



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 national ;
- 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 sixième 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 quatre catégories principales :

- Le niveau d'équipement
- L'accès
- L'usage
- Les attentes et les opinions vis-à-vis des TIC

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 (96% en 2009 et 95,4% en 2008, source l'ONE). Nous touchons ainsi 71% de la population nationale.

La base de référence pour la population à étudier a été établie conformément au recensement 2004 et aux projections 2009 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 22 février et le 9 mars 2010.

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.

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, équipements, électronique, 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 et autres services.

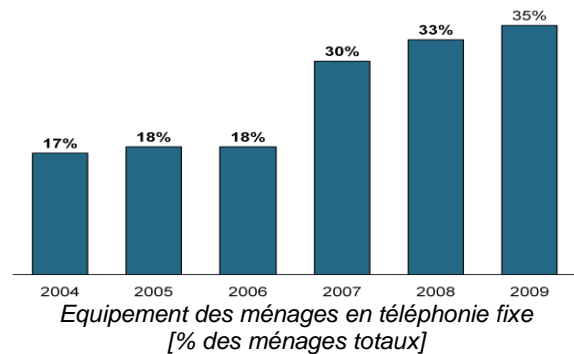
Le questionnaire a été déroulé par téléphone en français ou en arabe dialectal (selon le profil linguistique du répondant) durant la période comprise entre le 22 février et le 9 mars 2010.

Les ménages et les TIC

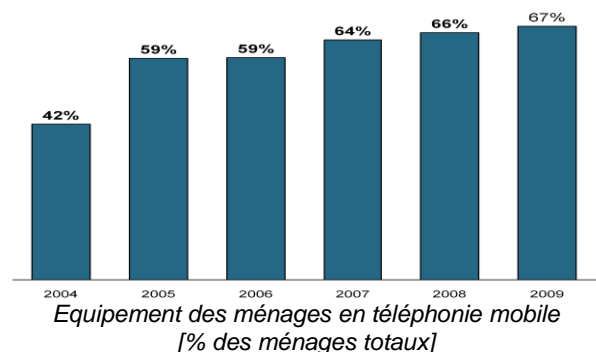
Téléphonie fixe et mobile

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 et 6% de 2008 à 2009).

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 et par les programmes de désenclavement sur l'ensemble du territoire.



En 2009, l'équipement en téléphonie mobile au niveau des ménages a continué d'augmenter légèrement avec un taux de 67% des ménages totaux.



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

Le service de messagerie SMS est très fortement utilisé (53% des individus équipés en mobile).

Le bip reste fréquent car 46% des individus équipés en mobile le citent spontanément.

Environ 27% citent l'écoute de musique et la prise de photos/vidéos.

La navigation sur Internet sur le téléphone mobile reste rare (<2%).

Changement d'opérateur

7% des individus équipés en mobile ont changé d'opérateur sur les 12 derniers mois.

Pour ceux qui ont changé d'opérateur, les deux principales raisons sont :

- La couverture réseau pour 46% d'entre eux
- Le prix des communications pour 33%

5% des individus équipés en mobile prévoient de changer d'opérateur dans les 12 mois à venir.

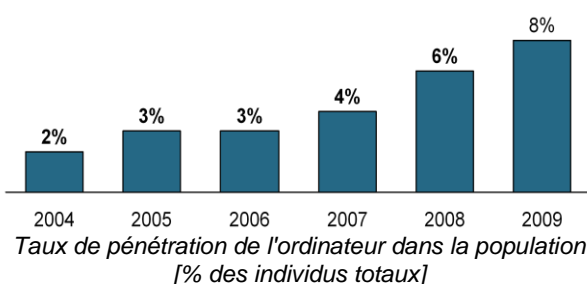
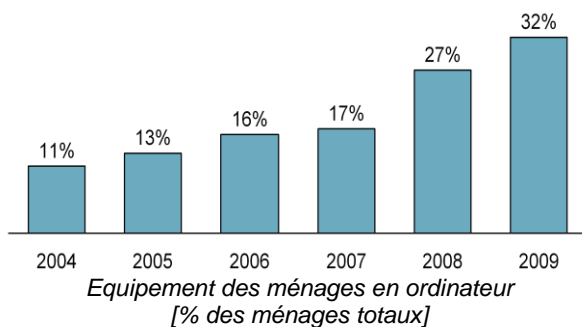
Services 3G

3% des individus équipés en mobile utilisent les services 3G sur leur téléphone.

- Le mobile dont dispose les individus est le principal frein évoqué (téléphone non compatible avec la navigation sur Internet).
- Un tiers des Marocains disent ne pas en avoir l'utilité.

7% des individus équipés en mobile prévoient d'utiliser les services 3G sur leur téléphone dans les 12 mois à venir.

Ordinateur personnel



- Le taux d'équipement en ordinateur personnel est en augmentation (+19% depuis 2008)
- En 2009, 45% des ordinateurs des particuliers sont des portables, contre 30% en 2008

On peut supposer que les offres des fournisseurs d'accès à Internet, qui proposent des ordinateurs à des prix très attractifs pour accompagner les offres d'accès à Internet, ont joué en faveur d'une accélération de l'équipement depuis 2008 en plus des différentes initiatives gouvernementales.

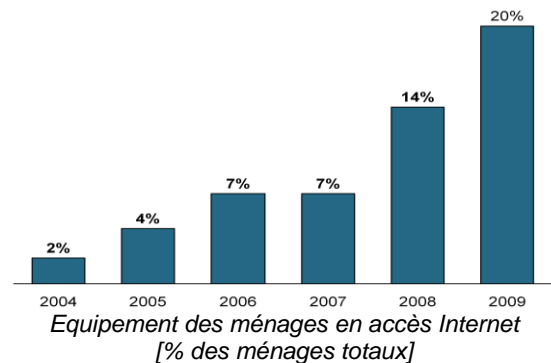
Selon le milieu, le taux d'équipement reste inégal : on note 50 points d'écart entre le milieu urbain et le milieu rural.

Selon la CSP aussi, on remarque une différence de 72 points entre les CSP B et D.

Le principal frein à l'achat d'un ordinateur est le prix trop élevé. C'est la raison citée par plus de la moitié (61%) 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 (34%), puis le problème de l'analphabétisme (17%) et enfin une utilisation trop compliquée (7%).

Accès Internet

Internet à domicile



- L'accès à Internet s'est fortement accéléré en 2009 à l'image de 2008
- L'arrivée de la 3G a vraisemblablement participé à la démocratisation de l'accès à Internet au domicile
- Cette croissance est à mettre en regard de l'équipement en ordinateur des foyers qui a fortement cru en 2009
- 79% des ménages équipés en ordinateurs le sont en accès Internet

Alors qu'en 2008, l'ADSL était le principal mode de connexion au niveau des ménages (présence dans 64% des ménages équipés), en 2009, la 3G devient prépondérante avec une présence de 48% des ménages équipés contre 41% pour l'ADSL.

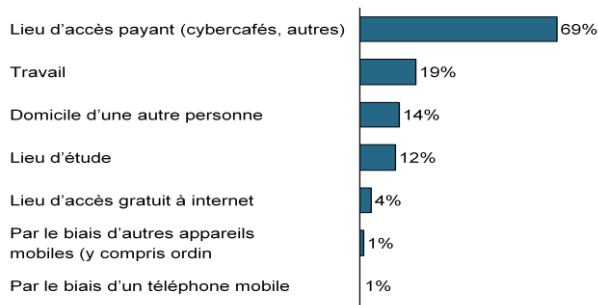
Selon le milieu, le taux d'équipement reste inégal : on note 32 points d'écart entre le milieu urbain et le milieu rural.

Selon la CSP aussi, on remarque une différence de 53 points entre les CSP B et D.

11% des ménages non équipés souhaitent se munir d'un accès Internet dans les 12 prochains mois

Accès Internet hors domicile

34% des individus en 2009 ont accès à Internet hors domicile



Lieux d'accès Internet hors domicile [% des individus se connectant hors domicile]

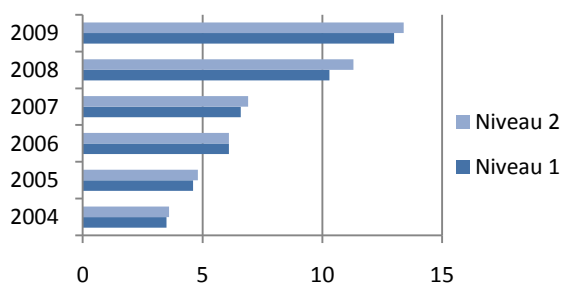
Le principal lieu d'accès à Internet hors domicile est le cybercafé (69% des individus se connectant hors domicile), suivi du lieu de travail (19%).

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.

Internauts (en millions)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Evolution 2008/2009
Niveau 1	3,5	4,6	6,1	6,6	10,3	13,0	+26%
Niveau 2	3,6	4,8	6,1	6,9	11,3	13,4	+19%



Nombre d'internautes [millions]

Principaux usages d'Internet

L'usage principal de l'Internet par les ménages est l'utilisation du courrier électronique (57% de citation spontanée de la part des internautes) et l'utilisation de réseaux sociaux (48%). La recherche d'informations semble être devenue si évidente que les gens oublient de la citer spontanément (38%).

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 ou la banque en ligne restent encore très faibles, voire inexistant (<5%).

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 jusqu'à là.

Freins et craintes liés à Internet

Jusqu'en 2008, le prix de la connexion était le principal frein à l'équipement Internet (60% des non équipés en 2008) devant le non-équipement en ordinateur (33% en 2008). En 2009, le non-équipement en ordinateur (50%) vient de dépasser le facteur prix (49%).

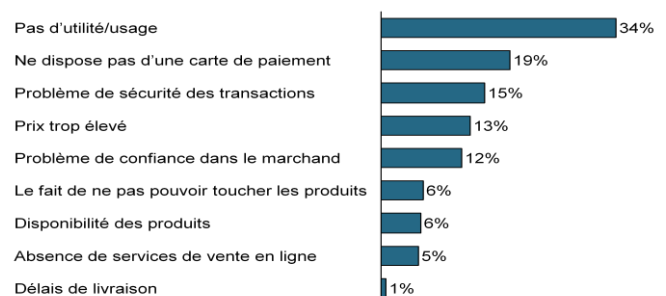
Viennent ensuite le manque de formation ou l'analphabétisme (27%), l'absence d'utilité (20%) et la crainte qu'Internet détourne les enfants de leurs études (10%).

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 perte de données à cause d'une panne ou d'un virus (44%) et aux sites "adultes" (31%), sujets les plus récurrents chez les personnes interrogées.

L'achat en ligne

Une majorité des personnes interrogées (96%) n'ont jamais eu recours à l'achat en ligne, un taux stable par rapport à 2008 et 2007 et qui confirme le peu d'attrait des marocains pour ce type de commerce.



Freins aux achats en ligne [% des internautes]

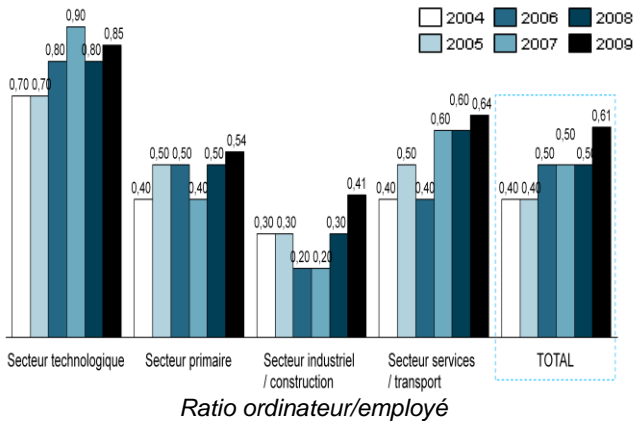
Les entreprises et les TIC

Equipement en téléphonie

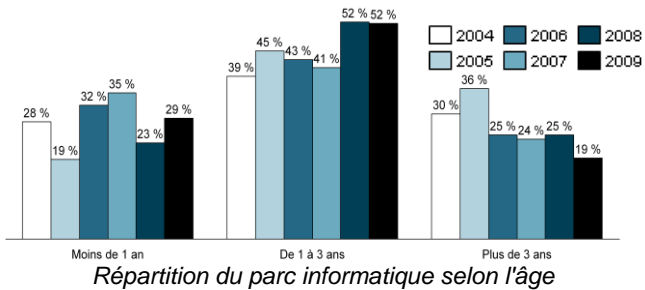
Le nombre moyen de lignes fixes par entreprise atteint 4,1 lignes en 2009. Le nombre moyen d'abonnements mobiles est de 5,2.

Equipement informatique

Le nombre d'ordinateurs par employé augmente légèrement (0,6 ordinateur par employé). Le secteur technologique reste naturellement le mieux équipé (0,85 ordinateur par employé).

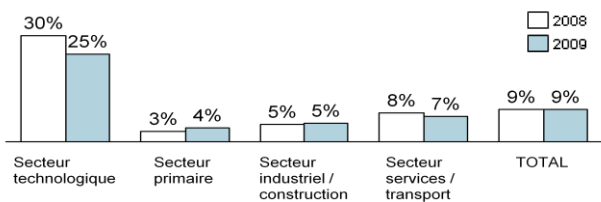


Le parc d'ordinateurs est toujours majoritairement composé de fixes à hauteur de 80% (contre 85% en 2008, ce qui montre un léger équipement en portables). On note aussi un renouvellement des ordinateurs les plus anciens (de plus de 3 ans).

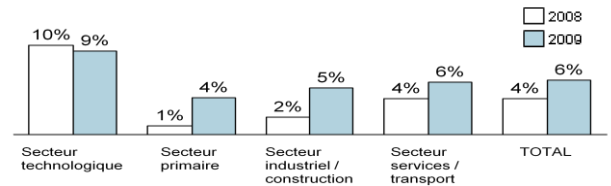


Investissement et Formation TIC

La part d'investissement dans les TIC est sur le total échantillon de 9% en 2009. Le secteur technologique est naturellement celui où ce taux est le plus élevé (25%), suivi du secteur des services/transport (7%).



La part du budget formation consacrée aux TIC atteint près de 6% en 2009 ; elle atteint un maximum de 9% dans le secteur technologique.



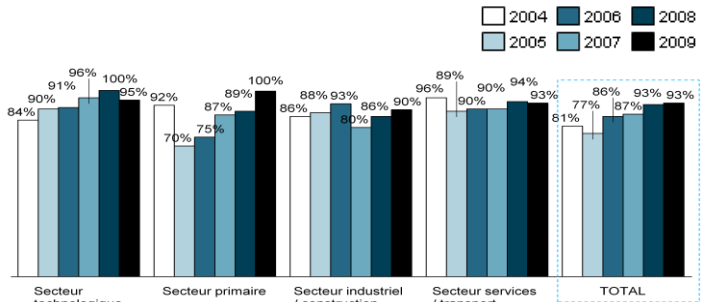
Evolutions de la part du budget formation consacré aux TIC par secteur d'activité

Internet

Connexion à Internet

La quasi-totalité des entreprises interrogées (93%) sont connectées à Internet en 2009.

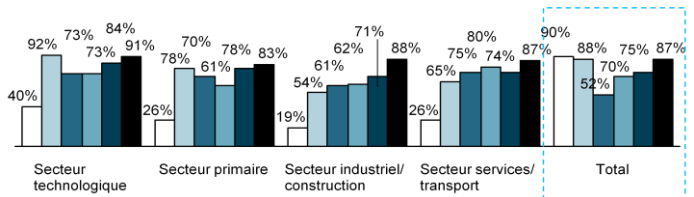
Le mode de connexion privilégié à Internet est l'ADSL (93%). Quant à la 3G, elle réalise une percée avec un taux de 28% des entreprises équipées.



Equipement des entreprises en connexion Internet [% des entreprises]

Accès personnalisé à Internet

La part des postes de travail connectés à Internet a continué d'augmenter en 2009 pour atteindre 87% (+12 points par rapport à 2008).



Part des postes de travail connectés à Internet (dans les entreprises équipées Internet)

Usages d'Internet dans l'entreprise

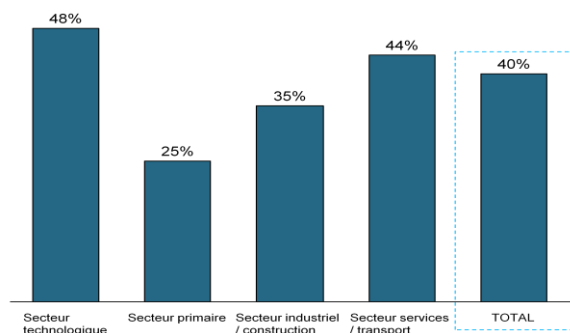
La messagerie et la recherche d'information restent les principaux usages d'Internet dans les entreprises (respectivement 93% et 44% des entreprises connectées). Viennent ensuite les usages pour les services à la clientèle et l'obtention de renseignements auprès des organismes publics (16%).



Usages d'Internet dans les entreprises connectées

Site web et nom de domaine

En 2009, 40% des entreprises disposent d'un site web. La majorité (71%) des sites sont développés par un prestataire externe à l'entreprise.



Entreprises équipées d'un site web [% des entreprises connectées à Internet]

La plupart des entreprises (89%) 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. On note une hausse de la proportion de .ma entre 2008 (41% des noms de domaine) et 2009 (49%).

Services 3G

Les services 3G ont réalisé une percée notable (près de 28% 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 2009, seuls 5% déclarent pratiquer l'achat en ligne et 6% la vente en ligne.

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

Cependant, alors que 11% des entreprises connectées à Internet disent avoir l'intention de faire des achats en ligne, 85% pensent vendre en ligne dans les 12 prochains mois.

Freins au commerce en ligne

Comme pour les particuliers, le risque d'insécurité de paiement est souvent émis comme frein au commerce en ligne (40% des entreprises connectées à Internet). Puis, 38% déclarent que leurs produits sont peu adaptés au commerce en ligne et 31% que la clientèle n'est pas prête à acheter en ligne.