

Enquête de collecte des indicateurs TIC pour l'année 2008

Jun 2009

- La constitution d'une **base de données fiable et actualisée** en vue **d'analyser l'impact des mesures réglementaires et d'identifier les actions futures** pour le développement du secteur des télécommunications au Maroc :
 - Une bonne régulation et une bonne gouvernance du secteur supposent de bonnes statistiques et des indicateurs pertinents.

- L'enquête de collecte des indicateurs TIC est **menée annuellement en conformité avec les recommandations internationales** du Partenariat sur la Mesure des TIC pour le Développement (UIT, CNUCED, BM, OCDE, Eurostat, etc.) :
 - L'Agence suit régulièrement, depuis 2005, les travaux et les recommandations du Partenariat en matière de conception et de définition des indicateurs TIC ;
 - Mise à jour de la liste des indicateurs ;
 - Adaptation et enrichissement des questionnaires.

L'échantillonnage des ménages

Administration des questionnaires

- **Le questionnaire utilisé pour l'enquête 2008 est basé sur le questionnaire 2007, qui a été enrichi par de nouveaux indicateurs :**
 - Changement d'opérateur
 - Utilisation de la 3G
 - Craintes sécuritaires à l'égard d'Internet

- **Mode de passation :**
 - Face à face effectués par des interviewers entre le 9 mars et le 3 avril 2009
 - Le questionnaire a été administré en français ou en arabe dialectal selon le profil linguistique du répondant.

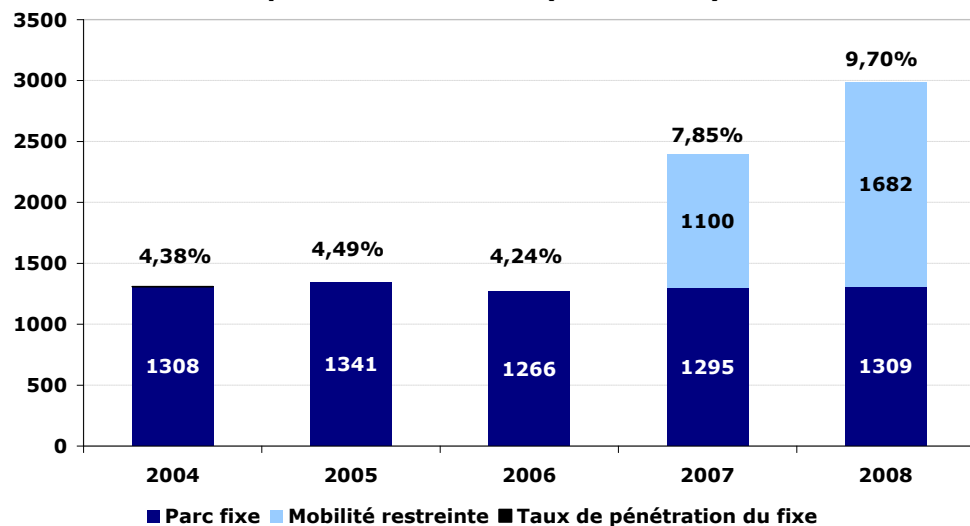
- **1300 questionnaires ont été administrés avec une marge d'erreur de +/- 2,5%**
 - Les quotas ont été fixés sur :
 - le sexe,
 - l'âge,
 - la CSP,
 - le milieu de résidence (urbain / rural).

Indicateurs de pénétration (source : opérateurs)

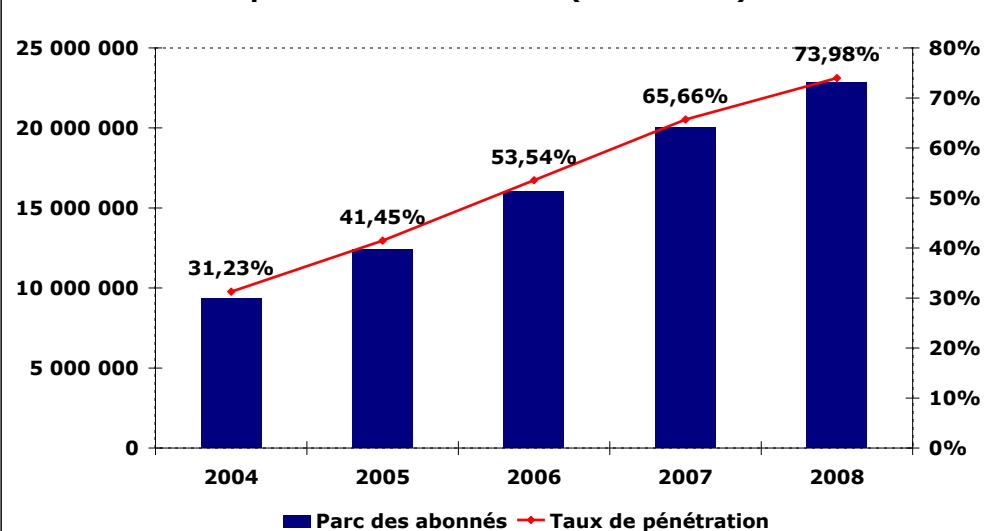
□ Croissance soutenue du mobile et du fixe pour la deuxième année consécutive

- La croissance du fixe s'explique notamment par l'introduction de la téléphonie fixe avec mobilité restreinte.
- La croissance du taux de pénétration du mobile continue à un rythme soutenu, mais inférieur aux années précédentes.

Evolution du parc des abonnés et du taux de pénétration du fixe (2004-2008)



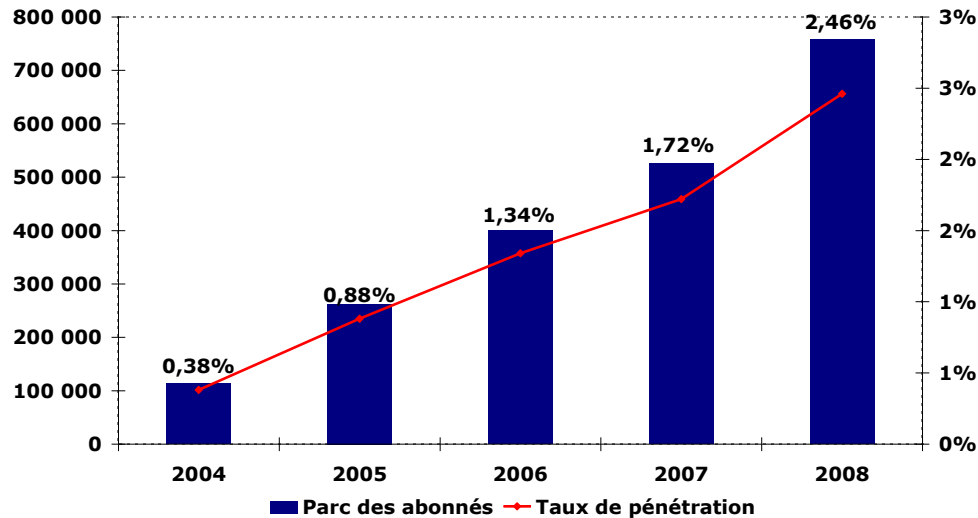
Evolution du parc des abonnés et du taux de pénétration du mobile (2004-2008)



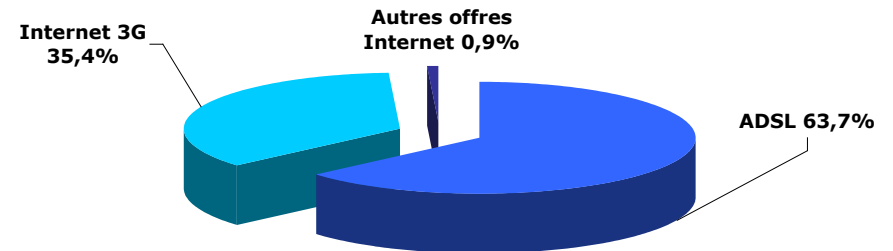
Indicateurs de pénétration (source : opérateurs)

- **Un parc des abonnés Internet toujours en croissance**
 - Prédominance de l'ADSL (près de 2/3 du marché)
 - Accélération de la prise de parts de marché par la 3G.

Evolution du parc des abonnés et du taux de pénétration de l'Internet (2004-2008)



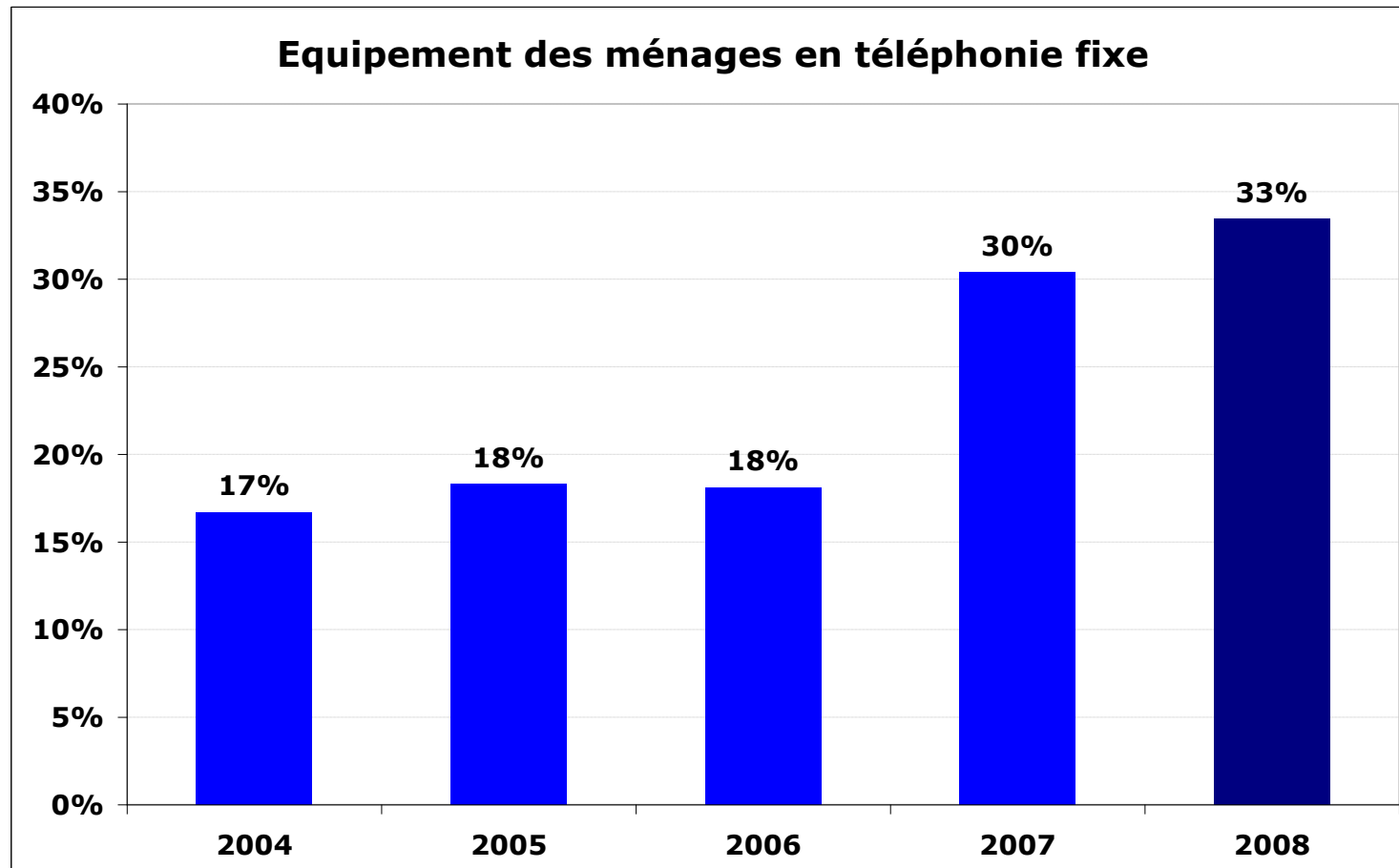
Répartition des abonnés Internet au Maroc par type d'accès (décembre 2008)



Base : Individus disposant d'une connexion Internet

□ Taux d'équipement en téléphonie fixe des ménages marocains : 33%

- Evolution forte deux ans après l'introduction des services de la téléphonie fixe avec mobilité restreinte.

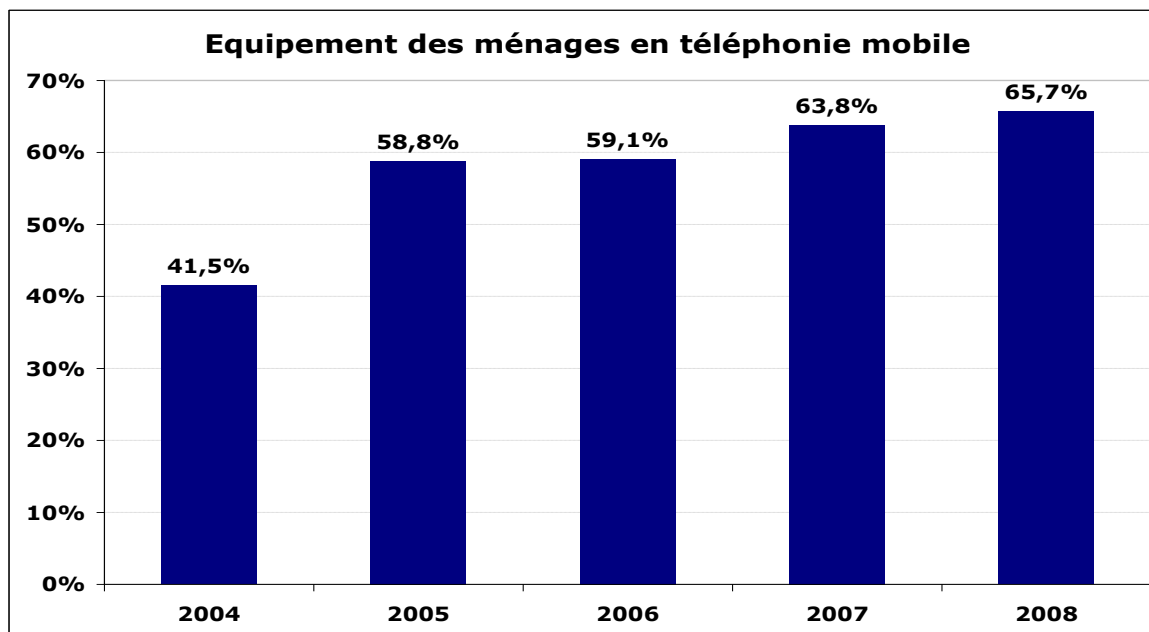


Particuliers et ménages

Équipement des ménages en téléphonie mobile

□ **65,7% des ménages au Maroc sont équipés en téléphonie mobile**

- La croissance du mobile se poursuit mais se stabilise.



□ Au total, **16,4% des utilisateurs** de la téléphonie mobile concernés par le **multi-équipement**.

Répartition du nombre de lignes de mobiles selon le milieu de résidence (en %)				
Milieu / Mobile	0	1	2 et +	TOTAL
Urbain	2,4%	42,5%	10,4%	55,3%
Rural	3,4%	35,3%	6,0%	44,7%
Total 2008	5,8%	77,7%	16,4%	100%

□ **Hausse du double-équipement fixe – mobile : 39,2% en 2008**

- Légère augmentation de l'équipement en mobile seulement : 56,7% en 2008
- Erosion de l'équipement en fixe seulement : 0,8%

Équipement au domicile en téléphonie fixe et/ou mobile (en %)

	2004	2005	2006	2007	2008	Evolution 08/07
Est équipé d'un téléphone fixe et d'un téléphone mobile	26,5%	25,7%	34,4%	36,7%	39,2%	6,7%
Est équipé d'un téléphone fixe seulement	4,1%	1,1%	2,0%	1,6%	0,8%	-47,1%
Est équipé d'un téléphone mobile seulement	45,9%	62,7%	65,6%	55,4%	56,7%	2,3%

Particuliers et ménages

Téléphonie mobile – Principaux usages

- **Utilisation de la téléphonie mobile** principalement pour la communication : **émission et réception d'appels** (utilisation par 100% des individus).
 - **Forte utilisation** de certains services comme les **SMS (72%)**
 - **Utilisation importante** des services inclus dans les terminaux : appareil photo, musique, vidéo...
 - Faible utilisation des services à valeur ajoutée (MMS, téléchargements de sonneries, de jeux...)

Les principaux usages du mobile dans le ménage (en %)

	2004	2005	2006	2007	2008
Réception d'appels	100	100	97	100	100
Emission d'appels	95,5	95,7	95,5	100	100
SMS	73,2	69,2	66,7	52,4	71,8
MMS	13,5	6,9	9,6	3,1	6,5
Téléchargement de sonneries, logos, jeux	12,2	4	7,3	5,7	3,5
Consultation de messagerie électronique	0,2	1,7	0,5	0,8	1,4
Services d'informations vocaux payants	1,4	0,5	0,6	1,5	0,9
Navigation sur internet	0,4	0,1	0,7	0,4	1,2
Ecouter de la musique					33,5
Regarder des clips ou des vidéos					29,6
Utiliser comme appareil photos/caméra vidéo					37,1

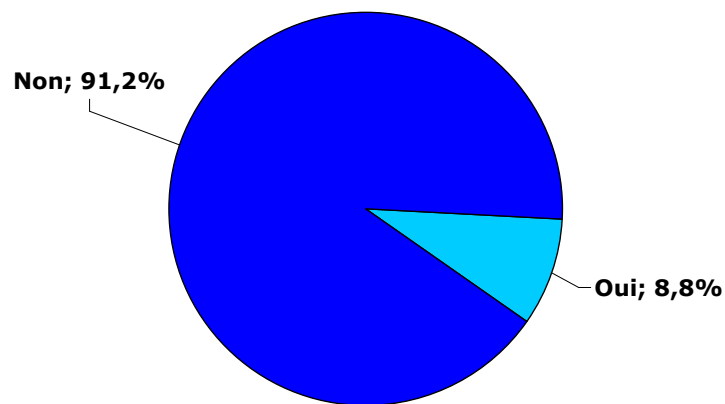
(745 individus)

□ Changement d'opérateur en 2008 : 12%

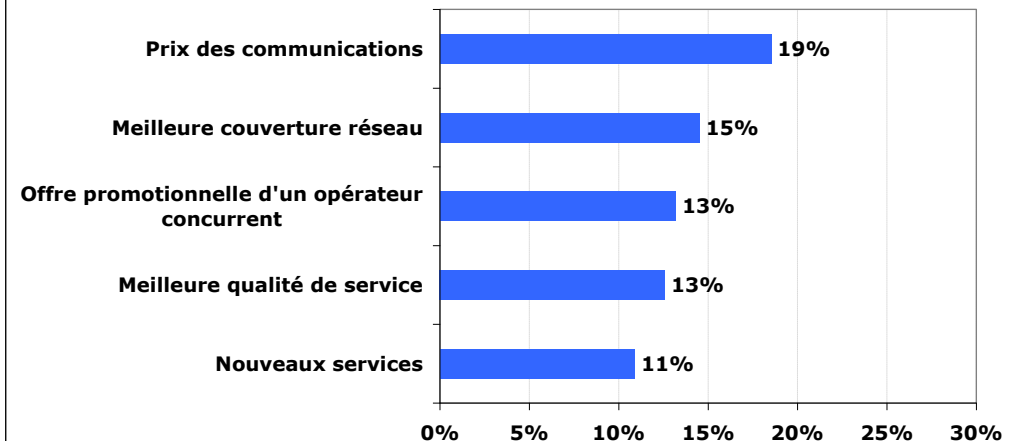
■ Les principales raisons :

- le **prix** des communications (19%)
- Une meilleure **couverture réseau** (15%).

Intentions de changer d'opérateur mobile dans les 12 prochains mois



Les raisons les plus fréquemment citées pour justifier le changement de l'opérateur mobile

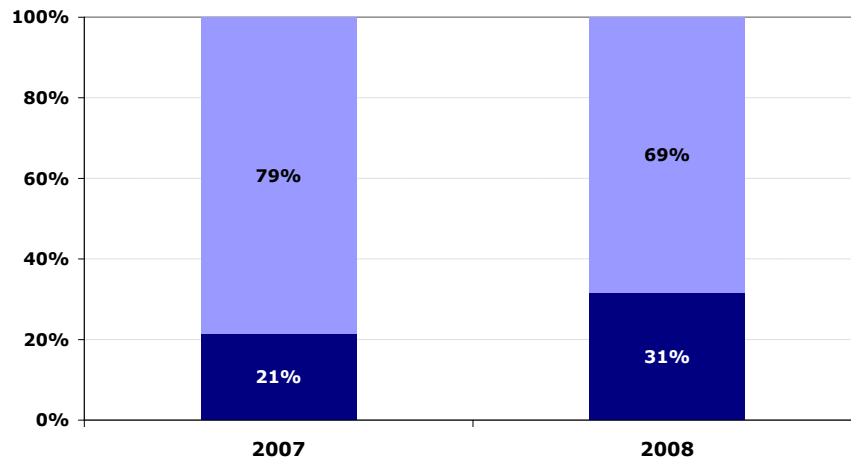


Particuliers et ménages

3G – Notoriété et usages

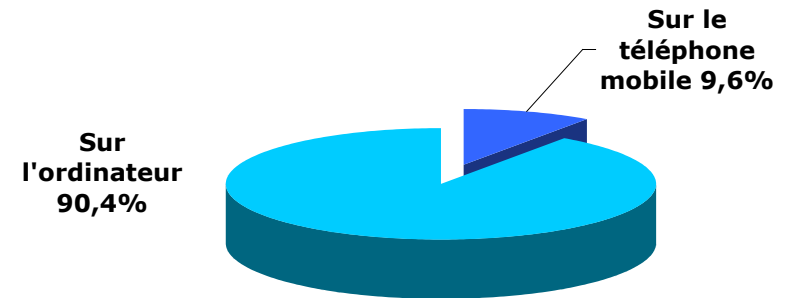
- **Croissance de la notoriété des services 3G : 31% en 2008.**
 - Nombre d'utilisateurs : 8% parmi les gens qui connaissent les services 3G.
 - Utilisation essentiellement à partir de l'ordinateur de l'utilisateur (90,4%).
- Importantes **intentions d'utilisation** des services 3G en 2009 : **55%**.

Personnes connaissant les services 3G



e

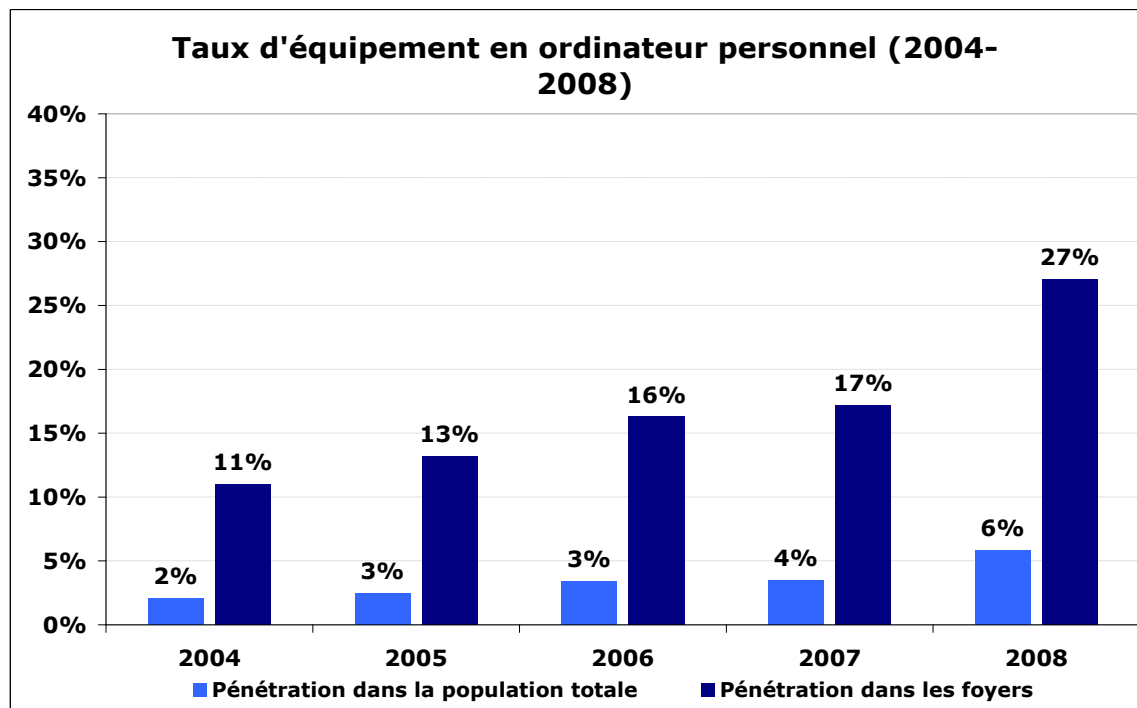
Utilisation des services 3G en 2008



Particuliers et ménages

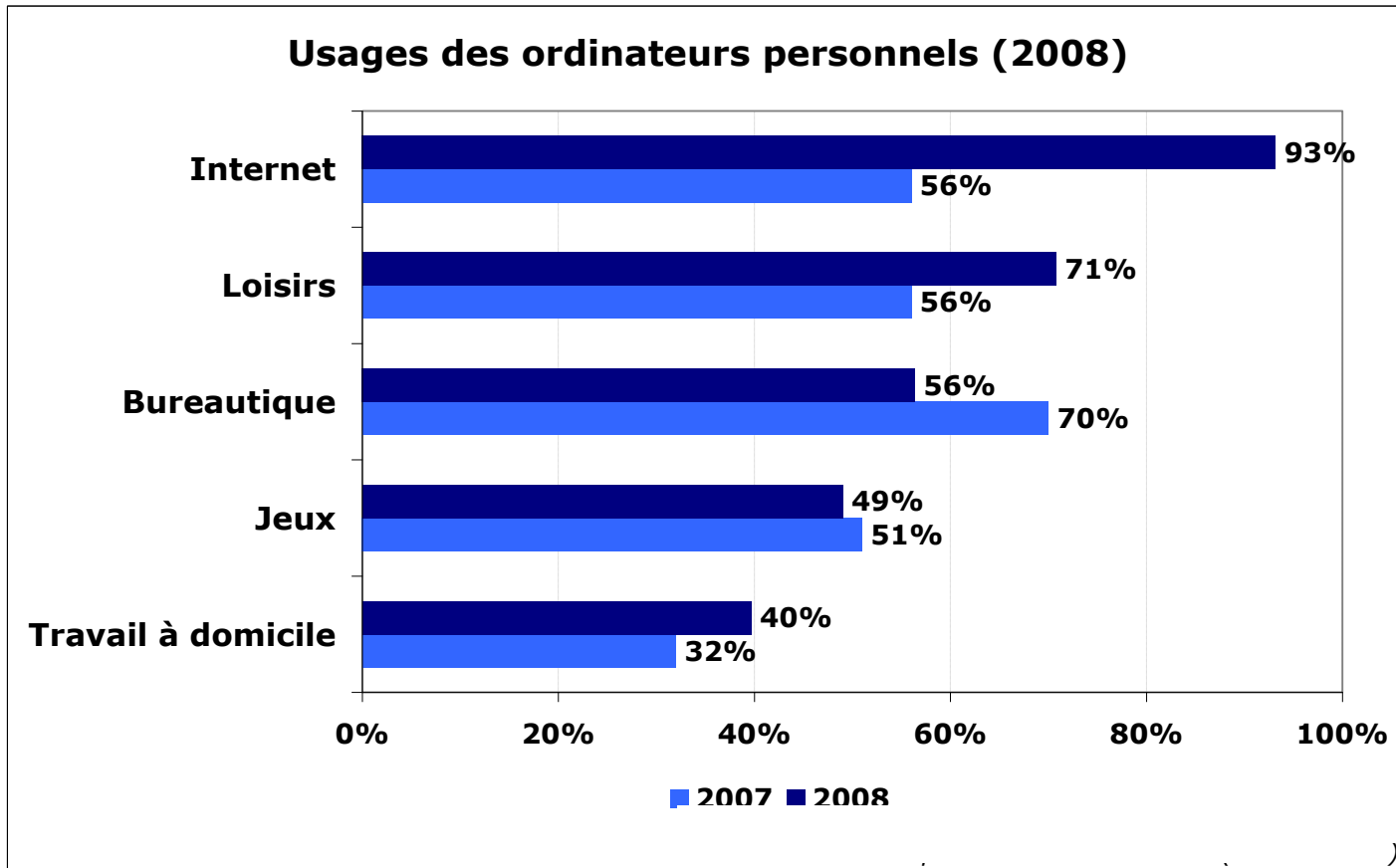
Équipement en ordinateur

- **Forte augmentation** du taux d'équipement en ordinateur personnel en 2008.
 - Equipement de près de 6% des individus et de 27% des foyers,
 - Impact des offres attractives des FAI et des initiatives gouvernementales « N@fida » et des programmes « PACTE » et « GENIE ».
- **Importantes intentions d'achat (37%) et de renouvellement (33%)** d'un ordinateur pour 2009.



Particuliers et ménages Usages de l'ordinateur

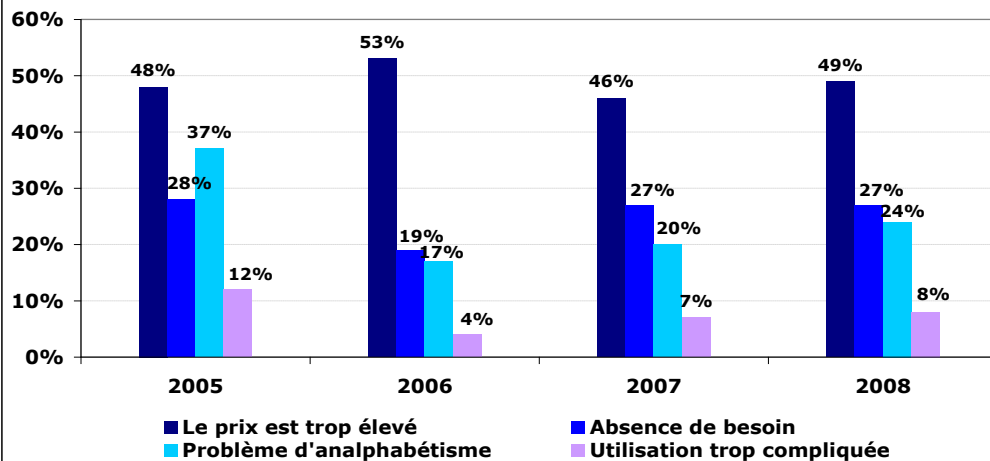
- **Utilisation de l'ordinateur pour accéder à Internet pour 93% des individus.**
 - Confirmation qu'Internet est un vecteur d'achat de l'ordinateur
 - Utilisation notable également pour les loisirs (71%) et la bureautique (50%).



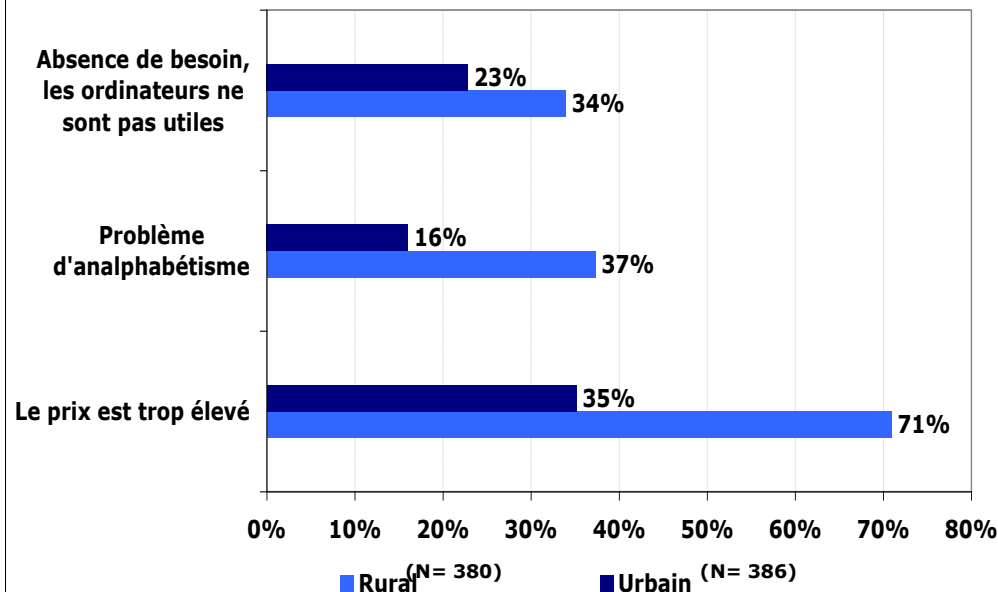
Freins à l'équipement en ordinateur

- Un **prix trop élevé** de l'ordinateur entraînant un **frein majeur à l'achat (50%)**.
 - D'autres facteurs freinent l'achat :
 - **l'absence de besoin** (27%)
 - **l'analphabétisme** (24%).

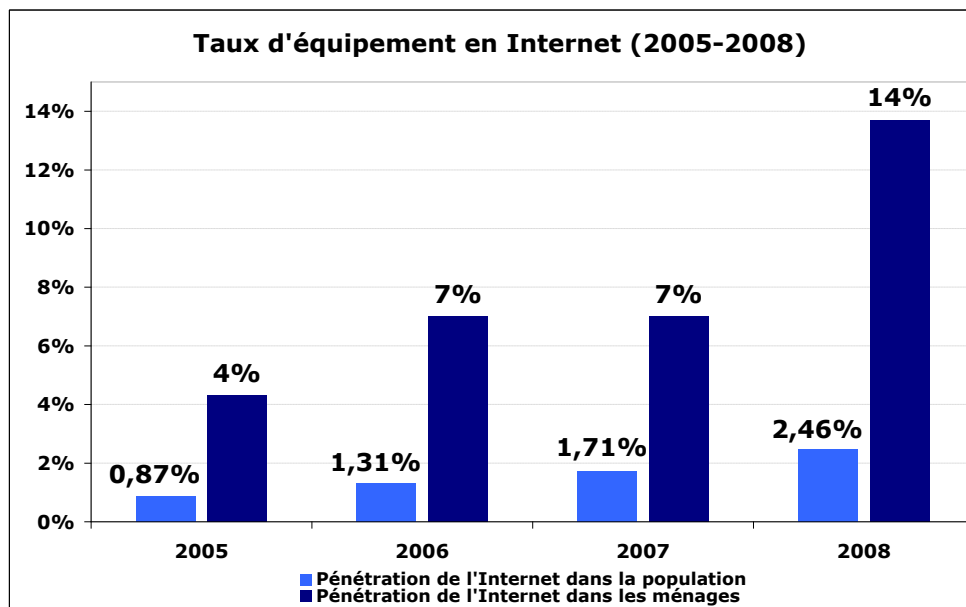
Les principales raisons d'absence d'un ordinateur à domicile (2005 - 2008)



Les principales raisons d'absence d'un ordinateur à domicile, selon le milieu de résidence - en 2008



□ Accélération de l'accès à Internet dans les ménages en 2008 :



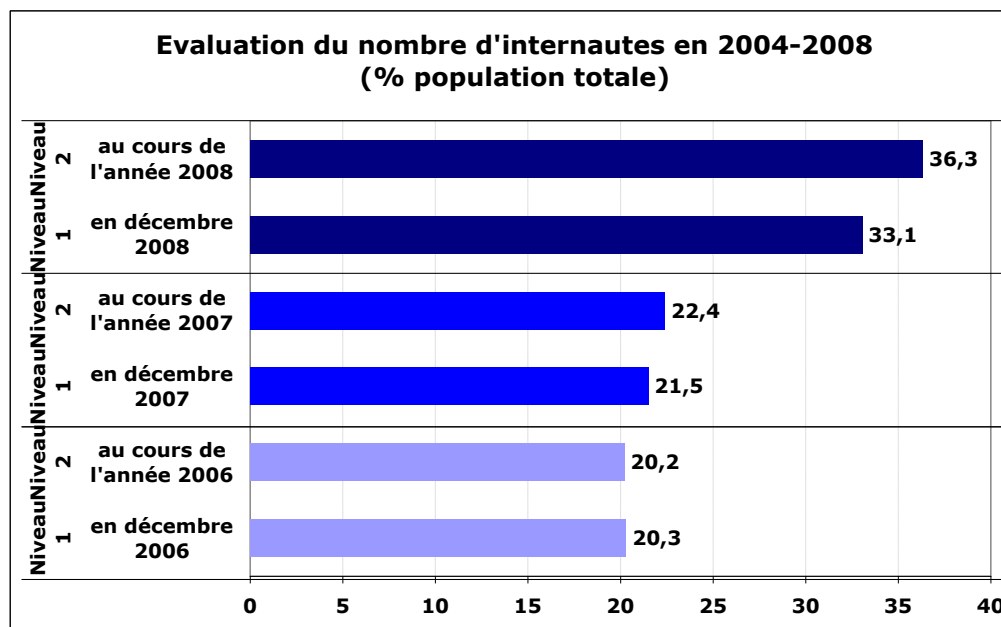
Particuliers et ménages

Accès à Internet

□ Démocratisation de l'accès à Internet

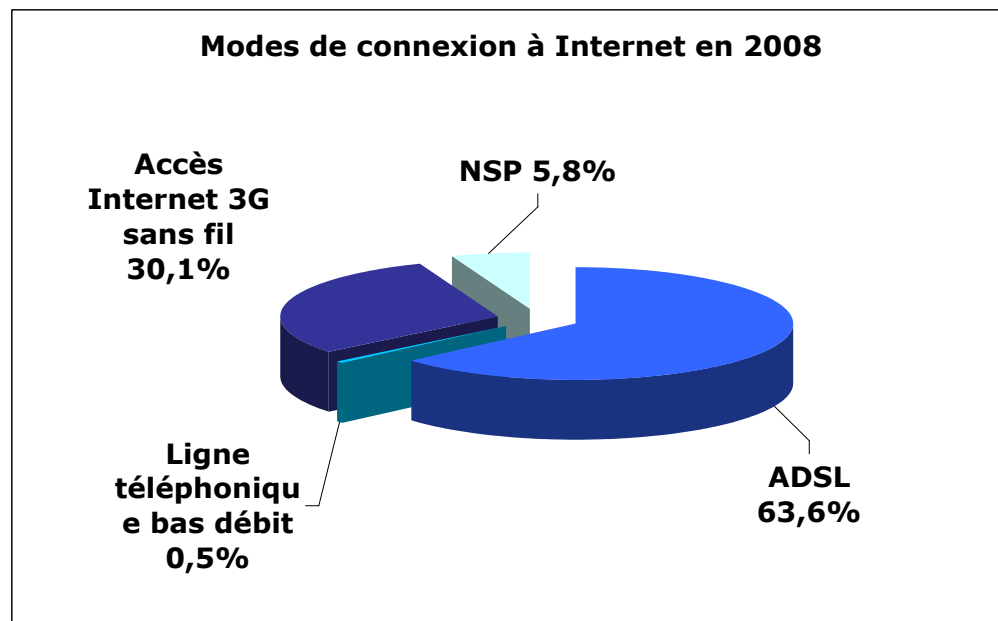
Internaute (en millions)	2004	2005	2006	2007	2008	Evolution 2008/2007
Niveau 1	3,5	4,6	6,1	6,6	10,3	+56%
Niveau 2	3,6	4,8	6,1	6,9	11,3	+63%

- **33% des individus** se sont connectés au moins une fois en décembre 2008 (**internaute de niveau 1**)
- **36% des individus** se sont connectés au moins une fois au cours de l'année 2008 (**internaute de niveau 2**)



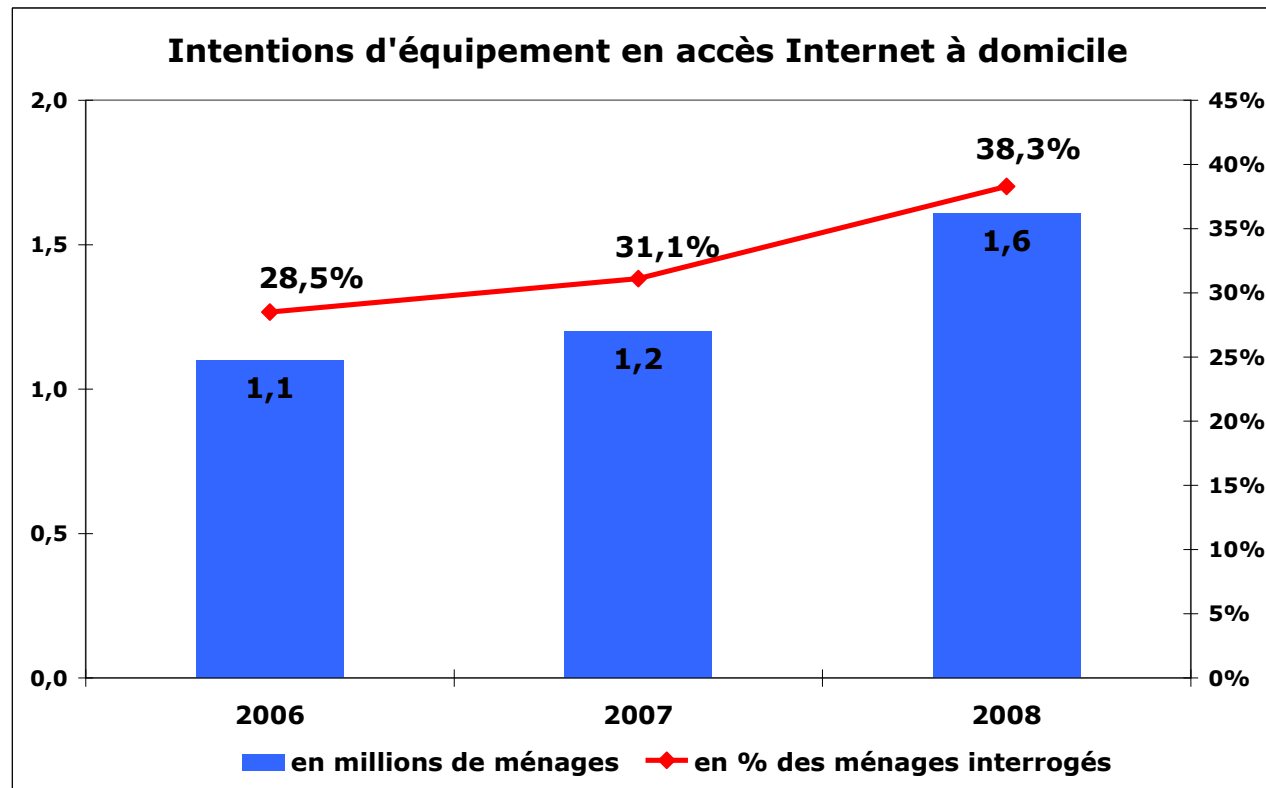
Particuliers et ménages

Internet – modes de connexion



- ❑ L'ADSL reste un **mode de connexion favori (64%)**.
- ❑ **Utilisation croissante de la 3G sans fil (30%)**.
- ❑ Disparition progressive du bas débit.

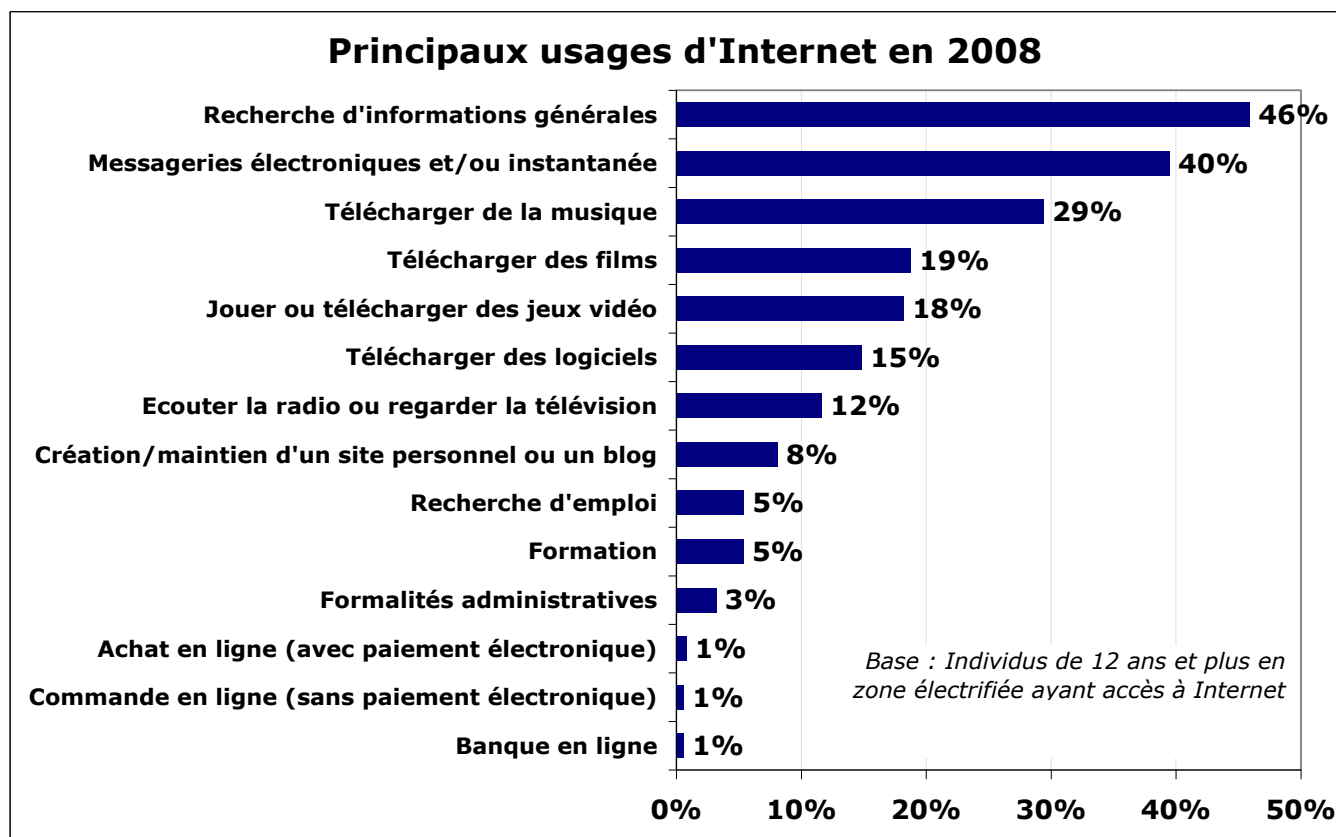
- **Hausse du potentiel de développement de l'Internet à domicile en 2008** (+10 points par rapport à 2006).
 - **38,3% des individus non équipés d'Internet à domicile ont l'intention de se doter d'un accès Internet dans les 12 prochains mois.**
 - Cela représente un potentiel de 1,6 millions de ménages.



Particuliers et ménages

Internet – principaux usages

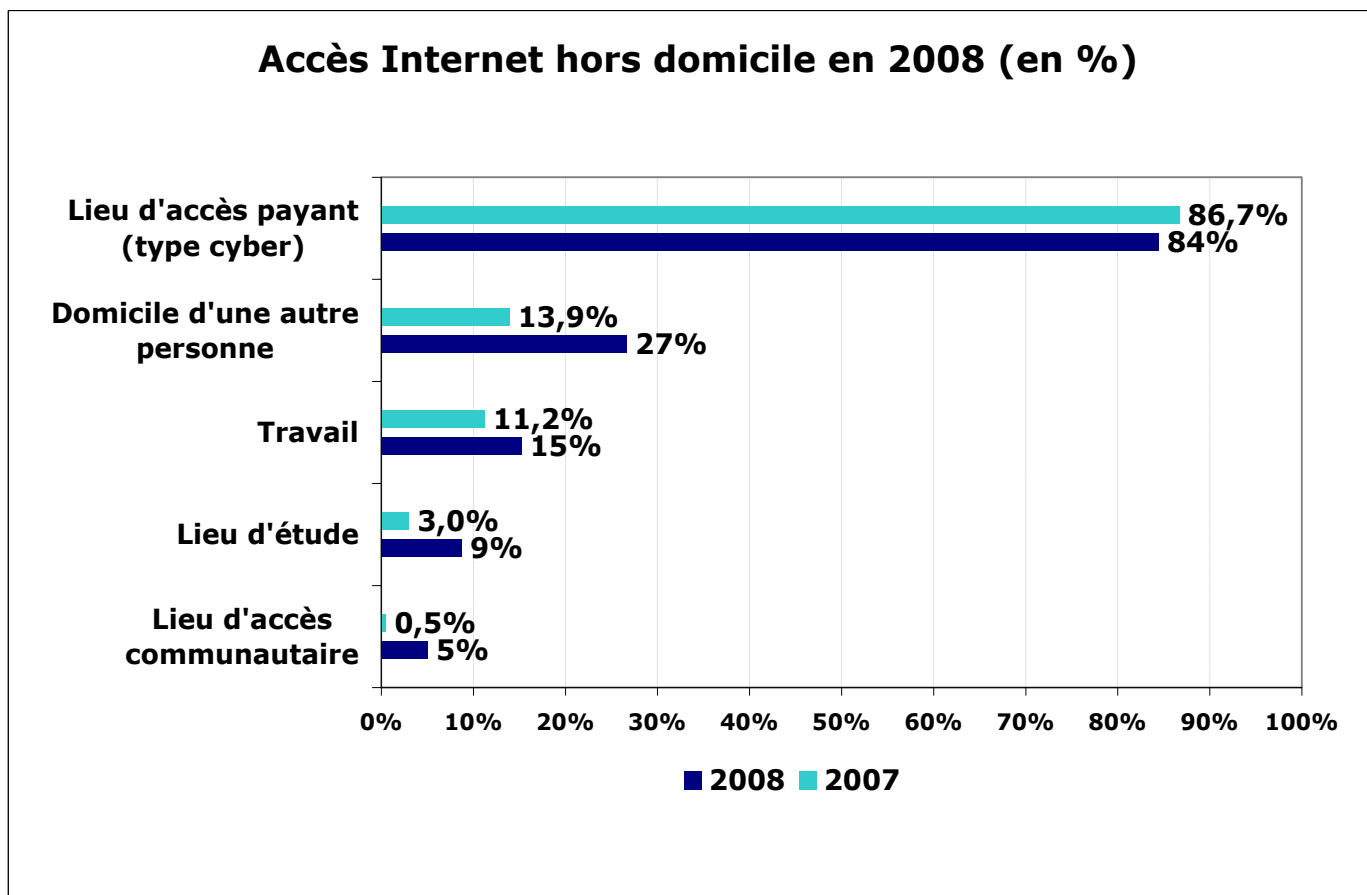
- **Les principaux usages** de l'Internet par les ménages :
 - la **recherche d'information** (46%) et la **messagerie électronique** (40%).
 - **Peu de succès pour le commerce en ligne**
- Utilisation hebdomadaire d'Internet pour 80% des individus



Particuliers et ménages

Internet – accès hors domicile

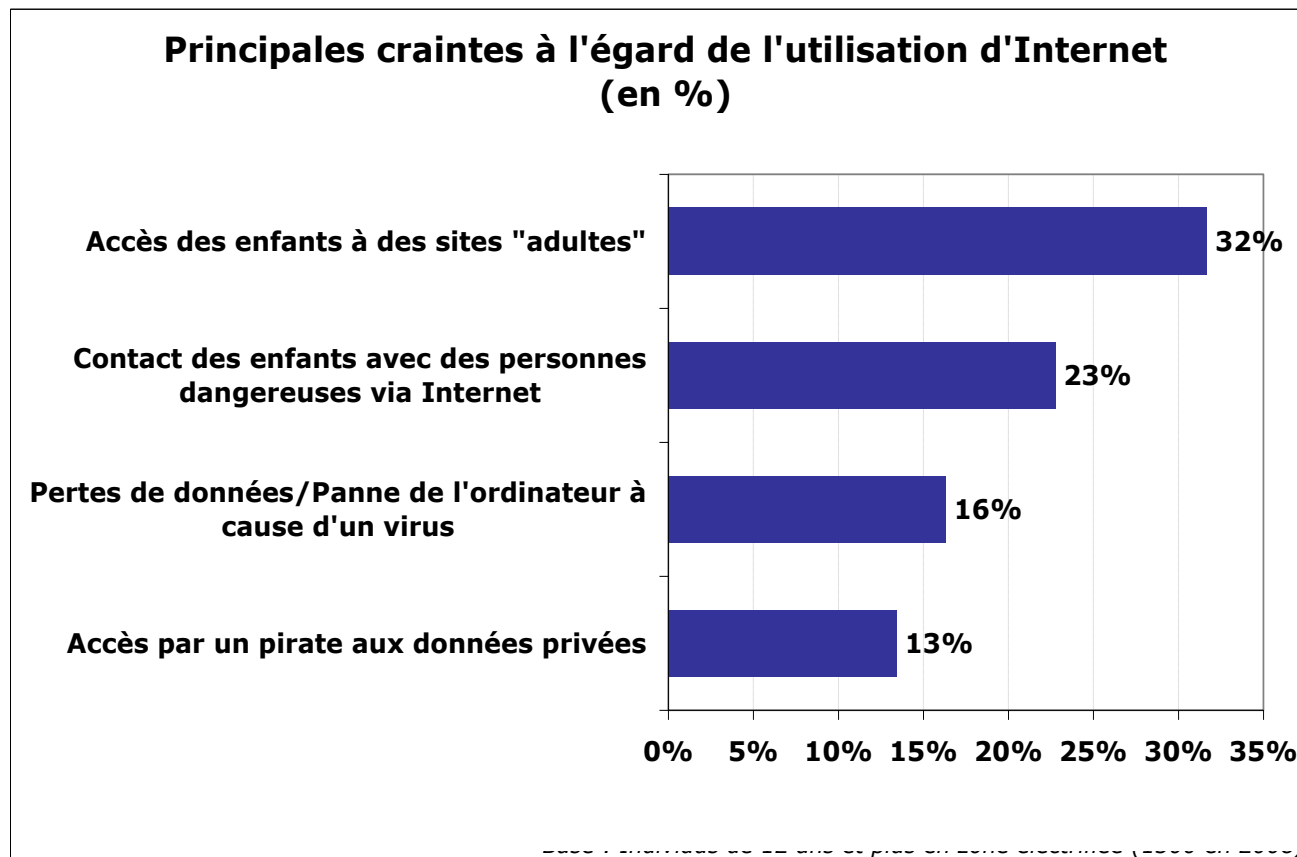
- **Accès hors domicile pour 43% des individus en 2008 contre 36% en 2007.**
 - 15% des individus ne disposent que d'un accès hors domicile, soit moins qu'en 2007 (28.4%)
 - Principal lieu d'accès à Internet hors domicile : le cybercafé (84% des individus)



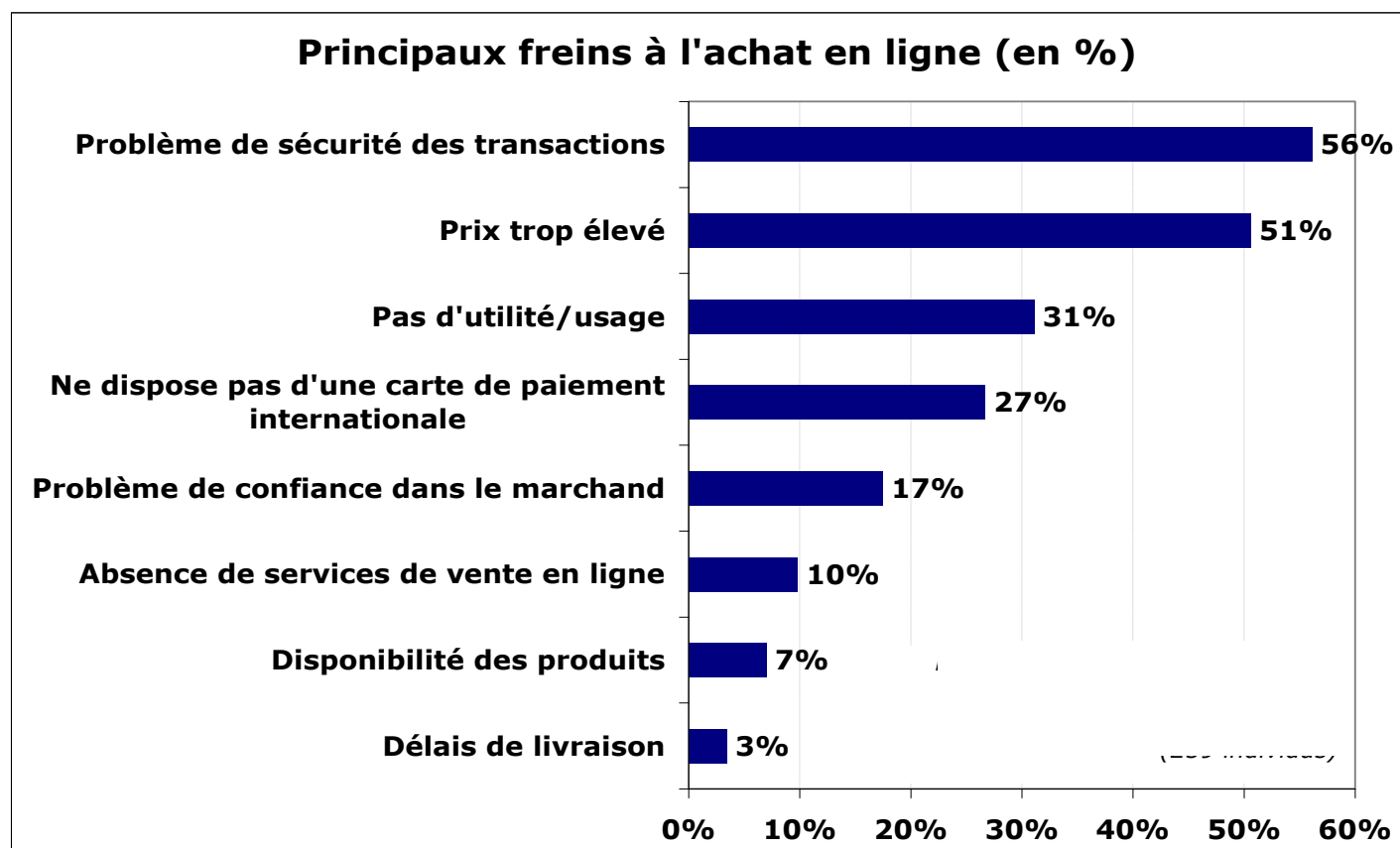
- **Principales raisons du non-équipement** en accès Internet:
 - le **coût trop élevé** des abonnements (60%)
 - le **non-équipement en ordinateur** pour 1 individu sur 3
 - **l'analphabétisme/manque de formation** (27%)
 - **l'absence d'utilité** (20%)
 - **La crainte des parents que l'Internet détourne leurs enfants de leurs études** (10%)

□ Principales craintes à l'égard de l'Internet :

- **La protection des enfants** vis-à-vis des sites « adultes » (32%)
- Les risques de **contact des enfants avec des personnes dangereuses** (23%)



- Les principaux **freins à l'achat en ligne** :
 - Le problème de la **sécurité des transactions**
 - Les **prix jugés trop élevés**
 - **L'absence d'utilité** ou de besoin.





Enquête Entreprises



❑ Cible d'enquête :

- Entreprises établies au Maroc
- Effectif supérieur ou égal à 4 personnes

❑ Méthode d'échantillonnage :

- Les entreprises ont été tirées aléatoirement parmi la base de l'annuaire des professionnels Kompass marocain édition 2008.
 - Choix justifié par l'absence d'une base de données Entreprises actualisée, exhaustive et fiable. Le Kompass constitue à ce jour une base de sondage pour les entreprises.
- A l'intérieur de chaque segment de taille (4 à 19 employés ; 20 employés et plus), les entreprises ont été sélectionnées par un tirage aléatoire systématique.

❑ Questionnaire :

- Le questionnaire utilisé pour l'enquête 2008 a été enrichi par de nouveaux indicateurs.

Rappel méthodologique

❑ Méthode d'administration du questionnaire :

- Entretiens téléphoniques avec le chef d'entreprise ou le Responsable SI
- Le questionnaire a été administré en français ou en arabe dialectal selon le profil linguistique du répondant.
- L'enquête s'est déroulée entre le 09 et le 19 mars 2009.

❑ Taille de l'échantillon et répartition :

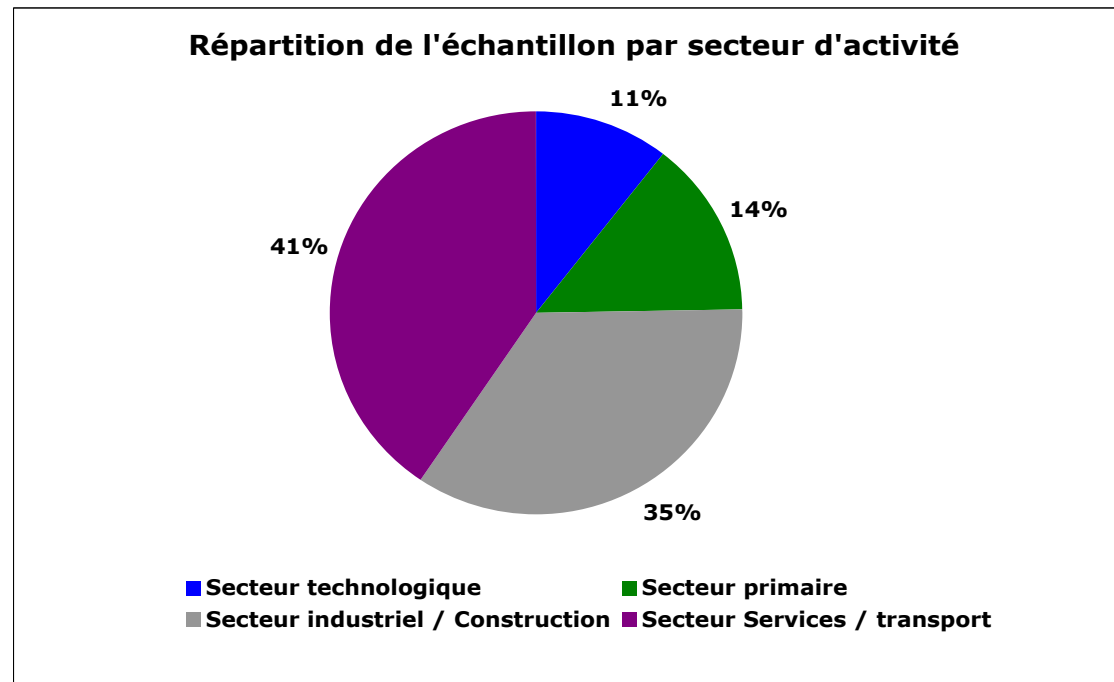
- L'échantillon est constitué de 500 entreprises.
 - Ce dimensionnement correspond à une marge d'erreur de +/- 4,4 %.
- Des quotas avaient été fixés par segment de taille ; le tableau suivant résume la répartition des quotas en 2008.

Taille	Répartition théorique		Echantillon théorique	Echantillon consulté
Entreprises de 4 à 19 personnes	81 362	91%	455	242
Entreprises de 20 personnes et plus	7 918	9%	45	258
Total	89 280	100%	500	500

Rappel méthodologique

- Par ailleurs, l'échantillon enquêté se répartit par secteur d'activité de la manière suivante :

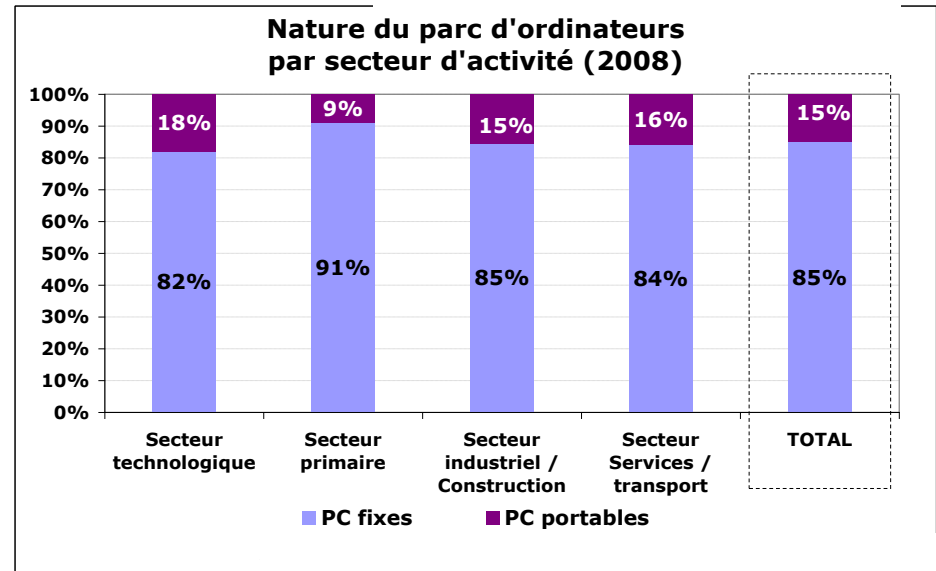
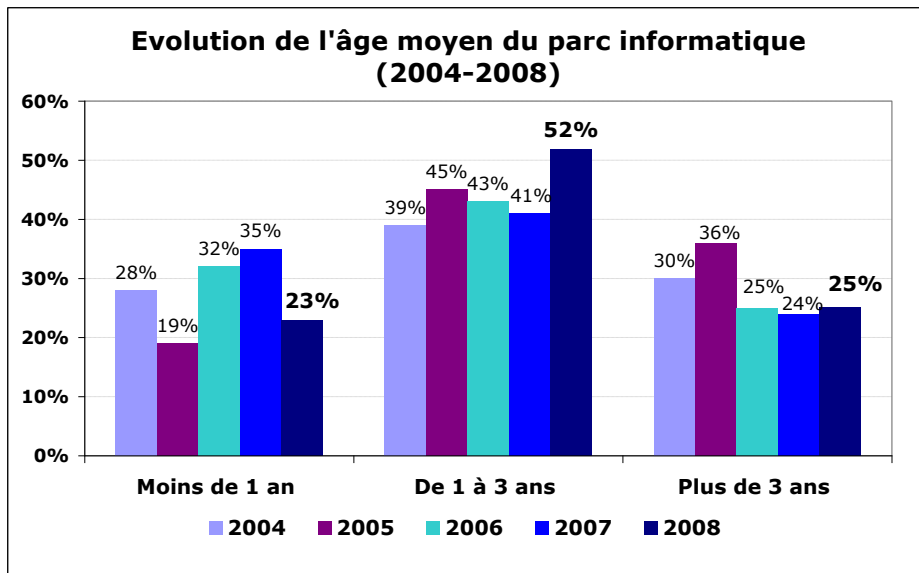
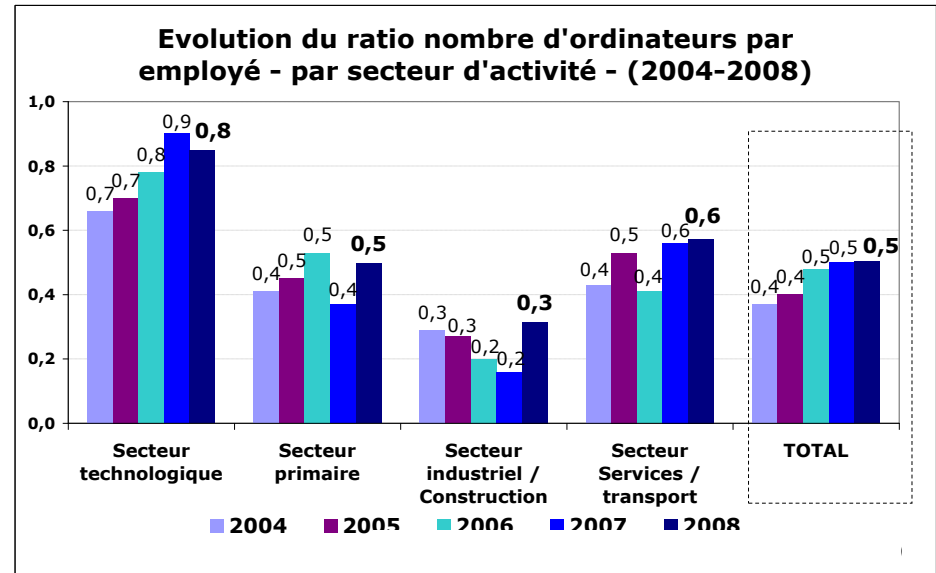
Secteur	2008
Secteur technologique	53
Secteur primaire	71
Secteur industriel / Construction	173
Secteur Services / transport	203



Résultats de l'enquête Entreprises

Équipement en ordinateur – Parc d'ordinateurs

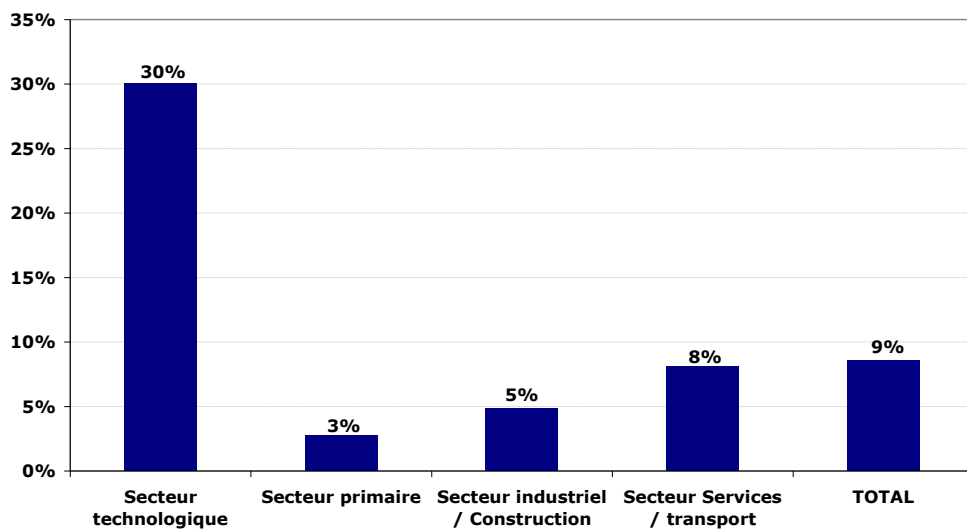
- Environ 1 ordinateur pour deux employés (stable)
 - Le secteur technologique reste naturellement le mieux équipé
- Parc majoritairement constitué d'ordinateurs fixes desktop à hauteur de 85%
 - et il est un peu moins jeune en 2008 qu'en 2007.



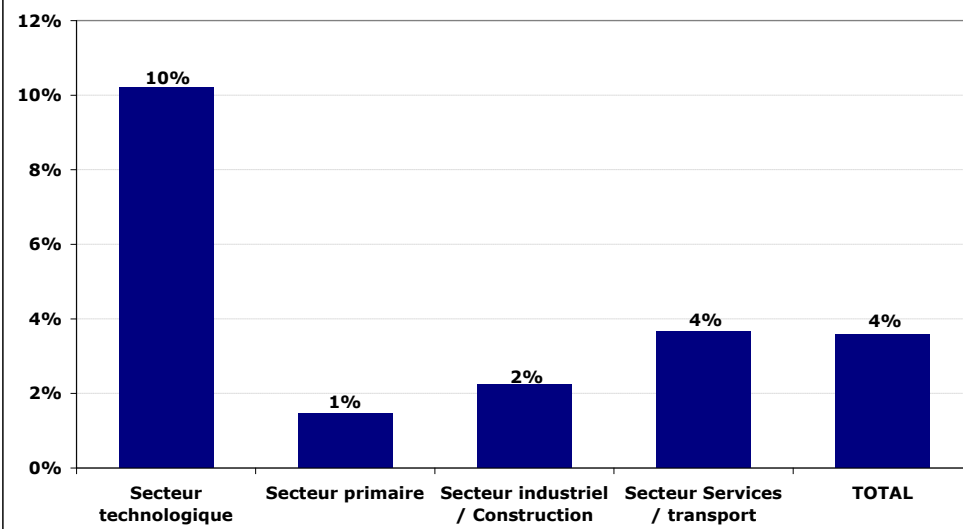
Résultats de l'enquête Entreprises

Choix en matière de TIC

Evolution de la part de l'investissement consacrée aux TIC - par secteur d'activité - (2008)



Evolution de la part du budget formation consacrée aux TIC - par secteur d'activité - (2008)



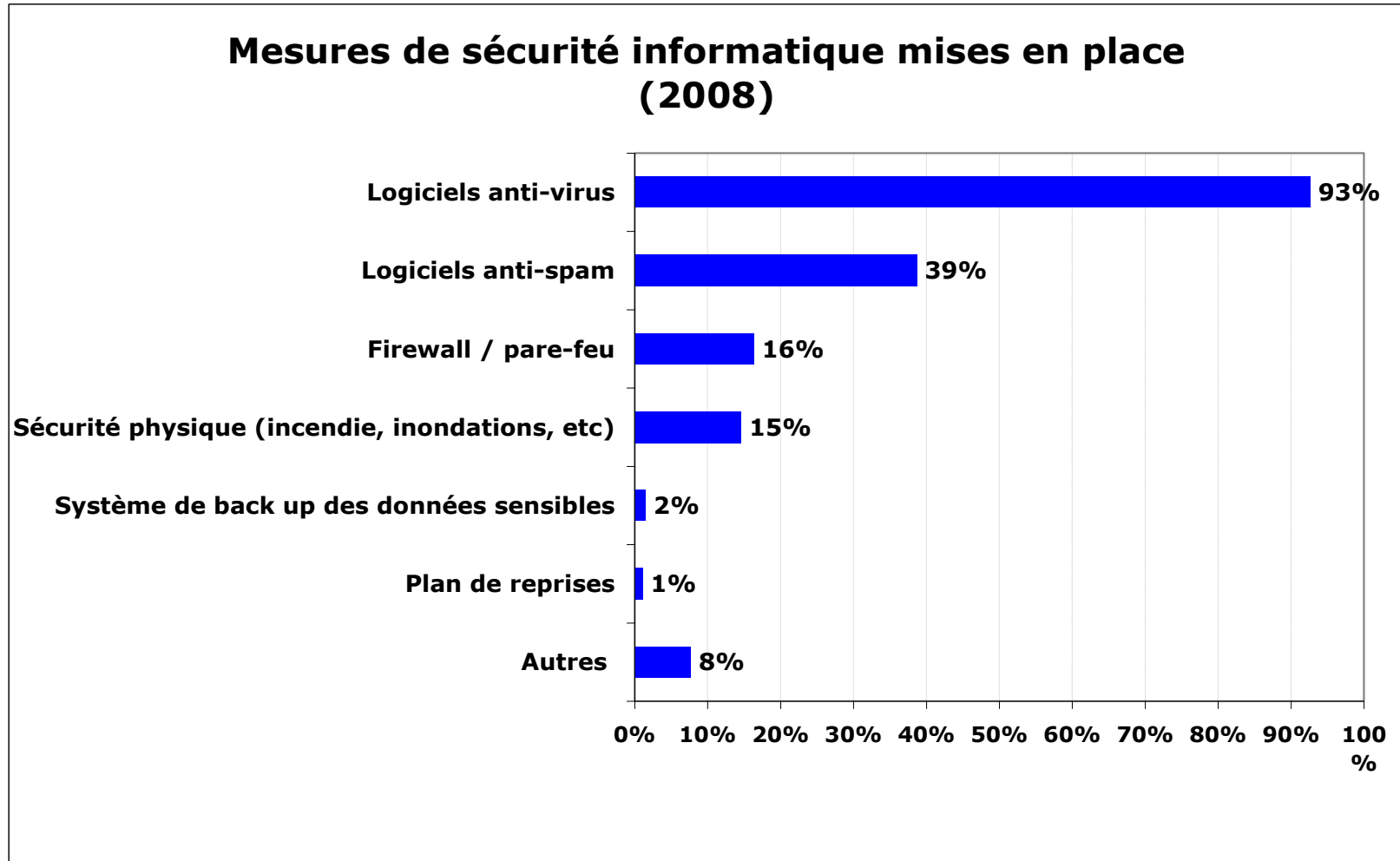
□ La **part d'investissement dans les TIC est de 9%** en 2008.

- Le **secteur technologique** est naturellement celui où ce taux est le plus élevé (**30%**), suivi du secteur des services/transport (8%).

□ La part du **budget formation consacrée aux TIC atteint près de 4%** en 2008 sur le total échantillon ; elle atteint un maximum de 10% dans le secteur technologique.

Résultats de l'enquête Entreprises Choix en matière de TIC

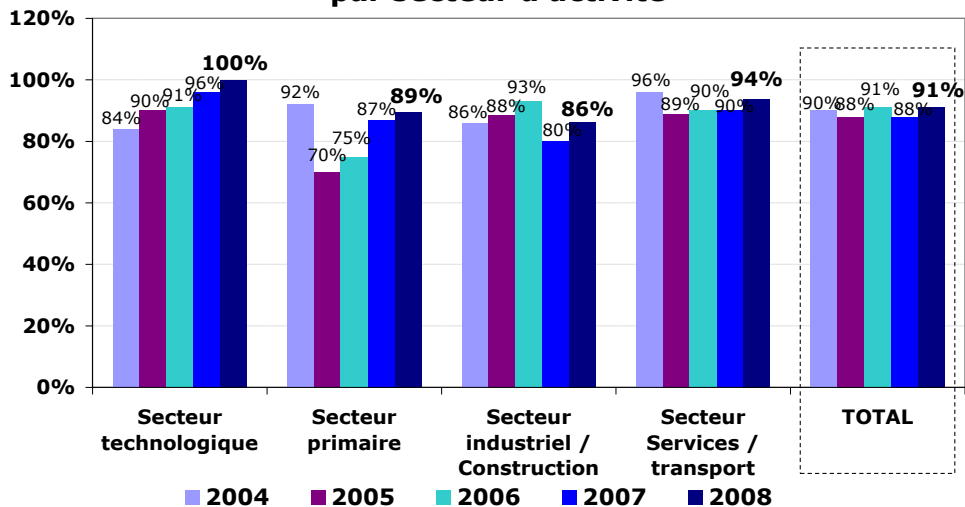
- Les deux **mesures de sécurité informatique** les plus adoptées sont les **anti-virus et anti-spams**.



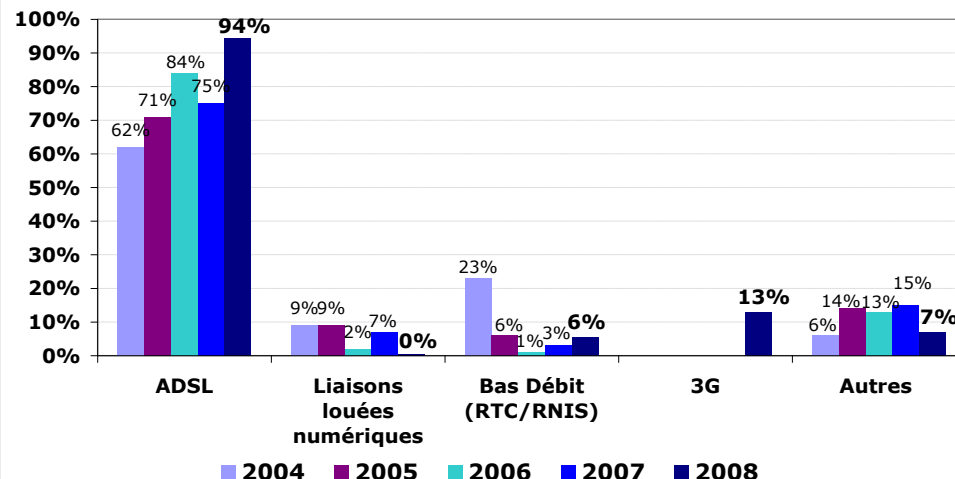
Résultats de l'enquête Entreprises

Accès à Internet – pénétration et modes d'accès

Taux d'entreprises connectées à Internet
- par secteur d'activité -



Les modes de connexion à Internet utilisés
(2004 -2008)

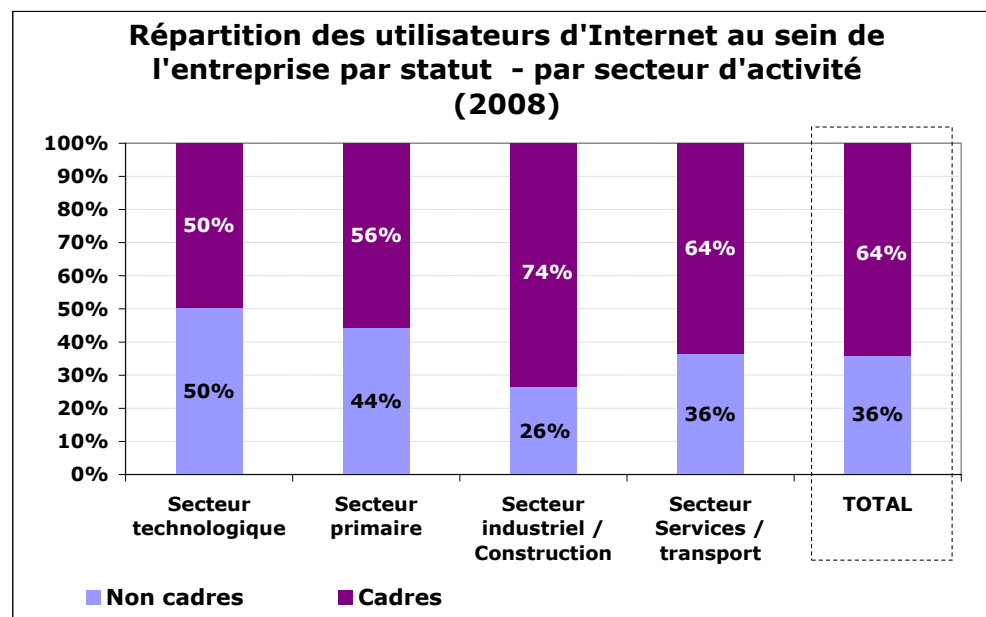
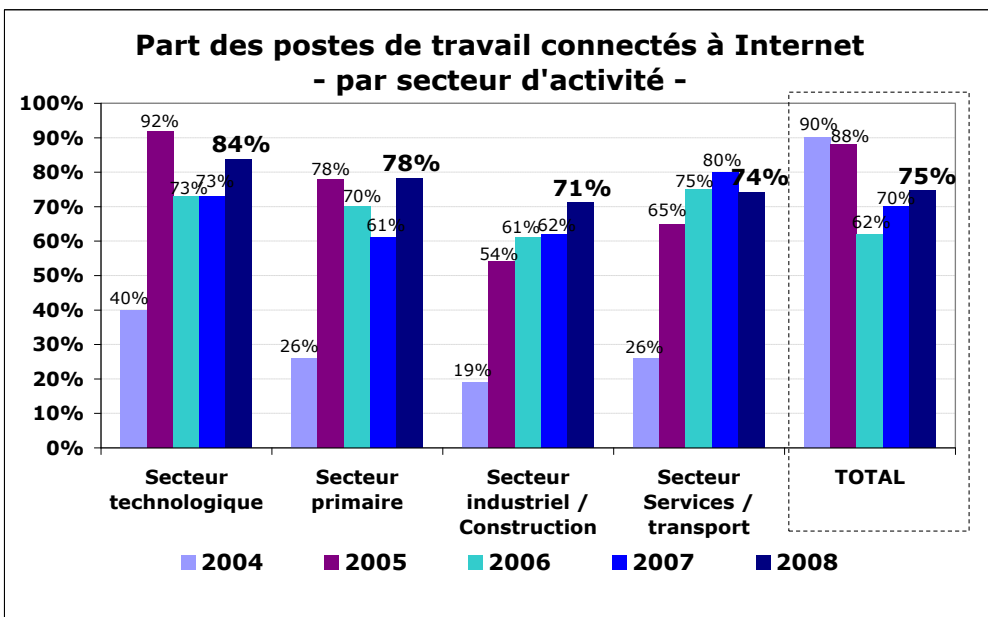


- La quasi-totalité des entreprises interrogées sont connectées à Internet en 2008 (91%).
 - Le mode de connexion privilégié à Internet est l'**ADSL**, avec la plus forte augmentation par rapport à l'année dernière.
 - On note la percée de la 3G avec un taux de **13%** des entreprises connectées.

Résultats de l'enquête Entreprises

Accès à Internet – équipement des postes de travail

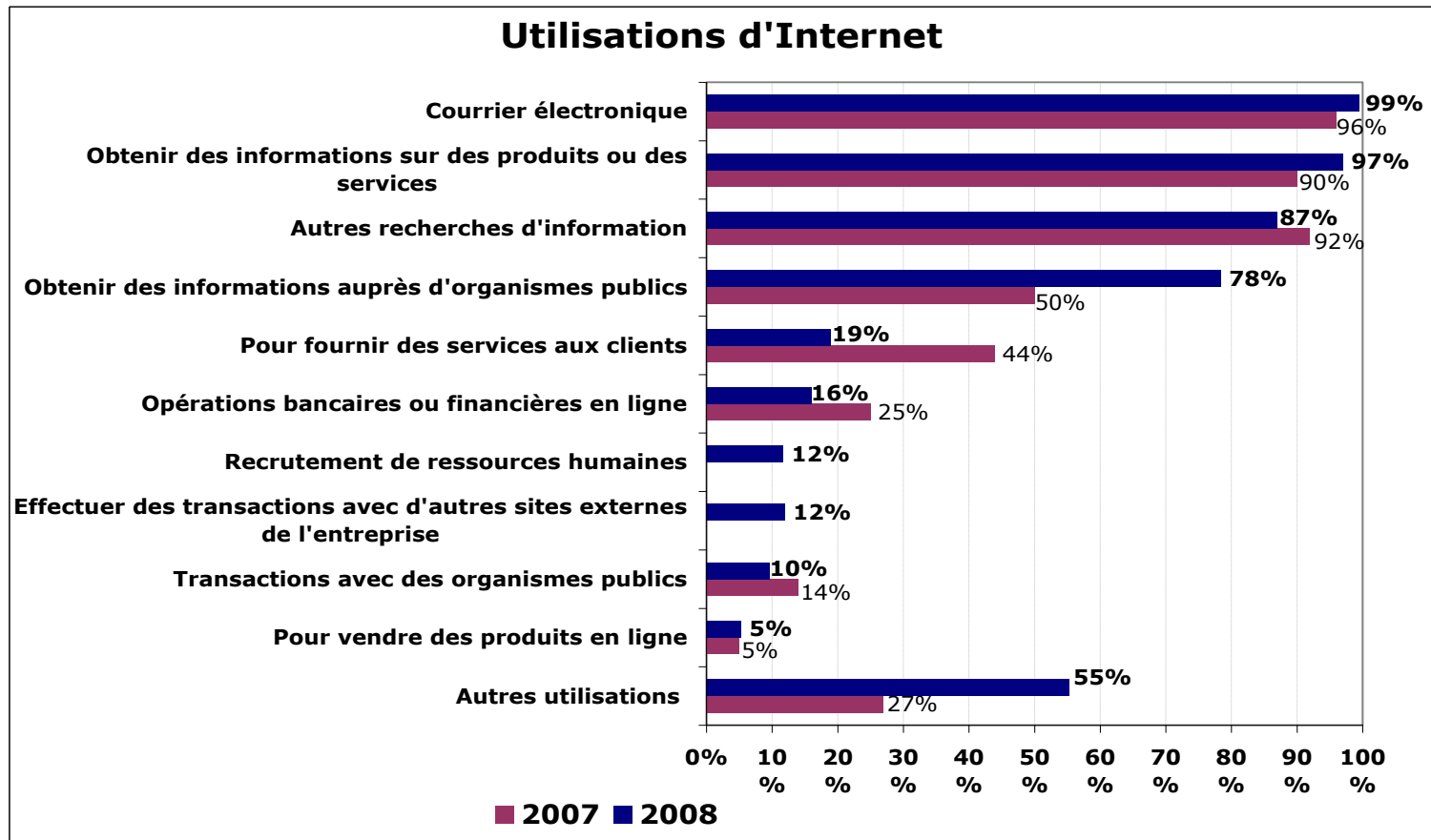
- ❑ La part des **postes de travail connectés à Internet** a continué à **augmenter** en 2008 pour atteindre **75%** en 2008 (+5 points par rapport à 2007).
- ❑ **64% des utilisateurs d'Internet en entreprise sont des cadres.**
 - Dans le secteur industriel près des trois quarts des utilisateurs sont des cadres.
 - Le secteur technologique connaît une répartition équitable de l'accès à Internet des salariés cadres et non cadres.



Résultats de l'enquête Entreprises

Usages d'Internet

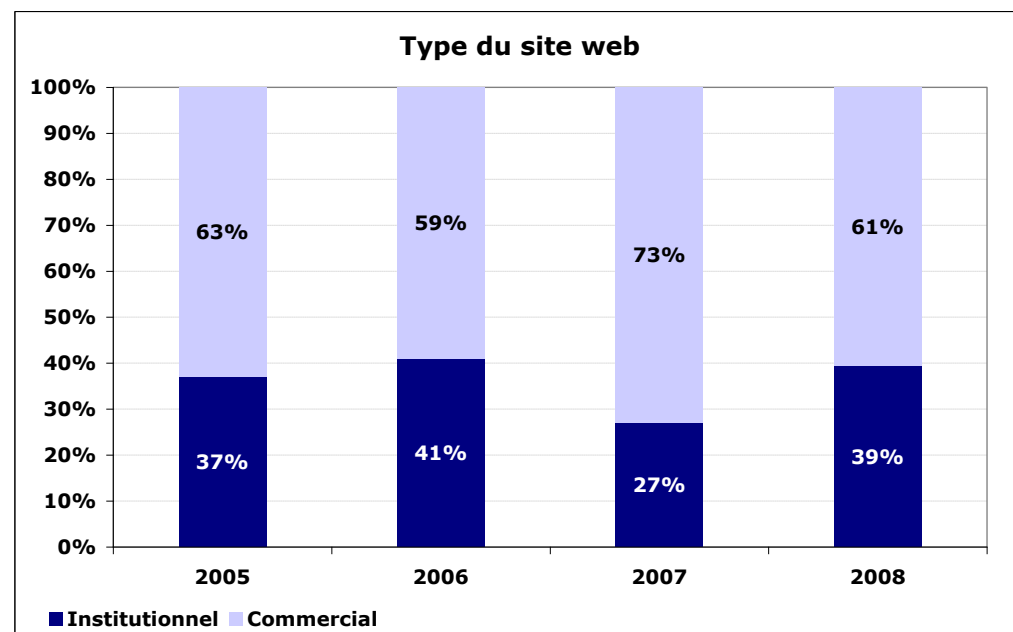
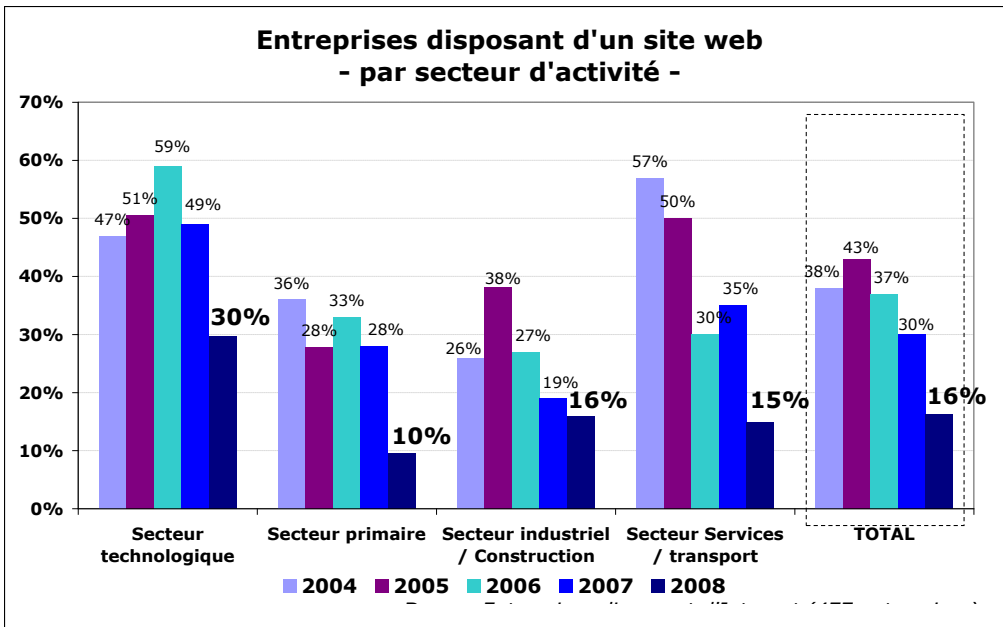
- La **messagerie et la recherche d'information** restent les principaux usages d'Internet dans les entreprises (>95%).
- L'obtention d'information auprès d'organismes publics** a connu une forte augmentation (78%).



Résultats de l'enquête Entreprises

Usages d'Internet – site web

- En 2008, 16% des entreprises disposent d'un site web.
- La majorité (61%) des sites d'entreprises sont des sites plutôt à caractère commercial.

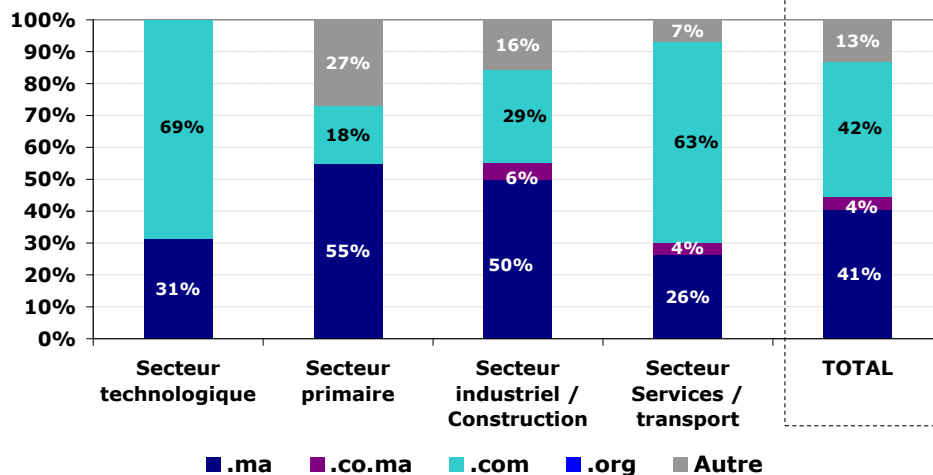


Résultats de l'enquête Entreprises

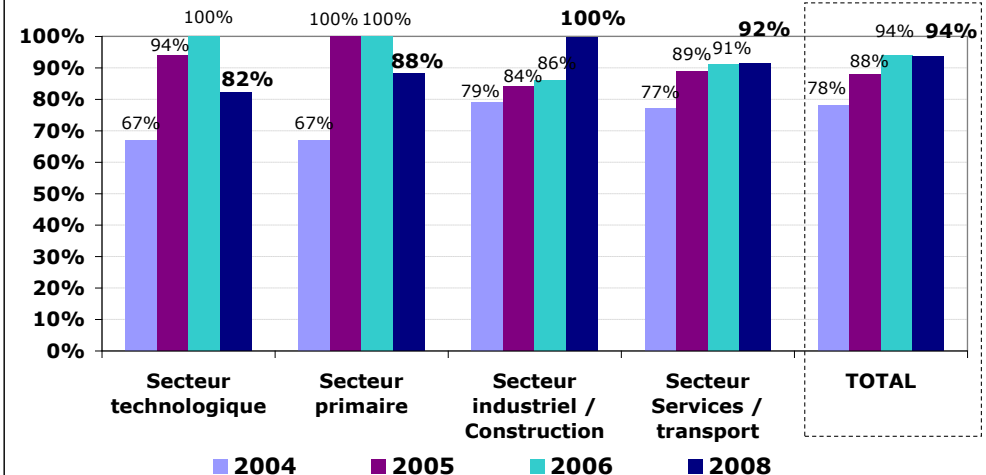
Usages d'Internet – site web

- La plupart des entreprises (**94%**) qui disposent d'un site web possèdent un **nom de domaine propre**.
 - Globalement, **les extensions en «.ma» et en «.com » sont les plus répandues.**

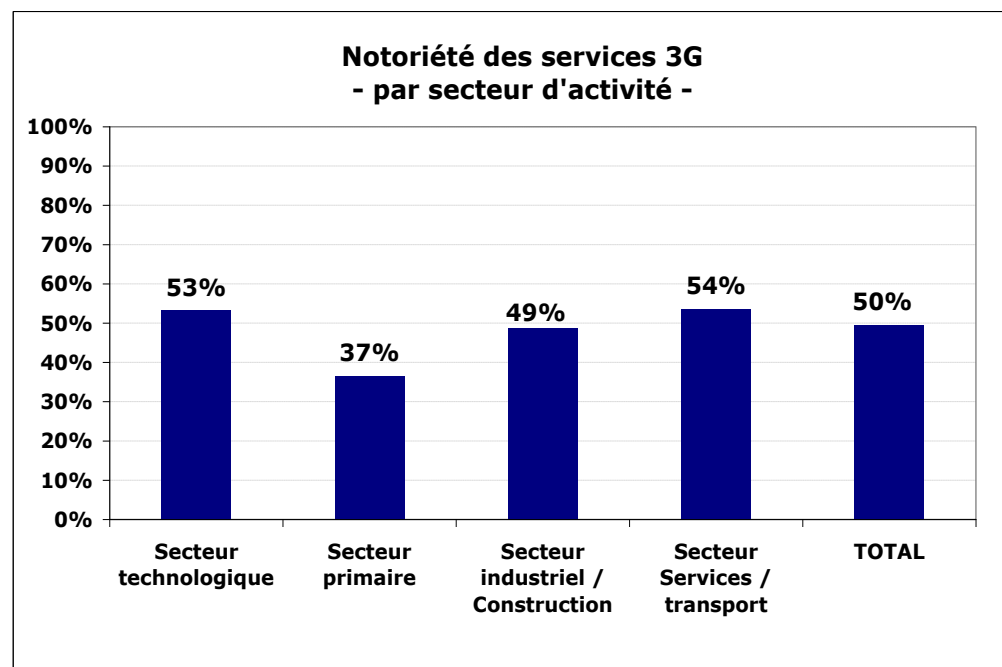
Noms de domaine utilisés par secteur d'activité (2008)



Entreprises disposant d'un nom de domaine propre - par secteur d'activité (2004-2008)



Résultats de l'enquête Entreprises Usages d'Internet – Services 3G



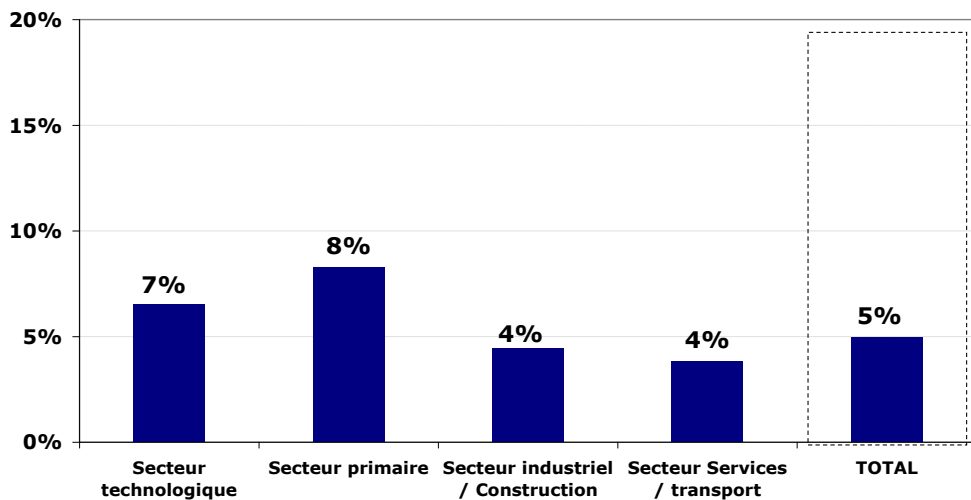
- ❑ **50% des entreprises interrogées déclarent connaître les services 3G.**
- ❑ Les **services 3G ont réalisé une percée notoire** (13% de taux d'équipement auprès des entreprises connectées) **relativement à leur entrée très récente sur le marché.**

Résultats de l'enquête Entreprises

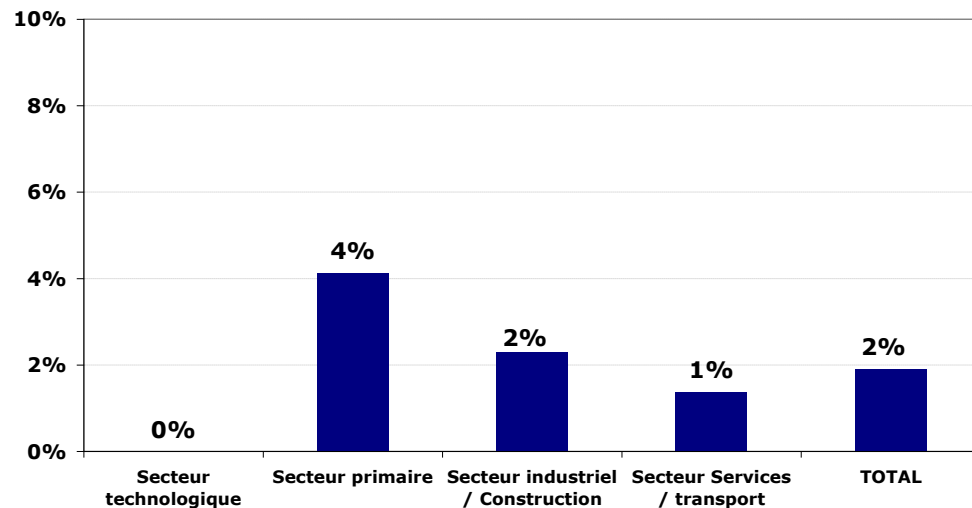
Usages d'Internet – commerce en ligne

- Le **commerce électronique** accuse un **faible développement** auprès des entreprises aussi bien sur le plan de la vente que de l'achat en ligne étant donné le faible taux d'utilisation et le désintérêt constatés.

Entreprises pratiquant l'achat en ligne
- par secteur d'activité en 2008 -



Entreprises pratiquant la vente en ligne
- par secteur d'activité en 2008 -



- Les intentions de commerce en ligne restent limitées et diminuent année après année.**
 - Baisse continue depuis 2006 des intentions d'achat en ligne, pour atteindre 5% en 2008.
 - Tendance identique pour les intentions de vente en ligne : 7% en 2008.

Résultats de l'enquête Entreprises

Usages d'Internet – commerce en ligne (freins)

- Pour 38% des entreprises ayant accès à Internet, la **clientèle n'est pas prête à acheter en ligne** et 37% déclarent que leurs **produits sont peu adaptés au commerce en ligne**.
- Le **risque d'insécurité de paiement** est souvent cité comme frein aussi au commerce en ligne (27%).

