



Observatoire des Technologies de l'Information

Introduction

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'objectif de l'observatoire des technologies de l'information est de :

- Compléter les informations collectées auprès des opérateurs sur le marché des services fixes, mobile et de l'Internet et traiter les questions d'usage et de comportement vis à vis des TIC afin d'analyser des aspects qualitatifs, tels que les usages ou les freins.
- Favoriser une connaissance précise et chiffrée de l'état et de l'évolution de la société de l'information au Maroc ;
- Orienter et suivre l'impact des décisions réglementaires et des initiatives gouvernementales sur le développement des TIC et le degré d'usage et d'appropriation de ces technologies par les citoyens et par les entreprises ;
- Constituer un support de communication au niveau nationale ;
- Permettre d'alimenter les bases de données internationales (UIT, CNUCED, etc.) et servir notamment pour le calcul des indices TIC qui classent les pays par rapport à leur niveau de développement des TIC.

La cinquième édition de l'enquête nationale sur les Technologies de l'Information au Maroc initiée par l'ANRT a été réalisée dans la continuité des précédentes enquêtes pour permettre une comparaison et un suivi de certains indicateurs clés. Toutefois, la liste des indicateurs a été actualisée et enrichie suite aux recommandations internationales et à l'évolution du marché national.

Enquête de collecte des indicateurs TIC

Eléments méthodologiques

Les indicateurs

Les indicateurs TIC mesurés peuvent être regroupés en trois catégories principales :

- Le niveau d'équipement
- L'accès
- L'usage

L'échantillon « Ménages/Particuliers »

La population cible de l'enquête « Particuliers » est constituée des personnes âgées de 12 ans et plus vivant en milieu urbain ou rural électrifié (98% des ménages ruraux sont électrifiés à fin 2008 selon le MEM). Nous touchons ainsi 68% de la population nationale.

La base de référence pour la population à étudier a été établie conformément au recensement 2004 et aux projections 2008 réalisées par le Haut Commissariat au Plan (HCP).

L'échantillon a été fixé à 1300 répondants (850 urbains et 450 ruraux), ce qui correspond à une marge d'erreur de +/- 2,5%.

Pour assurer un échantillon représentatif de la population, des quotas ont été fixés selon les critères suivants :

- le sexe,
- l'âge,
- la CSP,
- le milieu de résidence (urbain / rural).

Les questionnaires ont été administrés en face à face, en français ou en arabe dialectal (selon le profil linguistique du répondant) durant la période comprise entre le 9 mars et le 3 avril 2009.

L'échantillon « Entreprises »

Les caractéristiques des entreprises cibles sont les suivantes :

- Entreprises établies au Maroc
- Ayant un effectif supérieur ou égal à 4 personnes

L'échantillon est constitué de 500 entreprises (la moitié ayant un effectif compris entre 4 à 19 employés et l'autre moitié ayant 20 employés ou plus), ce qui correspond à une marge d'erreur de +/- 4,4 %.

En l'absence d'une base de données fiable et exhaustive au Maroc, l'échantillon a été établi selon un procédé de tirage aléatoire dans la base de l'annuaire des professionnels Kompas marocain (édition 2008) qui compte 10979 entreprises en 2008.

Les entreprises interrogées ont été classées selon 4 secteurs d'activité définis comme suit :

- Le secteur technologique, comprenant les entreprises dont l'activité couvre un des domaines suivants : Web et Multimédias, Construction de Réseaux, Solutions Intégrées d'Entreprises, Développement de logiciels, Mobile (applicatifs et services sur le mobile), Centres d'Appels (CRM), Télé-services et Outsourcing, Equipements, Electronique, Services Informatiques, Enseignement à distance, Consulting ;
- Le secteur primaire, comprenant les entreprises dont l'activité couvre un des domaines suivants : Pêche, Forêts / Chasse, Culture, Élevage, Activités annexes à l'agriculture ;

Le secteur Industrie / Construction, comprenant les entreprises dont l'activité couvre un des domaines suivants : Électricité et eau, Pétrole et carburant, Extraction et préparation des minéraux et minerais divers, Transformation de métaux, Industrie chimique, Industrie alimentaire, boissons, tabacs, Textiles et confections, Cuirs et chaussures, Bois et ameublement, papiers et cartons, imprimeries, presse et édition, Matériaux de construction et travaux publics ;

- Le secteur Services / Transport, comprenant les entreprises dont l'activité couvre un des domaines suivants : Transport et communication, Commerce, Finance, Hôtellerie et restauration, Intermédiaires et auxiliaires du service et de l'industrie, Affaires immobilières, Services domestiques, Hygiène, Autres services.

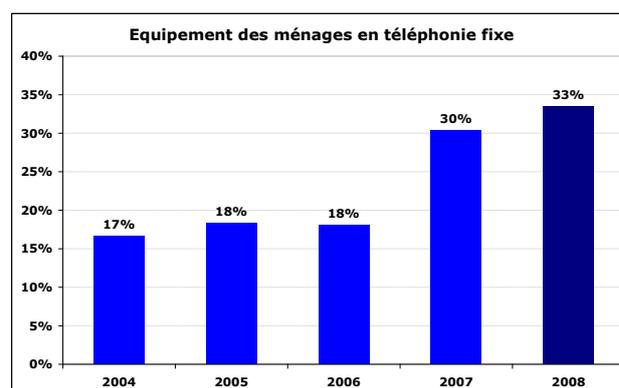
Le questionnaire a été déroulé par téléphone en français ou en arabe dialectal (selon le profil linguistique du répondant) durant la période comprise entre le 9 et le 19 mars 2009.

Les ménages et les TIC

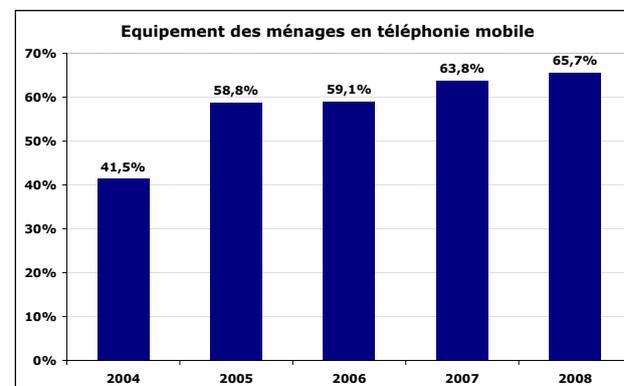
Téléphonie fixe et mobile

Après une hausse importante entre 2004 et 2007 (100%), la croissance de la pénétration des lignes fixes ralentit en 2008, même si elle reste positive (7%) de 2007 à 2008.

L'équipement en téléphonie fixe dans les foyers avait connu un très fort accroissement en 2007, en partie en raison de l'arrivée des nouvelles offres de téléphonie fixe à mobilité restreinte, lancées par l'opérateur Wana Corporate et par les programmes de désenclavement sur l'ensemble du territoire.



En 2008, l'équipement en téléphonie mobile au niveau des ménages a continué d'augmenter. 65,7 % ont accès à un téléphone portable au foyer.



La principale utilisation de la téléphonie mobile reste la communication : émission et réception d'appels (utilisation par 100% des individus).

Le service de messagerie SMS est très fortement utilisé (72%).

Pour les autres usages du mobile, il est à noter l'engouement pour les gadgets annexes, hors télécommunication, tels que la musique, la vidéo ou la photo, qui sont utilisés par plus de 30% des personnes disposant d'un mobile.

Changement d'opérateur

Le changement d'opérateur est relativement élevé (12%).

Degré de fidélité à l'opérateur mobile en 2008	
Individus ayant changé d'opérateur en 2008 (en %)	
Oui	11,9%
Non	88,1%

Base: Individus disposant d'au moins une ligne mobile

Les deux principales raisons de changement d'opérateur sont les coûts et la qualité :

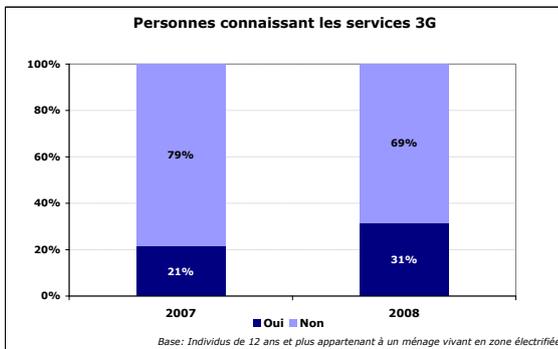
- Les prix des communications et les offres promotionnelles, représentant 31,7% des raisons évoquées.
- La couverture réseau et la qualité de service, concernant près du tiers des répondants.

Intentions de changer d'opérateur mobile dans les 12 prochains mois	
2008	
Oui	8,8%
Non	91,2%

Base: Individus disposant d'au moins une ligne mobile n'ayant pas changé d'opérateur 2008

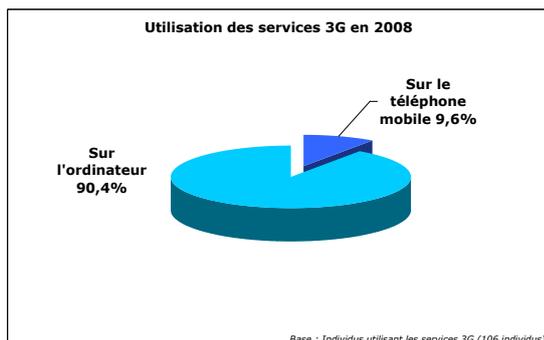
Peu de clients prévoient de changer d'opérateur dans les 12 mois à venir.

Services 3G



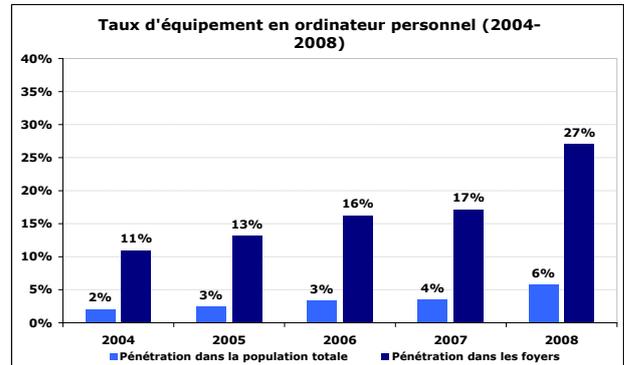
Les services 3G ont connu une grande notoriété : 31% des personnes interrogés déclarent connaître les services 3G en 2008, contre 21% en 2007.

Parmi les gens qui connaissent les services 3G, 8% les utilisent et leur utilisation se fait essentiellement sur ordinateur (90,4%).



Les intentions d'utilisation de ces services en 2009 s'avèrent importantes : 55%.

Ordinateur personnel



Le taux d'équipement en ordinateur personnel a fortement augmenté en 2008 : 27% des foyers, contre 17% en 2007. Par ailleurs, les intentions d'achat et de renouvellement d'un ordinateur en 2009 sont importantes (37% et 33% respectivement).

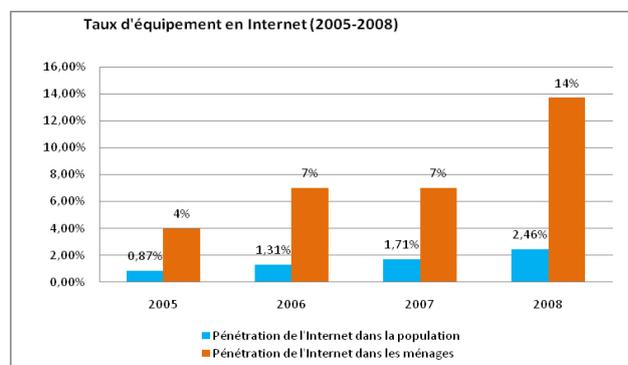
Le taux d'équipement en ordinateur personnel est presque égal selon le sexe : 49% des individus équipés en ordinateur sont des femmes, et 51% sont des hommes.

Selon le milieu, le taux d'équipement reste inégal : 78% en milieu urbain et 22% en milieu rural ; Toutefois, il faut noter qu'en milieu rural, ce taux ne cesse de s'améliorer (+43% par rapport à 2007).

Le principal frein à l'achat d'un ordinateur est le prix trop élevé. C'est la raison citée par près de la moitié des individus ne disposant pas d'ordinateur au sein de leur foyer. Les autres raisons du non équipement en ordinateur sont l'absence de besoin (pour 27% des individus), puis, le problème de l'analphabétisme (à 24%) et enfin une utilisation trop compliquée (8%).

Internet

Internet à domicile



L'accès à Internet s'est fortement accéléré en 2008 :

- Le taux de pénétration dans les ménages passe de 7% à près de 14%.
- On compte aujourd'hui près de 3 connexions Internet pour 100 habitants.

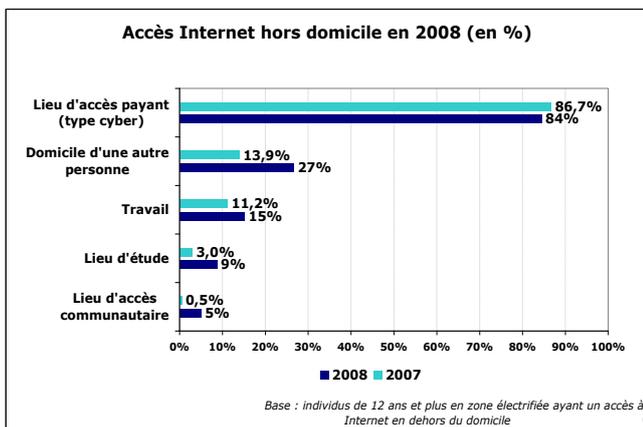
L'accès à Internet reste corrélé à certaines variables, notamment la CSP : 67% des ménages ayant un accès Internet appartiennent à la CSP A, B et C alors qu'elles ne représentent que 16% de la population. A l'inverse, les CSP D et E comprennent 33% des ménages ayant un accès à Internet, alors qu'elles représentent 60% de la population.

Il semblerait que jusqu'en 2007 l'accès hors domicile ait été un facteur déterminant dans l'équipement en Internet. Ceux qui disposaient d'un accès hors ménage ne voyaient pas d'utilité à l'équipement en Internet à domicile. Cependant, en 2008 cette tendance semble s'atténuer et les taux tendent à s'équilibrer.

L'ADSL reste le principal mode de connexion au niveau des ménages (64%), en diminution par rapport à 2007 (80%) et à 2006 (89%). La 3G sans fil est quant à elle utilisée à hauteur de 30%.

Le potentiel de développement de l'Internet à domicile est en hausse 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 en 2009. Cela représente un potentiel de 1,6 millions de ménages.

Accès Internet hors domicile



43% des individus en 2008 ont accès à Internet hors domicile ; 15% ne disposent que d'un accès hors domicile, soit moins qu'en 2007 (28.4%).

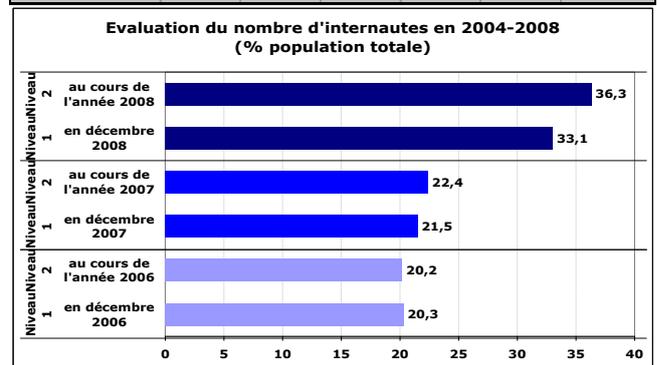
Le principal lieu d'accès à Internet hors domicile est le cybercafé (84% des individus), suivi du domicile d'une autre personne (27%).

Nombre d'internautes

On distingue deux niveaux d'internautes :

- Internaute de niveau 1 : toute personne physique qui s'est connectée à Internet au moins une fois au cours du dernier mois, indépendamment du lieu et de la méthode d'accès utilisés.
- Internaute de niveau 2 : toute personne physique qui s'est connectée à Internet au moins une fois au cours des douze derniers mois, indépendamment du lieu et de la méthode d'accès utilisées.

Internautes (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%



Principaux usages d'Internet

L'usage principal de l'Internet par les ménages est la recherche d'information (46%) et la messagerie électronique (40%).

Il faut noter néanmoins la grande part que prend le téléchargement de musique, de films, de logiciels et de jeux vidéo, grand consommateur de capacité et de Haut Débit.

Enfin, les usages de l'Internet pour le commerce en ligne restent encore très faibles, voire inexistant.

L'Internet est donc perçu par les utilisateurs comme une source d'information, un moyen de communication rapide et simple, mais aussi un canal d'accès à du contenu enrichi et des produits multimédias peu accessibles jusque là.

Freins et craintes liés à Internet

Les principales raisons de non-équipement en accès Internet à domicile sont les suivantes :

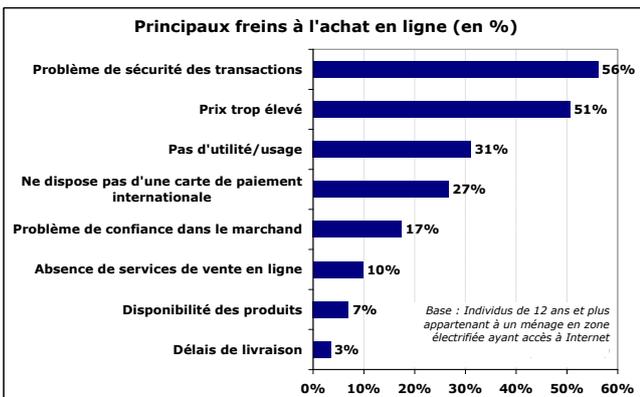
- le coût trop élevé des abonnements (60%)
- le non-équipement en ordinateur (33%)
- l'analphabétisme/manque de formation (27%)
- l'absence d'utilité (20%)
- La crainte des parents que l'Internet détourne leurs enfants de leurs études (10%)

Par ailleurs, au Maroc comme dans beaucoup d'autres pays, Internet suscite des craintes et des réticences quant à son usage et à la protection de la vie privée.

La crainte est surtout liée à la protection des enfants vis-à-vis des sites « adultes » (32%) et aux risques de contact avec des personnes dangereuses (23%), sujets les plus récurrents chez les personnes interrogées. Viennent ensuite la crainte des virus puis du piratage des données personnelles.

L'achat en ligne

Une majorité des personnes interrogées (96,1%) n'ont jamais eu recours à l'achat en ligne, un taux stable par rapport à 2007 et qui confirme le peu d'attrait des marocains pour ce type de commerce.



Le principal frein à l'achat en ligne reste depuis 2006 lié à la sécurité des transactions. Les marocains éprouvent donc un certain manque de confiance à l'égard des sites de vente en ligne.

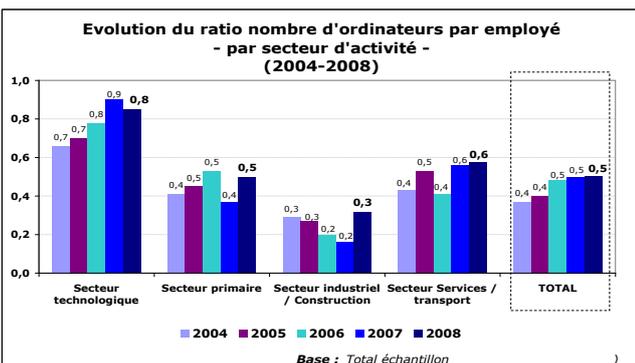
Les entreprises et les TIC

Equipement en téléphonie

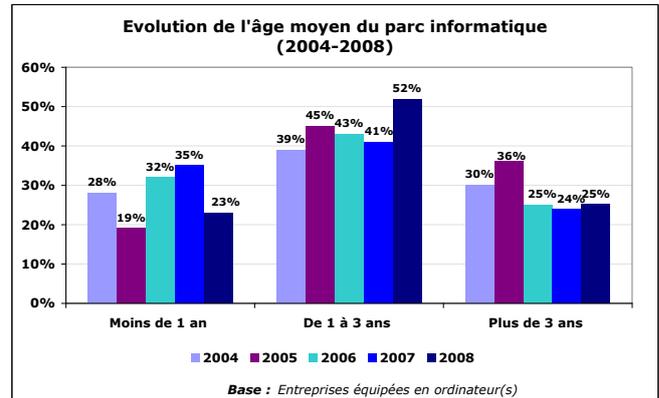
Le nombre moyen de lignes fixes par entreprise atteint près de 4 lignes en 2008. Et le nombre moyen d'abonnements mobiles est près de 6.

Equipement informatique

Sur le total échantillon, le nombre d'ordinateurs par employé demeure stable par rapport aux deux années précédentes : environ 1 ordinateur pour deux employés. Le secteur technologique reste naturellement le mieux équipé.

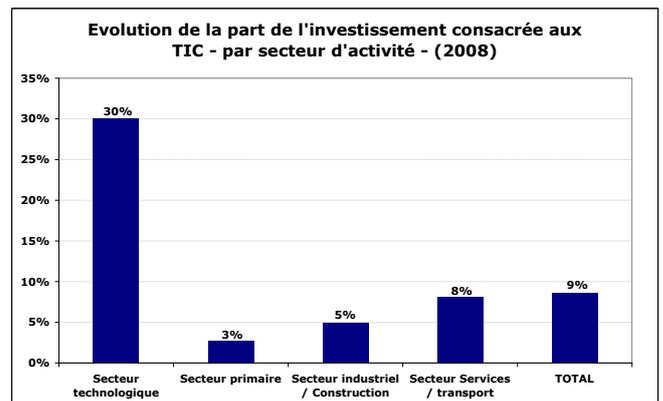


Le parc d'ordinateurs est majoritairement constitué d'ordinateurs de bureau à hauteur de 85% et il est un peu moins jeune en 2008 qu'en 2007.

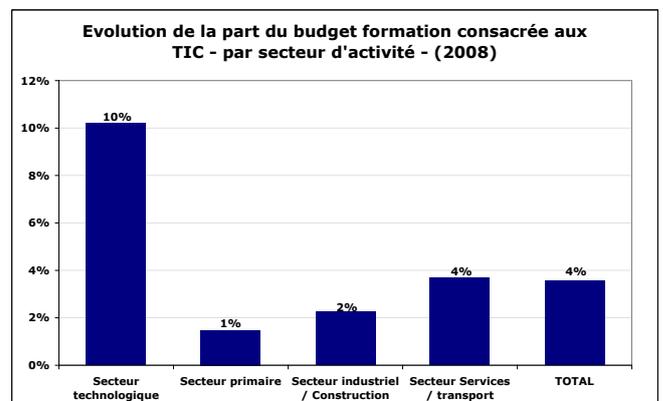


Investissement et Formation TIC

La part d'investissement dans les TIC est sur le total échantillon 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 ; elle atteint un maximum de 10% dans le secteur technologique.

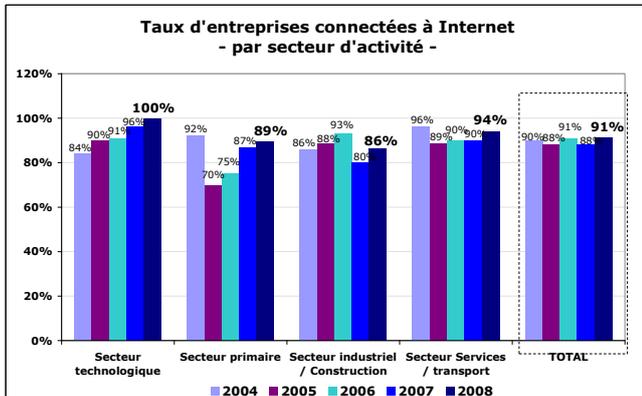


Internet

Connexion à Internet

La quasi-totalité des entreprises interrogées (91%) sont connectées à Internet en 2008.

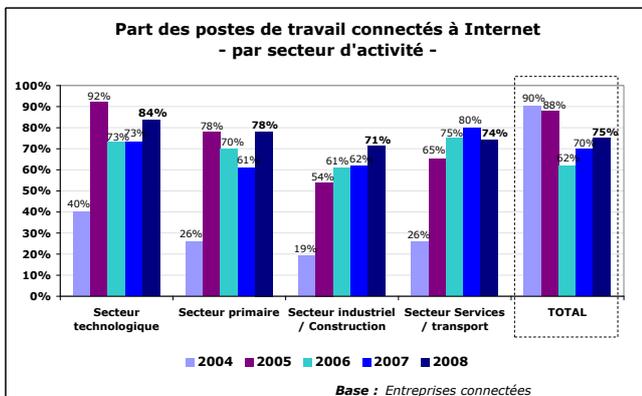
Le mode de connexion privilégié à Internet est l'ADSL (94%). Quant à la 3G, elle réalise une percée avec un taux de 13% des entreprises connectées.



Accès personnalisé à Internet

La part des postes de travail connectés à Internet a continué d'augmenter en 2008 pour atteindre 75% en 2008 (+5 points par rapport à 2007).

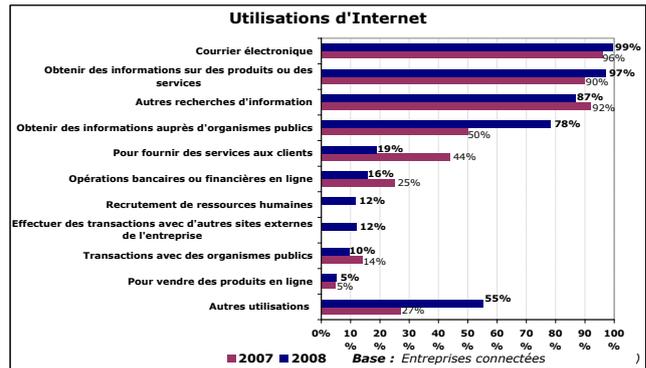
64% des utilisateurs d'Internet en entreprise sont des cadres.



Usages d'Internet dans l'entreprise

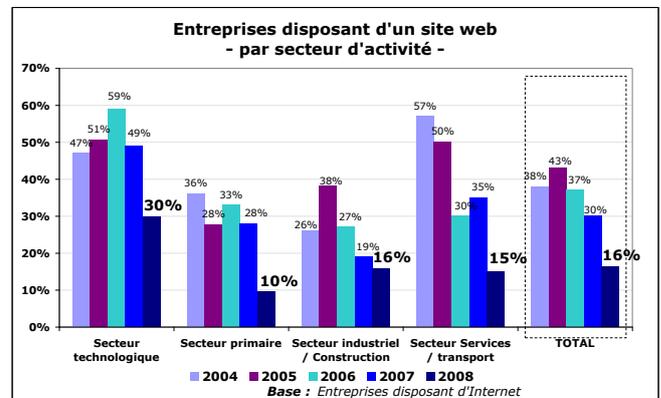
La messagerie et la recherche d'information restent les principaux usages d'Internet dans les entreprises (>95%).

L'obtention d'information auprès d'organismes publics a connu une forte augmentation, passant de 50% en 2007 à 78% en 2008. Ceci peut s'expliquer par la mise en œuvre par les organismes publics de sites web plus riches en services aux entreprises, plus dynamiques et interactifs.



Site web et nom de domaine

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

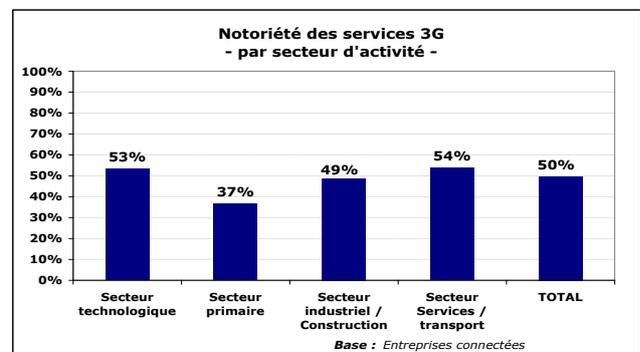


La plupart des entreprises (94%) qui disposent d'un site web, tous secteurs confondus, possèdent un nom de domaine propre.

Globalement, les extensions en «.ma» et en «.com» sont les plus répandues.

Services 3G

50% des entreprises interrogées déclarent connaître les services 3G.



Les services 3G ont réalisé une percée notable (près de 13% de taux d'équipement auprès des entreprises disposant d'une connexion Internet) relativement à leur entrée très récente sur le marché.

Commerce en ligne

Achat et vente en ligne

Le commerce électronique accuse un faible développement au niveau 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 constaté. En effet et à fin 2008, seuls 5% déclarent réaliser des ventes en ligne alors que seulement 2% pratiquent de la vente en ligne.

Les intentions de pratiquer le commerce en ligne restent également limitées et diminuent année après année : Baisse continue depuis 2006 des intentions d'achat en ligne, pour atteindre 5% en 2008.

La tendance est identique pour les intentions de vente en ligne : 7% en 2008.

Le constat la faible percée du commerce en ligne en entreprises se confirme encore une fois cette année.

Freins au commerce en ligne

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.

Comme pour les particuliers, le risque d'insécurité de paiement est souvent émis comme frein au commerce en ligne (27%).