

**AGENCE NATIONALE DE RÉGLEMENTATION DES
TÉLÉCOMMUNICATIONS**

**ETUDE DU MARCHÉ DES SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS
AUPRÈS DES ENTREPRISES PRÉSENTES AU MAROC**

ETUDE DE LA DEMANDE

SYNTHÈSE DE L'ETUDE RÉALISÉE PAR UPLINE SECURITIES

JUIN 2004

SOMMAIRE

I. OBJECTIF.....	3
II. MÉTHODOLOGIE	3
II.1. MÉTHODOLOGIE POUR LA RÉALISATION DE L'ANALYSE QUALITATIVE.....	3
II.2. MÉTHODOLOGIE POUR LA RÉALISATION DE L'ANALYSE QUANTITATIVE.....	4
III. SYNTHÈSE ET CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE.....	6
III.1. ANALYSE DE LA DEMANDE AU NIVEAU DES « ENTREPRISES »	7
III.1.1. Taille du marché des entreprises.....	7
Téléphonie Fixe.....	7
Téléphonie Mobile.....	9
Équipements informatiques et réseau local.....	10
Services de transport de données.....	12
Internet.....	13
III.1.2. Niveau d'utilisation des services de télécommunications	15
III.1.3. Niveau de satisfaction	16
III.2. ANALYSE DE LA DEMANDE AU NIVEAU DES « ADMINISTRATIONS »	17
III.3. POTENTIEL DU MARCHÉ ET ATTENTES	18
III.3.1. Les axes de développement	18
III.3.2. Les attentes des entreprises.....	18

I. Objectif

L'étude a porté sur l'analyse de la demande des entreprises marocaines en matière de services et d'équipements de télécommunications. L'étude est composée de trois volets : l'étude environnementale, l'étude de l'offre des services de télécommunications au Maroc et enfin l'analyse de la demande.

La présente synthèse qui concerne l'analyse de la demande consiste dans une enquête auprès de 358 entreprises et administrations installées au Maroc. L'analyse de la demande couvre les champs suivants :

- a. Les dépenses globales des entreprises en services de télécommunications et leur ventilation par service
- b. L'appréciation de la concurrence
- c. Niveaux de satisfaction des entreprises vis à vis des services offerts et leurs attentes

Le champ de l'étude couvre les petites, moyennes et grandes entreprises marocaines et couvre tout le territoire national. Cette étude permet également de mener des analyses spécifiques en fonction de la taille des entreprises et des secteurs d'activité.

II. Méthodologie

L'étude s'est déroulée en deux étapes. Dans un premier temps, une analyse qualitative a été menée auprès de 14 grandes entreprises afin de cibler les caractères forts du marché et d'obtenir ainsi une bonne représentativité des différentes classes d'entreprises. Dans un deuxième temps, une analyse quantitative a permis d'affiner la vision qualitative à travers une campagne d'entretiens qui a concerné 358 entreprises dont 10 établissements du secteur public.

II.1. Méthodologie pour la réalisation de l'analyse qualitative

L'analyse qualitative a ciblé le segment des grandes et moyennes entreprises marocaines. 15 entretiens ont été programmés et 14 ont pu être réalisés auprès des sociétés.

Ces entreprises ont été sélectionnées au sein de secteurs d'activités qui sont regroupés comme suit :

- Secteur Technologie
- Secteur Finance
- Secteur Distribution
- Secteur Services et Transport
- Secteur Industrie lourde
- Secteur Industrie Légère

De même, ces entreprises ont été sélectionnées selon une variété de taille en terme d'effectifs :

- Plus de 3000 salariés

- Entre 1000 et 3000 salariés
- Entre 500 et 1000 salariés
- Entre 250 et 500 salariés
- Moins de 250 salariés

II.2. Méthodologie pour la réalisation de l'analyse quantitative

a. Champ de l'enquête et élaboration des questionnaires

L'enquête couvre la cible entreprises et administrations hors TPE (entreprises de moins de 5 salariés). Les questionnaires sont structurés conformément aux objectifs de l'enquête en plusieurs parties :

- Présentation de la société
- Segment de la Téléphonie fixe
- Segment de la téléphonie mobile
- Equipement informatique et réseaux
- Segment de transmission de données
- Segment de l'Internet

Chaque partie commence par une description du niveau d'utilisation actuelle, niveau de satisfaction, les développements prévus et les attentes.

L'administration des questionnaires a été réalisée au moyen d'entretien téléphonique par un centre d'appels spécialisé et après avoir effectué une formation auprès des téléacteurs pendant le mois de Novembre 2003.

b. Taille des échantillons Petites, Moyennes et Grandes Entreprises

L'enquête quantitative a porté sur 360 échantillons, soit 348 échantillons hors secteur public.

Connaissant la nature du tissu des petites entreprises qui pour la plupart est très faiblement utilisateur des services de télécommunications, une plus grande pondération a été accordée aux GE et ME.

Table 2 : Echantillon par catégorie d'entreprise

	Taille	Nombre d'entreprises	% Echantillon	Echantillon
Petites Entreprises	De 6 à 20	14 125	1.1%	153
Moyennes Entreprises	de 21 à 160	6 167	2.0%	121
Grandes Entreprises	de plus de 160	1 253	5.9%	74
Total		21 546		348

c. Ventilation géographique des échantillons

La répartition géographique des entreprises a été réalisée en 7 zones géographiques représentatives :

- Secteur Casablanca
- Secteur Rabat /Kenitra
- Secteur Marrakech/Settat
- Secteur Tetouan/Tanger
- Secteur Fès/Meknés
- Secteur Sud
- Secteur Orient

La construction des trois échantillons PE, ME et GE respectera la ventilation géographique suivante :

Table 4 : Synthèse échantillon par catégorie d'entreprise

	P.E	%	M.E	%	G.E	%	Total	%
Casablanca	73	48%	60	50%	34	46%	167	48%
Rabat Kénitra	21	14%	16	13%	10	14%	47	14%
Marrakech-Settat	19	12%	14	12%	8	11%	41	12%
Fès-Meknès	13	8%	9	7%	6	8%	28	8%
Tanger-Tetouan	11	7%	10	8%	6	8%	27	8%
Sud	10	7%	8	7%	7	9%	25	7%
Orient	6	4%	4	3%	3	4%	13	4%
Total	153	100%	121	100%	74	100%	348	100%

d. Ventilation sectorielle des échantillons

La répartition des entreprises selon la classification a été ensuite consolidée en 3 secteurs d'activité représentatifs :

- **Primaire** : Pêche, Forêts/Chasse, Culture, Elevage, Activités annexes à l'agriculture
- **Industrie/Construction** : Electricité 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
- **Services/Transport** : Transport et communication, Commerce, Finance, Hôtellerie et restauration, Intermédiaires et auxiliaires du service et de l'industrie, Affaires immobilières, Services domestiques, Hygiène, Autres services

Cette consolidation a donné la ventilation suivante sur l'ensemble des entreprises marocaines :

Table 8 : Répartition nationale

	Entreprises	%	Effectifs	%	Ech.GE	%	Ech.ME	%	Ech.PE	%
Primaire	534	1%	67 390	6%	5	7%	7	6%	2	1%
Industrie & Construction	23 341	33%	644 245	56%	27	36%	43	36%	54	35%
Services & Transports	46 105	66%	429 352	38%	42	57%	71	59%	97	63%
Total	69 980	100%	1 140 987	100%	74	100%	121	100%	153	100%

e. Méthodologie utilisée pour l'extrapolation au niveau national

A partir des résultats de l'enquête obtenus sur l'échantillon ainsi constitué, tout indicateur quantitatif (nombre de lignes téléphoniques, dépenses en téléphonie fixe ...) a été extrapolé au niveau national de la façon suivante :

1. Cumul par région et par taille d'entreprise, sur les réponses pertinentes obtenues, de l'indicateur considéré (par exemple, somme des dépenses en téléphonie fixe de toutes les Grandes Entreprises interrogées sur la région de Casablanca).
2. Cumul par région et par taille d'entreprise, sur les réponses pertinentes obtenues, des effectifs des entreprises enquêtées pour l'indicateur considéré.
3. **Calcul de l'indicateur par salarié pour chaque type d'entreprise et par région : Le passage par la variable « indicateur quantitatif / salarié » permet de minimiser les risques d'erreurs dans la mesure où les effectifs pour l'ensemble de la cible sont connus par région et par taille.**
4. Calcul de l'indicateur au niveau national pour chaque type d'entreprise et par région en multipliant la valeur de l'indicateur par salarié obtenue à l'étape précédente par le nombre de salariés de l'ensemble d'entreprises recensées dans le segment d'entreprise et pour la région considérée.

III. Synthèse et conclusions de l'étude

Avertissements

En raison d'un taux de réponse trop faible sur les dépenses en transport de données, l'extrapolation des dépenses globales en services et l'analyse qui en découle ne prend pas en compte les services de transport de données. De même par manque de réponses pertinentes sur le segment des administrations, les dépenses des administrations et offices nationaux ne sont pas prises en compte.

Dans la construction des échantillons, certaines catégories présentent un nombre d'entreprises et/ou d'effectifs faibles, rendant ainsi l'évaluation nationale par extrapolation

très peu pertinente. Pour ces raisons, nous ne considérerons pas comme significatif dans notre analyse les résultats portant sur les segments de marché suivants :

- **Résultats du secteur Primaire**
- **Résultats sur la région Orient**

De plus, l'extrapolation proposée reste une estimation et devrait être croisée avec les informations disponibles auprès des opérateurs et des FAI sur la cible considérée.

III.1. Analyse de la demande au niveau des « entreprises »

III.1.1. Taille du marché des entreprises

Les principaux résultats quantitatifs collectés et représentatifs du marché marocain des télécommunications sur le segment « entreprise » se présentent comme suit :

1. Le marché des télécommunications sur le segment « entreprise » (hors très petites entreprises et administrations et hors dépenses de transmission de données) est estimé à environ 5 800 MDH/an.
2. La téléphonie fixe est le poste de dépense le plus important des entreprises, elle représente 64% (3 645 MDH/an) du marché (hors service de transport de données). La téléphonie mobile et l'Internet représentent respectivement 25% et 11% de ce marché.
3. Les « moyennes entreprises » sont les plus grosses consommatrices de services de télécommunications, plus particulièrement sur les services de téléphonie fixe et de l'Internet (respectivement 44% et 42% des dépenses). Sur le marché de la téléphonie mobile, ce sont les « petites entreprises » qui concentrent les dépenses (45% des dépenses pour 14% des effectifs).
4. Le marché des télécommunications est très fortement centralisé puisque les régions de Casablanca et Rabat/Kénitra concentrent à elles seules 80% du marché (administrations incluses). Les dépenses en services de télécommunications par salarié est, sur Casablanca, 40% plus importantes que la moyenne nationale.
5. Le secteur tertiaire est le principal consommateur de services de télécommunications, 70% des dépenses pour 55% des effectifs.
6. L'accès à Internet est généralisé sur le segment « entreprise », mais les connexions restent essentiellement bas débit (75% des connexions). Les connexions Internet via le réseau téléphonique fixe (RTC et MARNIS) représentent 56% des connexions des entreprises. 35% des connexions proviennent de raccordement sur des Liaisons Spécialisées (principalement en bas débit). L'ADSL, qui au moment de la réalisation de l'étude était en phase de lancement, reste très faiblement représenté avec moins de 2% des connexions.
7. Le faible taux de réponse sur les services de transmission de données confirme le faible taux d'utilisation de ces services. Le marché actuel occulte le potentiel réel de ce marché.

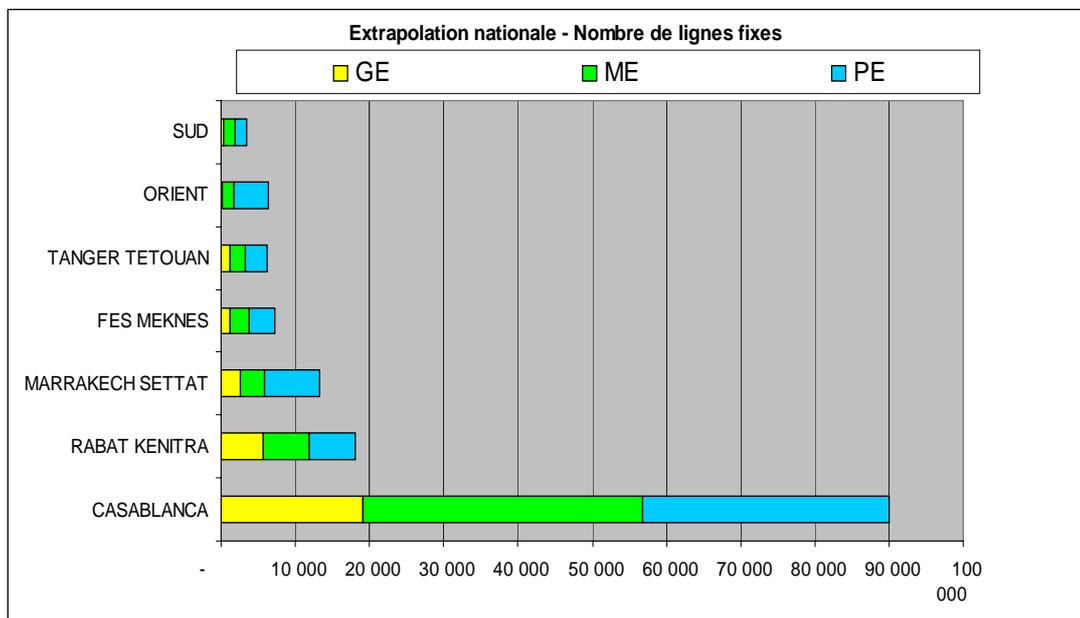
Téléphonie Fixe

Toutes les entreprises interrogées sont abonnées au service de téléphonie fixe de Maroc Telecom.

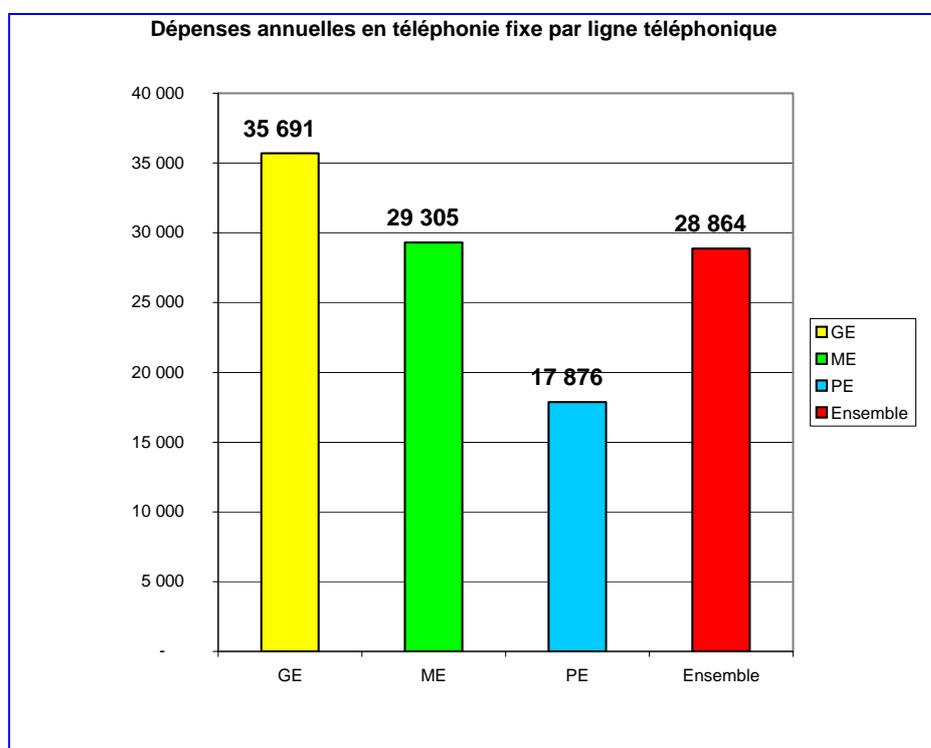
Le nombre de lignes par entreprise (et non par site) en moyenne est :

- 10,5 lignes pour l'ensemble des entreprises interrogées,
- 5,1 lignes pour les petites entreprises,
- 10 lignes pour les entreprises moyennes,
- 23,3 lignes pour les grandes entreprises

Le taux d'équipement (Nombre de lignes téléphoniques / par salarié) sur la zone de Casablanca est supérieur de 27% à la moyenne nationale. Compte tenu de la concentration de la population active et du taux plus élevé d'équipement, la région de Casablanca concentre 62 % des lignes téléphoniques.



La répartition des lignes fixes est particulièrement concentrée sur le secteur d'activité des services avec plus de 70% des lignes de téléphonie fixe. Ce secteur ne concentrant que 55% des effectifs, il est le plus gros consommateur par salarié du service de téléphonie fixe.



Le budget de dépense par salarié est près de **30% plus élevé dans la région de Casablanca** que la moyenne nationale. L'extrapolation nationale permet de confirmer **la concentration du marché de la téléphonie fixe sur la région de Casablanca à 68%**. Les segments « Grandes Entreprises » et « Moyennes Entreprises » sur la région de Casablanca représentent près de 50% du marché entreprises de la téléphonie fixe nationale hors TPE et administrations.

Téléphonie Mobile

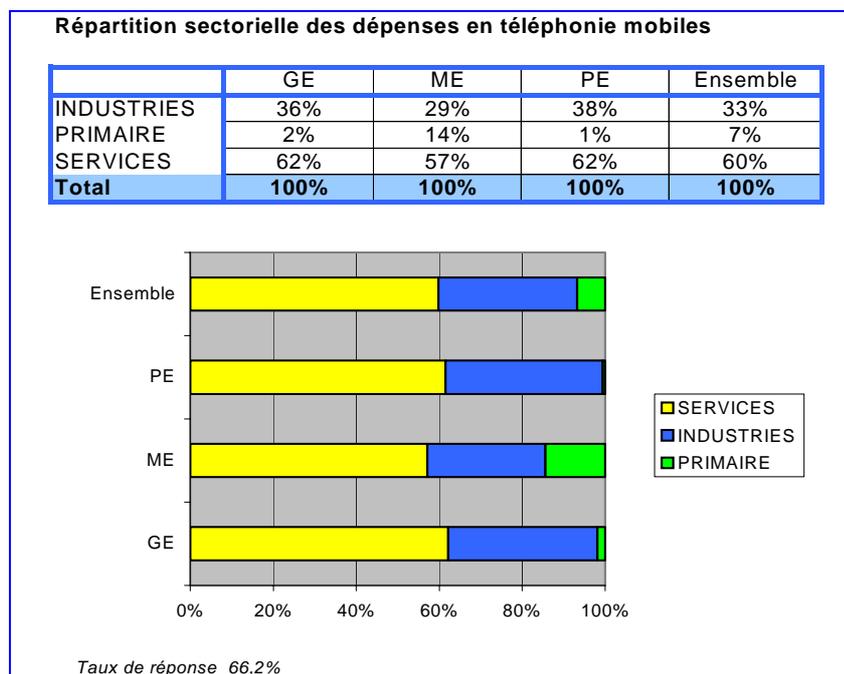
78% des entreprises interrogées disposent au moins d'une ligne mobile (en abonnement ou prépayé). Ce taux évolue peu en fonction de la taille des entreprises :

Pour les entreprises qui disposent d'au moins une ligne mobile, **le nombre de lignes mobiles par entreprise est de 10,7 en moyenne**. Le nombre de lignes mobiles par entreprise augmente naturellement avec la taille de l'entreprise :

- 5,5 lignes pour les petites entreprises,
- 11,9 lignes pour les entreprises moyennes,
- 20,2 lignes pour les grandes entreprises

60 % de la dépense en téléphonie mobile des entreprises interrogées est concentrée sur le secteur tertiaire (qui représente 50% de l'effectif des entreprises ayant déclaré leurs dépenses

en téléphonie mobile). La concentration des dépenses sur le secteur tertiaire est moins marquée pour la téléphonie mobile que pour la téléphonie fixe.



Equipements informatiques et réseau local

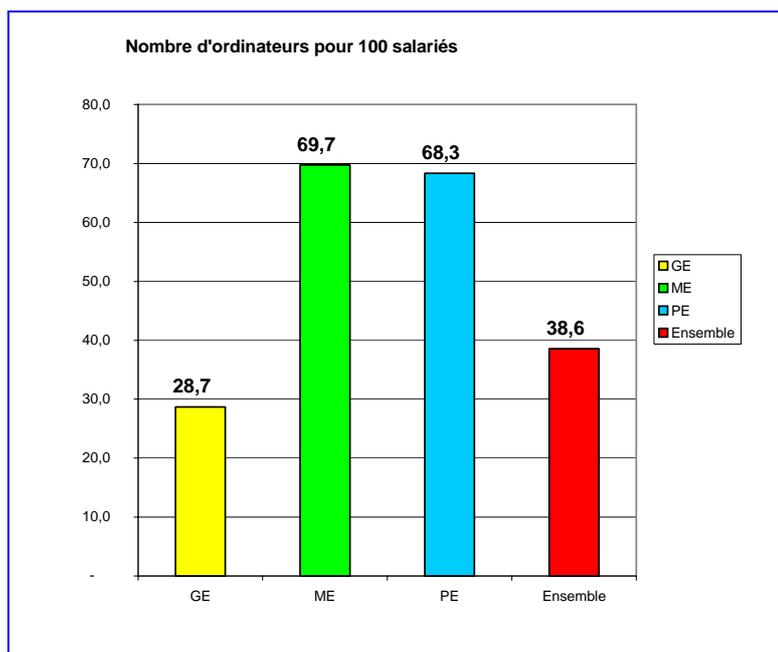
Ce chapitre est un préalable indispensable avant l'analyse des segments Internet et de transmission de données.

La quasi-totalité des entreprises (97 % en moyenne) possèdent au moins un ordinateur indépendamment de leur taille.

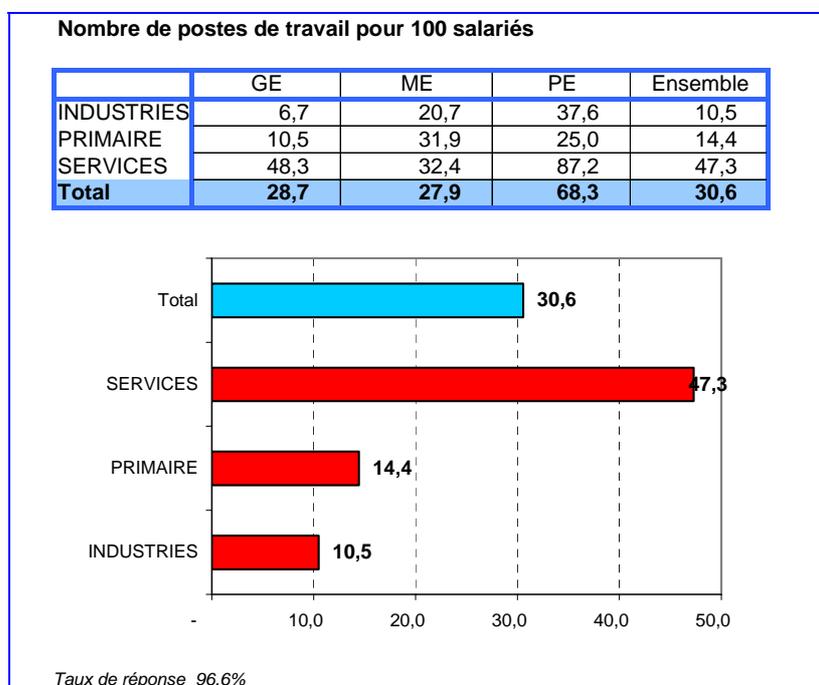
L'extrapolation nationale permet d'estimer à environ **300 000 ordinateurs la taille du parc informatique des entreprises marocaines** hors TPE et Administrations. Ce parc se répartit ainsi:

- 28 % pour les petites entreprises
- 26 % sur les entreprises moyennes
- 46 % sur les grandes entreprises

Le nombre d'ordinateurs pour 100 salariés atteint près de 70% au sein du segment « Petites Entreprises » et « Moyennes Entreprises » contre moins de 30% dans les « Grandes Entreprises ».



Le taux d'équipement en informatique (Nombre d'ordinateurs pour 100 salariés) est 3 à 4 fois plus élevé dans le secteur tertiaire (47,3 ordinateurs pour 100 salariés) que dans les secteurs industriel et primaire. Cet écart est plus prononcé sur le segment « Grandes Entreprises ». Les « Petites Entreprises » du secteur tertiaire présentent un taux d'équipement en informatique 87,2 ordinateurs pour 100 salariés.

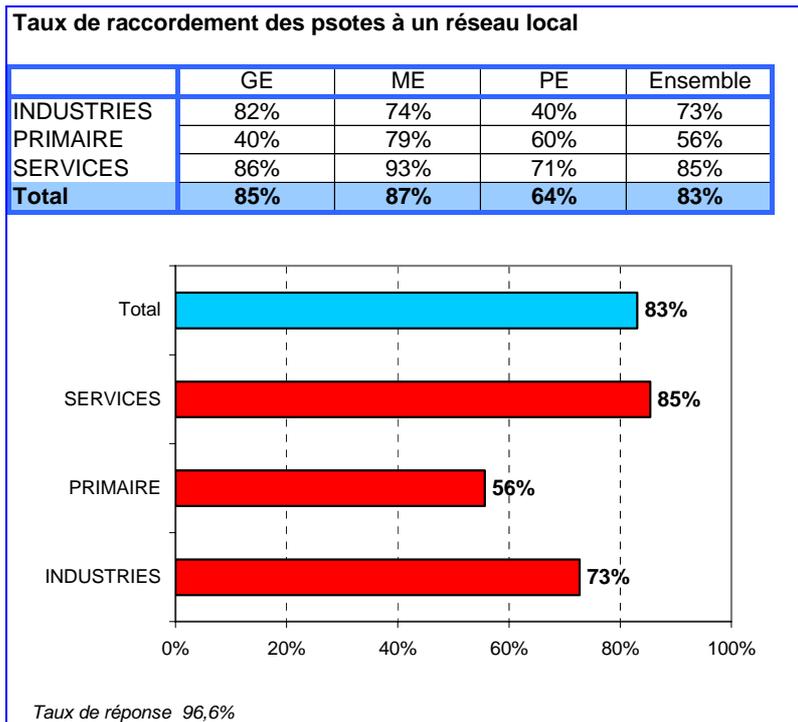


De façon globale, les entreprises du secteur tertiaire représentent près de 84% du parc informatique déclaré par les entreprises interrogées.

Le taux de raccordement des postes de travail à un réseau local (nombre d'ordinateurs connectés à un réseau local / nombre d'ordinateurs déclarés) est en moyenne de 83% sur l'échantillon

interrogé. Les « Petites Entreprises » qui ont naturellement moins de postes par établissement, présentent un taux de raccordement des postes de travail à un réseau local de 64% plus faible que les « Grandes Entreprises » (taux de raccordement à un réseau local = 85%) ou des « Moyennes Entreprises » ((taux de raccordement à un réseau local = 87%)

Le taux de raccordement des postes de travail à un réseau local est plus élevé dans le secteur tertiaire (85%) que dans les secteurs industriels (73%) ou primaires (56%). Dans le secteur Industriel, le taux de raccordement à un réseau local dépend fortement de la taille de l'entreprise : 82% pour les « Grandes Entreprises » contre 40% pour les « Petites Entreprises ».

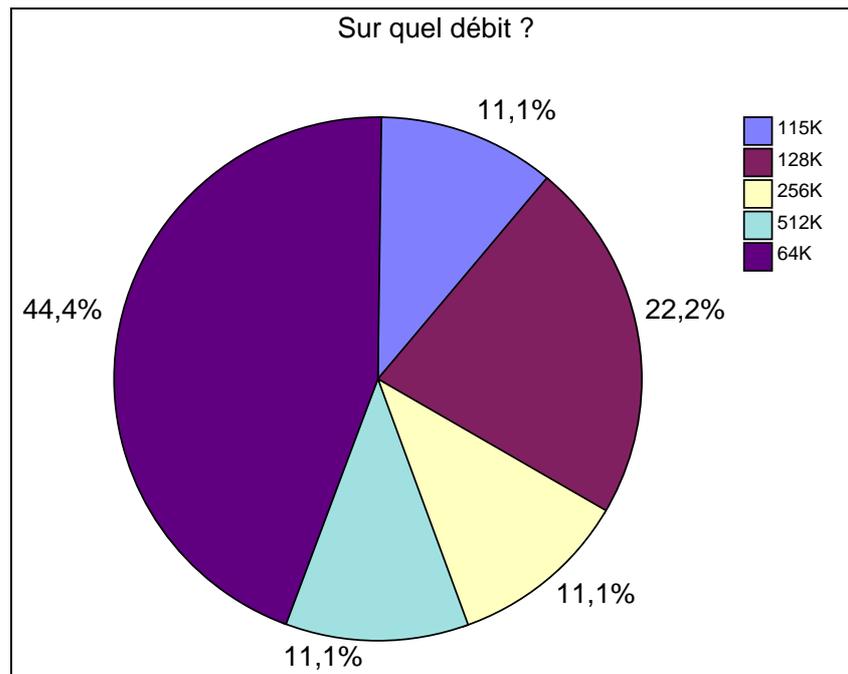


Services de transport de données

Parmi les entreprises multisite interrogées, seulement **29,3%** sont équipées d'une liaison de transfert de données.

Sur les 116 entreprises multisite sondées, il a été recensé 93 liaisons de transfert de données dont 37 Liaisons spécialisées locales ou nationales (soit 40% des liaisons). Encore une fois, le faible nombre d'observations nous amène à ne considérer ces chiffres qu'à titre indicatif. Ces taux sont cohérents avec le faible niveau d'utilisation des services de transmission de données constaté de façon général.

11,2% des entreprises multisite interrogées déclarent posséder une connexion vers l'international. Pour ces liaisons, le débit le plus fréquemment observé est un débit de 64 Kb (dans 44,4% des cas). 22% des entreprises sont équipées d'une liaison internationale 128K.



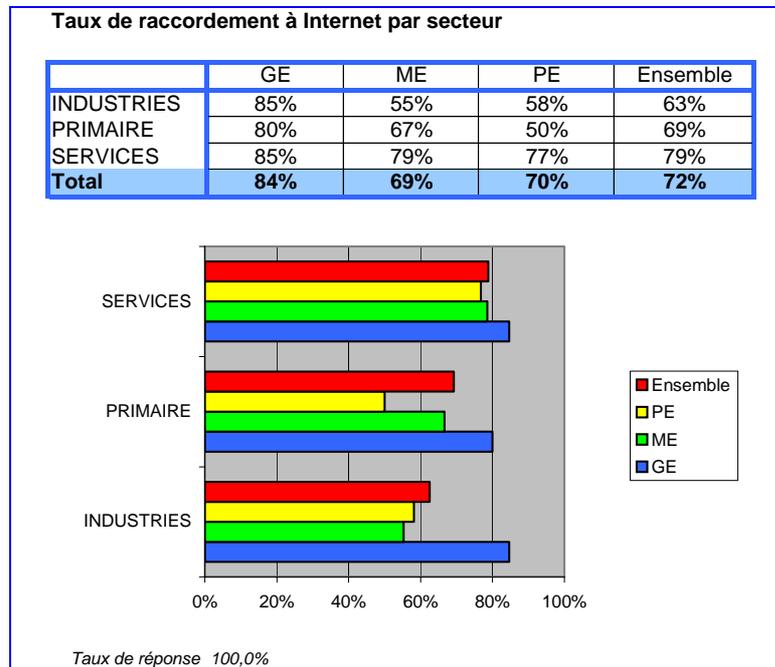
58,8 % des entreprises disposant d'une liaison de transfert de données ont implémenté une solution de back up sur leur réseau de données. Peu ont répondu à la question concernant le type de sécurisation mis en œuvre.

Internet

72% des entreprises interrogées déclarent avoir souscrit à une offre d'accès Internet. Le taux de raccordement à Internet est plus élevé dans les grandes entreprises :

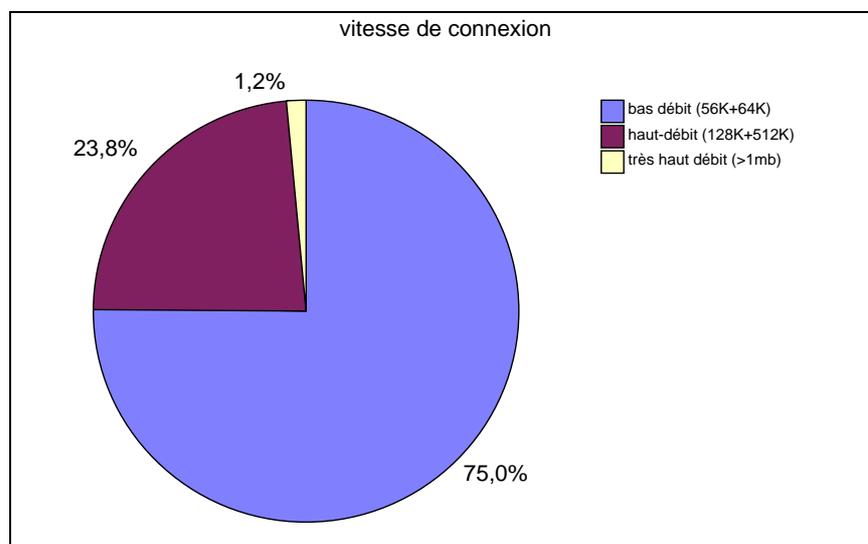
- 70 % des petites entreprises déclarent être raccordées à Internet
- 69 % des entreprises de taille moyenne déclarent être raccordées à Internet
- 84 % des grandes entreprises déclarent être raccordées à Internet.

Pour les grandes entreprises le taux de raccordement à l'Internet dépasse en moyenne dans l'ensemble des secteurs 80% des entreprises interrogées. En revanche, sur les segments « Petites Entreprises » et « Moyennes Entreprises », le taux de raccordement est plus élevé dans le secteur tertiaire.



Le taux de raccordement à l'Internet des entreprises interrogées est en moyenne plus élevé sur la région de Casablanca (81 % vs 72 % en moyenne nationale) et tout particulièrement sur les segments « PE » et « ME ». Le taux de raccordement à l'Internet sur la région de Casablanca est moins dépendant de la taille que dans les autres régions.

Les débits utilisés pour l'accès Internet sont naturellement liés au type de connexion utilisé. La majorité des entreprises sont raccordées à Internet en bas-débit (75% des entreprises connectées à Internet le sont sur une connexion de type 56K ou 64K). Le taux de pénétration du haut-débit (128 à 512 k) et du très haut débit (1 Mbit/s) ne dépasse pas en moyenne 25% de la population des entreprises.



III.1.2. Niveau d'utilisation des services de télécommunications

Une phase d'équipement accomplie mais une faible consommation des services

L'étude a montré que les entreprises ont achevé leur phase d'équipement aussi bien sur la téléphonie et l'informatique que sur le raccordement à l'Internet. Parallèlement à cette structuration des entreprises l'usage des services de télécommunications reste relativement faible. En effet, l'étude a relevé la faible consommation des services à valeur ajoutée sur la téléphonie fixe, le nombre peu élevé d'abonnement GSM par rapport aux effectifs de l'entreprise, une externalisation des services de transport et de communication pratiquement inexistante et un développement des services Internet qui reste marginal (sites Web, e-commerce...).

Sur la téléphonie Fixe :

Malgré des tarifs en moyenne 50% plus élevés que ceux pratiqués en France, la dépense par salarié au Maroc (2 932DHm/an/salarié) reste comparable à un pays comme la France (2 500DHm/an/salarié). Ceci s'explique par un niveau de trafic moindre pour compenser les niveaux de prix. L'analyse qualitative a montré que les services à valeur ajoutée sont très peu utilisés. Ainsi, les SDA commencent à être déployés mais relativement peu, tout comme les numéros d'accueil non géographiques de type 08AB. Aucun service de type location et maintenance de PABX n'a été rencontré, les entreprises achètent leur matériel.

Sur le transport de données :

Etant donné le faible taux de pénétration et de réponse concernant le service de transport de données, l'extrapolation au niveau national des réponses n'est pas pertinente. L'étude de ce point nous est alors donnée principalement par l'analyse qualitative. Ainsi, la plus part des grandes entreprises implantées sur plusieurs sites ont interconnecté leurs sites par des services de transmission de données. De manière quasi-systématique, les réseaux construits sont des réseaux IP privés en étoile vers un site central.

Ces interconnexions ont historiquement migré de liaisons analogiques vers des liaisons numériques LS. Ces liaisons numériques sont secourues par des liens de back-up RNIS (service MARNIS). La migration vers le service LL+ est en-cours de réalisation dans la plupart des cas. Les clients soulignent tous avoir souffert de la qualité des services LS.

En terme de bande passante, les débits utilisés sont très majoritairement faibles (64 et 128 Kbps). Les plus grands comptes ont pour leur part déployé des liaisons de 256 Kbps à 2 Mbps.

Les prévisions de croissance du trafic sont étonnamment faibles. Les prix des liaisons posent un réel problème de développement des applications en réseau au sein des entreprises. Certaines d'entre elles implémentent ou étudient des solutions de compression de trafic plutôt que d'augmenter les débits.

Il faut noter une très faible utilisation de liaisons X25 hormis dans le cas des applications bancaires de paiement par carte bancaire. Face à la tarification dite « inadaptée » du service, certains clients réfléchissent à installer leur propre solution PAD X25.

Les offres Frame Relay ne semblent pas décoller sur le marché marocain. De nombreux clients ont étudié son déploiement mais ne trouvaient pas d'intérêt économique assez fort pour migrer leurs LS vers des liaisons Frame Relay.

Il est intéressant de comparer ces résultats au marché français sur le segment Grandes Entreprises, dont les dépenses en transmission de données représentaient, en 1999, 30% des dépenses globales des services de télécommunications et dont la part des Liaisons Louées ne représentaient que 38% de ces dépenses DATA.

Ceci souligne le très faible niveau de développement des services de transport de données au Maroc, tel qu'il ressort déjà des statistiques sur le marché de transmission de données et tel que le nombre de réponses collectées sur ce segment le confirment clairement. Il a même été constaté que certaines grandes entreprises marocaines, les plus exposés à ce segment, ont construit ou sont tentées aujourd'hui de construire leur propre réseau de transmission (construction d'infrastructures pour les plus grosses).

Ce retard dans les usages doit être mis en parallèle avec les nombreux problèmes de qualité rencontrés par les entreprises.

III.1.3. Niveau de satisfaction

L'enquête a montré de nombreux points d'insatisfaction de la part des entreprises, que ce soit sur le niveau des prix, au niveau de la qualité des services (indisponibilité réseau et traitement des pannes), ou de la relation client (facturation et approche client).

1. Les entreprises considèrent les tarifs des opérateurs comme trop élevés. 45% des entreprises interrogées perçoivent le prix de l'abonnement et des communications sur le service de téléphonie fixe comme excessif. Ce fait est encore plus marqué sur l'offre à l'international et vers les mobiles (plus de 80% d'entreprises sont non satisfaites). Il en est de même sur la téléphonie mobile, où ce sentiment concerne aussi bien les deux opérateurs (environ 70% des entreprises interrogées non satisfaites). De même pour le service de transport de données, où la seule concurrence des opérateurs satellites à l'opérateur terrestre ne présente pas une grande attractivité économique. Enfin, la perception du niveau et de la structure tarifaire des FAI est également sujette à amélioration pour les entreprises (50% des entreprises trouve l'offre des FAI non adaptée).
2. L'insatisfaction des entreprises envers les opérateurs. L'étude a montré que les entreprises rencontrent un nombre élevé de problèmes dans leur interface avec les opérateurs. Ce constat porte aussi bien sur la qualité de service sur le plan technique (taux d'indisponibilité des réseaux trop élevé et traitement des pannes trop lent), avec 30% d'insatisfaction en moyenne sur l'ensemble des services, que sur le plan de la relation client, où les défauts et les incidents sur la facturation et l'approche client sont clairement dénoncés par les entreprises.
 - a. La facturation : Les entreprises rencontrées souffrent de l'absence de facturation par compte client. Certaines mesures ont été prises récemment avec la consolidation des factures de « certains clients majeurs » sur une facture synthèse mais ces synthèses comportent des erreurs voire des oublis géographiques provenant du traitement séparé de la facturation entre les différentes régions marocaines. Certains clients reçoivent une facture par instance de service souscrite (par ligne téléphonique, ligne spécialisée, accès Internet...). De nombreuses erreurs ont été signalées par les entreprises sur les factures et de lourdes procédures d'arbitrage avec les opérateurs voire des coupures considérées abusives de service lors de campagnes de recouvrement. La gestion de la facturation (vérification des montants, arbitrage) mobilise chez les entreprises rencontrées un temps conséquent et parfois des ressources humaines dédiées,

notamment chez les gros consommateurs. Toutefois, certains opérateurs émettent des factures consolidées par compte client.

- b. La démarche et l'approche client : les entreprises rencontrées regrettent un manque de démarche client dans la compréhension de leurs besoins et l'accompagnement dans le choix des services. Les entreprises notent toutefois une certaine amélioration de l'approche client avec la création des responsables grands comptes et des agences entreprises.
3. Un débit effectif sur les connexions Internet beaucoup trop lent. Les entreprises qui privilégient actuellement les accès bas-débit (75% sont connectées à Internet sur une connexion de type 56Kbits ou 64Kbits) n'ont pas réellement d'offre haut débit économiquement satisfaisante. En effet, si la pénétration du haut débit, à travers les Liaisons Spécialisées, est tangible pour les Grandes Entreprises (39%), les petites et moyennes entreprises attendent des offres économiquement plus attractives qui sera vraisemblablement possible avec le développement de l'ADSL (lancement récent du service et déjà 4.8% de part de marché sur le segment entreprise).
4. Le manque de confiance quant à la sécurité nécessaire à une externalisation des services de télécommunications et des applications. Les entreprises veulent avoir le total contrôle de leurs applications et du transport de ces dernières. Les services de VPN IP sont très peu développés, les entreprises préférant la mise en place de leurs propres Liaisons Louées.

III.2. Analyse de la demande au niveau des « Administrations »

10 établissements publics ont été interrogés selon le même questionnaire que les entreprises multi-sites. Les réponses des administrations n'ont pas été prises en compte dans le traitement quantitatif des entreprises privées afin de ne pas biaiser la représentativité de l'échantillon entreprises. Cette partie fournit une synthèse qualitative des réponses des administrations interrogées dont la représentativité sur l'ensemble du secteur public ne saurait être que partielle.

Plusieurs difficultés très significatives ont été rencontrées dans le cadre de l'enquête administration et qui peut inviter à mettre l'accent, pour le développement de l'usage des services de télécommunications, sur des points autres que ceux relevés dans les réponses.

Absence de structure centrale de la fonction Telecom ou d'interlocuteur ayant une vue globale

Cette situation nous a conduit à opérer des ajustements au niveau de l'échantillon retenu. L'interlocuteur rencontré n'est informé en général que de la situation de son site. La plupart des interlocuteurs rencontrés disposent de peu d'informations sur les dépenses et sur les niveaux de satisfaction des utilisateurs effectifs. Ce point est crucial, car il signifie l'absence en général de stratégie globale (schéma directeur) visant à :

- optimiser les choix de solutions en tenant compte des besoins de différents services et sites,
- optimiser les coûts en faisant jouer l'économie d'échelle
- des tableaux de bords permettant de suivre les dépenses et la qualité de service

Manque d'informations sur l'offre du marché

De même, nous avons remarqué chez certaines administrations, un manque d'information des personnes rencontrées sur les offres existantes sur le marché et sur les possibilités d'amélioration ou de développement des solutions installées.

Un système de paiement des services de télécommunications contraignant (par vignette au nom de l'opérateur historique)

Le système de paiement utilisé par les administrations ne leur permet pas de faire jouer la concurrence pour mieux négocier les conditions de services et de prix des prestations de télécommunications. Par ailleurs, certaines administrations intéressées par des solutions satellites répondant à des besoins spécifiques, se trouvent confrontées à cette contrainte du mode de paiement et ne peuvent y souscrire.

III.3. Potentiel du marché et attentes

III.3.1. Les axes de développement

Les entreprises considèrent l'ouverture à la concurrence comme un moteur permettant l'amélioration des points de blocage cités ci-dessus.

Les services de transport de données qui sont actuellement fort peu développés, les entreprises préférant déployer leurs propres infrastructures de transmission sur des réseaux de Liaisons louées, peuvent également connaître une croissance intéressante avec la mise en place de la concurrence. En effet, le marché français montre que les entreprises préfèrent l'utilisation de technologies de transport de données tel que le MPLS, le Frame Relay ou l'ATM (le X25 de moins en moins) où la concurrence est présente plutôt que l'utilisation de Liaisons louées où France Telecom est dans la plus part des cas le seul fournisseur.

Si la plupart des entreprises (hors TPE) sont actuellement connectées à Internet (72% des entreprises), en considérant les expériences étrangères, il est certain que celles qui sont connectées en bas débit sur le réseau commuté ou MARNIS (65% des entreprises connectées) vont transférer leur connexion vers la technologie ADSL qui offre aujourd'hui le meilleur rapport débit / prix et éventuellement sur des liaisons louées en cas de baisse de prix et d'amélioration de la qualité de service de ces dernières. Le développement de l'Internet haut débit va conséquemment motiver les usages et éventuellement développer entre autres le e-commerce et les sites Web.

III.3.2. Les attentes des entreprises

a. Amélioration de la qualité de service

Les entreprises attendent une amélioration de la qualité des services en terme de :

- Disponibilité
- Engagement SLA
- Gestion de la relation client
- Développement de produits mieux adaptés aux besoins des entreprises

Les grandes entreprises sont prêtes à payer les prix actuels mais exigent désormais une qualité de service associée et un engagement de leur opérateur.

Les grandes entreprises attendent une baisse des prix des services et seraient prêtes à consacrer ces économies réalisées à une augmentation de leur consommation de services.

b. Les attentes en matière d'ouverture du marché

Les entreprises ne perçoivent pas de concurrence sur le marché marocain. Certes le marché de la téléphonie mobile a été ouvert, mais les entreprises sont globalement peu exposées à ce marché. Elles en pâtissent au contraire avec l'explosion des factures fixe vers mobile.

Les revendications vis à vis de l'ouverture du marché sont justifiées par deux arguments :

- i. la baisse des tarifs
- ii. la liberté de choix qui permet au client d'être exigeant vis à vis des opérateurs contrairement aux situations de monopole.

Les grandes entreprises classent leurs attentes d'ouverture à la concurrence des différents segments de marché comme suit :

1. Marché international (tous services confondus voix et données)
2. Marché des services de données nationales
3. Marché de la téléphonie nationale

Concernant le marché Internet et services de données, les entreprises considèrent que la concurrence ne peut pas se développer véritablement sans le développement d'une infrastructure alternative ou une réglementation très forte des services de vente en gros.