



الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري
الخوادم المغربية للاتصال السمعي البصري
Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle

Publié sur *Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle* (<https://www.haca.ma>)

[Accueil](#) > Les Marocains (es) consomment de plus en plus les contenus audiovisuels via les TIC

[A](#) [1] [+A](#) [1]



Les Marocains (es) consomment de plus en plus les contenus audiovisuels via les TIC

01 oct 2018

Pour la première fois dans les relations institutionnelles entre l'ANRT et la HACA, cette dernière a été associée à l'enquête nationale régulière que l'instance en charge du secteur des télécommunications effectue, chaque année, sur les équipements et les usages en TIC des Marocaines et Marocains, sondés individuellement et par ménage. Cette enquête (portant sur l'année 2017), associant également le ministère de l'économie numérique, le CESE et le HCP, a porté sur un échantillon de 12.200 ménages et individus, des deux sexes, de tous les âges et dans toutes les régions du Royaume. Ce premier sondage en la matière, pour ce qui concerne la Haca, a donc intégré des questions proposées par celle-ci à l'ANRT et relatives spécifiquement au secteur de l'audiovisuel, sur les mêmes indicateurs (équipements et usages).

Les résultats, ventilés par ménage et par individu, confirment amplement le grand et croissant impact de la convergence entre Médias et TIC sur les équipements et les usages au Maroc, un des pays les plus connectés d'Afrique à l'internet (70,2% des ménages), avec près de 24 millions d'internautes qui consomment principalement de la télévision sur Internet en regardant, chaque jour, pendant une heure au moins, des contenus télévisuels (67,2%) ou en écoutant la radio (17,5%). Résultats des plus

pertinents sur la marche de la convergence entre médias et TIC, au niveau des équipements et usages des individus :

- **Le parc des smartphones est estimé à plus de 22,6 millions ;**
- **Près de 100 % des ménages marocains sont connectés à la téléphonie mobile ;**
- Avec un taux d'équipement de 99,8%, la téléphonie mobile est généralisée pour la quasi-totalité des ménages aussi bien en milieu urbain qu'en milieu rural. Le nombre moyen des individus équipés en téléphone mobile dans le ménage, est de 3,9 ;
- Près de 92% des individus âgés de plus de 5 ans sont équipés en téléphonie mobile dont 73% sont équipés d'un smartphone. **Les plus jeunes (de 5 à 39 ans) sont les plus équipés en smartphones avec des taux avoisinant 80%.**

Conséquence de cette nouvelle réalité, du fait de la convergence :

- **29% des individus déclarent regarder des services télévisuels linéaires sur un smartphone** (9% très souvent, 10% souvent et 10% rarement).
- Dans le milieu urbain, **les marocains utilisent davantage le téléphone mobile pour écouter la radio (36,5% en urbain et 21,1% en rural)**. Seuls les âgés de 40 ans sont les plus nombreux à utiliser un poste radio classique.

Autre indicateur sur l'approvisionnement, si on peut dire, de la convergence par les Marocaines et Marocains : **un Marocain sur trois (33%) consulte un deuxième écran** (smartphone, ordinateur ou tablette) **pendant qu'il regarde la télévision**. Plus de la moitié des jeunes âgés de 15 à 24 ans consultent un smartphone, ordinateur ou tablette en même temps qu'ils regardent la télévision.

Néanmoins, **la télévision reste le premier support pour consulter des contenus audiovisuels**. Par ordre croissant de préférence des supports pour consultation des contenus audiovisuels, sur une échelle de 1 à 10, les marocains ont donné une note de 7,12 pour la télévision, 5,4 pour le smartphone et 4,41 pour la radio. Le PC et la tablette sont les mieux notés par les jeunes de 15 à 24 ans. Et pour regarder des services télévisuels linéaires, **la technologie satellitaire est utilisée par 85,2% des marocains** (42,8% très souvent, 28,9% souvent et 14% rarement). **Le terrestre est utilisé par 39,3%** et l'internet par 10,9% individus. Avec cette confirmation de l'équipement quasi général des ménages en télévision : **le terminal de télévision reste l'équipement le plus répandu chez les ménages**. 93,2% des ménages confirment avoir au moins un terminal de télévision, suivi par les équipements de réception des services radiophoniques avec 51,8%. **18,5% des ménages sondés confirment disposer d'un terminal de télévision connectable.**

Enfin, au niveau de la consommation de contenus audiovisuels, on relève que :

- La durée journalière consacrée par individu pour les contenus audiovisuels est dominée par les contenus télévisuels. **Pendant au moins une heure, 67,2% des marocains regardent des contenus télévisuels, 17,5% écoutent de la radio et 16,8% naviguent sur internet ;**
- Quant à la durée journalière passée par terminal connectable, **le smartphone est le terminal devant lequel les individus passent le plus de temps**, plus de 1 heure par jour pour 43,3% d'entre eux. Ce terminal est suivi de loin par les ordinateurs, plus de 1 heure par jour pour 9,7% des marocains, ainsi que les télévisions connectables et les tablettes, plus de 1 heure par jour pour respectivement 7,5% et 4% d'entre eux.
- Sur les 3 derniers mois de 2017, 77% des internautes âgés de 5ans et plus ont regardé ou téléchargé des images, des films, des vidéos ou de la musique, **44,6% ont regardé des services télévisuels sur le web et 22,8% ont écouté des services radiophoniques sur**

le web.

Par le phénomène de la convergence, donc, entre médias, dits “classiques” ou “traditionnels » (unidirectionnels et « médias de masse »), et les TIC (plateformes interactives à exposition individuelle, surtout chez les « mobinautes » équipés de téléphonie mobile), on assiste à une réelle tendance chez nos compatriotes, jeunes en tête, à consommer les contenus audiovisuels via les TIC. Nouveaux usages et inédites habitudes de consommation suivent de près les nouveaux supports et vecteurs, au rythme de l’exceptionnelle connectivité des ménages et des individus, aussi bien dans le monde urbain que, à quelques écarts près, dans le monde rural et ce, sur toute l’étendue du territoire national. La régulation des contenus audiovisuels est par conséquent à un tournant de son déploiement sur notre paysage médiatique à l’ère numérique qui y bouleverse la réalité des équipements et des usages par ce phénomène de la convergence.

Liens

[1] <https://www.haca.ma/fr/javascript%3A%3B>