

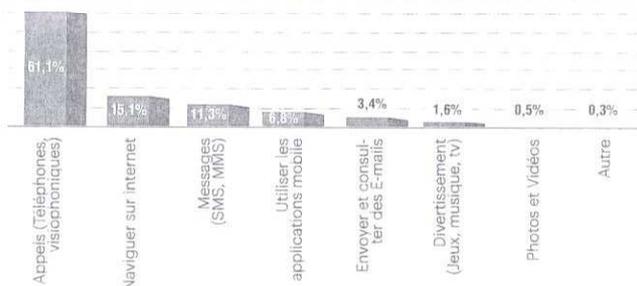
# Les Marocains accros au mobile

● Sans surprise, les nouvelles technologies de l'information continuent à enregistrer des évolutions remarquables au Maroc. C'est ce qui ressort de la première enquête menée conjointement par Maroc Numeric Cluster et Averty.ma sur l'usage du mobile.

C'est aujourd'hui prouvé : toutes les études conduites à ce jour sur l'utilisation de la téléphonie mobile concluent que son usage -et plus précisément pour ce qui est des smartphones- connaît une évolution fulgurante. Si la dernière enquête nationale annuelle de l'ANRT (Agence nationale de réglementation des télécommunications) sur les technologies de l'information a déduit que la proportion d'individus équipés en smartphones a plus que doublé en l'espace d'un an (entre 2012 et 2013), il en va de même pour l'étude réalisée en août dernier par l'observatoire ConsumerLab d'Ericsson. Et les résultats de la première enquête de sondage en ligne effectuée par Averty Market Research & Intelligence et Maroc Numeric Cluster sur l'usage du mobile au titre de l'année 2014. Élaborée auprès d'un échantillon de 1.074 personnes sur 40 villes, l'enquête révèle qu'en dehors des appels, les usagers de smartphone l'utilisent généralement pour se connecter à Internet (85,2% des interrogés). De même, 46,8% des sondés ont déclaré utiliser un abonnement 3G, puis une connexion wifi (30,8% des sondés).



USAGE PRINCIPAL DU SMARTPHONE



SOURCE : MAROC NUMERIC CLUSTER & AVERTY.MA

## Le mobile pourquoi faire ?

Concernant la connexion via mobile, la consultation des réseaux sociaux se taille la part du lion avec 83,2%. Le téléchargement des applications mobiles intéresse 65,6% de l'échantillon sondé. D'ailleurs, 69,9% des interrogés ont attesté avoir déjà téléchargé des applications mobiles, la plupart étant des applications relatives aux réseaux sociaux (58,8%) et jeux et divertissement (12,6%). Ceux qui ont déclaré n'avoir jamais téléchargé d'application mobile estiment, eux, que le contenu est peu intéressant. D'autres ont évoqué le souci de confidentialité. Ceci dit, les applications mobiles maro-

caines commencent à prendre de l'ampleur puisque 66% des sondés ont annoncé en avoir téléchargé au moins une, tandis que 73,4% des utilisateurs de l'Internet mobile n'en connaissent aucune ou n'approuvent pas la qualité et l'originalité de leur contenu. Toujours par rapport aux usagers de l'Internet mobile, la marque de smartphone la plus répandue demeure Samsung, qui se place en tête de liste avec 64,1%, suivie d'Apple (iPhone, avec 16,1%) et de Nokia (6,9%). Quant à la connexion, ceux qui n'utilisent pas l'Internet mobile ont évoqué différentes raisons à l'instar de la qualité du débit (46,1%). Les autres argu-

ments sont le coût de la connexion ou encore le manque d'ergonomie du contenu Internet sur mobile. En outre, pour la catégorie n'utilisant pas de smartphone, le prix reste le principal frein. En effet, malgré la diversification de l'offre sur le marché avec des smartphones bas de gamme, 73,9% considèrent qu'ils sont chers. Si la connexion mobile est généralement utilisée pour divertir, d'autres créneaux commencent à se faire une place. Il s'agit du paiement de proximité via mobile. En effet, il ressort de l'enquête que parmi les répondants, 22,4% ont déjà effectué un achat ou un paiement via mobile. 74,9% d'entre eux

ont déjà réglé leurs factures et 63,7% ont acheté un produit ou un service en ligne. Seulement 21,1% ont effectué un achat de contenu ou de service numérique et 14% se sont procurés une application de distraction.

## Business

En termes de dépenses, la valeur moyenne de ces emplettes dont le paiement est effectué via mobile ne dépasse pas les 300 DH chez 65% des internautes concernés. Ces paiements et achats se font principalement par carte bancaire chez 83,6%, suivie par la facture de l'opérateur chez 8,8%. L'aspect pratique est la principale motivation du paiement via mobile chez 76% des répondants, suivie par la rapidité chez 50,3% et la simplicité chez 36,3% des sondés. Or, chez près de la moitié des usagers de l'Internet mobile n'ayant jamais effectué un achat ou un paiement via leur terminal, c'est la sécurité des transactions qui fait obstacle. D'autres préfèrent se déplacer et effectuer ces opérations sur place (30,4%), alors que 27,8% des répondants font le choix de réaliser ces transactions via un ordinateur portable. Par ailleurs, 74,7% des répondants n'ayant jamais effectué de paiement ou d'achat via leur mobile ont l'intention de le faire, alors que seulement 14,7% ne comptent jamais avoir recours à ce genre de services. La publicité sur mobile fait également partie des éléments sur lesquels l'enquête de Maroc Numeric Cluster et Averty s'est penchée. Plus de la moitié des répondants (52,7%) ont déclaré ne jamais avoir interagi avec une publicité sur mobile (liens, bandeaux ou bannières publicitaires), alors que 37% interagissent avec ces publicités plusieurs fois, voire souvent. Lors de l'utilisation de leur téléphone mobile, les internautes sondés sont plus interpellés par la publicité sur une page web (47,3%) que sur les applications (32,2%) ou sur les vidéos (10,1%).

PAR MARYEM OUAZZANI  
m.ouazzani@leseco.ma