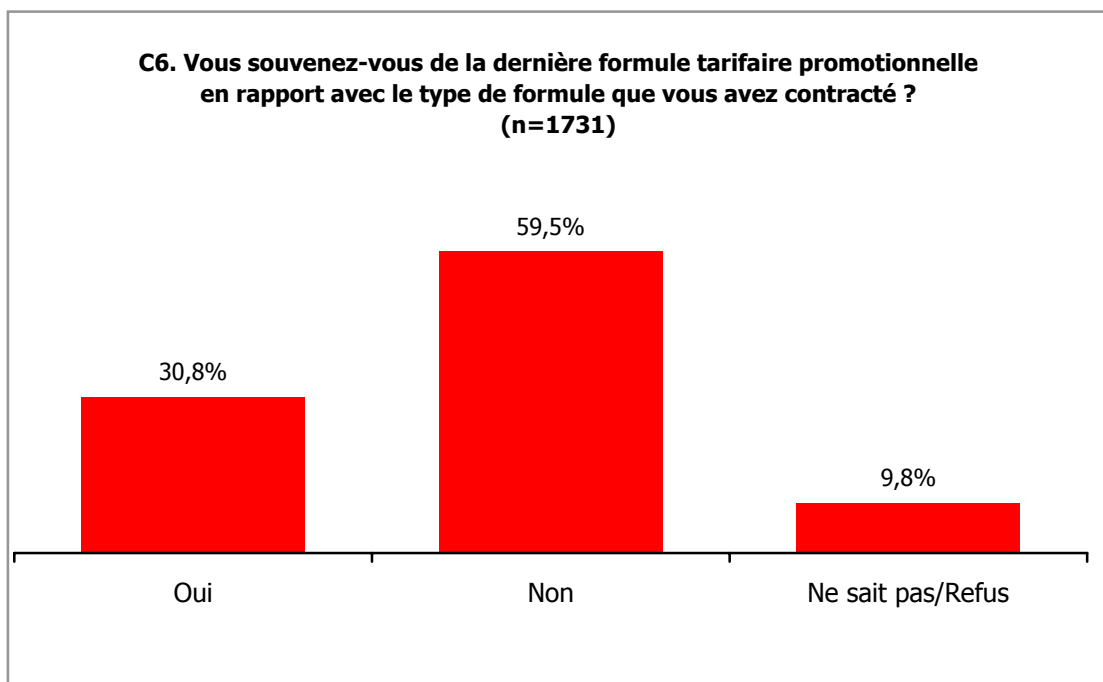
C2a-m. En général, diriez-vous que le montant payé pour la formule que vous avez choisie est très abordable, plutôt abordable, plutôt cher ou très cher ?

Perceptions à l'égard des tarifs des services	Total
La mise en service (n=294)	
▪ Abordable	57,5%
▪ Cher	35,7%
L'abonnement mensuel (n=369)	
▪ Abordable	37,9%
▪ Cher	49,9%
Le forfait (n=99)	
▪ Abordable	47,5%
▪ Cher	36,4%
Le package (n=761)	
▪ Abordable	64,8%
▪ Cher	26,9%
La carte prépayée (n=263)	
▪ Abordable	58,2%
▪ Cher	31,6%
La recharge de la carte prépayée (n=817)	
▪ Abordable	50,8
▪ Cher	38,8
1 mn de communication nationale (n=642)	
▪ Abordable	35,8%
▪ Cher	56,9%
1 mn de communication internationale (n=418)	
▪ Abordable	16,1%
▪ Cher	78,9%
1 mn de communication en roaming (n=50)	
▪ Abordable	8,0%
▪ Cher	84,0%
1 mn de mobile à mobile de même opérateur (n=669)	
▪ Abordable	32,3%
▪ Cher	59,9%
1 mn de mobile à mobile opérateur différent (n=615)	
▪ Abordable	16,6%
▪ Cher	75,7%
1 mn de mobile à fixe (n=563)	
▪ Abordable	25,1%
▪ Cher	68,4%

Notes : Le complément à 100% est formé de ceux qui ne savent pas ou qui refusent de répondre

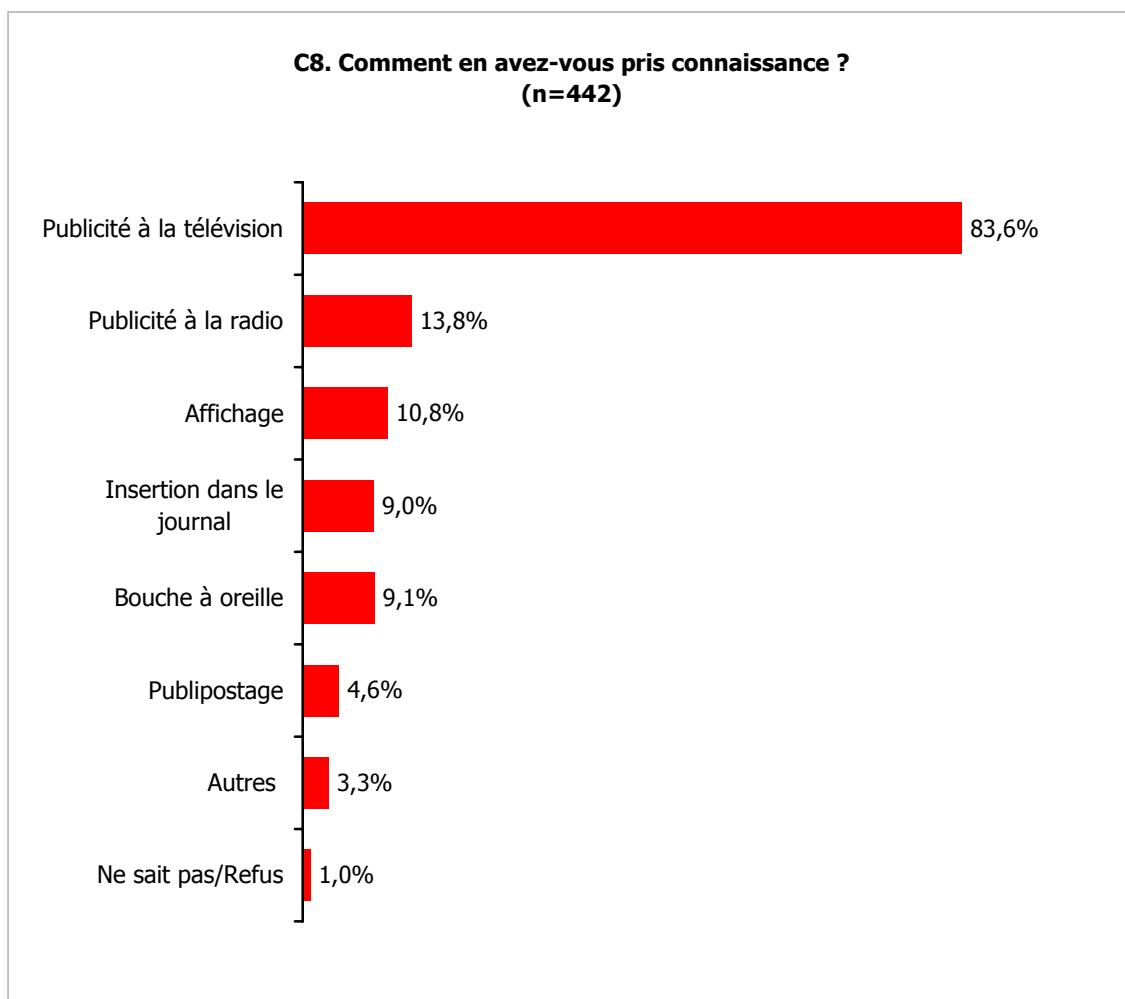
7.2 Rappel de la dernière formule tarifaire promotionnelle

- Un peu plus de 3 répondants sur 10 (30,8%) se souviennent de leur dernière formule tarifaire promotionnelle en rapport avec le type de formule de téléphonie mobile qu'il ont contractée. À cet effet, soulignons que les clients de Méditelécom (34,1%) et ceux qui détiennent une formule de téléphonie mobile pré-payée (32,6%) sont significativement plus nombreux à se rappeler de la dernière formule tarifaire promotionnelle.
- Par ailleurs, les principales formules tarifaires promotionnelles mentionnées par les personnes interrogées sont la double recharge (55,8%), la formule « *deux recharges vous en donnent une gratuite* » (9,1%) et la réduction des prix des packs (5,2%).



7.3 Support publicitaire

La télévision demeure le support publicitaire le plus approprié pour promouvoir les formules tarifaires promotionnelles auprès des utilisateurs de la téléphonie mobile. En effet, parmi les répondants qui se souviennent de leur dernière formule tarifaire promotionnelle, 83,6% ont pris connaissance de celle-ci à travers la télévision. Les autres outils promotionnels mentionnés par les répondants sont la radio (13,8%), l'affichage (10,8%) et le journal (9,0%).

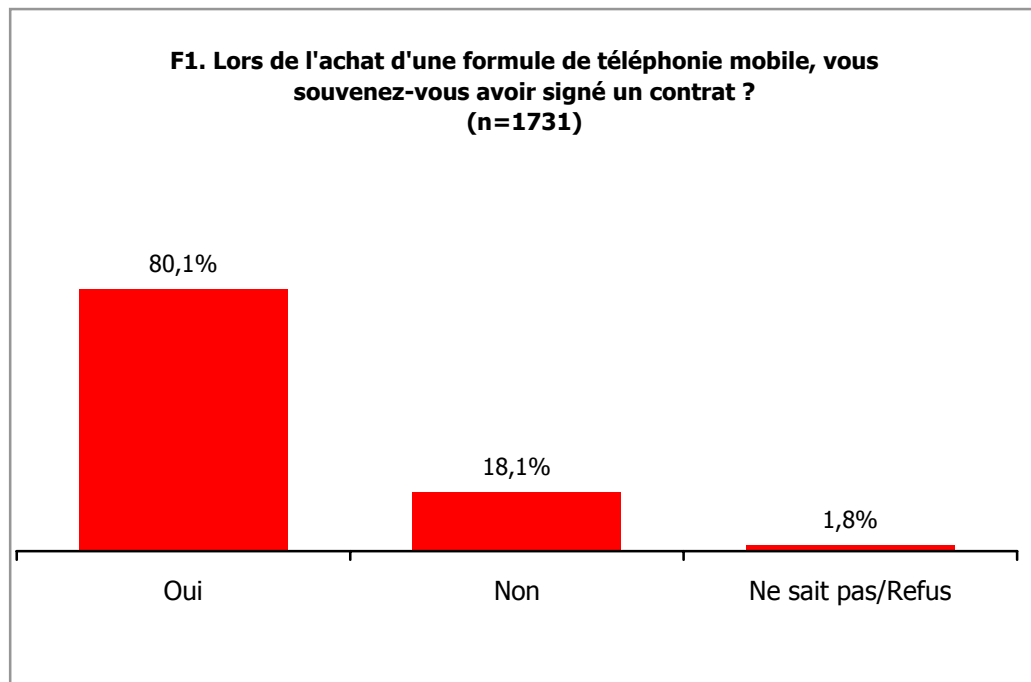


8. Perceptions des utilisateurs à l'égard des clauses du contrat d'abonnement

8.1 Contrat d'achat de la formule de téléphonie mobile

- Globalement, 4 personnes interrogées sur 5 (80,1%) se souviennent d'avoir signé un contrat lors de l'achat de la formule de téléphonie mobile, contre 18,1% qui affirment ne pas s'en rappeler.

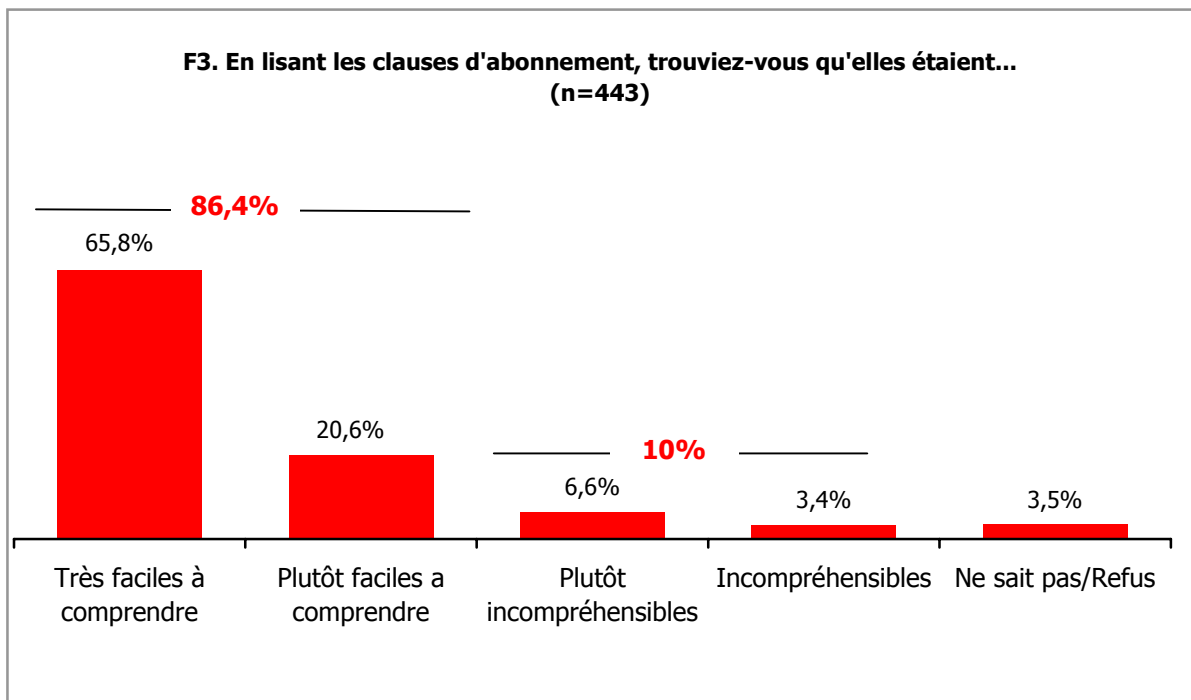
- Par ailleurs, soulignons que 7 utilisateurs de téléphonie mobile sur 10 (70,4%) déclarent ne pas avoir lu le contrat intitulé « Conditions Générales d'Abonnement », contre une proportion de 25,2% qui déclare en avoir pris connaissance.



8.2 Perceptions à l'égard du contrat d'abonnement

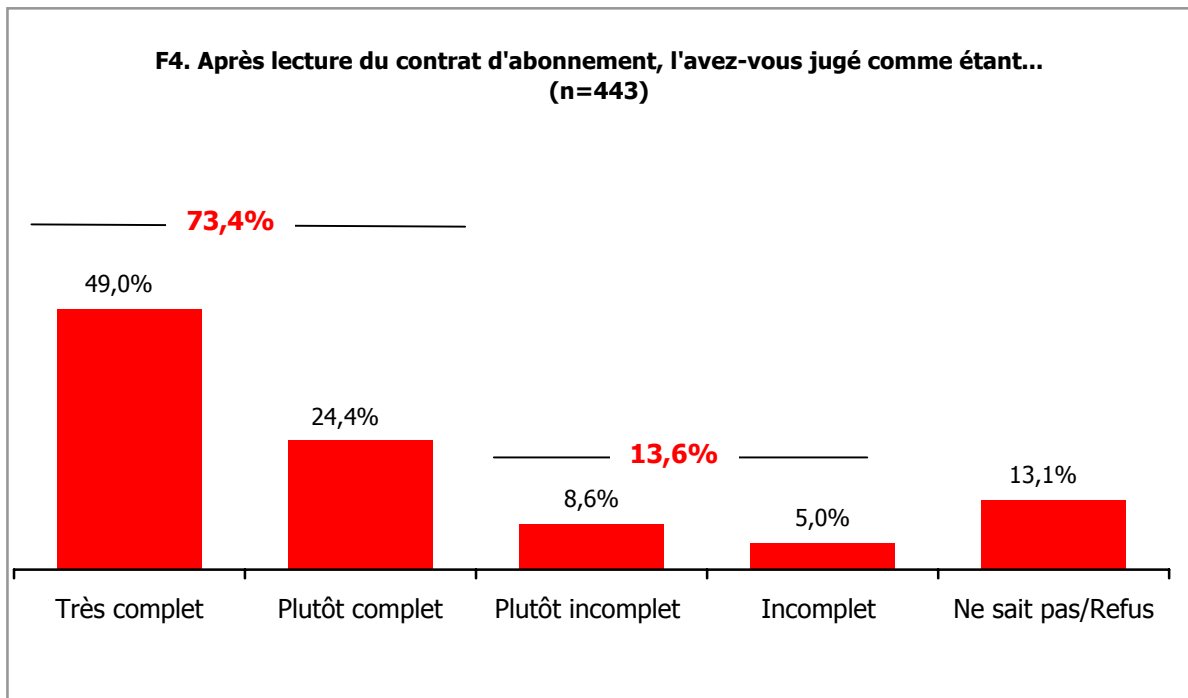
8.2.1 Compréhension du contrat d'abonnement

Parmi ceux qui ont lu le contrat d'abonnement, 86,4% sont d'avis que les clauses du contrat d'abonnement sont faciles à comprendre, contre une minorité de 10,0% des répondants qui perçoivent ces clauses comme étant incompréhensibles.



8.2.2 Exhaustivité du contrat d'abonnement

Près des trois quarts (73,4%) des répondants ayant lu le contrat d'abonnement le jugent complet, contre une minorité de 13,6% des répondants qui le perçoivent comme étant incomplet.



8.3 Connaissance des clauses contractuelles

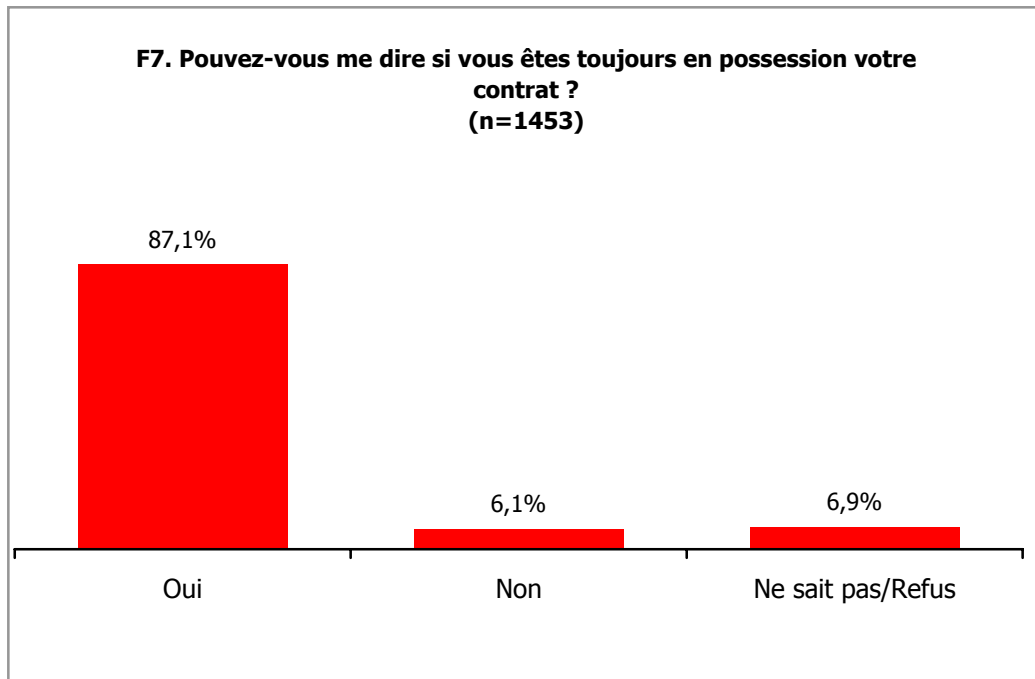
Les principales clauses ou conditions afférentes au contrat d'abonnement mentionnées **spontanément** par les répondants qui ont lu le contrat d'abonnement sont la durée minimale obligatoire du contrat (31,5%), les modalités de paiement (16,3%), le vol ou la casse du téléphone mobile (16,0%), les possibilités pour changer de formule (15,4%) et le caractère personnel du contrat (14,6%).

F5. Pouvez-vous m'énoncer certaines conditions ou clauses figurant dans le contrat d'abonnement ?

Clauses du contrat d'abonnement	Total (n=443)
La durée minimale obligatoire du contrat	31,5%
Les modalités de paiement	16,3%
Le vol ou la casse du téléphone mobile ne sont pas des motifs de contrat	16,0%
Les possibilités pour changer de formule	15,4%
Le caractère personnel du contrat	14,6%
La durée de préavis pour la résiliation du contrat	10,3%
La suspension ou l'arrêt du service en cas de non-paiement	8,6%
Le tarif relatif à la facture	6,7%
Les frais et intérêts de retard relatifs aux factures impayées	6,5%
La responsabilité quant aux dommages causés aux clients et aux tiers	6,1%
La non-responsabilité quant aux violation du secret des communications téléphoniques	4,8%
L'obligation de l'opérateur à fournir les informations sur les services	2,8%
L'obligation du client à communiquer les changements concernant les informations contenues dans le contrat	2,1%
La zone réelle de couverture du réseau	1,6%
L'engagement du client à utiliser les équipements agréés par l'ANRT	1,5%
Autres clauses ou conditions	1,1%
Ne sait pas/Refus	36,6%

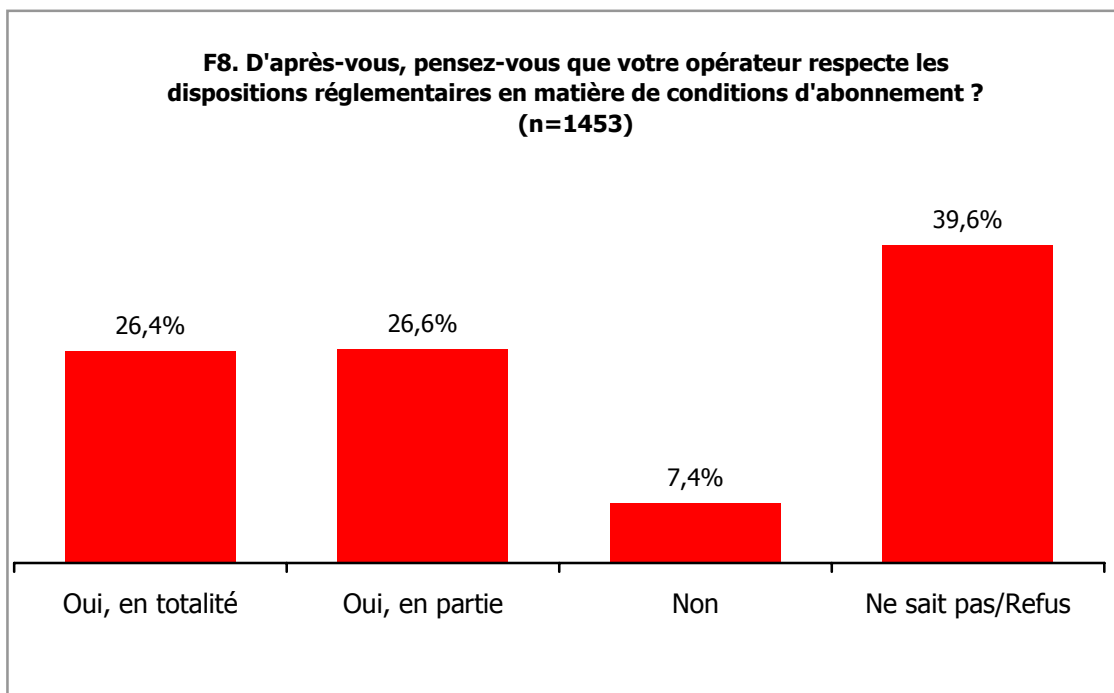
8.4 Possession du contrat d'abonnement

Le contrat d'abonnement à la formule de téléphonie mobile revêt une importance majeure aux yeux des utilisateurs. En effet, la grande majorité des utilisateurs de téléphonie mobile (87,1%) ont conservé leurs contrat d'abonnement.



8.5 Respect des dispositions réglementaires du contrat

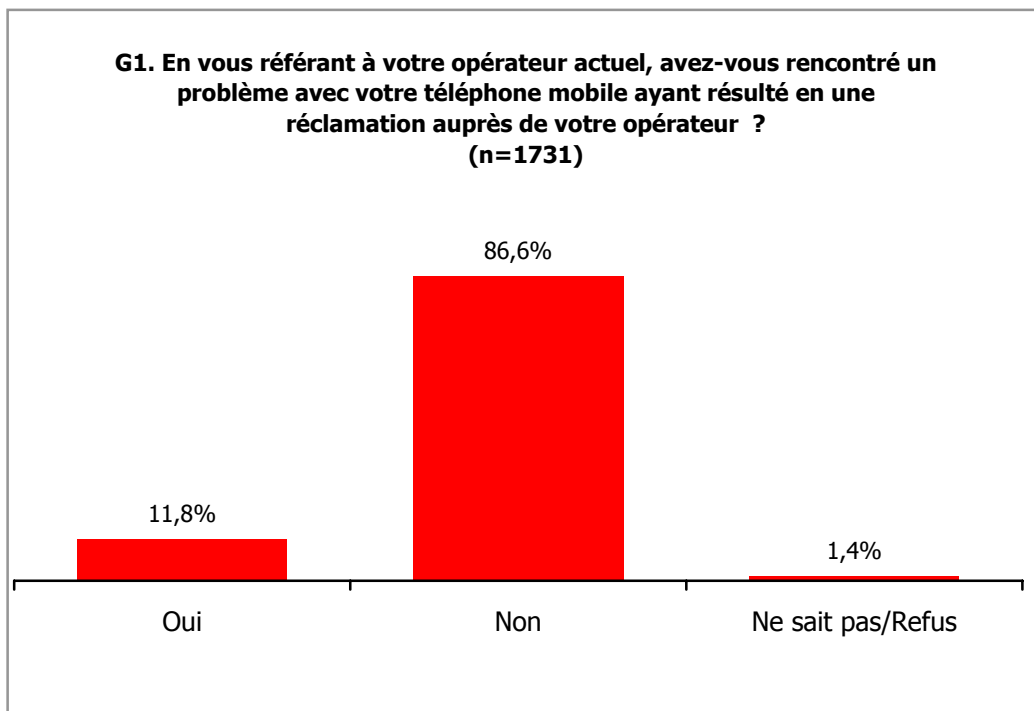
Un peu plus de la moitié des utilisateurs de téléphonie (53,0%) sont d'avis que leur opérateur respecte, en totalité ou en partie, les dispositions réglementaires en matière de conditions d'abonnement.



9. Réclamations et litiges

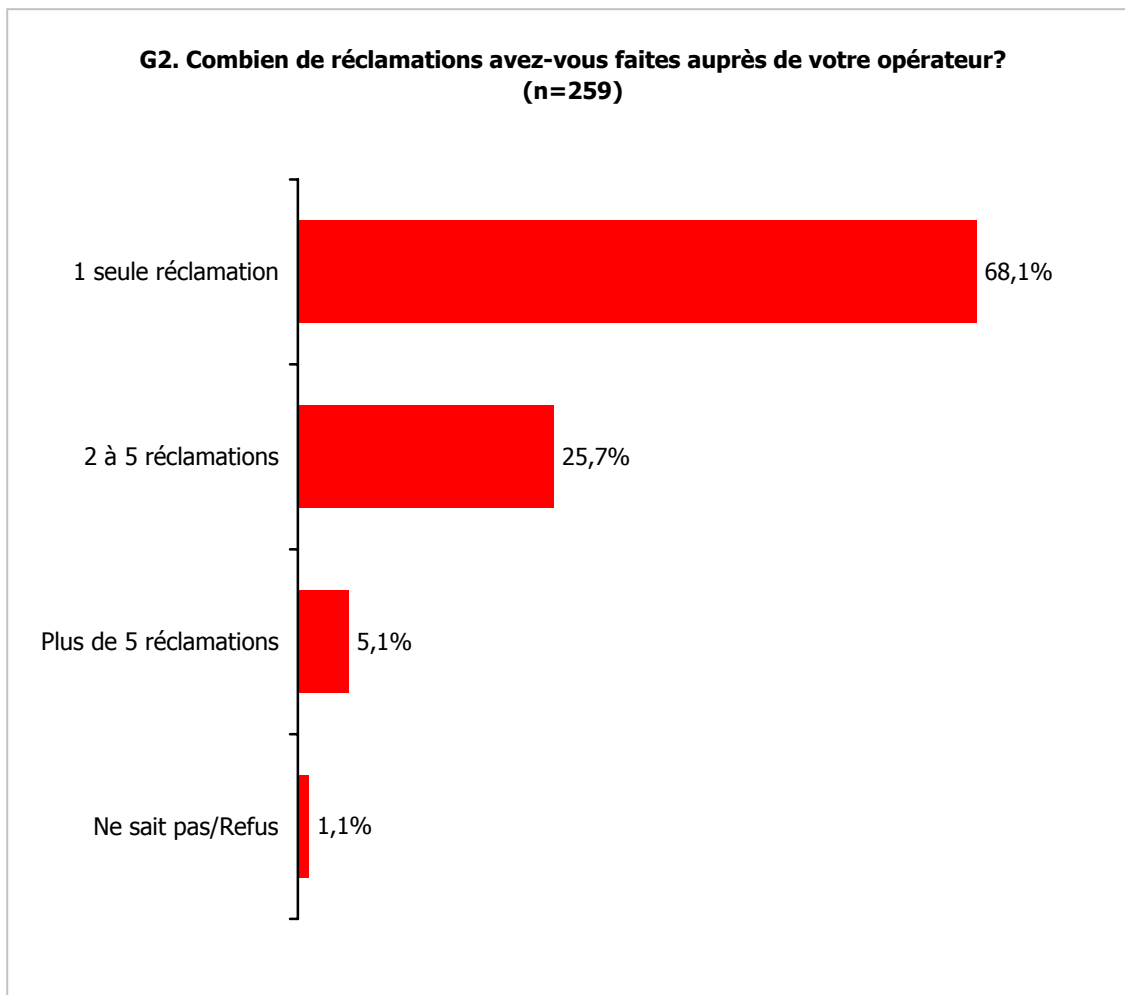
9.1 Réclamations auprès de l'opérateur

- La grande majorité des répondants (86,6%) déclarent ne jamais avoir rencontré un problème avec leur téléphone mobile ayant débouché sur une réclamation auprès de leur opérateur. Par contre, 11,8% des personnes interrogées ont déjà fait une réclamation auprès de leur opérateur.



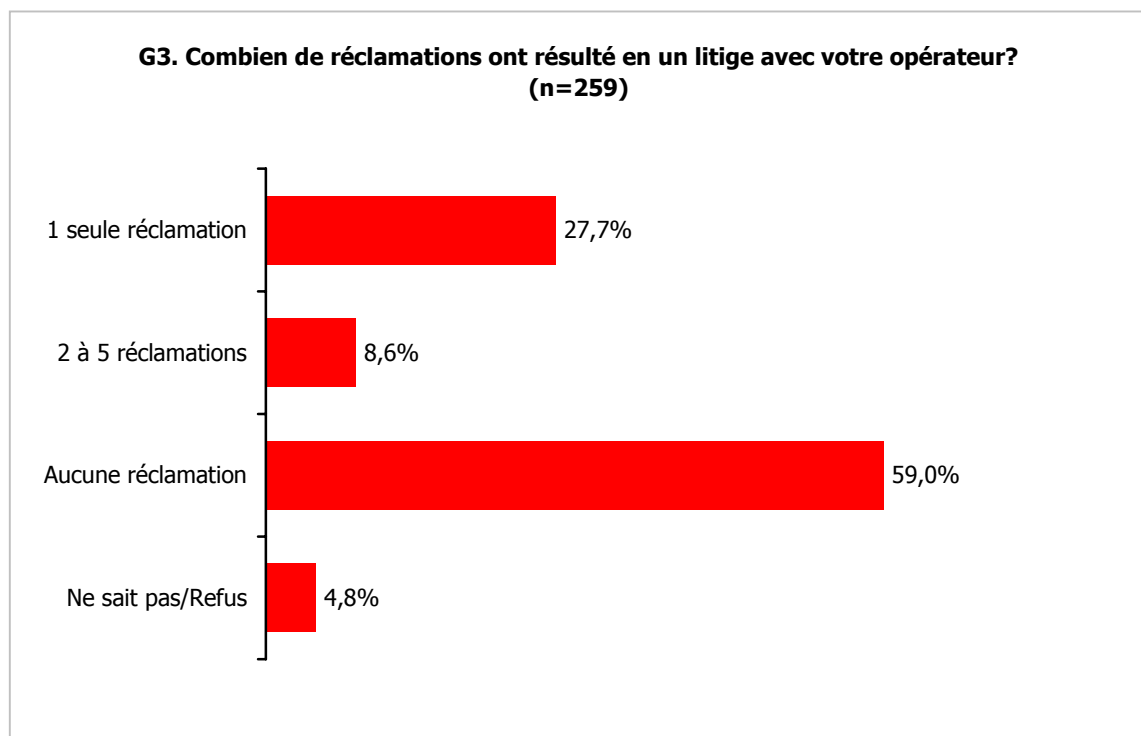
9.2 Nombre de réclamations auprès de l'opérateur

De façon globale, près de 7 répondants sur 10 (68,1%) ont fait une seule réclamation auprès de leur opérateur de téléphonie mobile, contre 25,7% qui déclarent avoir fait 2 à 5 réclamations.



9.3 Réclamations débouchant sur un litige

Globalement, un peu plus du tiers (36,3%) des utilisateurs de téléphonie mobile ayant déjà fait une réclamation auprès de leur opérateur, ont vu une ou plusieurs de leurs réclamations déboucher sur un litige.

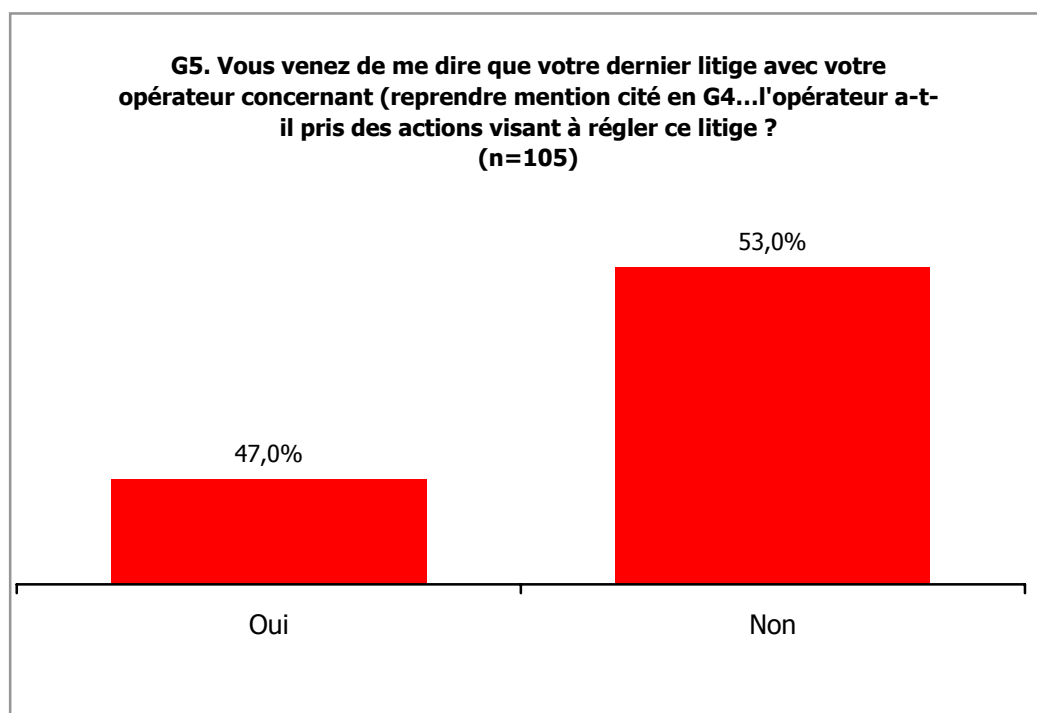


➔ Nature des litiges liés à des problèmes techniques

Nature des litiges liés à des problèmes techniques	Total (n=75)
Problèmes liés à la messagerie	22,8%
Problèmes de coupure	21,2%
Problèmes de couverture	13,6%
Problèmes liés au fonctionnement du terminal	12,6%
Problèmes d'indisponibilité du réseau	12,1%
Carte défectueuse	9,1%
Carte bloquée	6,1%
Autres	9,0%
Ne sait pas/Refus	10,1%

9.4 Résolution des litiges avec l'opérateur

- Près de la moitié des répondants (47,0%) ayant eu un litige, relié à des problèmes techniques ou autres, avec leur opérateur de téléphonie mobile ont vu ce dernier entreprendre des actions concrètes visant à régler le litige.
- De façon globale, les utilisateurs de la téléphonie mobile évaluent la capacité de leur opérateur à répondre aux exigences de ses clients en matière de résolution de litiges par une **note moyenne de 5,5 sur 10**.



Volet Professionnels

10. Constats de l'étude

Voici les principaux constats de l'enquête auprès des utilisateurs professionnels de la téléphonie mobile au Maroc :

Constat 1 : Les utilisateurs professionnels de services de téléphonie mobile au Maroc optent surtout pour les formules post-payés

La formule de téléphonie mobile la plus prisée des utilisateurs professionnels est l'abonnement classique (68,9%), laquelle est principalement contractée auprès d'agences commerciales opérateur (84,3%).

Par ailleurs, les principaux critères de choix ayant poussé les utilisateurs professionnels à adopter leur formule de téléphonie mobile actuelle tiennent à son degré d'adaptation aux besoins corporatifs (46,5%) et à son caractère économique (26,8%).

Constat 2 : Les utilisateurs professionnels de la téléphonie mobile sont fidèles à leur prestataire de service

La fidélité envers l'opérateur est de mise chez les utilisateurs professionnels de services de téléphonie mobile au Maroc. En effet, plus de 9 utilisateurs professionnels sur 10 (94,3%) ont déclaré ne pas avoir changé de fournisseur de services de téléphonie mobile. En moyenne, l'ancienneté de la relation d'affaire des utilisateurs professionnels avec leur opérateur de téléphonie mobile est de 35,5 mois.

Constat 3 : Les utilisateurs professionnels sont foncièrement satisfaits de leur formule de téléphonie mobile actuelle

D'une manière générale, près de 7 utilisateurs professionnels sur 10 (68,9%) se déclarent satisfaits de leur formule de téléphonie mobile actuelle, contre 27,7% qui en sont insatisfaits. Les principaux motifs de satisfaction et d'insatisfaction des utilisateurs professionnels sont synthétisés dans le tableau suivant :

Principaux motifs de satisfaction	Principaux motifs d'insatisfaction
<ul style="list-style-type: none">✓ Qualité du service commercial (20,9%)✓ Qualité du réseau (18,0%)	<ul style="list-style-type: none">✓ Tarifs élevé des communications (24,1%)✓ Prix et tarifs élevés (22,9%)✓ Montant élevé des factures (15,7%)✓ Mauvaise qualité du service commercial (13,3%)

Constat 4 : Les utilisateurs professionnels de téléphonie mobile font assez souvent appel au service commercial de l'opérateur

Globalement, plus de 6 utilisateurs professionnels sur 10 (62,9%) ont déjà fait appel au service commercial de leur opérateur, principalement en vue d'obtenir des informations (45,2%) ou pour faire des réclamations (24,5%).

En ce qui concerne les utilisateurs professionnels qui ont déjà fait appel au service commercial, ces derniers se disent satisfaits de la courtoisie des employés (77,1%), des heures d'ouvertures (76,8%) ainsi que de la facilité à joindre la bonne personne (75,2%). Toutefois, il est à noter que la satisfaction des répondants est moindre relativement à la clarté des informations sur les tarifs (69,5%). Globalement, les répondants attribuent une note moyenne de **6,2** sur 10 à la qualité du service commercial de leur prestataire de service.

Constat 5 : Plus de 4 utilisateurs professionnels sur 10 (41,1%) ont relevé des problèmes techniques relativement à l'utilisation de leur téléphone mobile

Un peu plus de 4 utilisateurs professionnels sur 10 (41,1%) ont déjà eu des problèmes techniques lors de l'utilisation de leur téléphone mobile. Les principaux problèmes techniques soulevés par les répondants sont les coupures (48,0%), l'absence du signe du réseau (39,0%) ainsi que des problèmes d'écho (24,4%).

Dans le même ordre d'idées, et sur le plan de la fiabilité du réseau, près de la moitié des répondants (49,5%) a déjà subi des coupures lors des deux premières minutes de la conversation téléphonique, principalement durant les matinées (60,1%) et les week-ends (50,0%).

Constat 5 : Une perception positive de la qualité auditive du service de téléphonie mobile

La grande majorité des utilisateurs professionnels (92,7%) perçoivent de manière positive la qualité auditive de leur service de téléphonie mobile. Par ailleurs, comparativement au téléphone filaire, 20,1% des utilisateurs professionnels soutiennent que la qualité auditive d'un téléphone mobile serait supérieure à la qualité des communications sur le réseau fixe.

Constat 6 : Les utilisateurs professionnels sont foncièrement satisfaits de la qualité technique de leur service de téléphonie mobile

Relativement à la qualité technique de leur service de téléphonie mobile, les utilisateurs professionnels interrogés se déclarent satisfaits de la qualité sonore des communications (83,9%) et de la fiabilité du réseau (75,2%). Néanmoins, on notera que la satisfaction des répondants est moindre pour ce qui est de la couverture géographique du réseau (67,7%). En moyenne, les utilisateurs professionnels attribuent une note moyenne de 6,4 sur 10 à la qualité du service technique.

Constat 7 : Les utilisateurs professionnels sont moyennement satisfaits de la tarification de la formule de téléphonie mobile contractée par leur entreprise

Globalement, les utilisateurs professionnels attribuent une note moyenne de **5,8 sur 10** pour exprimer leur satisfaction à l'égard de la tarification de la formule de téléphonie mobile adoptée par leur organisation.

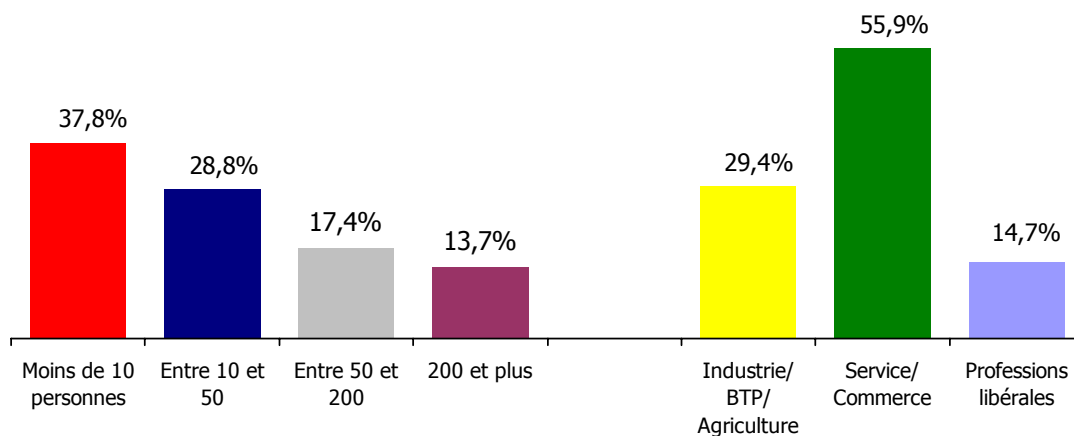
Constat 8 : Plus de la moitié des utilisateurs professionnels de la téléphonie mobile ne lisent pas le contrat sur les « Conditions Générales d'Abonnement »

Un peu plus de la moitié des utilisateurs professionnels de téléphonie mobile (56,2%) se souviennent que leur entreprise a contracté un contrat global pour l'ensemble des téléphones mobiles, contre 38,1% qui ont mentionné un contrat spécifique à chaque téléphone mobile. Toutefois, soulignons que, parmi celles qui se souviennent avoir contracté un contrat, (54,8%) n'ont pas pris le soin de lire le contrat intitulé « Conditions Générales d'Abonnement ». En ce qui a trait à la connaissance des clauses contractuelles, les modalités de paiement (36,2%) et la durée minimale obligatoire du contrat (32,4%) sont les plus souvent mentionnées spontanément par les répondants.

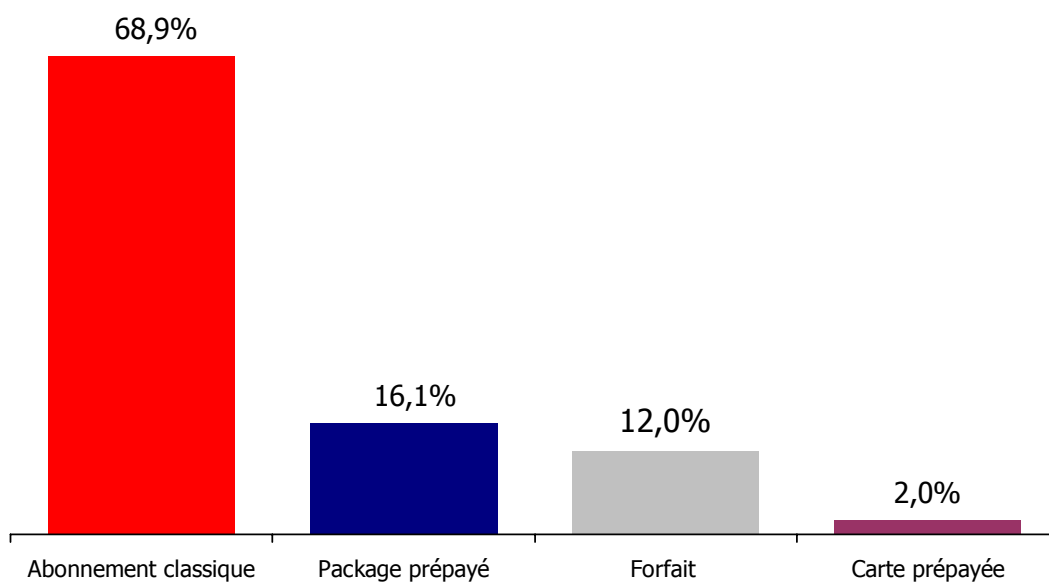
Résultats détaillés

11. Profil des utilisateurs professionnels de la téléphonie mobile au Maroc

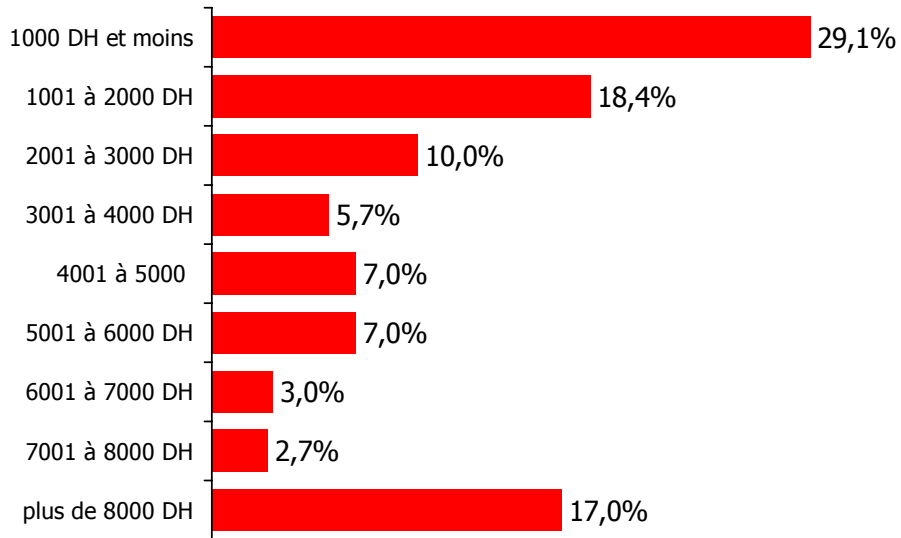
➤ Taille et secteur d'activité des entreprises



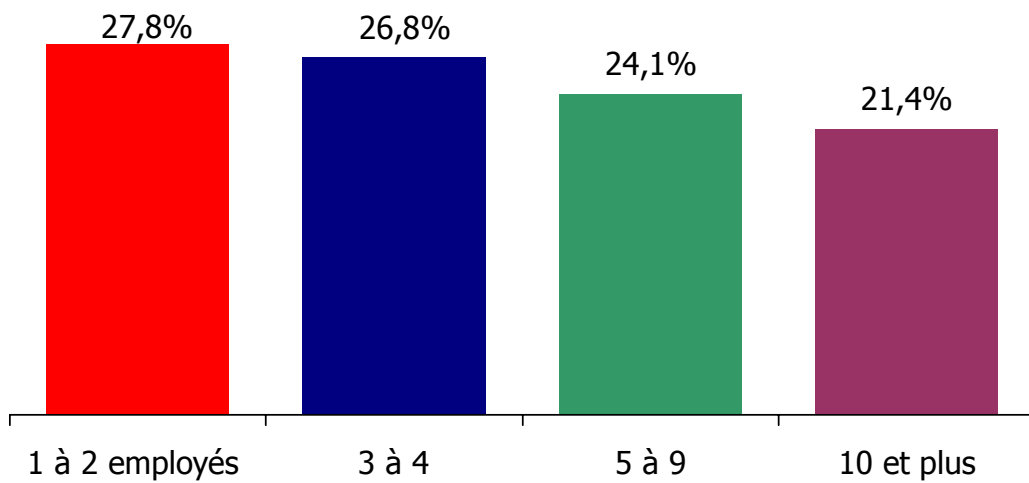
➤ formule de téléphonie mobile



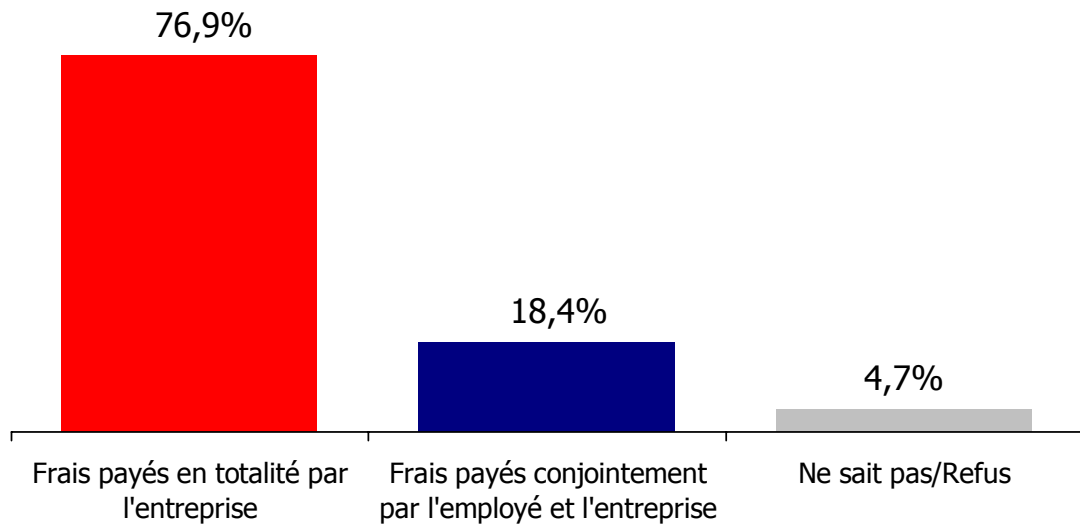
➤ **Dépenses mensuelles de téléphonie mobile**



➤ **Nombre d'employés possédant un mobile fourni par l'entreprise**



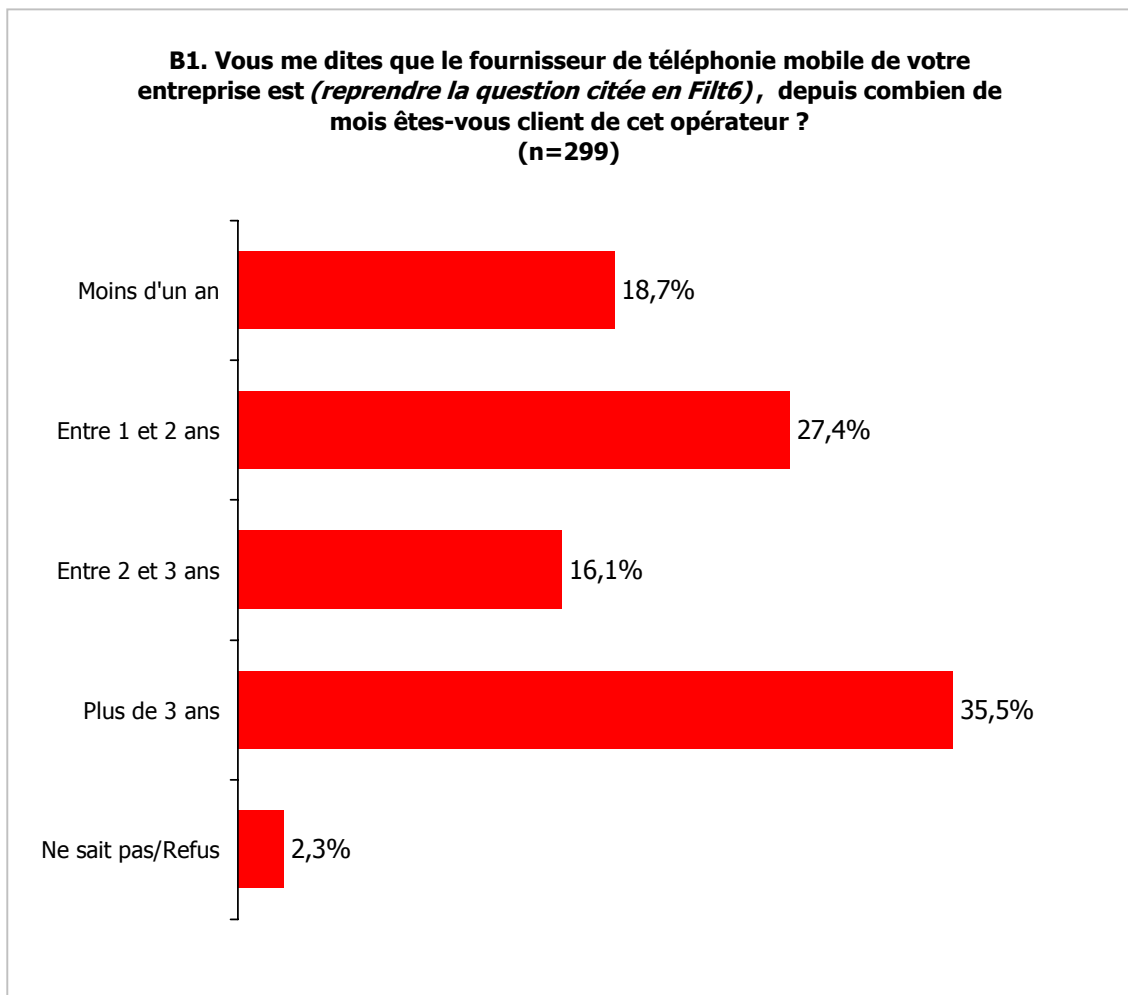
➤ **prise en charge des frais de téléphonie mobile**



13. Habitudes et comportements d'achat des utilisateurs professionnels de la téléphonie mobile

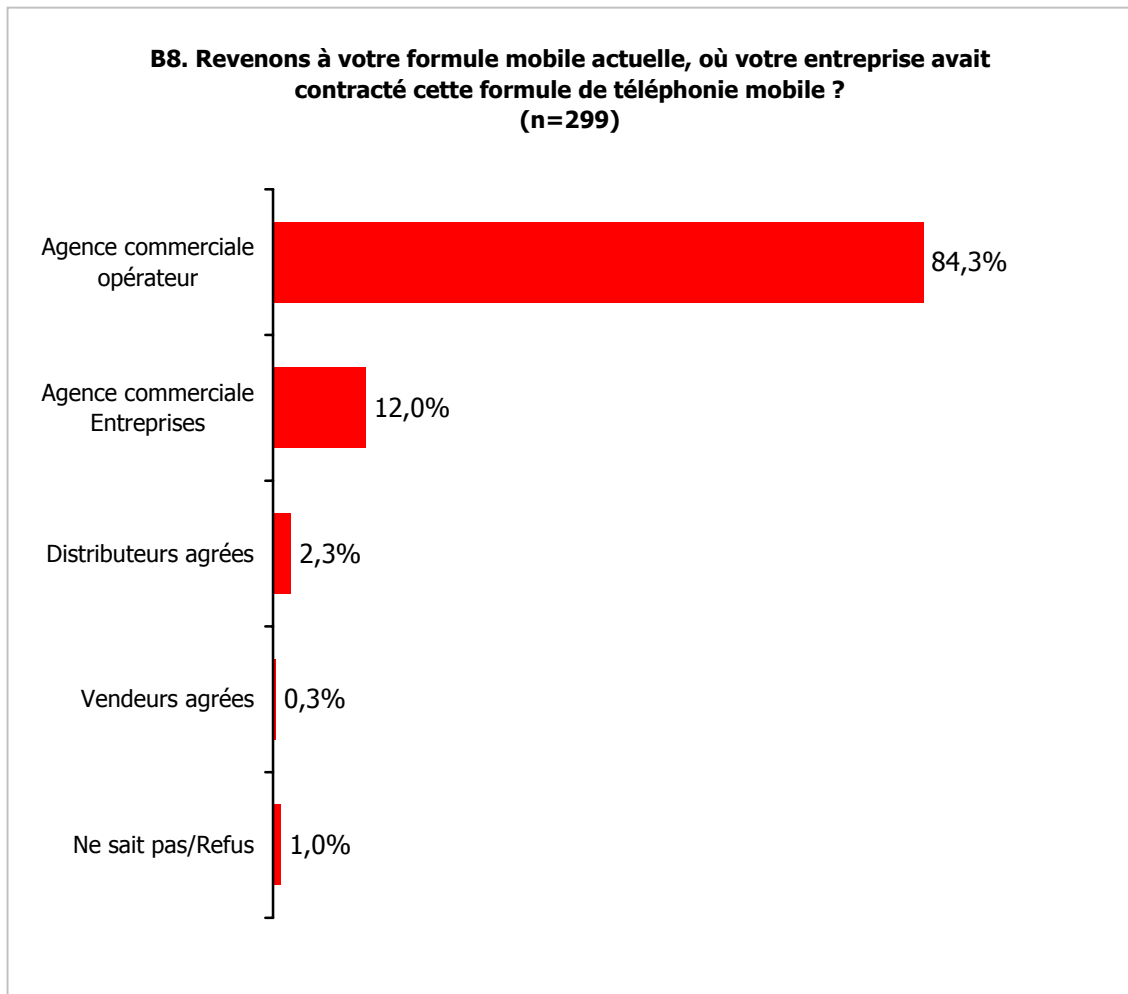
13.1 Durée de la relation d'affaires avec l'opérateur

- En moyenne, l'ancienneté de la relation d'affaires entre les utilisateurs professionnels et leur opérateur de téléphonie mobile est de 35,5 mois.
- Par ailleurs, il semble que la fidélité à l'égard du fournisseur de téléphonie mobile soit de mise chez les utilisateurs professionnels. En effet, plus de 9 utilisateurs professionnels sur 10 (94,3%) ont déclaré ne pas avoir changé leur fournisseur actuel de téléphonie mobile.



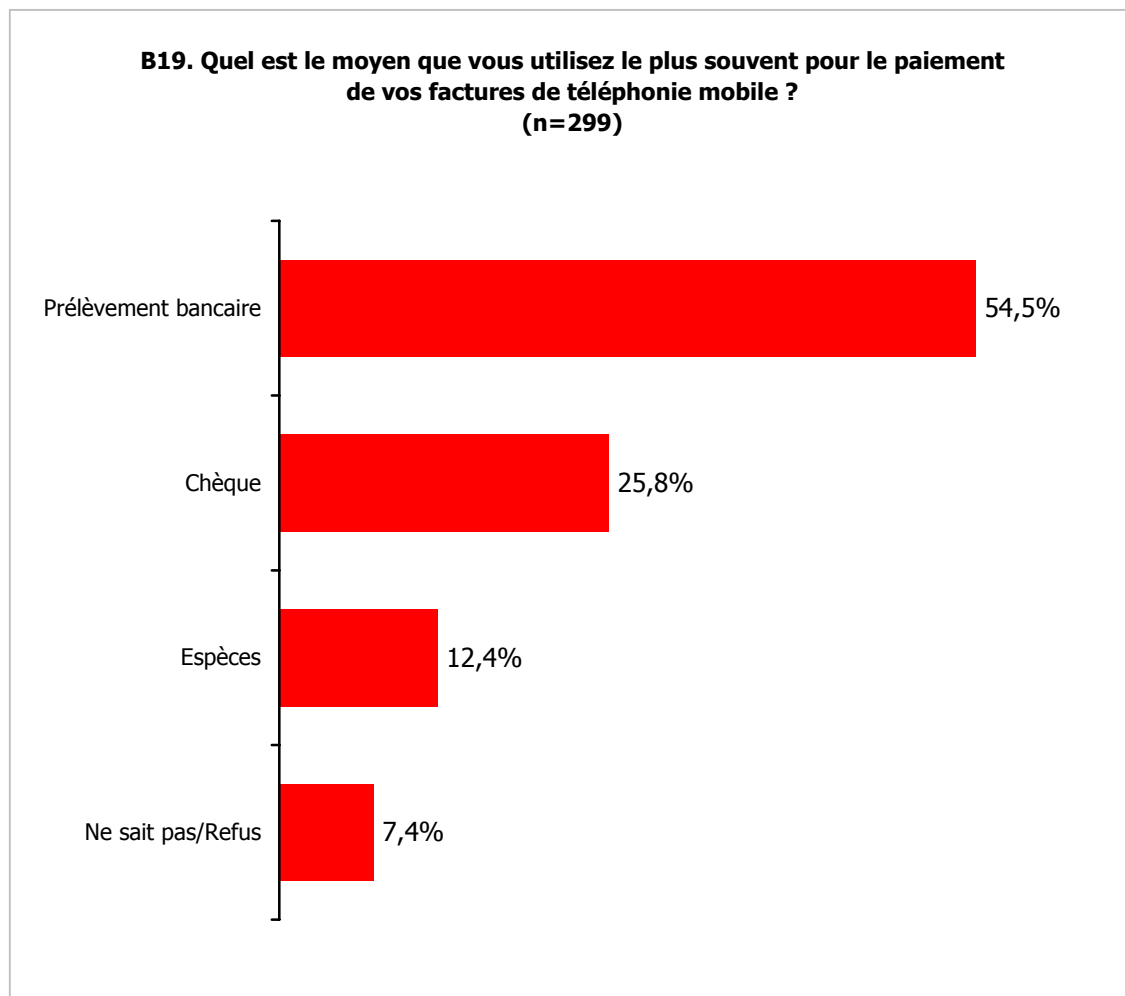
13.2 Lieux d'achat de la formule de téléphonie mobile

- La majorité des clients professionnels interrogés (84,3%) ont contracté leur formule de téléphonie mobile actuelle auprès d'une agence commerciale opérateur, alors que 12,0% l'ont contractée auprès d'une agence commerciale Entreprises.



13.3 Modes de paiement des factures de téléphonie mobile

Le prélèvement bancaire constitue le mode de paiement des factures de téléphonie mobile le plus souvent utilisé par les répondants (54,5%), suivi du paiement par chèque (25,8%) et en espèces (12,4%).



13.4 Critères de choix d'une formule de téléphonie mobile

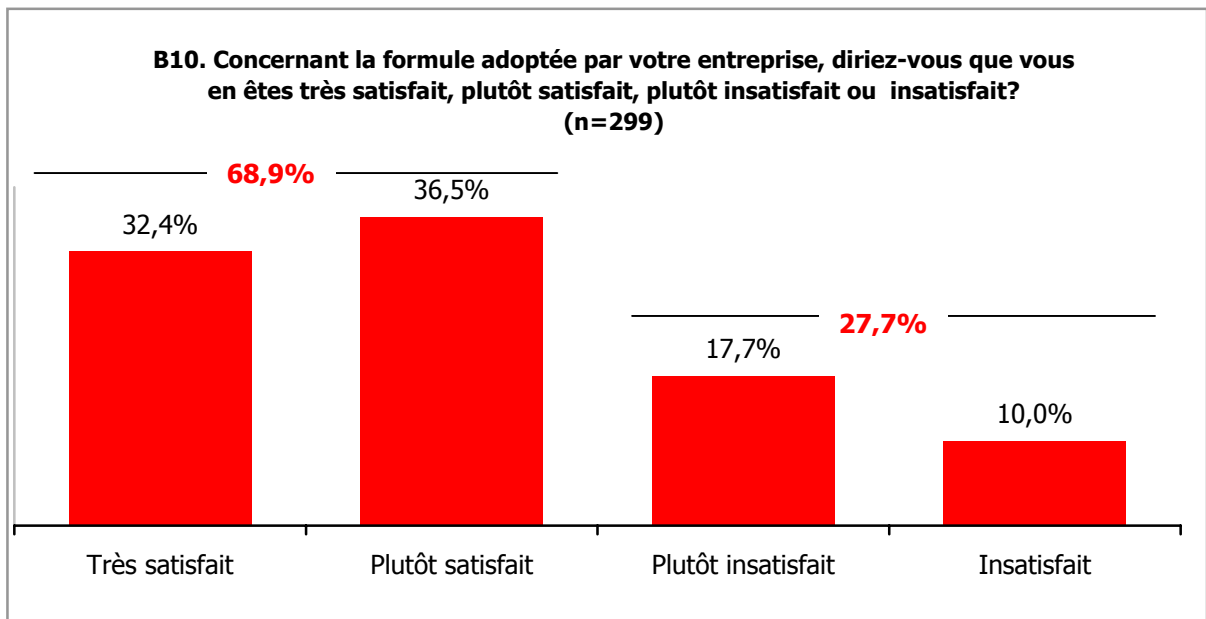
Les principaux critères de choix ayant poussé les utilisateurs professionnels à adopter leur formule de téléphonie mobile tiennent à son degré d'adaptation aux besoins professionnels (46,5%) et à son caractère économique (26,8%).

**B9. Quels ont été les critères de choix quant à l'adoption de cette formule
(reprendre la réponse citée en B5) ?
(Mentions totales)**

Critères de choix de la formule mobile actuelle	Total (n=299)
Une formule adaptée aux besoins des entreprises	46,5%
Une formule économique	26,8%
Une formule souple et flexible	13,4%
Pas d'alternatives/Pas d'autres formules	13,4%
Une formule offrant un solde plafonné	3,0%
Besoins professionnels	1,7%
Pour avoir un contact permanent	0,7%
Pratique	0,3%
Confrontation des tarifs	0,3%
Qualité des terminaux	0,3%
Facturation détaillée	0,3%
Qualité du réseau	0,3%
Aucune raison en particulier	13,4%
Ne sait pas/Refus	4,0%

13.5 Satisfaction à l'égard de la formule de téléphonie mobile

Globalement, près de 7 utilisateurs professionnels sur 10 (68,9%) se déclarent satisfaits de leur formule de téléphonie mobile, contre 27,7% qui en sont insatisfaits.



➔ Principaux motifs de satisfaction

Parmi les utilisateurs professionnels satisfaits, les principaux motifs de satisfaction à l'égard de la formule de téléphonie mobile adoptée par leur organisation sont la qualité du service commercial (20,9%), la qualité du réseau (18,0%) et les tarifs avantageux offerts par l'opérateur (15,0%).

B11. Quels sont les principaux motifs de votre satisfaction ? (Mentions totales)

Principaux motifs de satisfaction	Total (n=206)
Qualité du service commercial	20,9%
Qualité du réseau	18,0%
Tarifs abordables/Avantageux	15,0%
Satisfaction totale	9,7%
Formule adaptée aux besoins professionnels	9,7%
Praticité et flexibilité/Joindre le personnel	8,7%
Qualité des services	3,9%
Promotions et offres	3,4%
Pas d'alternative/Seule formule à l'époque	2,9%
Disponibilité/Courtoise/Sérieux du personnel	2,9%
Innovation	1,9%
Qualité des terminaux	1,5%
Facturation/Solde plafonné	1,5%
Autres	3,0%
Ne sait pas/Refus	18,9%

➔ Principaux motifs d'insatisfaction

Par ailleurs, les tarifs de communication (24,1%) et les prix élevés (22,9%), de même que les montants des factures (15,7%), la mauvaise qualité du service commercial (13,3%) et du réseau (12,0%) constituent les principales raisons d'insatisfaction des utilisateurs professionnels qui ont mentionné être insatisfaits relativement à leur formule de téléphonie mobile.

B12. Quels sont les principaux motifs de votre insatisfaction ? (Mentions totales)

Principaux motifs d'insatisfaction	Total (n=83)
Tarifs de communication très chers	24,1%
Prix élevés des terminaux	22,9%
Facture gonflée	15,7%
Mauvaise qualité du service commercial	13,3%
Mauvaise qualité du réseau	12,0%
Manque de transparence	4,8%
Suspension intempestive des lignes	4,8%
Mauvaise qualité du service à la clientèle	3,6%
Factures ne sont pas claires	2,4%
Mauvaise qualité du service technique	2,4%
Pas de concurrence légale	1,2%
Recharges chères	1,2%
Aucun contrôle	1,2%
Retard dans l'envoi de factures détaillées	1,2%
Formalités d'abonnement trop compliquées	1,2%
Publicité mensongère	1,2%
Prélèvements groupés	1,2%
Mauvaise qualité du <i>roaming</i>	1,2%
Erreurs de facturation	1,2%
Manque de baisse tarifaire	1,2%
Retard de la validation des recharges	1,2%
Pas de facilité de paiement	1,2%
Autres motifs	2,4%
Ne sait pas/Refus	1,2%

13.6 Connaissance des services de téléphonie mobile

Pour ce qui est des services de téléphonie mobile, le « SMS/mini-message » constitue le service le plus connu des utilisateurs professionnels, mentionné **spontanément** par plus de la moitié des répondants (52,2%). Les autres services de téléphonie mobile mentionnés par les répondants sont la messagerie vocale/boîte vocale (44,5%), l'affichage du numéro de l'appelant (36,5%), l'interdiction de l'affichage du numéro de CLIR (35,1%), le transfert d'appel (31,4%) et la facturation détaillée (29,8%).

B13. Pouvez-vous me citer les services de téléphonie mobile que vous connaissez ? (Mentions totales)

Services de téléphonie mobile	Total (n=299)
SMS/mini-message	52,2%
Messagerie vocale/boîte vocale	44,5%
Affichage du numéro de l'appelant (CLIP)	36,5%
Interdiction de l'affichage du numéro (CLIR)	35,1%
Transfert d'appel	31,4%
Facturation détaillée	29,8%
Appel en instance avec mise en garde	27,8%
Roaming	21,4%
Consultation de solde	18,1%
Multiconférence	12,4%
Wap	11,4%
Facture plafonnée	8,7%
Restriction d'appel entrant du Maroc	4,7%
Transmission de télécopie/Fax	4,0%
Restriction d'appel sortant sauf au réseau marocain	3,7%
Transmission de données	3,3%
Changement de numéro	3,3%
Spécialisation arrivée	3,0%
Restriction d'accès à l'international commandé	3,0%
Spécialisation départ	2,7%
Partage des forfaits	2,3%
Service E-fact	2,0%
Changement plan tarifaire entreprise	1,7%
Tarif intra-entreprise	1,7%
Une facture pour plusieurs abonnements	1,7%
Tarif dégressif	1,3%
Ne sait pas/Refus	21,7%

13.7 Principaux services de téléphonie mobile utilisés

- Au total, le SMS/mini-message (57,2%), l’affichage du numéro de l’appelant (56,5%), la facturation détaillée (52,2%), la messagerie vocale/boîte vocale (50,2%) et l’interdiction de l’affichage du numéro de CLIR (49,2%) constituent les principaux services utilisés par la clientèle professionnelle de Maroc Télécom et de Méditélécom.
- Par ailleurs, la facturation détaillée (92,9%), l’affichage du numéro de l’appelant (89,9%), l’appel en instance avec mise en garde (75,4%), la transmission de télécopies (72,7%), le transfert d’appel/renvoi d’appel (72,0%) et la consultation de solde sont au nombre des principaux services les plus souvent utilisés par les clients professionnels des opérateurs de téléphonie mobile.

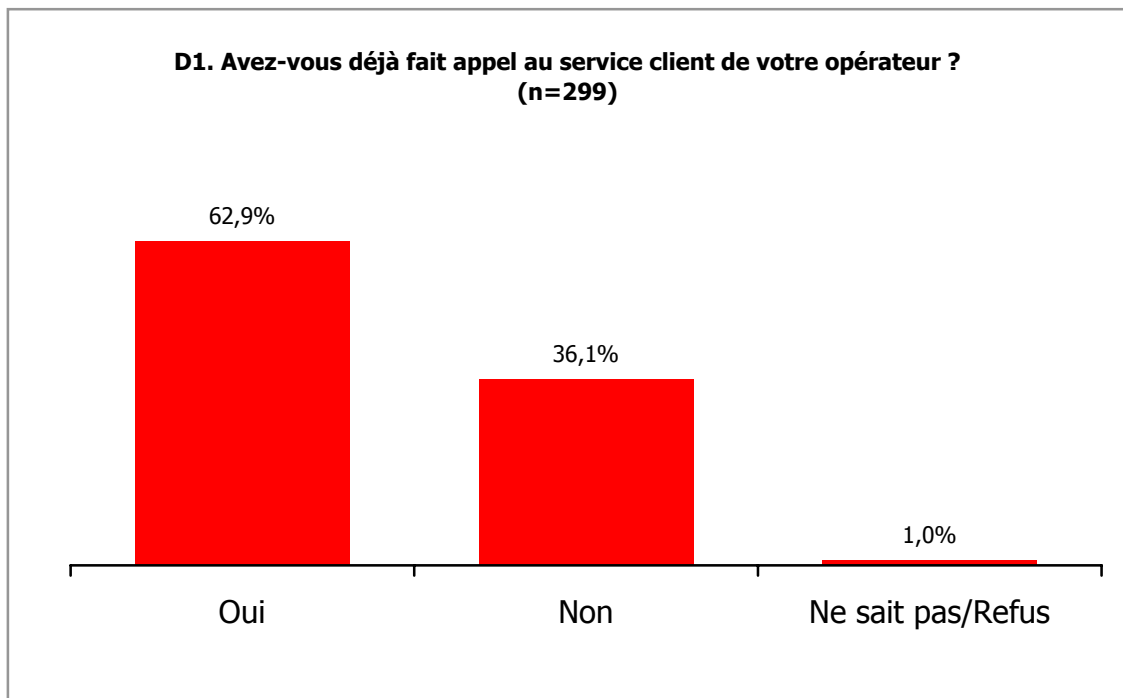
**B15. Toujours par rapport aux services que je vous ai cités et que vous connaissez, quels sont ceux dont bénéficient vos employés ?
(Mentions totales)**

Services de téléphonie mobile	Total (n=299)
SMS/mini-message	57,2%
Affichage du numéro de l’appelant (CLIP)	56,5%
Facturation détaillée	52,2%
Messagerie vocale/boîte vocale	50,2%
Interdiction de l’affichage du numéro (CLIR)	49,2%
Appel en instance avec mise en garde	44,5%
Transfert d’appel	44,1%
Roaming	36,8%
Multiconférence	14,7%
Consultation de solde	12,7%
Wap	10,0%
Transmission de données	5,4%
Restriction d’accès à l’international commandé	5,0%
Restriction d’appel sortant sauf au réseau marocain	4,3%
Restriction d’appel entrant du Maroc	4,0%
Facture plafonnée	4,0%
Transmission de télécopie/Fax	3,7%
Une facture pour plusieurs abonnements	3,3%
Spécialisation arrivée	2,7%
Spécialisation départ	2,7%
Changement de numéro	2,7%
Changement plan tarifaire entreprise	2,0%
Service E-fact	1,7%
Tarif intra-entreprise	1,7%
Partage des forfaits	1,7%
Tarif dégressif	1,0%
Ne sait pas/Refus	5,4%

14. Perceptions des utilisateurs professionnels à l'égard de la qualité du service commercial

14.1 Sollicitation du service à la clientèle de l'opérateur

- Un peu plus de 6 utilisateurs professionnels sur 10 (62,9%) déclarent avoir déjà sollicité le service à la clientèle de leur opérateur. Le téléphone demeure le moyen le plus souvent utilisé par les professionnels pour entrer en contact avec leur prestataire de service (71,4%), alors que 43,3% préfèrent se présenter au point de vente.



➔ **Principaux motifs de sollicitation du service à la clientèle de l'opérateur**

D'une manière générale, les utilisateurs professionnels de téléphonie mobile recourent au service commercial de leur opérateur principalement pour l'obtention d'informations (45,2%) ou la formulation de réclamations (24,5%).

**D4. Quel est le principal motif de votre décision de faire appel au service clientèle de votre opérateur ?
(n=188)**

Motifs de sollicitation du service à la clientèle de l'opérateur	Total (n=188)
Informations seulement	45,2%
Réclamations seulement	24,5%
Nouvel abonnement	20,2%
Information et réclamation	9,0%
Autres	1,0%

14.2 Satisfaction à l'égard de la qualité du service commercial

- Au total, les utilisateurs professionnels interrogés se disent satisfaits de la courtoisie des employés (77,1%), des heures d'ouverture (76,8%) ainsi que de la facilité à joindre la bonne personne (75,2%). Toutefois, la satisfaction des répondants est moindre relativement à la clarté des informations sur les tarifs (69,5%).
- De façon globale, les utilisateurs professionnels de la téléphonie mobile évaluent la qualité du service commercial par une **note moyenne de 6,2 sur 10**.

D5a-i. Concernant les aspects relatifs à la qualité du service commercial, en êtes-vous très satisfait, plutôt satisfait, plutôt insatisfait ou insatisfait par rapport à...

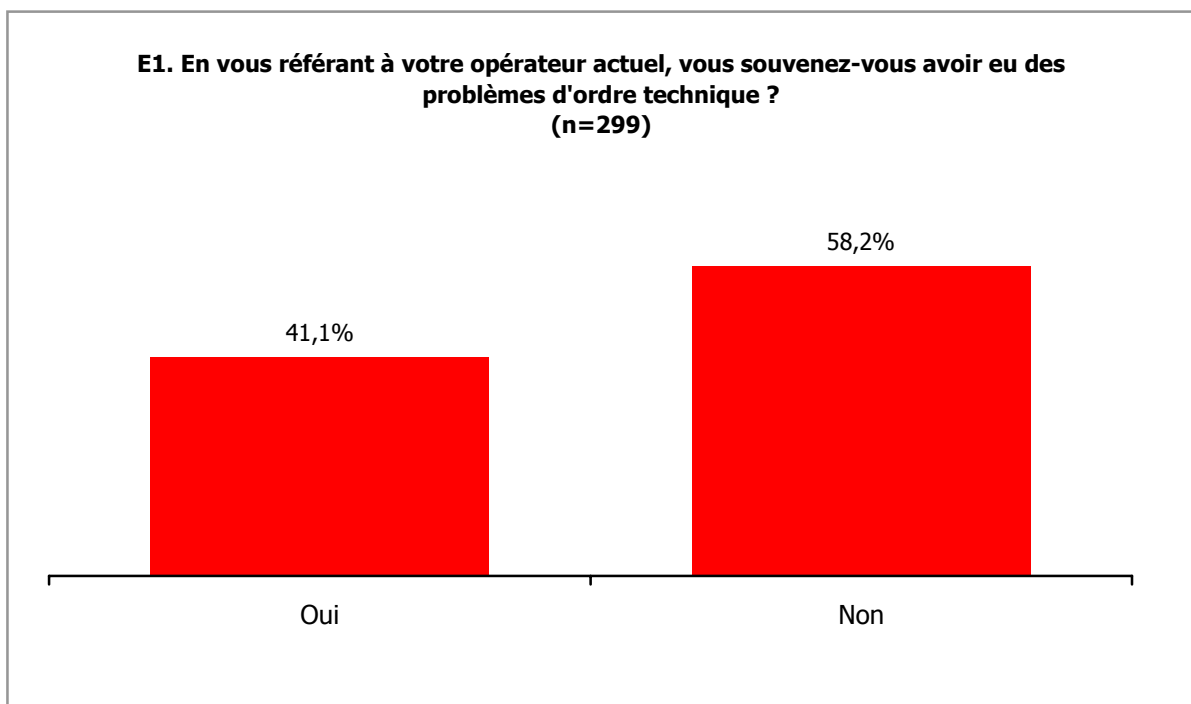
Qualité du service commercial	Total (n=188)
<i>D5a. Facilité à joindre la bonne personne</i>	
▪ Satisfait	75,2%
▪ Insatisfait	24,1%
<i>D5b. Disponibilité des employés</i>	
▪ Satisfait	74,4%
▪ Insatisfait	24,8%
<i>D5c. Courtoisie des employés</i>	
▪ Satisfait	77,1%
▪ Insatisfait	22,2%
<i>D5d. Capacité des employés à répondre aux exigences des clients</i>	
▪ Satisfait	70,6%
▪ Insatisfait	28,4%
<i>D5e. Qualité d'écoute des employés</i>	
▪ Satisfait	73,1%
▪ Insatisfait	26,3%
<i>D5f. Heures d'ouverture</i>	
▪ Satisfait	76,8%
▪ Insatisfait	17,1%
<i>D5g. Clarté des informations sur les produits</i>	
▪ Satisfait	73,3%
▪ Insatisfait	24,8%
<i>D5h. Clarté des informations sur les services</i>	
▪ Satisfait	70,2%
▪ Insatisfait	27,8%
<i>D5i. Clarté des informations sur les tarifs</i>	
▪ Satisfait	69,5%
▪ Insatisfait	28,3%

Notes : Le complément à 100% est formé de ceux qui ne savent pas ou qui refusent de répondre

15. Perceptions des utilisateurs professionnels à l'égard de la qualité du service technique

15.1 Occurrence de problèmes techniques

- Un peu plus de 4 utilisateurs professionnels sur 10 (41,1%) ont déjà eu des problèmes techniques inhérents à l'utilisation de leur téléphone mobile. Les principaux problèmes techniques soulevés par les répondants sont les coupures (48,0%), l'absence du signal réseau (39,0%), l'écho (24,4%) et l'insuffisance du signal réseau (10,6%).

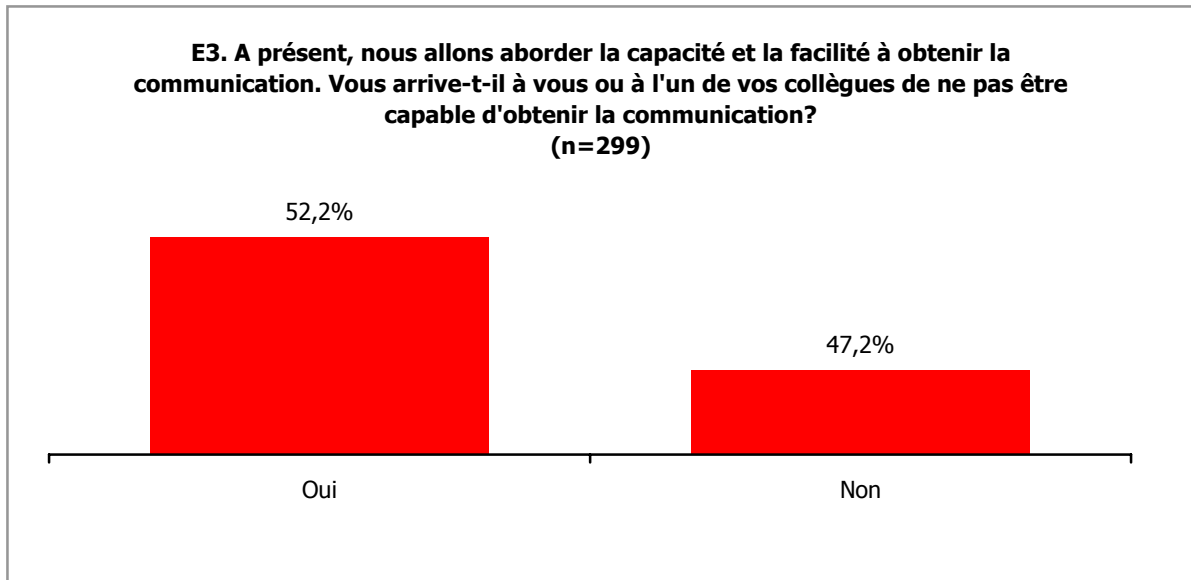


➔ Principaux problèmes techniques liés à l'utilisation de la téléphonie mobile

Types de problèmes techniques	Total (n=123)
Coupures	48,0%
Absence du signal réseau	39,0%
Écho	24,4%
Signal réseau insuffisant	10,6%
Appels vers GSM de même opérateur non aboutis	8,9%
Appels vers GSM d'un autre opérateur non aboutis	6,5%
Autres	10,5%

15.1.1 Difficulté d'obtention de la communication

Un peu plus de la moitié des utilisateurs professionnels de téléphonie mobile (52,2%) ont déjà eu de la difficulté à obtenir une communication téléphonique, principalement durant la matinée (60,3%) et les week-ends (50,0%).

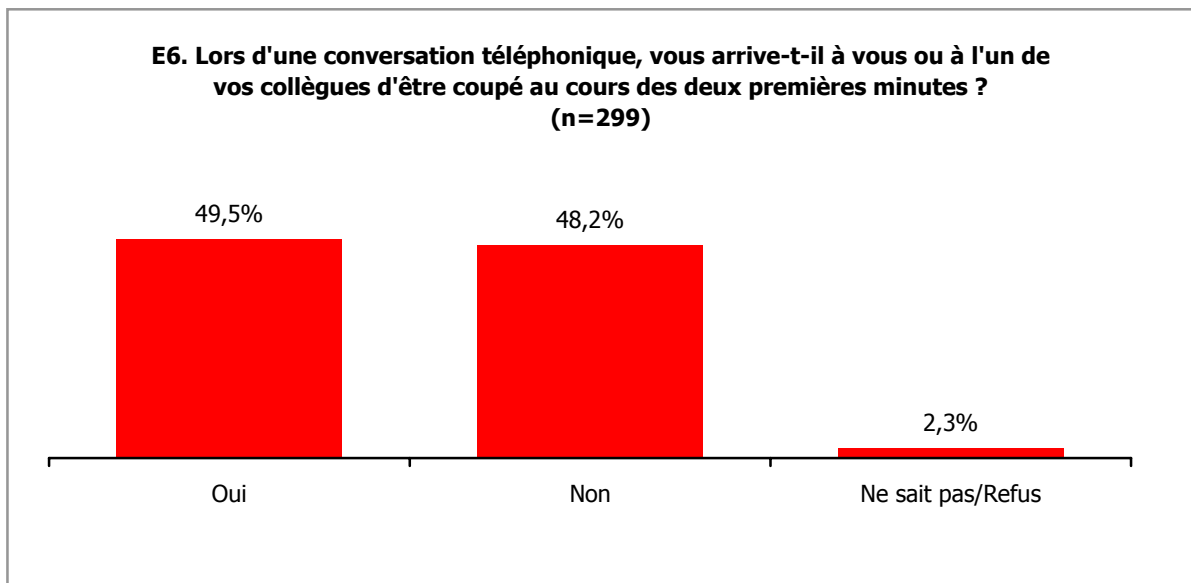


➔ Périodes d'occurrence des communications non abouties

Périodes d'occurrence des communications non abouties	Total (n=156)
La matinée	60,3%
Entre 12h et 14h	12,8%
Entre 14h et 20h	25,6%
Au delà de 20h	20,5%
Les week-ends	50,0%
Les jours fériés	23,1%
Ne sait pas/Non réponse	10,9%

15.1.2 Problèmes de coupures

Sur le plan de la fiabilité du réseau, près d'un utilisateur professionnel sur deux (49,5%) a déjà fait face à des problèmes de coupures durant les des deux premières minutes de conversation. De plus, 45,2% des répondants ont souligné l'occurrence des problèmes de coupures lors conversations téléphonique à raison de 1 à 7 fois par semaine, alors que 43,2% déclarent que ce problème technique ne survient que très rarement.

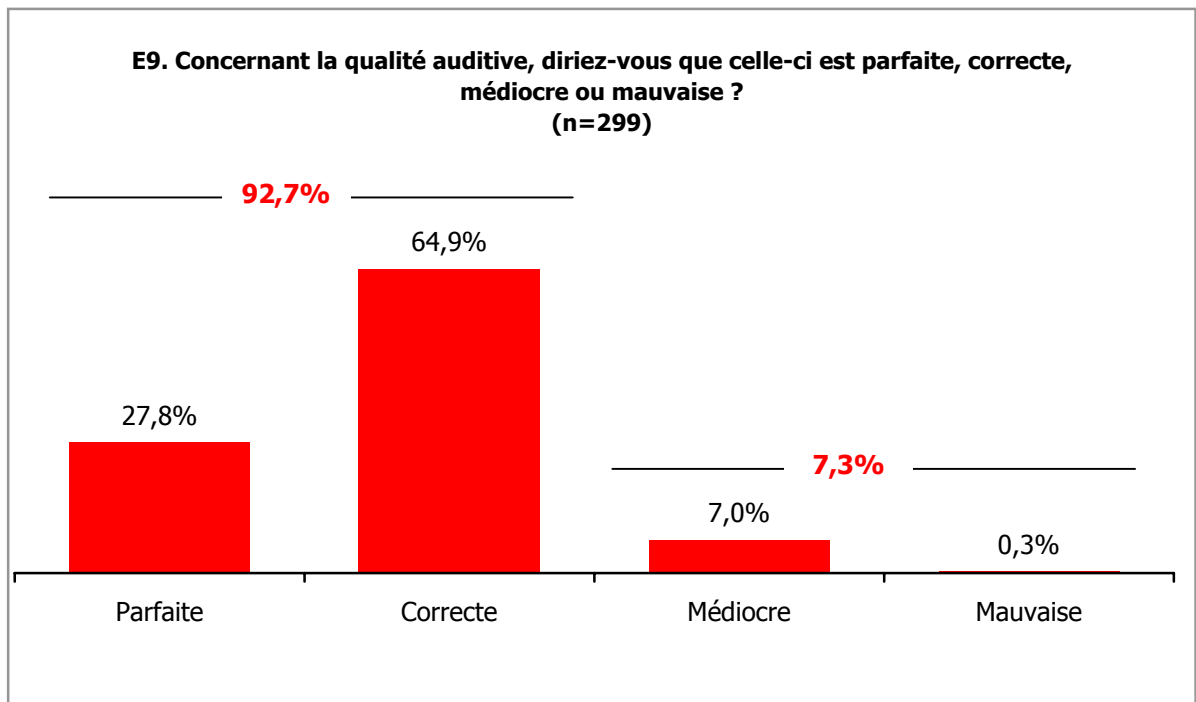


➔ Périodes d'occurrence des problèmes de coupures

Périodes d'occurrence des problèmes de coupures	Total (n=148)
La matinée	60,1%
Entre 12h et 14h	14,9%
Entre 14h et 20h	17,6%
Au delà de 20h	27,7%
Les week-ends	50,0%
Les jours fériés	25,0%
Ne sait pas/Non réponse	12,2%

15.2 Perception de la qualité auditive

- La grande majorité des utilisateurs professionnels (92,7%) perçoivent de manière positive la qualité auditive de leur service de téléphonie mobile. En effet, plus du quart des répondants (27,8%) jugent la qualité auditive de leur service de téléphonie mobile comme étant parfaite, alors qu'une proportion de 64,9% la juge correcte.
- Comparativement au téléphone filaire, 20,1% des utilisateurs professionnels estiment que la qualité auditive d'un téléphone mobile est supérieure à la qualité des communications sur le réseau fixe. Par contre, 45,8% des répondants sont d'avis que la qualité auditive d'un téléphone mobile demeure en deçà de la qualité des communications sur le réseau fixe.



15.3 Satisfaction à l'égard de la qualité du service technique

- Au total, les utilisateurs professionnels interrogés se disent satisfaits de la qualité sonore des communications mobiles (83,9%) et de la fiabilité du réseau (75,2%). Toutefois, force est de constater que la satisfaction des répondants est moindre pour ce qui est de la couverture géographique du réseau (67,7%).
- De façon globale, les utilisateurs professionnels de la téléphonie mobile attribuent à la qualité du service technique une **note moyenne de 6,4 sur 10**.

E11a-c. Par rapport à chacun des aspects que je vais vous citer, diriez-vous que vous êtes très satisfait, plutôt satisfait, plutôt insatisfait ou très insatisfait ?

Aspects techniques du service	Total (n=299)
<i>E11a. La qualité sonore (clarté du son/absence d'écho)</i>	
▪ Satisfait	83,9%
▪ Insatisfait	15,1%
<i>E11B. La fiabilité du réseau (absence de coupures ou d'interruptions)</i>	
▪ Satisfait	75,2%
▪ Insatisfait	24,0%
<i>E11c. Couverture géographique du réseau</i>	
▪ Satisfait	67,7%
▪ Insatisfait	30,0%

Notes : Le complément à 100% est formé de ceux qui ne savent pas ou qui refusent de répondre

16. Perceptions des utilisateurs professionnels à l'égard de la tarification des services

16.1 Perceptions des tarifs des formules de téléphonie mobile

- Le tableau suivant présente les perceptions des utilisateurs professionnels par rapport aux tarifs afférents à leur formule de téléphonie mobile actuelle. Globalement, les utilisateurs professionnels attribuent une note moyenne de **5,8 sur 10** pour exprimer leur satisfaction à l'égard de la tarification en vigueur.

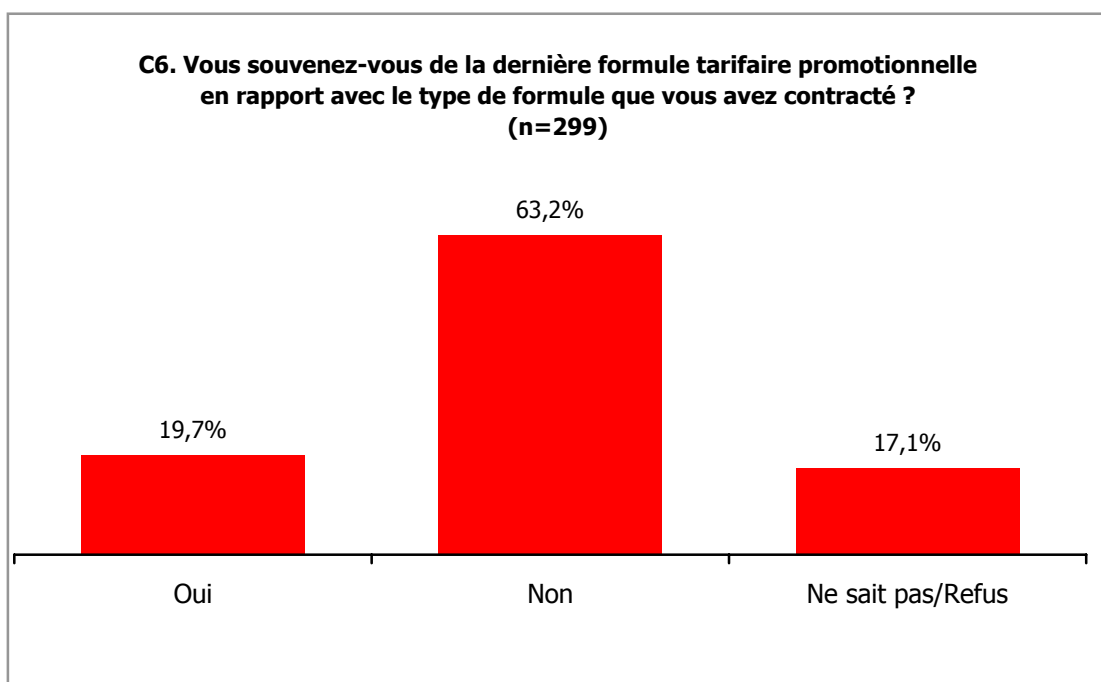
C2a-m. En général, diriez-vous que le montant payé pour la formule choisie est très abordable, plutôt abordable, plutôt cher ou très cher ?

Perceptions à l'égard des tarifs des services	Total
La mise en service (n=80)	
▪ Abordable	46,2%
▪ Cher	48,7%
L'abonnement mensuel (n=189)	
▪ Abordable	32,8%
▪ Cher	62,4%
Le forfait (n=31)	
▪ Abordable	32,3%
▪ Cher	61,3%
Le package (n=44)	
▪ Abordable	79,5%
▪ Cher	13,6%
La recharge de la carte prépayée (n=32)	
▪ Abordable	53,1%
▪ Cher	37,5%
1 mn de communication internationale (n=115)	
▪ Abordable	7,0%
▪ Cher	88,7%
1 mn de communication en roaming (n=47)	
▪ Abordable	6,4%
▪ Cher	89,4%
1 mn de mobile à mobile de même opérateur (n=125)	
▪ Abordable	19,2%
▪ Cher	79,2%
1 mn de mobile à mobile d'un opérateur différent (n=116)	
▪ Abordable	12,9%
▪ Cher	86,2%
1 mn de mobile à fixe (n=103)	
▪ Abordable	16,5%
▪ Cher	82,5%

Note : Le complément à 100% est formé de ceux qui ne savent pas ou qui refusent de répondre

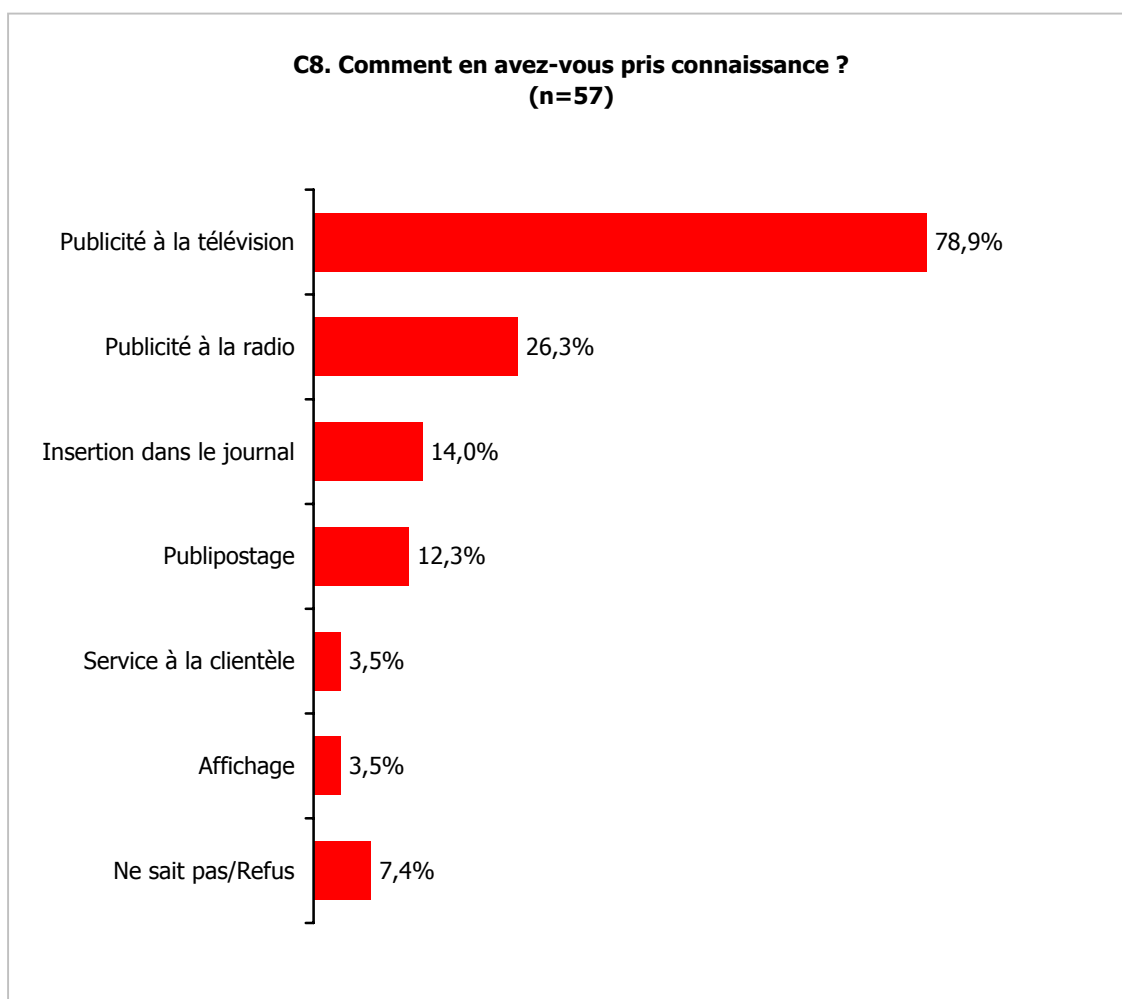
16.2 Rappel de la dernière formule tarifaire promotionnelle

- La majorité des utilisateurs professionnels de téléphonie mobile (63,2%) ne se souviennent pas de leur dernière formule tarifaire promotionnelle en rapport avec le type de formule contracté par leur organisation.
- Les principales formules tarifaires promotionnelles mentionnées par les répondants sont la double recharge (27,1%) et les terminaux gratuits (13,6%).



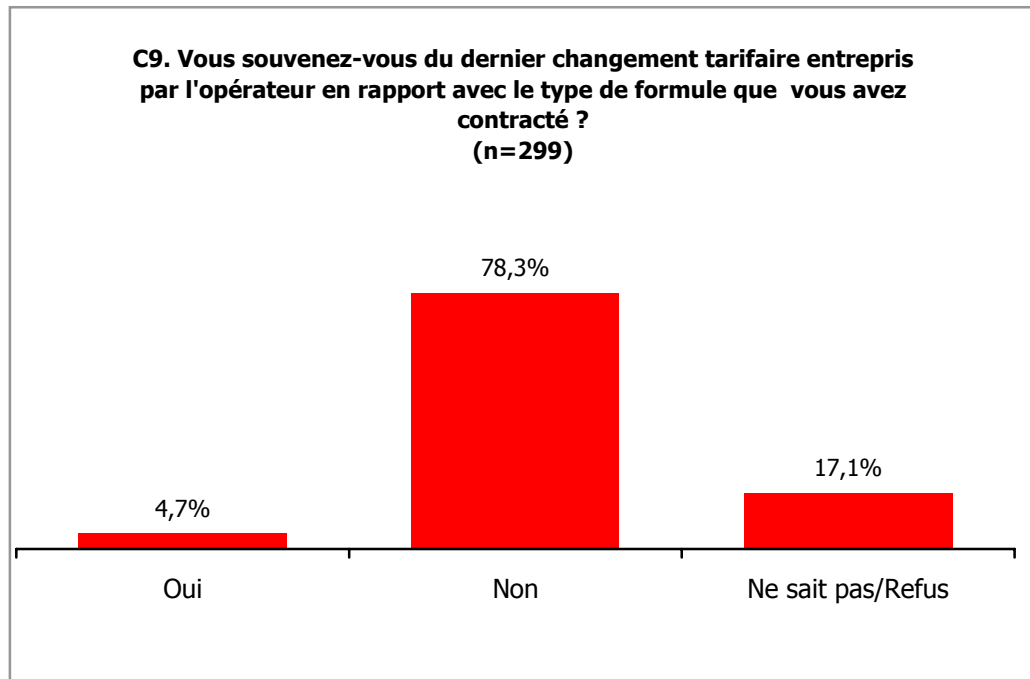
16.3 Support publicitaire

Parmi ceux qui se souviennent de leur dernière formule tarifaire promotionnelle, la télévision demeure le support publicitaire le plus approprié pour promouvoir les formules tarifaires promotionnelles auprès des utilisateurs professionnels de la téléphonie mobile. En effet, la majorité des utilisateurs professionnels interrogés (78,9%) ont pris connaissance de la formule tarifaire promotionnelle par le truchement de la publicité télévisée. Les autres outils promotionnels mentionnés par les répondants sont la radio (26,3%), le journal (14,0%) et le publipostage (12,3%).



16.4 Rappel du dernier changement tarifaire

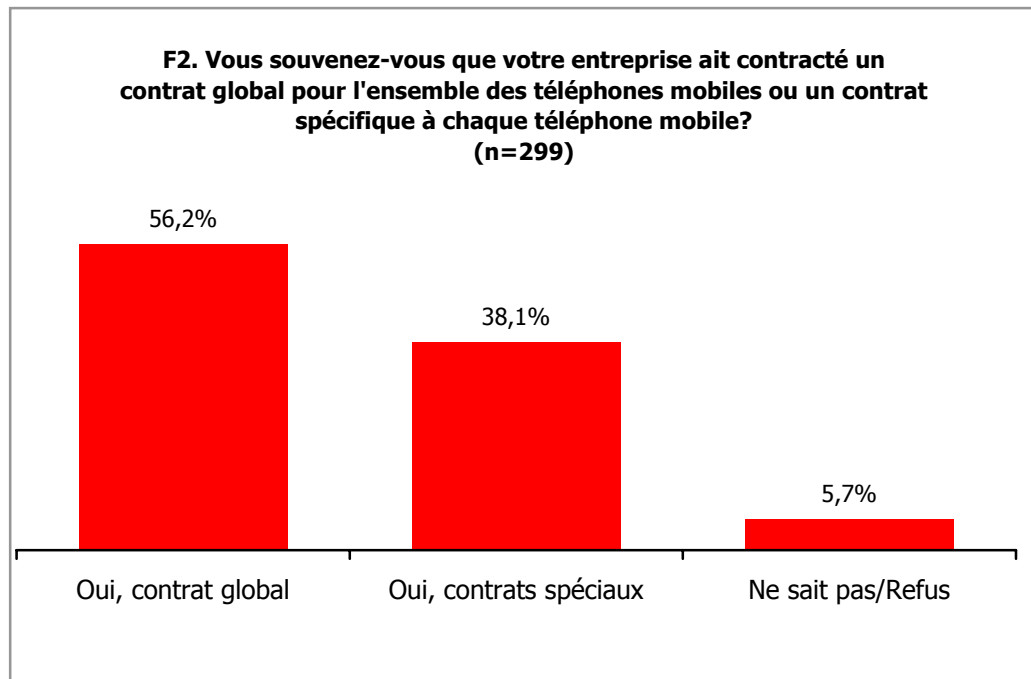
La majorité des utilisateurs professionnels de téléphonie mobile (78,3%) ne se souviennent pas du dernier changement tarifaire entrepris par l'opérateur en rapport avec le type de formule contracté par leur organisation.



17. Perceptions des utilisateurs professionnels à l'égard des clauses du contrat d'abonnement

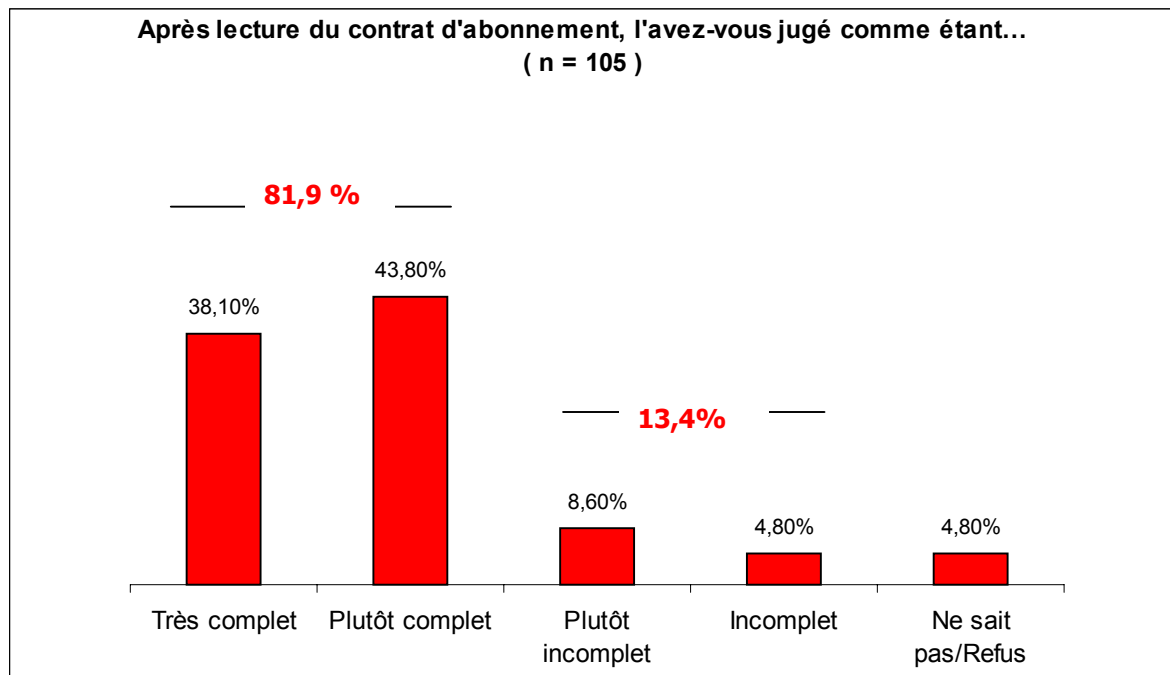
17.1 Contrat d'achat de la formule de téléphonie mobile

- En ce qui a trait à la nature du contrat d'achat de la formule de téléphonie mobile, la majorité des utilisateurs professionnels (56,2%) se souviennent que leur entreprise a contracté un contrat global pour l'ensemble des téléphones mobiles, contre 38,1% qui ont mentionné un contrat spécifique à chaque téléphone mobile.
- Par ailleurs, soulignons que la majorité des personnes interrogées (54,8%) déclarent ne pas avoir lu le contrat intitulé « Conditions Générales d'Abonnement ».



17.2 Perceptions à l'égard du contrat d'abonnement

Parmi ceux qui ont lu le contrat d'abonnement, un peu plus de 8 utilisateurs professionnels sur 10 (81,9%) sont d'avis que le contrat d'abonnement signé par leur entreprise est complet, contre une minorité de 13,4% des répondants qui perçoivent ce contrat comme étant incomplet.



17.3 Connaissance des clauses contractuelles

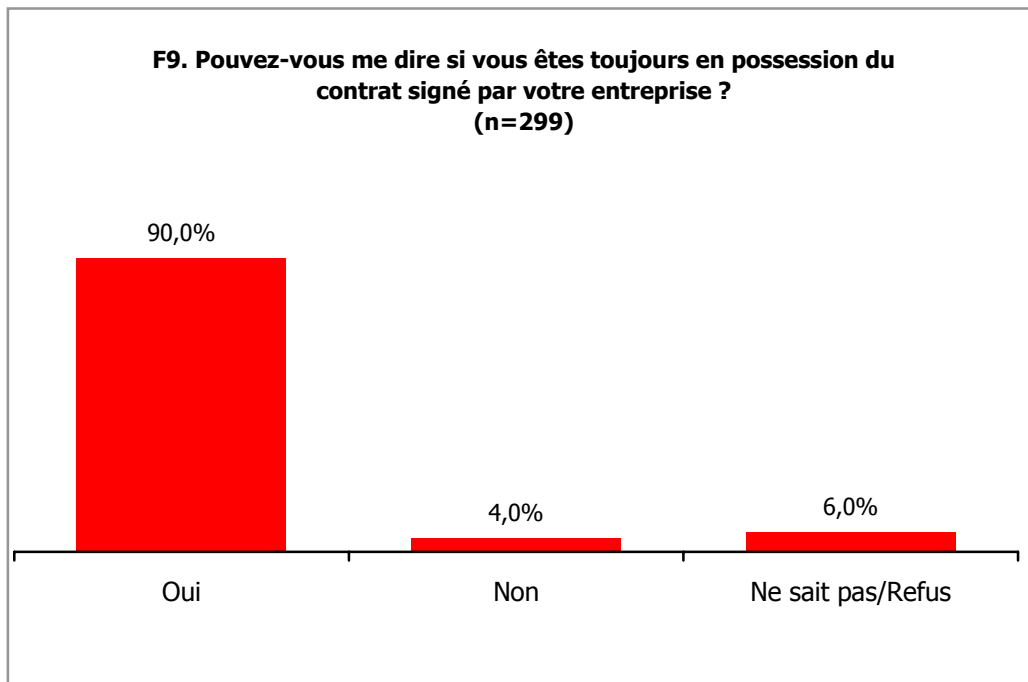
Les principales clauses ou conditions afférentes au contrat d'abonnement mentionnées **spontanément** par les répondants qui ont lu le contrat d'abonnement sont les modalités de paiement (36,2%), la durée minimale obligatoire du contrat (32,4%), la suspension ou l'arrêt du service en cas de non-paiement (22,9%), la durée de préavis pour la résiliation du contrat (21,9%), les possibilités pour changer de formule (20,0%) et les frais et intérêts de retard relatifs aux factures impayées (19,0%).

F7. Pouvez-vous m'énoncer certaines conditions ou clauses figurant dans le contrat d'abonnement ?

Clauses du contrat d'abonnement	Total (n=105)
Les modalités de paiement	36,2%
La durée minimale obligatoire du contrat	32,4%
La suspension ou l'arrêt du service en cas de non-paiement	22,9%
La durée de préavis pour la résiliation du contrat	21,9%
Les possibilités pour changer de formule	20,0%
Les frais et intérêts de retard relatifs aux factures impayées	19,0%
Le caractère personnel du contrat	12,4%
Le vol ou la casse du téléphone mobile ne sont pas des motifs de contrat	7,6%
L'obligation de l'opérateur à fournir les informations sur les services	4,8%
Le tarif relatif à la facture	3,8%
Clauses de résiliation	1,9%
La responsabilité quant aux dommages causés aux clients et aux tiers	1,9%
Service après-vente	1,0%
L'obligation du client à communiquer les changements concernant les informations contenues dans le contrat	1,0%
L'engagement du client à utiliser les équipements agréés par l'ANRT	1,0%
Ne sait pas/Refus	33,3%

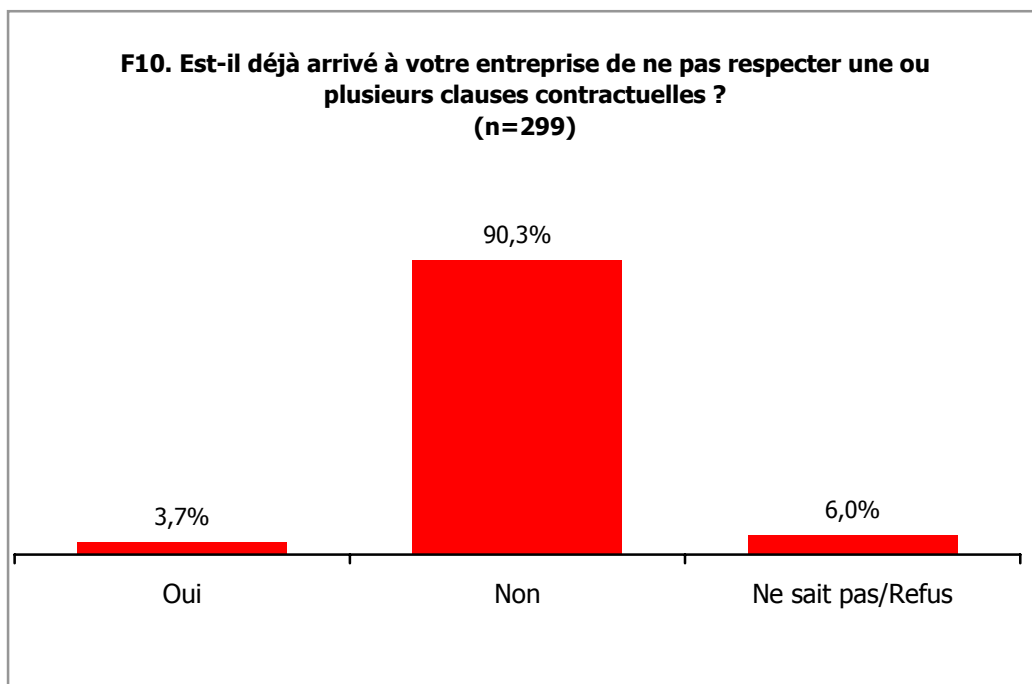
17.4 Possession du contrat d'abonnement

Le contrat d'abonnement à la formule de téléphonie mobile revêt une importance majeure aux yeux des utilisateurs professionnels. En effet, la grande majorité des utilisateurs professionnels de téléphonie mobile (90,0%) déclarent être toujours en possession du contrat d'abonnement signé par leur entreprise.



17.5 Respect des clauses contractuelles

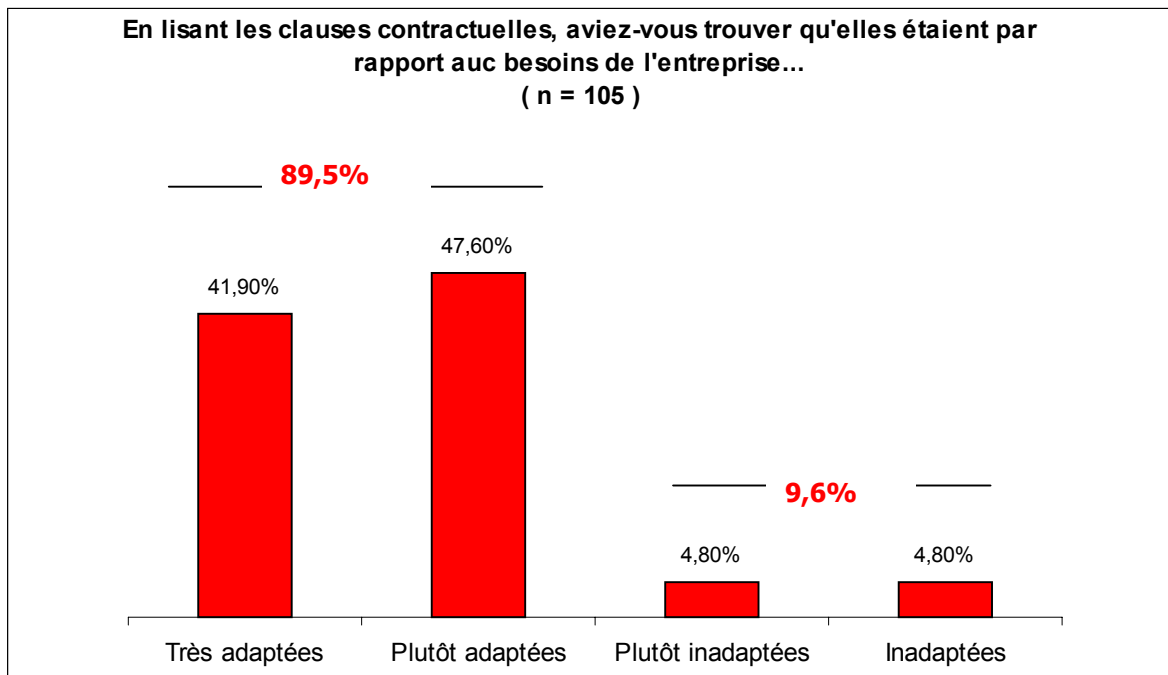
Les clauses contractuelles relatives au contrat d'abonnement sont respectées par la grande majorité des utilisateurs de la téléphonie mobile. Par contre, et à titre indicatif seulement, les principales clauses contractuelles non respectées par les répondants ont trait aux modalités de paiement et aux frais et intérêts de retard relatifs aux factures impayées.



17.6 Perceptions à l'égard des clauses contractuelles

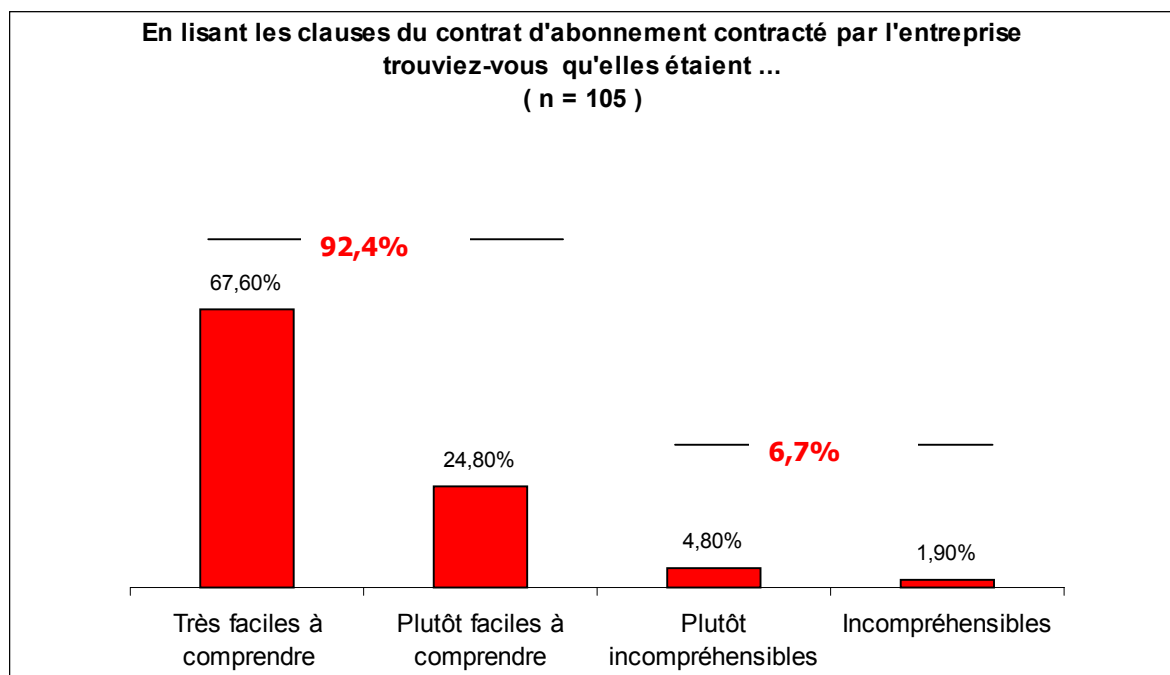
8.6.1 Degré d'adaptation des clauses contractuelles

Parmi les professionnels qui ont lu le contrat d'abonnement, près de 9 utilisateurs sur 10 (89,5%) sont d'avis que les clauses contractuelles relatives au contrat d'achat de la formule de téléphonie mobile sont adaptées aux besoins des entreprises, contre une minorité seulement (9,6%) qui perçoivent ces clauses comme étant inadaptées.



8.6.2 Compréhension des clauses contractuelles

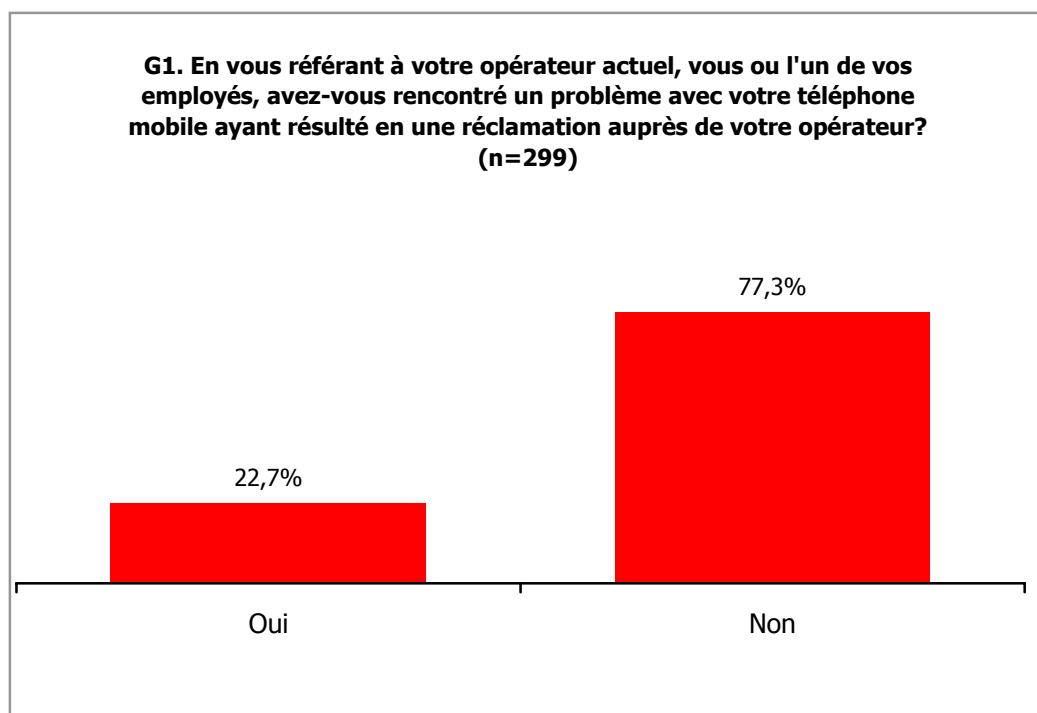
Parmi les professionnels qui ont lu le contrat d'abonnement, un peu plus de 9 utilisateurs professionnels de téléphonie mobile sur 10 (92,4%) estiment que les clauses du contrat d'abonnement signé par leur entreprise sont compréhensibles, contre une minorité seulement (6,7%) qui perçoivent ces clauses comme étant incompréhensibles.



18. Réclamations et litiges

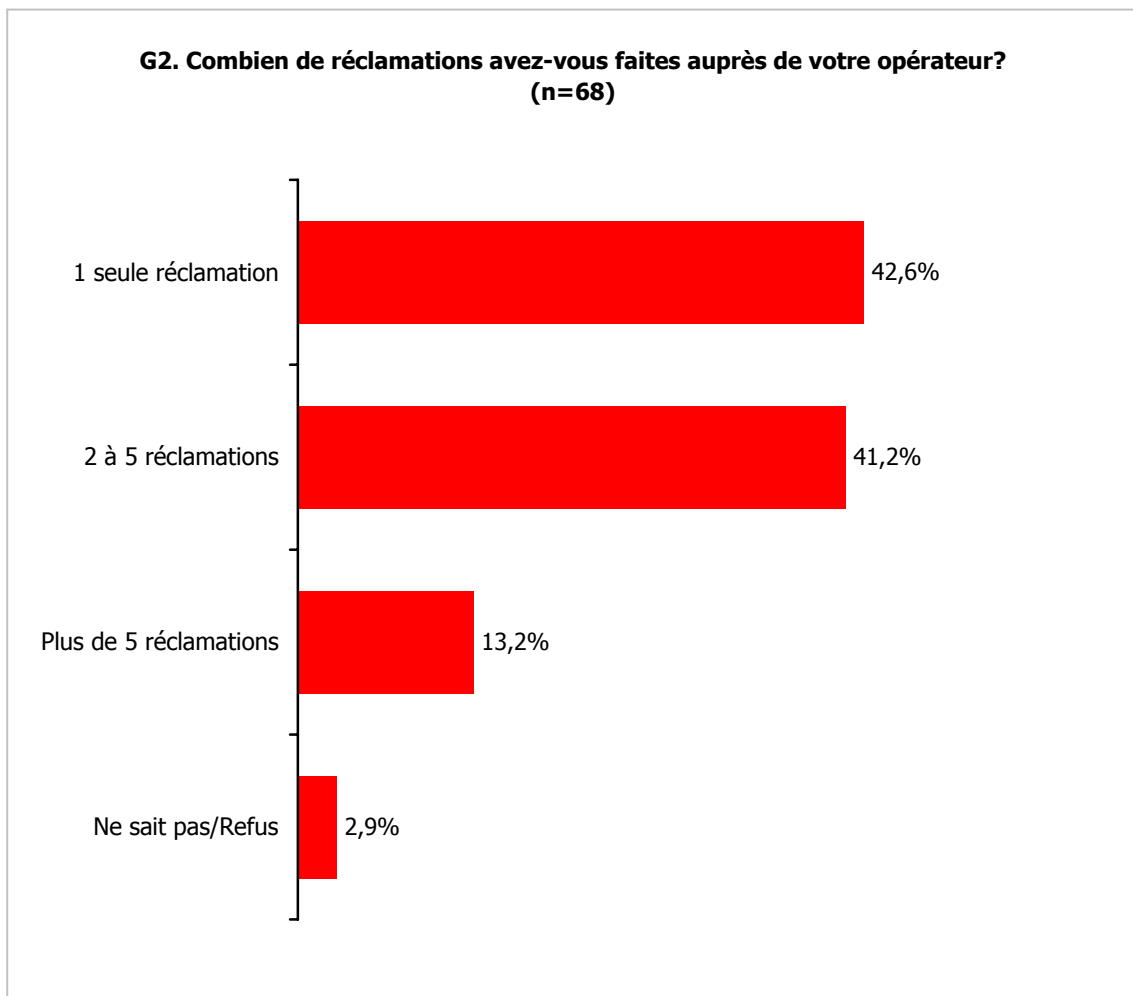
18.1 Réclamations auprès de l'opérateur

- La majorité des utilisateurs professionnels (77,3%) déclarent ne jamais avoir rencontré un problème avec leur téléphone mobile ayant débouché sur une réclamation auprès de leur opérateur. Par contre, 22,7% des personnes interrogées ont déjà fait une réclamation auprès de leur opérateur.



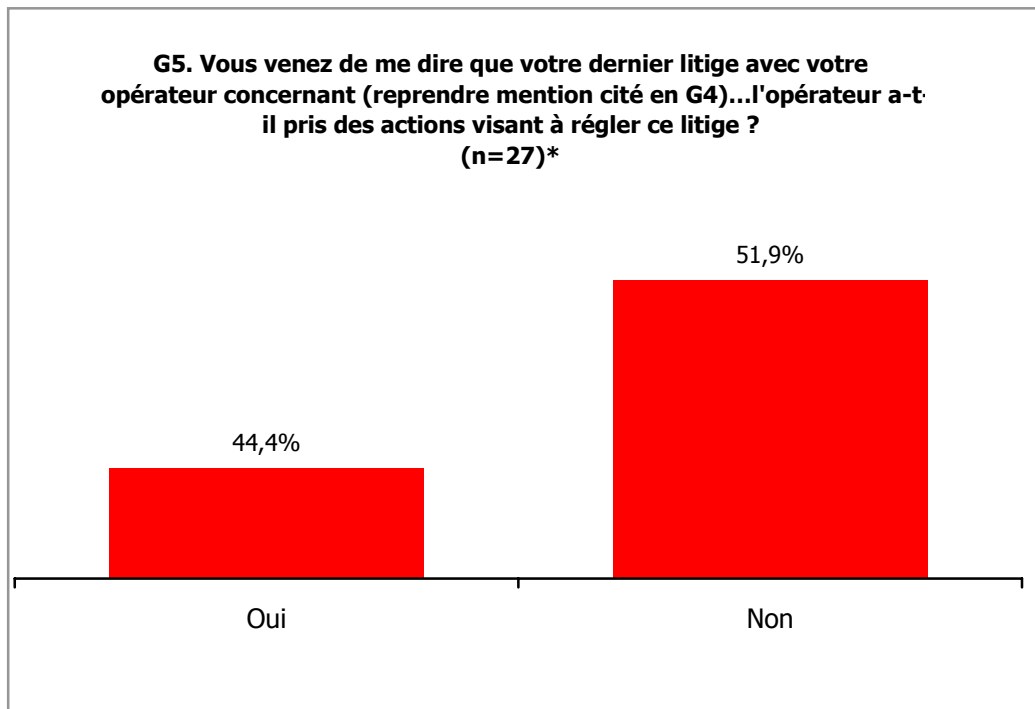
18.2 Nombre de réclamations auprès de l'opérateur

- De façon globale, plus de 8 utilisateurs professionnels sur 10 (83,8%) ont fait de 1 à 5 réclamations auprès de leur opérateur de téléphonie mobile.
- De plus, 39,7% des utilisateurs professionnels de téléphonie mobile ayant déjà fait une réclamation auprès de leur opérateur, ont vu une ou plusieurs de leurs réclamations déboucher sur un litige.



18.3 Résolution des litiges avec l'opérateur

- Plus de 4 utilisateurs professionnels sur 10 (44,4%) ayant eu un litige avec leur opérateur de téléphonie mobile ont vu ce dernier entreprendre des actions concrètes visant à régler le litige.
- De façon globale, les utilisateurs professionnels de la téléphonie mobile évaluent la capacité de leur opérateur à répondre aux exigences des ses clients en matière de résolution de litiges par une **note moyenne de 4,9 sur 10**.



Volet qualitatif

19. Principaux constats de l'étude

Voici les principales conclusions concernant les perceptions et les attentes des utilisateurs de la téléphonie mobile au Maroc :

Constat 1 : La fiabilité du réseau et les offres promotionnelles constituent les principaux critères de choix de d'un opérateur de téléphonie mobile

D'une manière générale, les abonnés ont choisi l'opérateur en raison de la qualité et de la fiabilité perçues de son réseau. D'autres parts, ces derniers ont été motivés par les tarifs compétitifs et les offres promotionnelles qui, à leurs yeux, jouent un rôle important dans l'attraction et la fidélisation de la clientèle.

Constat 2 : Les participants ont des perceptions contrastées à l'égard des campagnes publicitaires des opérateurs de téléphonie mobile

La plupart des participants apprécient les campagnes publicitaires en raison de leur caractère attrayant et « accrocheur », particulièrement les promotions et les concours reliés à l'achat de formules de téléphonie mobile. Par contre, les participants reprochent aux campagnes publicitaires de mettre davantage l'accent sur l'image de marque plutôt que de fournir des informations factuelles sur les tarifs et les services offerts.

Constat 3 : Les tarifs des communications mobiles inter-opérateurs sont jugés chers par la plupart des participants

Aux yeux de la plupart des utilisateurs de téléphonie mobile, les tarifs des communications mobiles inter-opérateurs demeurent particulièrement chers. En effet, la plupart des participants ont le sentiment d'être « pénalisés » lorsqu'ils appellent les abonnés de l'opérateur concurrent. De ce fait, les utilisateurs de téléphonie mobile plaident en faveur d'une harmonisation de la structure tarifaire des communications mobiles inter-opérateurs.

Constat 4 : Les abonnés perçoivent de façon positive la qualité du service commercial de leur opérateur

La plupart des abonnés perçoivent positivement la qualité du service commercial de leur prestataire de services. Ces derniers apprécient particulièrement l'accueil chaleureux dans les points de service, la disponibilité, la courtoisie, la compétence et le professionnalisme du personnel de l'opérateur.

D'autre part, la plupart des participants sont irrités par les délais de traitement de leurs réclamations, principalement celles reliées à la facturation. Bien souvent, ces derniers ont le sentiment que leurs réclamations sont négligées, voire remises en question par les préposés au service à la clientèle.

Constat 5 : Les coupures de communication et l'absence de réseau constituent les principaux problèmes techniques des utilisateurs de téléphones mobiles

La plupart des participants ont déjà éprouvé des problèmes techniques inhérents à l'utilisation de leur téléphone mobile, principalement les **coupures** dans les communications et l'**absence du signal réseau**. La plupart des participants ont noté une détérioration de la qualité du réseau à mesure que l'utilisateur du téléphone mobile s'éloigne des centres urbains. Par ailleurs, la majorité des abonnés ont relevé des difficultés à obtenir des communications durant les jours fériés (ex. à l'occasion des fêtes de l'Aïd).

Par ailleurs, et indépendamment de l'opérateur, les participants ont souligné une détérioration de la qualité auditive de la communication en cas de mobilité. Certains participants mentionnent que la qualité de la réception varie même d'une pièce à l'autre à leur domicile.

Constat 6 : Les abonnés de téléphone mobile sont conscients de l'importance du contrat d'abonnement à la formule de téléphonie mobile

La plupart des abonnés affirment avoir conservé le contrat d'achat de leur formule actuelle de téléphonie mobile. Ces derniers sont conscients de l'importance de conserver le contrat d'abonnement à des fins de réclamations ultérieures auprès de l'opérateur. Par ailleurs, la plupart des participants affirment avoir parcouru rapidement les clauses du contrat d'abonnement au service de téléphonie mobile qui leur paraissent foncièrement claires et compréhensibles.