



- Une hausse de 11,5% est enregistrée dans l'équipement en ordinateurs chez les **individus**, avec un écart observé selon le milieu et selon le genre. Les jeunes de 9 à 24 ans sont les plus équipés en ordinateurs.

### Fort engouement pour l'accès à l'Internet mobile chez les ménages :

- L'équipement des **ménages** en accès **Internet** s'élève à 74% (soit près de 6 millions de ménages).
  - Huit (8) ménages sur dix (10) en milieu urbain.
  - Six (6) ménages sur dix (10) en milieu rural.
- L'équipement en **Internet mobile** domine avec sept (7) **ménages** sur dix (10) qui en sont équipés.
- Le divertissement (réseaux sociaux et jeux) et l'accès aux actualités représentent les principaux usages.
- Quatre (4) **ménages** sur dix (10) affirment que leurs enfants âgés de moins de 15 ans utilisent Internet.
  - 73% des parents déclarent contrôler les usages de leurs enfants sur Internet bien que 64% reconnaissent ne pas être outillés pour orienter les usages de leurs enfants de l'Internet.
  - Pour près de six (6) **ménages** sur dix (10), l'éducation des enfants à l'usage de l'Internet incomberait à l'école.
  - Deux tiers (2/3) des **ménages** estiment que l'Internet aurait un impact positif sur leurs enfants.

### Usage intensif de l'Internet en particulier sur smartphone :

- L'utilisation d'Internet est quotidienne pour trois (3) **internauts** sur quatre (4).
- Près de six (6) **internauts** sur dix (10) passent plus d'une heure sur Internet.
- Les réseaux sociaux arrivent toujours en tête des usages, avec 96,4% des **internauts** qui y accèdent.
- Une grande partie de la population estime qu'Internet revêt une importance de 1<sup>er</sup> ordre dans leur quotidien :
  - dans la vie professionnelle : 75% ;
  - dans la vie personnelle : 62%.
- Les perceptions et attitudes des **internauts** vis-à-vis d'Internet sont considérées :
  - positives pour «*les liens sociaux et les apprentissages*» ; et
  - négatives en raison des «*risques de désinformation, de violence et d'atteinte aux données personnelles*».
- L'augmentation continue des usages prédispose différents segments et marchés à une adoption aisée de la digitalisation par les individus.

### Réseaux sociaux :

- 20,1 millions d'**individus** participent aux réseaux sociaux.
  - Cette utilisation est généralisée, indépendamment de l'âge et du genre.
  - WhatsApp arriverait en tête des réseaux sociaux utilisés.
- Près de huit (8) **internauts** sur dix (10) utilisent les réseaux sociaux quotidiennement.
  - Les jeunes âgés entre 12 et 24 ans sont ceux qui fréquentent massivement les réseaux sociaux quotidiennement.
  - Près de la moitié des **internauts** passent plus d'une heure par jour sur les réseaux sociaux.

### Achats en ligne :

- Le e-commerce continue sa progression, en augmentant de près de 21,3% entre 2016 et 2018.
- Près d'une **personne** sur cinq recourt au e-commerce dans le milieu urbain.

- Près de la moitié des **individus** ayant effectué des achats en ligne en 2018 l'auraient fait entre deux (2) et cinq (5) fois.
- Les vêtements (70% des individus ayant acheté en ligne en 2018) arriveraient en tête des produits achetés sur Internet.

#### **Risques liés à la sécurité en ligne :**

- Trois (3) personnes sur quatre (4) ne mesureraient pas les risques de l'absence de protection sur Internet.
- L'anti-virus est l'outil de sécurité répandu chez 83% des personnes averties aux risques et menaces sur Internet.

#### **Protection des données personnelles :**

- Près de deux (2) **individus** sur dix (10) déclarent connaître l'existence d'une réglementation sur la protection des données personnelles et de la CNDP.
- La connaissance de cette réglementation a été véhiculée par deux principaux supports : Internet (38,3%) et TV (35%).
- 6% des **individus** déclarent avoir subi des atteintes liées à leurs données personnelles.

#### **Nouveautés de l'enquête :**

En complément à l'enquête quantitative auprès des ménages et des individus, une enquête longitudinale sera lancée durant 2019/2020. La 1<sup>ère</sup> étape de cette étude a consisté en la mise en place, pour la 1<sup>ère</sup> fois, d'un «panel» dans le secteur, constitué de 2000 individus. Cette enquête sera conduite auprès de ce panel pendant les prochaines années et devrait permettre d'approfondir certains indicateurs et suivre spécifiquement leur évolution annuelle ou celles des pratiques et attitudes des populations concernées. Cette enquête devrait permettre de mettre la lumière sur les changements socio-économiques et technologiques qui peuvent affecter le niveau d'équipement et des usages des TIC.

Par ailleurs, une étude qualitative, basée sur la notion de «Focus Group», sera menée durant 2019 sur la base des résultats de l'enquête 2018. Dix (10) groupes ont été retenus avec la participation des partenaires cités ci-après. L'objectif de cette étude est d'approfondir des points relevés lors de l'enquête et de ressortir les ressentis et les attitudes des participants vis-à-vis des TIC.

Ces Focus Group traiteront chacun d'une thématique précise («Usage», «Impact», «Identité et protection des données personnelles», «audiovisuel», «Paiement électronique») en adressant une cible (en terme d'âge) préalablement arrêtée.

A noter que la liste des partenaires s'est élargie cette année à Bank Al-Maghrib, à la Commission Nationale de contrôle de la protection des Données à caractère Personnel (CNDP) et à l'Agence de Développement du Digital (ADD), qui rejoignent les autres partenaires associés, pour la 1<sup>ère</sup> fois, lors de l'enquête au titre de l'année 2017. Il s'agit du Ministère de l'Industrie, de l'Investissement, du Commerce et de l'Economie Numérique, le Conseil Economique, Social et Environnemental (CESE), la Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA) et le Haut-Commissariat au Plan (HCP). Cette collaboration, aussi large, a permis d'adresser, dans une même enquête, de nouveaux indicateurs.

Les résultats détaillés de cette enquête sont disponibles à partir du lien suivant :

<http://www.anrt.ma/indicateurs/etudes-et-enquetes/enquete-annuelle-marche-des-tic>.