



Observatoire des Technologies de l'Information

Enquête de collecte des indicateurs TIC 2010

Introduction

La septième édition de l'enquête nationale sur les indicateurs des Technologies de l'Information et de Communication (TIC) au Maroc a été réalisée par l'ANRT dans la continuité des enquêtes précédentes pour permettre une comparaison et un suivi des indicateurs clés.

L'enquête de collecte des indicateurs TIC est menée annuellement depuis 2005 par l'ANRT en conformité avec les recommandations internationales du Partenariat sur la Mesure des TIC pour le Développement (UIT, CNUCED, BM, OCDE, Eurostat, etc.).

Les objectifs assignés à l'Observatoire des Technologies de l'Information et de Communication consistent à :

- **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 ;
- Etablir et favoriser une **connaissance précise et chiffrée de l'état et des évolutions** de la société de l'information au Maroc ;
- Constituer un **support de communication** au niveau national;
- Alimenter les **bases de données des organisations internationales**.

Eléments méthodologiques

Les indicateurs

Les indicateurs mesurés peuvent être regroupés en trois catégories principales :

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

L'échantillon Particuliers

La population cible de l'enquête "Particuliers" est constituée des personnes âgées de 12 à 65 ans vivant en milieu urbain ou rural électrifié.

La base de référence pour la population à étudier a été établie conformément au recensement 2004 et aux projections 2010 réalisées par le Haut Commissariat au Plan (HCP).

L'échantillon a été fixé à 1326 répondants (870 urbains et 456 ruraux).

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

- le milieu de résidence ;
- la CSP du chef de ménage ;
- le sexe ;
- l'âge.

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 17 Janvier et le 7 Mars 2011**.

L'échantillon Entreprises

Pour l'enquête Entreprise, l'ANRT a utilisé un échantillon d'entreprises établies au Maroc dont l'effectif est supérieur ou égal à **10 personnes**, fourni par le HCP. Cet échantillon a été complété par des entreprises tirées du Kompass en vue d'inclure des entreprises des secteurs Primaire et Intermédiation financière.

Les 500 entreprises ayant répondu au questionnaire ont été classées selon 2 critères :

- Le nombre d'employés (de 10 à 19, de 20 à 49, de 50 à 149, plus de 150)
- Le secteur (Industrie, BTP, Commerce, Services, Secteur primaire, Services financiers).

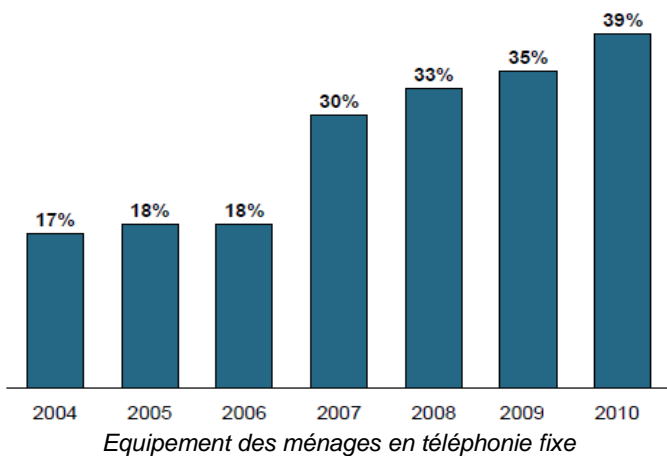
Les questionnaires ont été déroulés par téléphone, en français ou en arabe dialectal (selon le profil linguistique du répondant) durant la période comprise entre le 09 février et le 14 mars 2011.

Résultats de l'enquête 2010

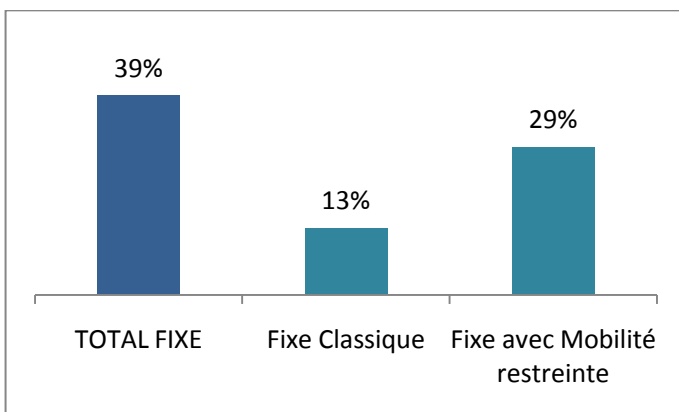
Les ménages et les TICs

Téléphonie fixe et mobile

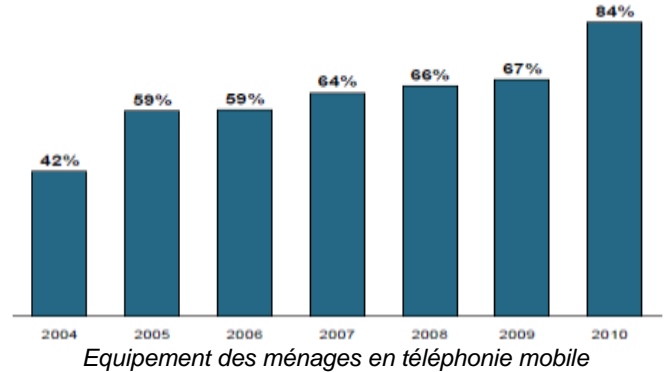
L'équipement en téléphonie fixe avait connu un très fort accroissement en 2007, en partie en raison de l'arrivée notamment des nouvelles offres de téléphonie fixe à mobilité restreinte.



Après cette hausse importante, la croissance de la pénétration des lignes fixes au niveau des ménages s'est ralentie entre 2007 et 2009, progressant de 2 à 3 points par an. En 2010, l'équipement en téléphonie fixe a augmenté de 4 points par rapport à 2009.



Le fixe avec mobilité restreinte touche 29% des foyers totaux en 2010, alors que le fixe traditionnel concerne 13% des foyers marocains.

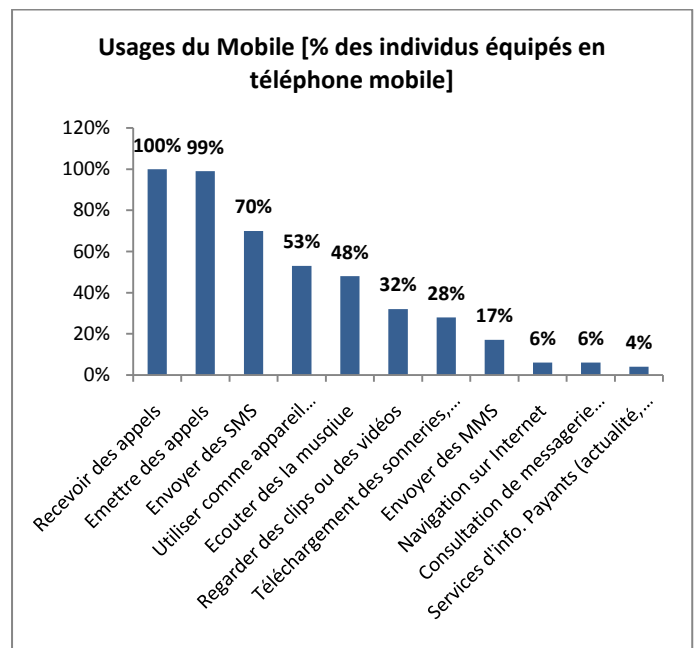


La pénétration de la téléphonie mobile dans les foyers a fortement progressé en 2010 (+17 points par rapport à 2009). Cette hausse est à mettre en parallèle avec la hausse de la pénétration de la téléphonie mobile au niveau de la population qui est passée de 81% en 2009 à 101% en 2010 (cf. données¹ de l'observatoire).

L'octroi de la 3^{ème} licence 2G a impacté de manière significative la pénétration de la téléphonie mobile.

La principale utilisation de la téléphonie mobile reste la communication : émission et réception d'appels (utilisation par 99,5% des individus équipés en mobile). Le service de messagerie SMS est également très fortement utilisé (70% des individus équipés en mobile l'utilisent).

53% prennent des photos/vidéos et 48% écoutent de la musique. La navigation sur Internet sur le téléphone mobile commence à se développer (6%).



¹ Voir « Observatoires » sur le site web de l'ANRT : www.anrt.ma.

Changement d'opérateur

4% des individus équipés en téléphonie mobile ont changé d'opérateur en 2010 ; les raisons du changement sont les suivantes :

- une offre promotionnelle d'un opérateur concurrent pour 54% d'entre eux ;
- le prix des communications pour 50% d'entre eux.

4% des individus équipés en téléphonie mobile prévoient de changer d'opérateur en 2011

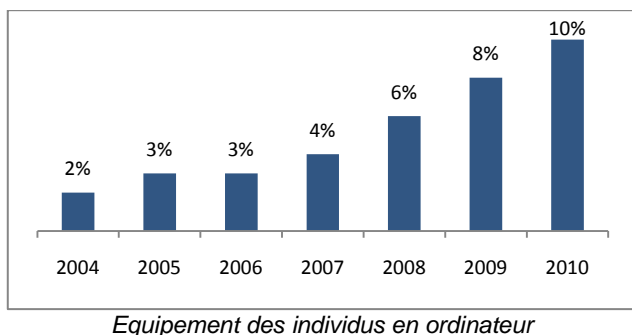
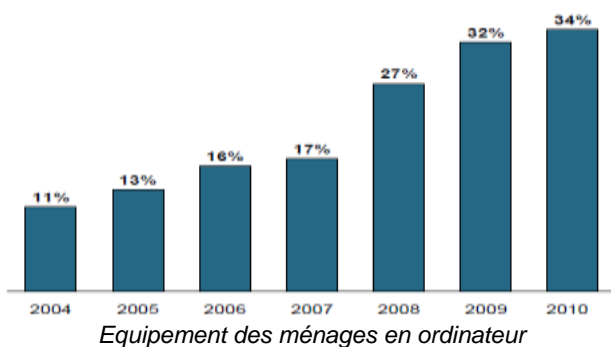
Utilisation des services 3G sur mobile

6% des individus équipés en mobile déclarent utiliser les services 3G à partir de leur téléphone mobile. Les principales raisons de la non-utilisation massive des services 3G sont :

- l'incompatibilité du terminal aux services 3G pour 63% des individus n'utilisant pas la 3G sur leur mobile ;
- le manque d'utilité pour 60% d'entre eux et ;
- la difficulté d'utilisation pour 47% d'entre eux.

14% des individus équipés en téléphonie mobile prévoient d'utiliser les services 3G sur leur mobile en 2011.

Ordinateur personnel



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

Le taux de pénétration des ordinateurs chez les individus a aussi connu la même tendance en 2010 (10%).

Les initiatives gouvernementales et les nouvelles offres des fournisseurs d'accès à Internet, qui proposent des ordinateurs à des prix très attractifs pour accompagner les offres d'accès à Internet, ont joué en faveur de l'augmentation de l'équipement en 2010.

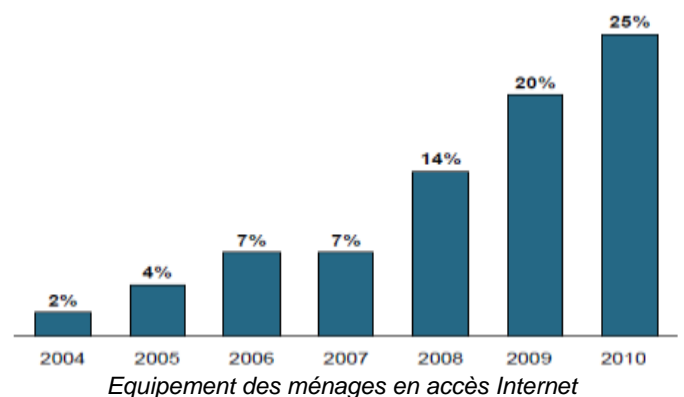
En 2010, 29% des ordinateurs ont moins de 1 an. 45% des ordinateurs des particuliers sont des ordinateurs portables, contre 55% d'ordinateurs de bureau.

Le principal frein à l'achat d'un ordinateur est le prix trop élevé, et ceci pour 57% des individus non équipés en ordinateur au domicile. Suit le manque d'utilité qui représente quant à lui 51%.

Les intentions d'acquérir un ordinateur sont très élevées chez les foyers non équipés (34% des ménages).

Internet

Equipped households with Internet access



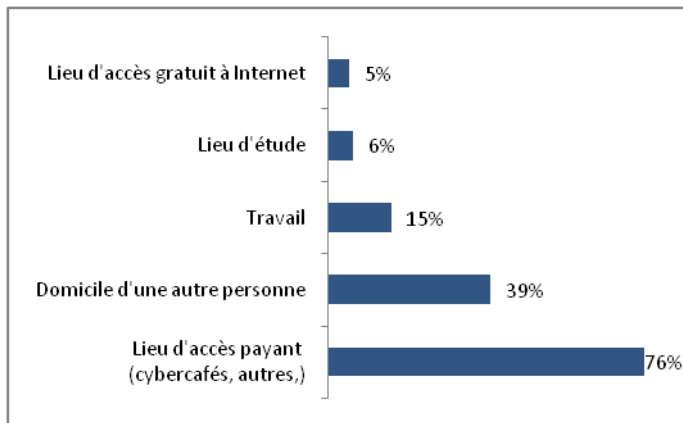
Le taux de pénétration d'Internet dans les foyers a cette année encore augmenté pour atteindre 25% (+5 points par rapport à 2009).

L'arrivée de la 3G a vraisemblablement participé à la démocratisation de l'équipement des foyers.

En 2010, le haut débit mobile s'est imposé comme le mode privilégié d'équipement des ménages : 78% des ménages ayant une connexion Internet ont un accès 3G contre 32% d'entre eux qui ont l'accès ADSL.

27% des foyers non équipés en Internet souhaitent s'équiper dans les 12 prochains mois dont 92% en haut débit mobile.

Accès Internet hors domicile



Lieux d'accès à Internet hors domicile

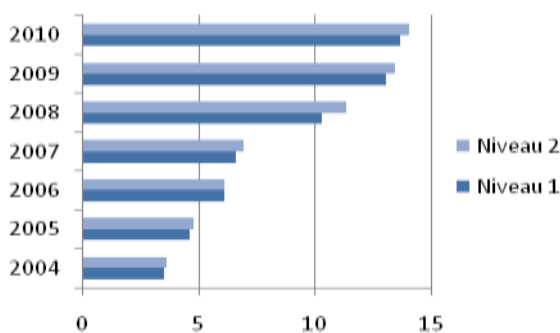
Le principal lieu d'accès à Internet hors domicile est le cybercafé (76% des individus se connectant hors domicile).

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 utilisée.
- Internaute de niveau 2 : toute personne physique qui s'est connectée à Internet au moins une fois au cours des 12 derniers mois, indépendamment du lieu et de la méthode d'accès utilisée.

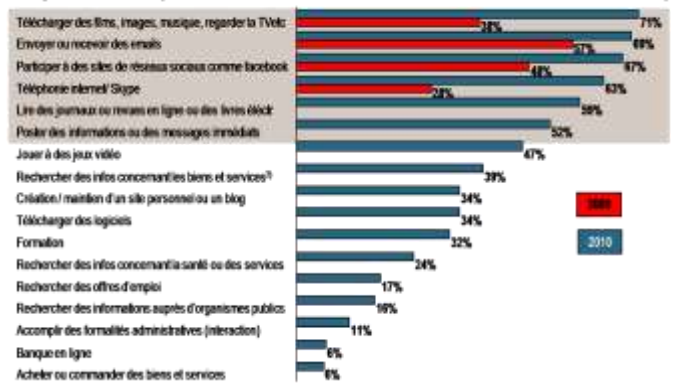
Internautes (en millions)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Evolution 2009/2010
Niveau 1	3,5	4,6	6,1	6,6	10,3	13,0	13,6	+5%
Niveau 2	3,6	4,8	6,1	6,9	11,3	13,4	14,0	+4%



Nombre d'internautes [millions ; 2010]

Principaux usages d'Internet

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



Pour 71% des internautes, Internet sert tout d'abord à télécharger des films, des images, de la musique, à regarder la télévision ou des vidéos, ou à écouter la radio ou de la musique, qui sont des activités grandes consommatrices de débit. Suit la messagerie électronique qui est utilisée par 69% des internautes. 67% des internautes marocains participent à des sites de réseaux sociaux. Internet est donc perçu comme un moyen de loisir, un moyen de communication simple et rapide, une source d'informations. Le commerce en ligne ou la banque en ligne commencent à se développer.

L'évolution des usages d'Internet de 2009 à 2010 fait ressortir un engouement de plus en plus important pour le téléchargement de films, musique, etc. Ces types d'usages imposent des contraintes et des limites en termes de qualité d'accès d'autant plus que le type d'accès majoritairement utilisé est l'accès 3G qui représente plus de 76% des accès Internet. C'est également une préoccupation relevée au niveau international.

Freins et craintes liées à Internet

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

En effet, le facteur prix comme frein à l'accès Internet est à mettre en relation avec le prix d'acquisition d'un ordinateur. L'accès à internet suppose au préalable l'acquisition d'un ordinateur.

Les mauvais contenus pour les enfants ainsi que les aspects liés à la sécurité de données personnelles représentent les principales craintes pour plus de 90% des internautes.

L'achat en ligne

Seuls 4% des internautes achètent en ligne. En effet, 78% des internautes n'ayant pas acheté en ligne dans les 12 derniers mois considèrent qu'ils n'en voient pas l'utilité, 67% n'ont pas confiance dans la sécurité des transactions et pour 57% d'entre eux, le fait de ne pas avoir d'accès physique au produit est également un frein à l'achat sur Internet.

Les entreprises et les TIC

Equipement en téléphonie

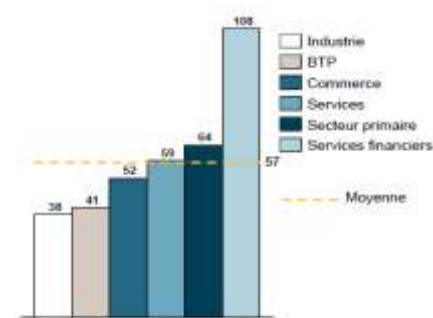
98% des entreprises sont équipées en téléphonie fixe et 78% en téléphonie mobile.

Le nombre de lignes fixes et mobiles augmente avec le nombre d'employés.

Equipement en Ordinateur

98% des entreprises sont équipées en ordinateur.

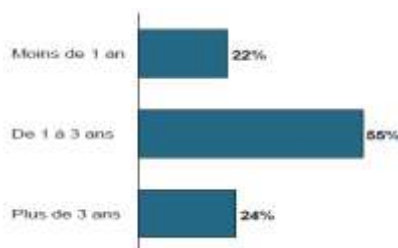
Le nombre d'ordinateurs par employé est de 0,57. Ce ratio diffère selon le secteur des entreprises :



Nombre d'ordinateurs pour 100 employés selon le secteur d'activité

Les disparités sont grandes selon le secteur : le secteur des services financiers possède 108 ordinateurs pour 100 employés alors que le secteur de l'industrie seulement 38.

Le parc d'ordinateurs est majoritairement composé d'ordinateurs de bureau (81%) contre 29% d'ordinateurs portables.

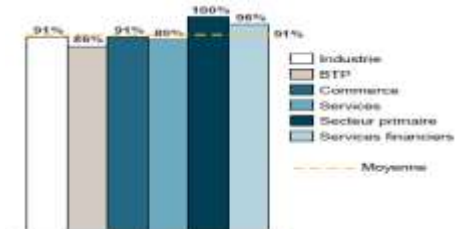


Âge moyen du parc informatique [% du parc informatique; 2010]

Plus de la moitié des ordinateurs a entre 1 et 3 ans, le reste du parc d'ordinateurs se répartit équitablement entre moins de 1 an et plus de 3 ans.

Internet

Connexion à Internet

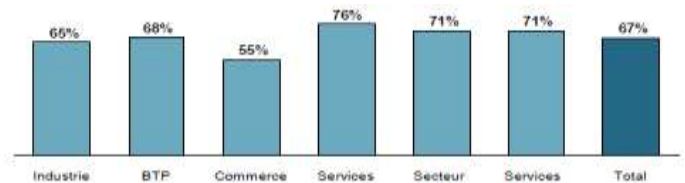


Equipement des entreprises en Internet [% des entreprises ; 2010]

La quasi-totalité des entreprises interrogées (91%) sont connectées à Internet. Le BTP est le secteur le moins bien équipé avec 86% d'entreprises équipées en Internet.

Parmi les entreprises connectées à Internet, 88% ont un accès ADSL, contre 7% en 3G sur téléphone mobile et 7% en 3G sur ordinateur.

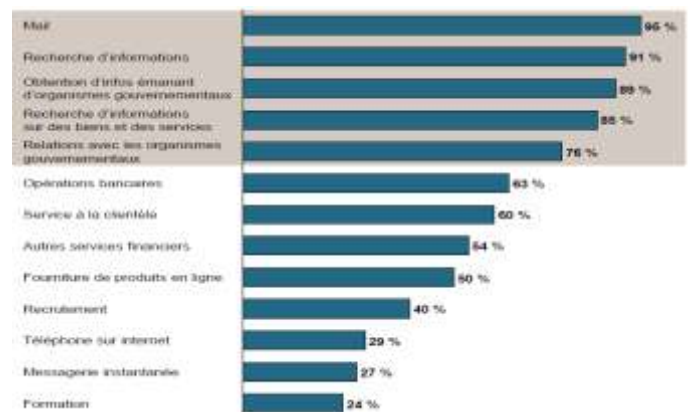
Accès personnalisé à Internet



Part des postes de travail connectés à Internet selon le secteur d'activité

67% des postes de travail en moyenne sont connectés à Internet. Ce ratio diffère peu entre les entreprises de différents secteurs.

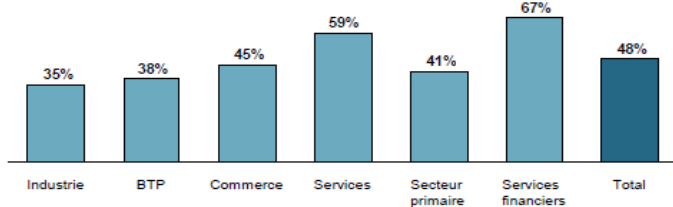
Usages d'Internet dans l'entreprise



Usages d'Internet dans les entreprises connectées [% des entreprises connectées à Internet ; 2010]

Près de 9 entreprises sur 10 utilisent Internet pour la recherche des informations commerciales ou officielles et pour la messagerie électronique et plus de $\frac{3}{4}$ des entreprises entretiennent des relations avec les organismes gouvernementaux via Internet.

Site web et nom de domaine

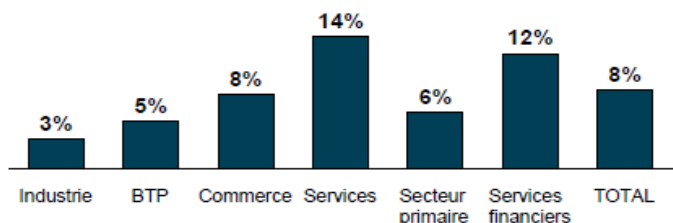


Equipement des entreprises en site web
[% des entreprises connectées à Internet ; 2010]

48% des entreprises connectées à Internet ont un site web. 67% d'entre elles sous-traitent le développement du site.

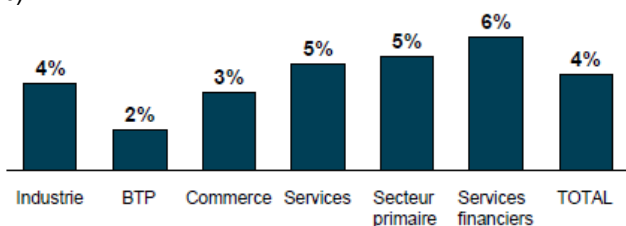
91% des entreprises ayant un site web possèdent un nom de domaine propre. L'extension du nom de domaine est ".ma" pour 59% des noms de domaine, ".com" pour 37%.

Investissement et Formation TIC



Part de l'investissement consacré aux TIC
selon le secteur d'activité
[% du budget ; 2010]

Les entreprises consacrent 8% de leur budget à l'investissement dans les TICs. Les services financiers et les services consacrent une plus grande partie de leur budget (respectivement 12% et 14%) aux TICs que les secteurs de l'Industrie et du BTP (respectivement 3% et 5%).



Part du budget formation consacrée aux TICs
selon le secteur d'activité
[% du budget formation ; 2010]

4% du budget formation concerne la formation des employés aux TICs. Les services financiers dépensent 3 fois plus en formation TICs (relativement à leur budget formation) que le secteur du BTP (respectivement 6% et 2%).

Commerce électronique

Achat et vente en ligne

Les entreprises pratiquent peu le commerce en ligne, que ce soit pour l'achat ou pour la vente. En effet, 17% des entreprises connectées à Internet achètent ou effectuent des commandes via Internet, 11% vendent leur produit ou leur service en ligne.

Malgré une utilisation peu importante du commerce en ligne, l'évolution constatée cette année dénote que ce dernier est entrain de se développer au Maroc.

Cette tendance se confirme par les intentions de pratiquer le commerce en ligne déclarées par les entreprises : 26% des entreprises connectées à Internet prévoient d'effectuer des achats dans les 12 mois à venir.

Freins au commerce en ligne

56% des entreprises déclarent que le principal frein à l'usage du commerce électronique est le manque d'adaptation de leurs produits à la vente en ligne.

Selon 23% des entreprises ne pratiquant pas la vente en ligne, le marché ne serait pas prêt à accepter ce type de services, ce qui crée un cercle vicieux pour le développement du commerce électronique au Maroc.