



UNION INTERNATIONALE DES TÉLÉCOMMUNICATIONS

**ATELIER UIT/MIC : BÂTIR LA FUTURE
SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION À L'ÈRE
DES COMMUNICATIONS MOBILES**

**Document: SMIS/08-F
28 juin 2004**

Version française

Séoul, 4-5 mars 2004

**BÂTIR LA FUTURE SOCIÉTÉ DE L'INFORMATION
À L'ÈRE DES COMMUNICATIONS MOBILES:**

LE CAS DU MAROC

La présente étude de cas a été préparée par Claudia Sarrocco <claudia.sarrocco@itu.int>, Analyste des politiques, Union internationale des télécommunications (UIT). *Bâtir la future société de l'information à l'ère mobile: le cas du Maroc* fait partie d'une série d'études de cas sur les télécommunications produites dans le cadre du programme des nouvelles initiatives de l'UIT menées à bien par le Bureau du Secrétaire général. Le projet sur la manière de bâtir l'avenir de la société de l'information est géré par Lara Srivastava <lara.srivastava@itu.int> sous la direction de Tim Kelly <tim.kelly@itu.int>. D'autres études de cas par pays appartenant à cette série (Japon, Corée, Norvège) peuvent être consultées à l'adresse <http://www.itu.int/osg/spu/ni/futuremobile/>. Cette série est éditée par Joanna Goodrick <joanna.goodrick@itu.int>. L'auteur tient à remercier M. Rachid El Alami, Ministre de l'industrie, du commerce et des télécommunications du Royaume du Maroc pour le temps et l'attention qu'il a bien voulu consacrer à cet ouvrage. Elle tient également à exprimer sa sincère gratitude à l'ANRT, en particulier à M. El Kadiri et à Mme Belabbes, pour l'aide précieuse qu'ils lui ont apportée. Les opinions exprimées dans cette étude sont celles de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement les vues de l'Union internationale des télécommunications, de ses Membres ou du Gouvernement marocain.

TABLE DES MATIÈRES

	Page
1	Introduction..... 6
2	Maroc: Profil du pays 7
2.1	Informations générales sur le pays 7
2.2	Développement et économie 8
2.3	Le réseau de télécommunications..... 9
3	Le succès des communications mobiles 10
3.1	L'accélération de la libéralisation et de la mise en concurrence..... 10
3.1.1	Historique 10
3.1.2	Situation actuelle 11
3.2	Aperçu du marché: achat de services téléphoniques à la minute 13
3.2.1	Téléboutiques 14
3.2.2	A quoi servent les communications mobiles? 15
3.3	Opérateurs et services mobiles 17
3.3.1	Maroc Telecom..... 17
3.3.2	Médi Télécom..... 17
3.3.3	Services mobiles 18
3.4	Applications mobiles 22
4	L'impact des communications mobiles 26
4.1	Le Maroc bouge..... 26
4.2	Concurrence entre service mobile et service fixe? 26
4.2.1	Un mode d'utilisation particulier 26
4.2.2	Transformer le service fixe en service mobile et vice versa 27
4.3	L'impact économique des communications mobiles 28
4.3.1	Impact direct..... 28
4.3.2	Impact indirect..... 29
5	Conclusions..... 30
5.1	Trop tôt pour l'Internet mobile?..... 30
5.2	Mots clés au Maroc: Internet, entreprise et mobilité..... 31
5.3	Service fixe et service mobile: complémentaires ou interchangeables? 32
5.4	Conclusions 33

Liste des encadrés

	Page
Encadré 1: Un appel d'offres réussi.....	11
Encadré 2: Petites cartes pour petits consommateurs	19
Encadré 3: Des téléphones mobiles pour tout le monde: un portable élégant pour les femmes et des services spéciaux pour les pèlerins	23
Encadré 4: Services en ligne pour les utilisateurs mobiles	25
Encadré 5: Boutiques de portables?	28
Encadré 6: L'avenir du sans fil.....	31

Liste des figures

Figure 1: Croissance du nombre des utilisateurs de téléphonie mobile, 1997-2003.....	15
Figure 2: Nombre total d'utilisateurs et recettes moyenne par utilisateur.....	16

Liste des tableaux

Tableau 1: Indicateurs de base du Maroc.....	9
Tableau 2: Répartition des téléphones fixes par revenu	14
Tableau 3: Tarifs des communications mobiles.....	20

Glossaire

ANRT:	Agence nationale de réglementation des télécommunications
APEBI:	Association des professionnels des technologies de l'information
ARPU:	Recette moyenne par utilisateur
CGEM:	Confédération générale des entreprises du Maroc
DEPTI:	Département de la poste, des télécommunications et des technologies de l'information
GMPCS:	Systèmes mobiles mondiaux de communications personnelles
GPRS:	Service général de radiocommunication en mode paquet
IAM:	Itissalat Al Magrib S.A.
MAD:	Dirham marocain
MMS:	Service de messagerie multimédia
ONPT:	Office national des postes et des télécommunications
PBX:	Centrale privée
SEPTTI:	Secrétariat d'Etat auprès du Premier Ministre chargé de la poste et des technologies des télécommunications et de l'information
SMS:	Service de messages courts
UMTS:	Système de télécommunications mobiles universels
VSAT:	Terminal à très petite ouverture, microstation

1 Introduction

Il faut souvent plusieurs années pour que les innovations et les progrès technologiques réalisés dans les pays développés atteignent les pays en développement. Le coût de la technologie et de son développement ou bien l'absence des compétences nécessaires pour sa mise en oeuvre constituent fréquemment un obstacle à son arrivée dans ces pays. Il se peut même que les services proposés n'exercent aucun attrait immédiat dans les pays moins avancés qui ont d'autres besoins et priorités présentes.

Toutefois, il n'en est pas ainsi de toutes les innovations et plus particulièrement, cela ne vaut de toute évidence pas pour les communications mobiles. Les services mobiles et les utilisations possibles de ces communications sont d'une telle souplesse qu'on peut les adapter à divers besoins que ce soit ceux de l'homme d'affaires de Tokyo qui veut consulter la bourse depuis un taxi jusqu'au menuisier de Rabat qui pourra avoir le téléphone même s'il n'a pas de compte en banque et recevoir les appels de ses clients loin de son lieu de travail.

La croissance des services mobiles offre des possibilités inimaginables. La technologie mobile instaure de nouveaux moyens plus économiques de desservir les zones rurales. L'essor qu'elle a pris est fabuleux; toutes les prévisions commerciales ont été multipliées plusieurs fois.



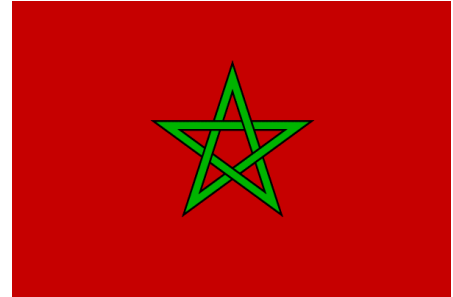
La technologie mobile a eu un impact aussi important dans les pays en développement et dans les pays émergents que dans les pays développés. Les communications mobiles, lorsqu'on leur permet de se développer librement dans un marché équitable, bénéficiant d'un environnement réglementaire clair, ont montré leur potentiel en provoquant une révolution dans la vie sociale, économique et culturelle de la population.

Cette étude portera sur l'expérience du Maroc où la formidable croissance du marché des communications mobiles a surpris aussi bien le Gouvernement que les opérateurs eux-mêmes. Le Maroc connaît une forte expansion et une compétitivité croissante dans le domaine des communications mobiles mais n'en reste pas moins un pays doté d'une pénétration très faible en termes de lignes fixes. On analysera dans la première partie de ce document la situation générale du pays ainsi que les facteurs réglementaires et économiques à l'origine de cette explosion, tandis que la deuxième partie sera consacrée à l'impact des services mobiles sur le pays, l'accent étant mis plus particulièrement sur l'économie et la société. On étudiera en outre les perspectives de développement et les limites et freins possibles à l'évolution actuelle.

2 Maroc: Profil du pays

2.1 Informations générales sur le pays

La première chose dont on se rend compte en entrant dans le *Mamlakah al Maghribiyah* (Royaume du Maroc) est l'importance de la communication pour les habitants. Prendre un train, se rendre au marché ou simplement trouver un taxi sont des expériences sociales et un moment d'échange d'informations et de pensées. Les familles sont constamment en contact et lorsque la vie moderne ne leur permet pas de se retrouver pour les repas, elles sont en contact par téléphone. L'expression "*achkat' aoued*" qui en français signifie "qu'est-ce que tu as à me raconter?" est couramment utilisée lorsqu'on appelle quelqu'un sans raison particulière.



Bien que l'arabe soit officiellement la seule langue du pays, la situation linguistique est relativement complexe étant donné la différence entre la langue écrite et la langue orale et l'utilisation très répandue du français, la deuxième langue du pays. L'arabe est couramment utilisé dans la vie de tous les jours; quant aux langues écrites ce sont l'arabe classique et le français, ce dernier souvent utilisé par les professionnels et les gens instruits dans le milieu des affaires, les administrations et les établissements d'enseignement. Le français est fréquemment mélangé à l'arabe et la population parle également différents dialectes arabes et berbères tandis qu'un petit nombre d'habitants des régions septentrionales parlent espagnol. Etant donné le retard pris dans l'élaboration en arabe du contenu et des applications, les services de télécommunications sont d'ordinaire assurés en français (bien que des systèmes admettant l'alphabet arabe existent sur le marché).

La culture marocaine est une culture orale en raison de sa tradition et probablement du faible taux d'alphabétisation du pays qui oscille entre une moyenne nationale de 50 pour cent et un minimum de 35 pour cent chez les femmes adultes. Le gouvernement marocain estime qu'aujourd'hui 48 pour cent environ des habitants âgés de plus de 10 ans sont analphabètes et que deux millions d'entre eux sont des enfants âgés de 9 à 15 ans qui ne sont pas scolarisés et ne reçoivent aucun type d'éducation. C'est ce qui explique que tandis que le téléphone est largement utilisé, l'Internet est lent à démarrer et reste essentiellement la prérogative des universités et des centres de recherches, des administrations publiques et des grandes entreprises privées.

Un autre facteur doit être pris en considération lorsqu'on analyse les éléments qui ont facilité l'expansion d'une certaine technologie des communications: la situation géographique et démographique du pays. Le Maroc, dont le territoire s'étend sur environ 710 000 kilomètres carrés, se trouve dans la partie septentrionale de l'Afrique, bordé par l'océan Atlantique et la mer Méditerranée. Il n'est séparé que de quelques kilomètres de l'Espagne et partage ses frontières méridionales et orientales avec la Mauritanie et l'Algérie.

La géographie du territoire est très variée, depuis des plaines fertiles qui longent les côtes jusqu'aux pics montagneux et aux zones désertiques de l'intérieur, ce qui influe évidemment sur la distribution de la population qui se compose d'environ 30 millions de personnes réparties en cinq millions de foyers environ. Les zones les plus densément peuplées se trouvent dans le Nord du pays, notamment dans les centres urbains de Casablanca et de Rabat, la capitale, qui à elles deux constituent le centre de la vie politique et commerciale et rassemblent quelque 5,5 millions d'habitants. Presque toutes les administrations se trouvent à Rabat, ville dont les habitants sont en forte proportion des fonctionnaires tandis que Casablanca est une ville particulièrement moderne et dynamique qui héberge les sièges de plusieurs entreprises nationales et étrangères. L'exode de la population rurale s'accroît depuis 20 ans et aujourd'hui la population urbaine représente environ 60 pour cent de la population totale¹ Le développement du réseau téléphonique se fait en fonction

de la distribution de la population, les régions du Nord étant mieux desservies que celles du Sud et les villes bénéficiant d'une connectivité et de services meilleurs que les villages ruraux.

2.2 Développement et économie

Dans son rapport sur le développement humain de 2002, le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) met l'accent sur le retard pris par le Maroc en matière de développement social. La situation ne semble pas s'être améliorée avec le temps: le Maroc qui se trouvait au 115ème rang de l'indicateur de développement humain (IDH) du PNUD en 1995, est tombé au 126ème rang en 2002. Le taux d'analphabétisme est d'environ 50 pour cent, un des plus élevés de la région. Près de la moitié de la population ne sait pas lire et le taux de scolarisation, encore plus bas qu'en Tunisie et en Algérie, l'est encore plus pour l'enseignement secondaire².

Pourtant, le produit national brut (PNB) du pays augmente lentement depuis quelques années. Une forte proportion de la population vivant dans des zones rurales où règne l'agriculture à forte intensité de main d'oeuvre, vulnérable aux fréquentes sécheresses, la répartition de la richesse est très inégale: plus d'un cinquième de la population du pays vit encore en dessous du seuil de pauvreté.

L'économie du pays repose essentiellement sur l'agriculture. Ce secteur emploie environ un tiers de la population active laquelle contribuait en 2002 à 16 pour cent du PNB total qui, en 2002, s'élevait à 33,3 milliards de dollars EU. Le rôle important joué par ce secteur dans l'économie, associé au fait que les exploitations sont de petite taille et que le niveau de technologie et d'infrastructure est insuffisant (ce qui renforce l'impact des fréquentes sécheresses), a abouti à une croissance économique extrêmement instable comme il ressort du Tableau 1. Les petites et moyennes entreprises, créées par de jeunes entrepreneurs ainsi que des milliers de "micro-entreprises" jouent un rôle important dans l'économie du pays. Le chômage reste néanmoins fort avec un taux de 11,8 pour cent en 2003³.

Par ailleurs, le nombre de médecins pour 100 000 habitants est de 34, soit bien inférieur à ce qu'il est en Tunisie (67). Le nombre d'ordinateurs et d'autres équipements pour 100 habitants - 3 pour cent en 2002 - est plus faible que dans d'autres pays ayant un PNB du même ordre.

L'industrie et le commerce sont des facteurs importants de l'économie nationale, puisqu'ils représentent respectivement 31 et 20 pour cent du total du produit intérieur. Le secteur manufacturier est dominé au Maroc par les petites entreprises et la production et l'exportation de l'artisanat dans le monde entier constituent un secteur particulièrement important⁴.

Tableau 1: Indicateurs de base du Maroc

	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Population	27 169 533	27 518 000	27 692 200	27 866 545	28 705 000	29 170 000
Croissance démographique (pourcentage)	2,06	1,28	0,63	0,63	3,01	1,62
Population urbaine	53%	53%	54%	54%	55%	56%
Nombre de ménages	4 600 000	4 790 000	4 900 000	5 072 000	5 211 000	5 354 000
PNB (dollars EU)	36 638 786 585	33 414 155 409	35 816 917 246	35 264 285 714	33 308 560 677	33 884 955 752
PNB par habitant (dollars EU)	1 349	1 214	1 293	1 265	1 160	1 162
Croissance du PNB par an	13,36	-0,31	8,06	0,46	2,45	8,14

Source: Indicateurs des télécommunications de l'UIT, 2003.

Au début des années 1990, le gouvernement a lancé plusieurs réformes visant à attirer les investisseurs étrangers et à développer le secteur privé, entamant pour ce faire un processus de

libéralisation et de privatisation qui a amené à privatiser plus de 100 entreprises depuis 1993. Les investissements nationaux et étrangers ont considérablement augmenté en 1999-2000. C'est ainsi que les investissements étrangers ont pratiquement quadruplé, atteignant le niveau sans précédent de 17,7 milliards de MAD (1,7 milliard de dollars EU) grâce en grande partie au prix record obtenu pour la vente de la deuxième licence GSM (plus de un milliard de dollars EU) accordée à Méditel. Le taux d'investissement pour cette période a atteint 25,3 pour cent du PNB⁵. Le secteur des télécommunications est resté l'élément moteur du processus de privatisation et en 2000 l'opérateur historique, Maroc Telecom, a vendu 35 pour cent de ses actions à la société étrangère Vivendi Universal.

Malgré le nombre considérable de privatisations qui ont eu lieu, les entreprises publiques représentent encore un segment notable de l'économie nationale: en 2001 elles ont contribué au PNB national pour une part allant jusqu'à 15 pour cent⁶.

2.3 Le réseau de télécommunications

Il n'est sans doute pas surprenant que le développement du réseau de télécommunications se fasse en fonction de la densité démographique, le réseau de téléphonie fixe et les antennes mobiles couvrant essentiellement la région Nord du pays tandis que le reste est desservi au moyen de micro-stations et de téléphones GMPCS.

Bien que le réseau de télécommunications, comme le réseau ferroviaire, soit parmi les plus développés de l'Afrique, à la fin de 1999 les abonnés aux téléphones fixes atteignaient seulement le nombre de 1,5 million, soit une télédensité d'environ 5,28 pour cent, ce chiffre tombant par la suite à 1,1 million en 2002 par suite de la croissance de la téléphonie mobile.

Le réseau de télécommunications marocain fait appel à plusieurs technologies et à différents types de services pour répondre aux différents besoins du pays.

Les investissements publics dans le développement des infrastructures de télécommunication ont été notables ces dernières années avec environ 1,2 milliard de dollars EU consacrés à la modernisation et à l'expansion du réseau. Toutefois, les communications fixes souffrent toujours de certaines limitations pour ce qui est de leur extension, de leur accessibilité et de leur qualité⁷. Certains de ces problèmes ont été résolus par l'apparition des téléphones mobiles et la zone de couverture s'étend actuellement à 97 pour cent de la population. Même si les communications

mobiles ne font pas officiellement partie du service universel, elles ont dans la pratique contribué notablement à l'extension de ce service au Maroc en faisant passer la télédensité totale à plus de 20 pour cent au début de 2003. La fraction restante de la population est constituée par les habitants de zones rurales et isolées hors de portée du réseau de Terre.

Dans ce dernier cas, les communications par satellite constituent la seule solution susceptible d'assurer une couverture universelle. En 1999, le gouvernement Marocain a octroyé la première licence de systèmes mobiles mondiaux de communications personnelles (GMPCS) à ORBCOMM Maghreb, puis une deuxième licence à la Global Star Company (TESAM). Quatre licences supplémentaires ont néanmoins été délivrées par la suite en 2002 en raison du coût élevé de ces moyens et grâce à la diffusion des communications cellulaires, ces services sont restés limités à un créneau du marché - les voyageurs se trouvant dans des zones isolées ou les pêcheurs et marins qui ont besoin de communiquer avec leur central - et ne se sont pas développés comme prévu initialement⁸.

Une autre technique en usage actuellement au Maroc est celle des microstations VSAT. Trois licences ont été octroyées par l'ANRT à Space Com, Gulfsat Maghreb et Argos/Telenor⁹. Les microstations permettent à l'utilisateur de bénéficier d'une connexion directe par satellite indépendante du réseau local et d'obtenir ainsi des liaisons point multipoint (particulièrement utile pour les entreprises éclatées) et de disposer d'une largeur de bande Internet supérieure, un avantage important dans un pays où la largeur de bande Internet internationale reste limitée et soumise au monopole de l'opérateur historique.

3 Le succès des communications mobiles

3.1 L'accélération de la libéralisation et de la mise en concurrence

3.1.1 Historique

Au début des années 1990, le Gouvernement marocain s'est rendu compte de l'importance des TIC pour le développement économique et social et a entrepris une transformation structurelle en revoyant les politiques de télécommunication et en consacrant une part importante de son budget à l'avancement des TIC dans tout le pays. Cette restructuration visait à renforcer l'infrastructure des télécommunications et à populariser l'utilisation des techniques de communication dans les divers secteurs de la société et de l'économie marocaine¹⁰.

Après plusieurs années de débat, le parlement a finalement adopté en 1997 le texte définitif de la loi sur les postes et les télécommunications (Loi 96/24). Par cette loi, le gouvernement a montré sa volonté de démonopoliser le secteur des télécommunications en créant un marché des télécommunications qui évite la domination par un ou deux acteurs, soutienne l'esprit d'entreprise et encourage l'apparition de nouveaux opérateurs et la mise en concurrence, en mettant l'accent sur une exploitation visant à défendre l'intérêt du consommateur.

A la suite de cette décision, 1998 a été une année de grands changements dans la structure d'ensemble du secteur des télécommunications dans le pays. L'ancien Office national des postes et télécommunications (ONPT) a été scindé en deux organismes - un organisme de télécommunication appelé Maroc Telecom (*Itissalat Al Magrib S.A. - IAM*) et un organisme de services postaux appelé Postes Maroc (*Barid Al Magrib*) - tandis qu'un organisme indépendant chargé de la réglementation a été créé, l'Agence nationale de réglementation des télécommunications (ANRT)¹¹.

L'ANRT a pour mission de favoriser le développement rapide des TIC dans le pays en mettant en place une réglementation et de créer un environnement commercial transparent et clair. Elle a été chargée jusqu'ici de mettre en oeuvre la politique des télécommunications, de gérer l'application de la législation et de la réglementation à toutes les parties intervenant dans le secteur des télécommunications et de résoudre les différends.

Pour atteindre ses objectifs l'agence a mis au point un plan d'action dont les premières mesures consistaient à attribuer une deuxième licence pour les services GSM dans le but d'élargir l'accès aux services vocaux, d'accorder d'autres licences VSAT pour favoriser un accès à l'Internet plus rapide et de meilleure qualité notamment à l'intention des entreprises et des institutions et de délivrer des licences GMPCS supplémentaires soumises à des formalités plus souples et des contraintes moins nombreuses dans le but de couvrir les régions que le réseau de télécommunication ne desservait pas, ce qui a stimulé l'extension du service universel.

L'élaboration d'une stratégie nationale en matière de technologies de l'information relève du cabinet du Secrétaire d'Etat auprès du Premier Ministre chargé de la poste et des technologies des télécommunications et de l'information (SEPTTI) qui a également été instituée en 1998.

Le SEPTTI a remplacé le Ministère des postes et des télécommunications et a pour rôle fondamental d'élaborer une politique nationale concernant les technologies de l'information et de la communication et de préparer, pour le gouvernement, le plan quinquennal de développement¹². Toutefois le Secrétariat est récemment devenu un département rattaché au Ministère de l'industrie, du commerce et des télécommunications sous le nom de Département de la poste, des télécommunications et des technologies de l'information (DEPTI)¹³.

3.1.2 Situation actuelle

A la suite des réformes décrites ci-dessus, l'ANRT a lancé en 1999 le premier appel d'offres pour l'octroi de la deuxième licence GSM. Le climat optimiste du marché et la volonté politique d'ouvrir le pays à la concurrence et aux investissements étrangers dans le souci de lui permettre de tirer pleinement profit des TIC et d'intégrer le Maroc dans l'économie mondiale¹⁴, ont favorisé la participation de plusieurs entreprises étrangères à l'appel d'offres. Médi Télécom (Méditel), un consortium constitué par Telefónica of Spain et Telecom Portugal - chacune détenant 30 pour cent des parts - et par des entrepreneurs marocains tels que la Banque BMCE, l'a emporté. Le consortium a versé 11 millions de MAD, soit environ 1,1 milliards de dollars EU, pour obtenir la deuxième licence GSM attribuée au Maroc (voir Encadré 1).

Encadré 1: Un appel d'offres réussi



Le succès de l'appel d'offres a tenu essentiellement à la transparence des opérations de soumission et au cadre réglementaire bien défini en place au Maroc ainsi qu'à la stabilité politique du pays qui "réduit les risques d'investissement".

La vente de la licence GSM au Maroc a rencontré davantage de succès que dans les pays voisins. Au vue du succès rencontré dans ce pays, la Tunisie a lancé un appel d'offres pour un deuxième opérateur mobile en 2001. Le consortium Telefónica of Spain et Telecom Portugal ont soumis l'offre la plus élevée, d'un montant de 381 millions de dollars EU, soit une fraction de ce que ces mêmes entreprises avaient offert pour la licence GSM au Maroc. Le gouvernement tunisien a considéré que les soumissions reçues n'étaient pas satisfaisantes et a demandé aux soumissionnaires d'augmenter leurs offres. La licence a finalement été accordée à Orascom Telecom (installée en Egypte) en mai 2002, et les opérations ont commencé à la fin de l'année.

Source: M. Terrab, *Telecom Reform: The Moroccan Case*, 2002. Consultable en ligne à l'adresse:

[http://Inweb18.worldbank.org/mna/mena.nsf/Attachments/Maroc+Assessment/\\$File/Maroc+Assessment.pdf](http://Inweb18.worldbank.org/mna/mena.nsf/Attachments/Maroc+Assessment/$File/Maroc+Assessment.pdf)

Les espoirs de l'opérateur ont été satisfaits et le lancement du service GSM Méditel au printemps 2000 a été accueilli de longues queues de clients devant la porte des boutiques Méditel. L'arrivée de Méditel sur le marché de la téléphonie mobile au Maroc a été accompagnée d'une nouvelle vague de services et de produits et a également stimulé l'activité de Maroc Telecom qui, dans le souci de moderniser ses services face à la concurrence, est devenu un élément innovant et moteur sur le marché dont il a réussi à conserver la part la plus importante.

Comme déjà signalé, la deuxième licence de téléphonie mobile ne représentait qu'une des premières mesures de la stratégie de libéralisation du gouvernement. Selon l'idée adoptée initialement, les services de téléphonie fixe et de transmission de données devaient également être ouverts au secteur privé. La privatisation de Maroc Telecom a eu lieu en décembre 2000 lorsque le conglomerat français Vivendi Universal a fait l'acquisition de 35 pour cent du capital de l'entreprise pour 23 milliards de MAD, soit 2,3 milliards de dollars, la transaction la plus importante à ce jour dans un pays en développement¹⁵. Il était prévu d'offrir sur le marché en 2002 15 pour cent de plus du capital de l'entreprise mais après ce premier partenariat stratégique avec Vivendi Universal, le processus s'est ralenti et à la fin de 2003 la situation reste inchangée: les services de communication de base sont toujours fournis exclusivement par Maroc Telecom, l'opérateur historique, qui fournit également les services GSM et les services à valeur ajoutée¹⁶.

L'environnement favorable et la volonté politique qui marquaient la fin des années 1990 ont quelque peu changé sous l'effet de la situation internationale du marché des télécommunications mais également à cause du manque de transparence du cadre réglementaire en place dans le pays. La création de l'instance de réglementation avait en effet constitué une mesure importante, mais la position du régulateur vis-à-vis de l'Etat et de l'opérateur historique méritait d'être rationalisée et renforcée de manière à ce qu'il obtienne un véritable pouvoir d'application et que la transparence des opérations soit assurée.

Le sentiment qui régnait dans le secteur privé était que les conditions de participation de Vivendi à Maroc Telecom n'étaient pas claires, du fait notamment que le régulateur avait pratiquement été exclu de la transaction. Le rôle incertain de l'ANRT, sa "concurrence" avec le SEPTTI (l'Etat) et les intérêts importants que conservait l'Etat chez l'opérateur historique ont amené le système à un point de rupture provoquant une période d'hésitation au plan réglementaire et de protestation de la part du Directeur de l'ANRT, M. Mostafa Terrab, qui a démissionné en signe de protestation contre le projet du gouvernement de modifier le statut juridique du régulateur. Selon M. Terrab, le projet de législation au lieu d'aller dans le sens d'une poursuite des objectifs arrêtés en matière de politique générale dans le cadre de la loi 24/96, constitue un recul sur la voie de la libéralisation du secteur des télécommunications.

Cette position est également celle de certaines sociétés privées intervenant dans le domaine des télécommunications qui ont considéré la libéralisation comme un moyen de stimuler les investissements étrangers directs dans différents secteurs de l'économie d'un pays, et également de renforcer l'emploi et de favoriser la création de nouveaux débouchés commerciaux.

Dans ce cadre, l'ANRT a lancé un appel d'offres pour octroyer la deuxième licence de services fixes de communication au niveau national. Mais cette fois-ci, la réponse du secteur privé n'a pas été aussi enthousiaste qu'elle l'avait été pour l'appel d'offres concernant les communications mobiles et, après avoir rabaissé les exigences imposées au nouvel arrivant - en ce qui concerne notamment la couverture du réseau - et avoir repoussé le délai de participation de plusieurs mois, il a été décidé, en l'absence de tout soumissionnaire, de retirer l'offre.

Les raisons de cet échec sont multiples et ont fait l'objet d'une enquête et d'une analyse soigneuses de la part de l'agence elle-même. Il semble que la cause fondamentale soit l'incertitude qui caractérise l'environnement réglementaire, les actes d'ingérence entre le régulateur et le service public chargé des télécommunications (le SEPTTI), et les intérêts que l'Etat a conservés chez l'opérateur historique.

Toutefois, le Maroc n'a pas interrompu sa marche vers la société de l'information et depuis deux ans a mis au point sa nouvelle cyberstratégie visant à un renforcement de l'infrastructure et des applications consacrées à l'Internet dans le pays, l'instance de réglementation s'est trouvée un nouveau directeur dynamique et le Ministère des télécommunications intervient d'une manière particulièrement active dans l'élaboration et la mise en oeuvre des nouveaux plans.

D'autre part, l'ANRT entreprend actuellement une étude visant à déterminer quelle est la licence la plus appropriée à octroyer, dans un avenir proche compte tenu de la situation du marché, des besoins du pays et des expériences passées. C'est le régulateur qui prendra en charge tout le processus, aidé par un bureau de consultants qui sera choisi au début de 2004 et qui présentera ses conclusions à la fin de la même année.

Du point de vue du secteur privé, les entreprises intervenant directement ou indirectement dans les télécommunications sont d'avis qu'il faut poursuivre le processus de libéralisation et mettre en place un environnement commercial, dynamique et performant de manière à permettre la présence d'au moins deux opérateurs de lignes fixes et trois opérateurs de communications mobiles.

L'environnement commercial des communications mobiles est toujours considéré comme bon, compte tenu des avantages qu'il offre pour le commerce privé et de sa contribution à l'emploi. Toutefois, cette situation est considérée comme potentiellement risquée à long terme car une fois l'équilibre trouvé entre les deux opérateurs, on risque de voir disparaître l'esprit de concurrence, source d'amélioration des services et des applications.

La situation actuelle est certes vue comme positive et le secteur privé a tiré profit des occasions créées par le développement du secteur, mais la manière de voir les choses évolue rapidement, les communications mobiles et les TIC en général étant considérées comme un moyen pour le pays de renforcer son image au niveau international et de favoriser la croissance économique du secteur des TIC et donc des autres activités du pays.

3.2 Aperçu du marché: achat de services téléphoniques à la minute

Le marché des télécommunications au Maroc souffre depuis longtemps d'un déséquilibre, la demande dépassant largement l'offre. L'analyse des données relatives à la pénétration de la téléphonie fixe fait ressortir qu'avant l'arrivée de la technologie mobile, le pays connaissait un taux de pénétration qui n'est pas très différent de celui des pays voisins.

Il ne semble pas que cela soit dû à l'insuffisance du réseau - Maroc Telecom couvre 52 villes sur le territoire marocain et atteint une forte proportion de la population - mais bien à la difficulté pour s'abonner et le coût de cet abonnement.

Tableau 2: Répartition des téléphones fixes par revenu

Revenu	Pourcentage de la population	Pourcentage des abonnés à la téléphonie fixe
Au-dessus de 10 000 MAD (1 100 USD)	15%	100%
Moins de 10 000 MAD	18%	38%
Bien moins de 10 000 MAD	67%	3%

Source: McKinsey and Company, juin 2001.

Pour s'abonner, que ce soit à une ligne du service fixe ou à une ligne du service mobile, il faut un revenu régulier qui garantisse le paiement de l'abonnement mensuel et, dans la mesure du possible, un compte bancaire (voir Tableau 2). Ces conditions ne sont guère remplies par la majorité de la population étant donné le grand nombre de travailleurs du secteur non structuré qui n'ont pas d'antécédents en matière de crédit et l'utilisation limitée des comptes bancaires. On estime à 1,5 million environ le nombre de comptes dans le pays, ce qui signifie que moins de 5 pour cent de la population en possède un.

Un rapport établi par l'ANRT en 1999 a montré que la population "acceptait" les prix et les services que fournisse l'opérateur monopolistique. Le rapport mettait l'accent sur les problèmes liés à la cherté des abonnements, à la transparence insuffisante des méthodes de facturation et aux méthodes inappropriées de paiement (à la poste). D'autre part, une des préoccupations manifestées par les usagers était le souci de mieux maîtriser la consommation et la possibilité de recevoir - gratuitement - une facture détaillée¹⁷.

L'intérêt des Marocains pour les communications ne semblait néanmoins pas avoir baissé. Le nombre de lignes fixes est certes très faible, mais le nombre de téléphones publics - seul accès aux services téléphoniques pour l'essentiel de la population - croît dans le pays.

3.2.1 Téléboutiques

Au début les cabines téléphoniques ont été installées directement par l'opérateur monopolistique, lequel s'est rapidement rendu compte des difficultés et des coûts que supposait l'entretien d'un tel service: les téléphones étaient souvent hors service ou étaient détériorés par des personnes qui volaient les petites quantités de pièces qu'ils contenaient. Aussi en 1993, le gouvernement a-t-il permis l'installation de cabines téléphoniques appartenant à des propriétaires privés et de téléboutiques. C'était là la première concession faite par l'opérateur monopolistique qui a autorisé l'exploitation de cabines téléphoniques privées contre paiement d'un pourcentage sur chaque appel. A ce jour il existe environ 77 000 téléphones publics au Maroc, dont quelque 20 000 sont des téléboutiques éparpillées dans tout le pays, depuis les plus petits villages jusqu'aux agglomérations urbaines surpeuplées¹⁸.

La diffusion des téléboutiques a aidé l'Etat à atteindre ses objectifs en matière de service universel d'une manière plus efficace et économique tout en augmentant l'emploi et en favorisant l'initiative privée. Les téléboutiques ont connu un grand succès en permettant aux membres les plus pauvres de la population d'acheter des services téléphoniques à la minute et continuent d'être une des activités commerciales les plus rentables pour l'opérateur qui, malgré la stagnation - et même une légère récession - de l'augmentation des lignes fixes, continue de tirer environ 66 pour cent de ses recettes de son réseau fixe¹⁹. L'aspect le plus important de l'expansion des téléboutiques reste néanmoins

qu'elles ont répondu à une forte demande non satisfaite et ont réduit le coût d'accès aux services de communication de base, ce qui a aidé à transformer les communications d'un instrument de luxe qu'elles étaient en un outil quotidien accessible aux travailleurs et aux étudiants et à ceux qui disposaient d'un revenu limité.

3.2.2 A quoi servent les communications mobiles?

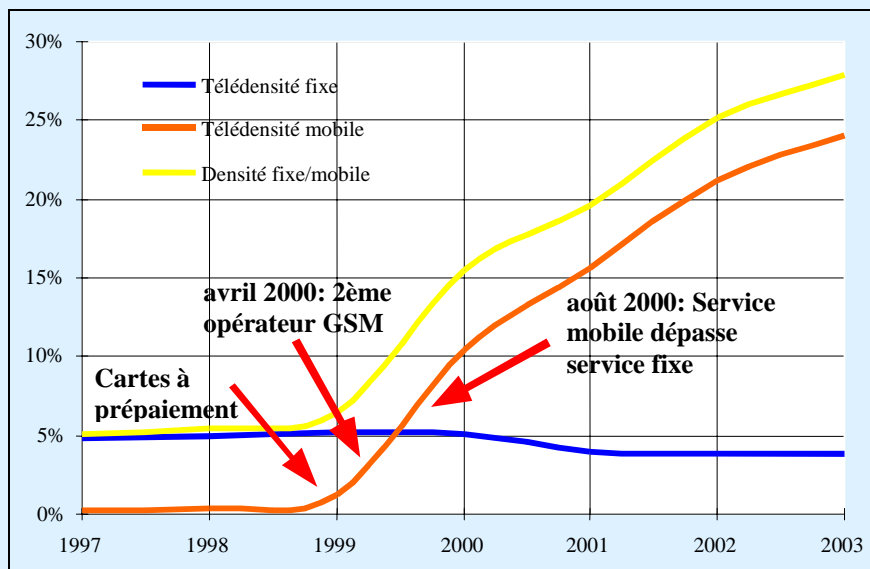
D'après le profil établi dans le paragraphe précédant, on peut conclure que les besoins de l'utilisateur marocain exigent que les services de télécommunications soient accessibles sans qu'il y ait à investir fortement dans l'équipement, à verser une redevance de connexion ni un abonnement mensuel. Le coût du service devrait être limité et, ce qui est plus important encore, pouvoir être maîtrisé.

Lorsque la téléphonie mobile a fait sa première apparition sur le marché marocain en 1994, elle a - comme dans beaucoup de pays développés - d'abord été considérée comme un luxe et était utilisée essentiellement par un petit nombre d'hommes d'affaires qui pouvaient se permettre de payer ce qui était alors un prix très élevé pour la connexion et l'abonnement mensuel. En fait, en 1999, 50 pour cent des utilisateurs de la téléphonie mobile avait un revenu moyen mensuel compris entre 5 000 et 20 000 MAD (510 et 2 200 dollars EU) alors que le salaire minimum au Maroc est d'environ 150 dollars par mois. Mais même pour ces utilisateurs, l'utilisation des services mobiles se limitait dans la plupart des cas à un ou deux appels par jour, 16,5 pour cent à peine utilisant le téléphone pour plus de 10 appels par jour²⁰.

L'impact de la technologie mobile était donc limité et la liste d'attente pour les lignes principales, qui concernait en 1996 environ 48 000 personnes, n'a baissé notablement qu'à la fin des années 1990, à la suite de l'expansion de la téléphonie mobile²¹.

La révision en 1996-1997 de la loi sur les télécommunications et les perspectives de libéralisation qui ont commencé à se faire jour à partir de 1999, ont amené Maroc Telecom à différencier ses produits et à commencer d'offrir des abonnements à prépaiement. Les cartes à prépaiement sont apparues sur le marché quelques mois seulement avant l'arrivée du deuxième opérateur mobile; elles offraient aux utilisateurs finals la possibilité d'avoir un téléphone pour un petit investissement initial sans avoir à payer d'abonnement mensuel.

Figure 1: Croissance du nombre des utilisateurs de téléphonie mobile, 1997-2003



Source: Rapport de l'ANRT pour 2001 et 2002, entrevues à l'ANRT.

Le nombre d'utilisateurs de téléphonie mobile a commencé à croître et à exploser quelques mois plus tard lorsque le deuxième opérateur a commencé à offrir ses services (voir Figure 1). Depuis lors, toute une série d'offres ont fait leur apparition sur le marché: cartes à prépaiement, formules spéciales pour les entreprises et possibilité de maîtriser la consommation grâce à des plafonds mensuels et des comptes sur le web.

D'autre part, pour résoudre le problème du coût élevé des combinés portables, les deux opérateurs ont commencé à subventionner l'achat des terminaux mobiles en offrant des forfaits de lancement qui comprenaient un combiné mobile, le raccordement et une carte SIM pour une fraction du prix réel. Dans le secteur des communications mobiles, la participation au coût du combiné portable est utilisée comme une stratégie essentielle de commercialisation pour attirer les consommateurs et pour favoriser la pénétration du marché, en rendant moins chère l'entrée de l'abonné sur le marché des services mobiles.

Cette prise en charge vise en fait à amener des utilisateurs potentiels à prendre de nouveaux abonnements, à pousser les utilisateurs à migrer de chez d'autres opérateurs et à aider un abonné à remplacer son vieux combiné par un nouveau - ce qui constitue quelques-unes des principales priorités des nouveaux opérateurs. Dans le cas du Maroc, compte tenu de la petite taille du marché à la fin des années 1990, les deux opérateurs luttèrent pour attirer de nouveaux clients, le nombre de clients étant une source essentielle de recettes. La participation au coût des combinés portables est donc devenue un moyen direct de concurrence.

Au Maroc - comme dans la plupart des autres pays - les exploitants de communications mobiles offrent ce genre de prise en charge dans le cadre d'un contrat qui prévoit une période d'abonnement obligatoire. Les opérateurs récupèrent ensuite leur mise de fonds grâce aux droits d'abonnement, à la facture mensuelle de base et aux taxes d'utilisation pendant la période d'abonnement obligatoire du client.

Cette solution présente des inconvénients car attirer de nouveaux clients revient plus cher aux exploitants. D'autre part, même si elle entraîne une croissance rapide du nombre d'abonnés cellulaires, cela ne se traduit pas toujours par une augmentation régulière de l'utilisation du service et ne garantit pas la progression de la recette moyenne par utilisateur (voir Figure 2). D'autre part, les terminaux obtenus à bas prix au Maroc étaient souvent revendus plus chers sur le marché européen.

Figure 2: Nombre total d'utilisateurs et recette moyenne par utilisateur

Bien que le nombre d'utilisateurs ait augmenté depuis quatre ans, la recette moyenne par utilisateur a baissé.

Année	1999	2000	2001	2002	2003
Nombre total d'utilisateurs mobiles	363 720	2 852 139	4 775 592	6 198 470	7 364 125
Recettes moy. par utilisateur mobile	353,27	152,37	133,97	131,17	n.a.

Source: ANRT.

Une fois atteint un certain équilibre, les opérateurs qui offraient des prises en charge ont commencé à réduire ces participations qui parfois représentaient près de 80 pour cent du prix total du combiné. Aujourd'hui, les opérateurs sont davantage soucieux de créer une base de clientèle "fidèle" et de faire augmenter l'utilisation des téléphones mobiles pour faire augmenter la recette moyenne par utilisateur.

Le nombre d'utilisateurs mobiles est passé de moins d'un demi-million en 1999 à 7 millions en octobre 2003, ce qui a amené la pénétration de la téléphonie mobile dans le pays à 23,4 pour cent environ (voir Figure 1). Mais ces chiffres peuvent être trompeurs, lorsque tous les facteurs ne sont pas pris en compte. Il y a certes environ cinq fois plus d'utilisateurs mobiles que d'usagers de lignes

fixes, mais le trafic téléphonique donne une image différente, la moitié de tous les appels continuant de passer par le réseau fixe²², ce qui peut dans une certaine mesure s'expliquer par la tendance à acheter des appels "à la minute" et par la forte proportion d'utilisateurs disposant d'un revenu irrégulier.

3.3 Opérateurs et services mobiles

3.3.1 Maroc Telecom

Depuis l'entrée du deuxième opérateur GSM sur le marché, le nombre de services offerts par l'opérateur historique Maroc Telecom²³ s'est multiplié. Cette société, qui a conservé un monopole sur les services fixes, s'intéresse essentiellement aux progrès technologiques en s'efforçant de présenter des services et des applications novatrices. Elle offre un large choix de combinés portables, de services aux particuliers et aux professionnels et vient de lancer son service GPRS pour répondre aux besoins de clients plus exigeants et pour offrir un service itinérant aux utilisateurs du GPRS. Depuis l'ouverture du marché à la concurrence en 2000, la société a, au moins en partie, abandonné son attitude de "service public" pour devenir plus dynamique et s'orienter davantage vers le marché.

L'opérateur historique a commencé à faire la publicité de ses produits dans le cadre de campagnes de commercialisation très efficaces et a suivi ses concurrents dans la diversification des offres et des prix afin de toucher tous les niveaux possibles d'utilisateurs. Toutefois, la société est fière de son passé et estime être plus qu'une entreprise commerciale dans la mesure où elle considère ses usagers non seulement comme des clients mais également comme des citoyens.

Le réseau de distribution de Maroc Telecom repose sur un système de boutiques et de points de vente que la société a créés un peu partout dans le pays. Les boutiques Maroc Telecom relèvent du contrôle direct de l'opérateur et garantissent donc un certain degré de compétence et de préparation.

3.3.2 Médi Télécom

Médi Télécom²⁴ est entré sur le marché en appliquant une stratégie dynamique et une approche commerciale agressive. Cette société a commencé à fournir ses services en avril 2000, huit mois après l'obtention de la licence, en assurant une couverture de 40 pour cent seulement de la population. Le lancement a néanmoins été un succès et grâce au programme d'investissement massif de Méditel - 6 milliards de MAD (plus de 440 millions de dollars EU) en quatre ans - elle a rapidement étendu sa couverture à 95 pour cent de la population, atteignant, moins d'un an après le lancement, un million d'utilisateurs²⁵.

Pour pouvoir entrer en concurrence avec Maroc Telecom, Méditel a décidé d'adopter une stratégie de distribution différente et au lieu de traiter directement avec les clients, elle a choisi de passer par une série de grossistes et de distributeurs locaux. La société bénéficie ainsi d'un réseau étendu de distribution qui atteint tous les recoins du pays.

Maroc Telecom domine actuellement le marché avec 74 pour cent des utilisateurs contre 26 pour cent pour Médi Télécom. Toutefois, ces chiffres changent lorsque l'on retient seulement les utilisateurs mobiles qui ont souscrit une formule postpaiement. Dans ce cas, les deux sociétés occupent respectivement 60 et 40 pour cent du marché, Médi Télécom enregistrant des progrès rapides.

De plus, Médi Télécom soutient que les données fournies par Maroc Telecom peuvent être trompeuses car l'opérateur historique n'établit pas un décompte correct du nombre véritable d'abonnés en le surestimant de toute évidence, selon le nouvel opérateur. Ce dernier maintient donc que le nombre total d'abonné dans le pays est inférieur à celui qui a été déclaré et que Maroc Telecom n'a pas la part de marché qu'il prétend avoir²⁶.

3.3.3 Services mobiles

Les deux opérateurs offrent à l'heure actuelle trois grandes formules aux utilisateurs mobiles: un abonnement pour les particuliers; des cartes à prépaiement selon différentes formules tarifaires et des offres plus particulièrement destinées aux entreprises. Des services supplémentaires sont proposés pour permettre un contrôle plus facile des factures téléphoniques, grâce à des plafonds d'utilisation, forfaits et facturation sur le web.

Les services mobiles sont de plus en plus orientés vers le client par rapport à la période qui a précédé l'arrivée de Médi Télécom et la concurrence se fait sur les prix et les services supplémentaires offerts davantage que sur l'infrastructure ou la technologie. Dans une enquête menée par le régulateur en 2000, les utilisateurs ne se préoccupaient pas particulièrement du choix limité de services mais davantage du système de facturation en réclamant des factures transparentes, des modes de paiement plus commodes et la possibilité - en cas de controverse ou de retard dans le paiement des factures - de ne pas voir leur abonnement immédiatement suspendu²⁷.

La téléphonie mobile répondait à tous ses besoins et les clients sont passés de l'achat à la minute de communication sur le système fixe dans les téléboutiques à l'achat de cartes à prépaiement pour les téléphones mobiles.

– *Cartes à prépaiement: achat à la minute de communications mobiles*

Les cartes à prépaiement ont permis aux utilisateurs d'accéder à des services de communication sans avoir à souscrire un contrat ni à verser une redevance mensuelle et d'adapter leur consommation et leurs dépenses à leurs besoins et à leurs moyens. D'autre part, l'utilisation de cartes à prépaiement a permis d'éviter les problèmes liés à un système de facturation parfois peu clair.

Le lancement du système du prépaiement s'est fait en 1999 lorsque l'opérateur historique, sous la pression de l'ouverture imminente du marché, a commencé à différencier ses prestations. Avec l'arrivée de Méditel, le marché a été inondé par une nouvelle vague de forfaits et de tarifs. Aujourd'hui, les deux opérateurs offrent des formules à prépaiement, que ce soit à l'intérieur d'un pack incluant un téléphone cellulaire à un prix de faveur, une carte SIM et un certain montant de crédit ou simplement sous forme d'une carte SIM.

Ce système permet de répondre en même temps au besoin des petits et des gros utilisateurs en donnant la possibilité aux premiers d'acheter des cartes de recharge pour une très faible somme et de contrôler complètement leurs dépenses et aux seconds de disposer d'un crédit important mais sans avoir besoin de payer un abonnement mensuel et avec un bon choix de formules tarifaires.

La stratégie appliquée par les opérateurs a donné des résultats presque immédiats: le nombre d'utilisateurs mobiles a triplé entre 1998 et 1999 et a littéralement explosé en 2000 lorsque le Maroc est passé de moins de 400 000 utilisateurs mobiles à près de 3 millions (voir Figure 1).

Cette solution à effet rapide a néanmoins cannibalisé le marché des abonnements et ce au détriment des possibilités de croissance à moyen et long terme qu'offre ce type de contrat. Le pourcentage d'utilisateurs mobiles à prépaiement était d'environ 96 pour cent en 2002 et la tendance ne semble pas se modifier, avec une croissance de quelque 4 pour cent entre 2001 et 2002. Le nombre d'utilisateurs de services à postpaiement atteignait en 2001 le total de 283 313²⁸.

Cette cannibalisation du marché du forfait peut avoir des effets persistants sur l'équilibre entre les utilisateurs des services à prépaiement et ceux des services sur abonnement et les opérateurs luttent actuellement pour pousser les clients à prépaiement à hauts revenus, notamment de nombreux hommes d'affaires à opter pour un abonnement en offrant des tarifs particuliers et des formules sur mesure.

Encadré 2: Petites cartes pour petits consommateurs

Ci-dessous: Jawal Jeune (carte à prépaiement pour les jeunes)

Recharge	Appels nationaux			
	Heures de pointe			Heures creuses
	Vers GSM IAM	Vers téléphone fixe	Vers un autre opérateur GSM	Vers opérateurs GSM IAM, fixe ou autre GSM
20	3 min	3 min	2 min	9 min
50	7 min	7 min	6 min	23 min
100	16 min	16 min	14 min	52 min
Simple	35 min	35 min	30 min	114 min
Double	56 min	56 min	48 min	182 min
Maximum	139 min	139 min	119 min	456 min

Ci-dessous: utilisateurs à prépaiement et nombre total d'utilisateurs mobiles

	1999	2000	2001	2002
Total utilisateurs mobiles	369 174	2 342 000	4 771 739	6 198 670
Utilisateurs mobiles à prépaiement	155 293	2 107 800	4 294 565	5 914 906

Source: Site web de Maroc Telecom www.iam.ma; UIT.

Médi Télécom est entré sur le marché en s'appuyant sur une forte stratégie commerciale. Grâce à la compétence des deux principaux partenaires, la société a répondu au problème du budget des utilisateurs en vendant des cartes à prépaiement à 20 MAD (environ 2,30 dollars EU) qui en fait, ne donnent droit qu'à 2 à 3 appels de quelques minutes mais sont utilisées par les jeunes et les étudiants. Maroc Telecom a suivi son concurrent et offre actuellement de petites recharges tout en estimant que cette stratégie ne fera pas croître le marché marocain de la téléphonie mobile mais au contraire le fera baisser au lieu de favoriser la diffusion des abonnements et une utilisation plus régulière de cette technologie.

Les recharges peuvent être obtenues soit sous forme de cartes que l'on achète à des points de vente soit directement à la boutique Méditel qui offre une gamme plus large de volumes de recharge.

Dernièrement, il est devenu également possible de recharger son téléphone à la banque en mode ATM. Mais ce service en est encore à ses débuts et n'est pas proposé dans toutes les banques. Bien que les communications mobiles à partir de cartes à prépaiement soient plus chères que les appels par abonnement (voir Tableau), le prépaiement est bien plus apprécié, probablement en raison de sa souplesse et de la diversité des offres.

Les formules tarifaires reposent essentiellement sur les différents types d'utilisation. Les opérateurs offrent tous deux deux grandes formules, l'une visant essentiellement les jeunes et les personnes utilisant leur téléphone mobile davantage pendant leurs loisirs, le soir et les week-ends, l'autre plus classique pour les personnes qui téléphonent régulièrement également pendant les heures de travail. A part cela, les opérateurs proposent souvent des tarifs spéciaux pour les appels vers les membres de la même famille ou appartenant à une liste établie par le client comme dans la formule "la famille et les amis" offerte par Méditel, ce qui nous ramène à l'idée que la famille et la communication sont importantes au Maroc.

Les cartes à prépaiement donnent accès à pratiquement tous les services. Numéros spéciaux d'information, téléchargement de logos et de sonneries, appels internationaux. Dernièrement, les utilisateurs à prépaiement ont aussi droit à l'itinérance même si ce n'est que dans un nombre limité de pays²⁹.

Il y a lieu de relever que le marché cellulaire marocain offre un beau potentiel en matière d'itinérance. Le pays a adopté les normes GSM comme ses voisins et les pays européens. Les visiteurs étrangers dans le pays, les Européens en particulier, peuvent donc bénéficier de l'itinérance, ce qui assure aux opérateurs une source supplémentaire de recettes. En fait, les premiers opérateurs étrangers avec lesquels les compagnies nationales ont conclu des accords d'itinérance sont les Européens³⁰.

En plus des tarifs appliqués, les sociétés de télécommunication offrent des tarifs promotionnels et des tarifs spéciaux pendant différentes périodes de l'année, d'ordinaire à l'occasion des fêtes religieuses. Par exemple, pendant la période du pèlerinage à la Mecque, en Arabie saoudite, les

pèlerins avaient la possibilité d'appeler et de recevoir des appels à des tarifs préférentiels tandis que pendant la période de l'Aïd el-Kébir, pour chaque recharge, l'utilisateur a droit au double de minutes de communication.

L'inconvénient pour les utilisateurs des cartes à prépaiement reste toutefois que les tarifs sont bien plus élevés que pour un abonnement normal, comme il ressort de l'Encadré 2. D'autre part, alors que, pour les abonnements, la tarification est appliquée à la seconde après la première minute d'utilisation³¹, dans le cas des cartes à prépaiement, elles s'appliquent par fraction de 20 secondes.

Il en découle qu'alors que le prépaiement, associé à une certaine prise en charge du coût des combinés portables et un large choix de formules tarifaires, a effectivement fortement contribué au développement de la technologie mobile au Maroc, à long terme, il risque de freiner l'augmentation de la recette moyenne par utilisateur et donc la croissance du marché. On évalue la recette moyenne par utilisateur, dans le cas du prépaiement, à moins de 100 MAD contre 350 pour les utilisateurs ayant souscrit un abonnement. Le prépaiement est donc une solution à double tranchant pour les opérateurs, car il augmente le nombre d'utilisateurs mais limite la consommation, et réduit le risque de voir le client faire défaut mais ralentit la formation d'une clientèle "fidèle". D'autre part, le développement des services et des applications mobiles de pointe - tels que le WAP et le GPRS - d'ordinaire offerts en cas d'abonnement, peut se trouver entravé.

– *Abonnements pour des utilisateurs privés*

Bien qu'à la fin de 2002, les abonnements aux services mobiles soient inférieurs à 300 000, ne représentant donc seulement que 4,6 pour cent du nombre total des abonnements, ce segment du marché évolue. Le coût de la connexion et de l'abonnement mensuel a notablement baissé après les débuts de la concurrence (en 2000, le prix a été divisé par trois). Aujourd'hui, les deux compagnies de téléphonie mobile proposent les mêmes tarifs: 100 MAD pour la connexion initiale et 125 MAD par mois pour l'abonnement (non compris le temps de communication).

Tableau 3: Tarifs des communications mobiles

*Exemples de tarifs applicables au Maroc aux services mobiles (prépaiement et postpaiement) par rapport aux tarifs des services fixes pour un appel de **trois minutes*** (heures creuses et heures de pointe)*

A partir Vers	Ligne fixe (classique)	Abonnement mensuel "personnel" de téléphonie mobile MEDITEL 125 DAM	Abonnement mensuel "classique" de téléphonie mobile Maroc Telecom 125 DAM	"Médijahiz classique" à prépaiement MédiTelecom (1)	"Jawal Classique" à prépaiement Maroc Telecom (1)
Fixe local	1,35	3-6	3-4,5	6-16,5	9
Fixe national	3	3-6	3-4,5	6-16,5	9
GSM IAM	6	3-6	3-4,5	6-16,5	9
GSM Meditel	6	3-4,5	3-6	6-9	12

(1) Première minute puis par fraction de 20 secondes.
* Les heures de pointe vont de 8 heures à 20 heures du lundi au vendredi. De 20 heures à 8 heures le week-end et les jours de fêtes, les tarifs sont en heures creuses. Méditel considère l'intervalle du déjeuner (12 heures à 13 heures/14 heures) comme de heures creuses pour les appels adressés à des usagers autres que les clients Méditel.

Note: Les tarifs du prépaiement dépendent également du type de formule tarifaire appliqué (jeunes, classique, etc.).

Source: Rapport de l'ANRT 2002; site web MEDITEL, <http://www.meditel.ma/>; Site web Maroc Telecom <http://www.iam.ma/>.

Les clients qui choisissent de s'abonner peuvent bénéficier, en fonction de la durée de leur contrat, d'une prise en charge supérieure du prix d'achat du combiné portable, parfois fourni gratuitement, mais également d'une série de prestations supplémentaires qui répondent aux préoccupations des utilisateurs concernant la gestion de leur facture téléphonique.

On peut en fait choisir essentiellement entre deux abonnements, un plus classique, avec paiement à la fin du mois, l'autre consistant en une sorte de système à prépaiement avec un coût fixe mensuel donnant droit à un certain nombre de minutes de communication. Cette formule intitulée "forfait" peut être assortie d'un plafond - de sorte qu'une fois consommées les minutes prévues, il ne soit plus possible de recevoir que des appels - ou bien être libre de sorte que le temps de communication supplémentaire vienne s'ajouter à la facture.

Ce forfait donne aux utilisateurs la possibilité d'adapter la prestation à leurs besoins, depuis une demie heure de communication jusqu'à 15 heures par mois. Le prix des communications baisse évidemment au fur et à mesure que le forfait choisi augmente. D'autre part, une fois le forfait épuisé, les utilisateurs peuvent encore bénéficier pendant les heures creuses de la même quantité de minutes de communication vers les téléphones du même opérateur.

Le besoin de maîtriser le budget et de renforcer la transparence est également satisfait par les abonnements classiques qui offrent la possibilité d'obtenir des factures détaillées, de limiter les appels sortants ou entrants (lorsque l'abonné se trouve à l'étranger), etc. Méditel offre également une option intéressant les familles. Avec cette formule, les utilisateurs de la même famille peuvent bénéficier de rabais sur l'abonnement mensuel, de tarifs plus économiques pour les appels entre les membres de la famille et ils peuvent également recevoir une seule facture pour tous les téléphones utilisés dans la famille. De plus, des montants maximums peuvent être fixés à la consommation mensuelle pour limiter le budget, par exemple, d'un enfant adolescent.

– *Entreprises*

Les sociétés privées et publiques constituent une des principales cibles des opérateurs mobiles. Dans ce cas également, les offres se caractérisent par la réduction de l'abonnement mensuel, des tarifs plus bas pour les numéros d'appels à l'intérieur de l'entreprise, une facturation transparente et la possibilité de maîtriser la consommation mensuelle. Méditel, avec sa formule NeO, offre un système complet permettant à une entreprise de gérer directement sa "flotte" de téléphones en contrôlant les dépenses de chacun des utilisateurs et en bloquant ou en débloquent leurs téléphones.

Pour offrir aux entreprises clientes une manière moins coûteuse d'appeler des téléphones Méditel à partir de leurs terminaux fixes de bureau, Méditel, avec sa formule "optimum", propose l'installation d'un boîtier d'optimisation de la liaison qui sert de passerelle entre le réseau GSM et un central privé (PBX) de l'entreprise. Lorsqu'il est raccordé à un PBX, le terminal peut acheminer les appels entrants et sortants par le réseau de téléphonie mobile en faisant d'un appel entre service fixe et service mobile un appel de service mobile à service mobile et en réduisant (voire en éliminant dans le cas d'appels chez le même opérateur) le coût de l'interconnexion. L'interconnexion fixe-mobile est, en fait, particulièrement désavantageux pour les opérateurs mobiles: Médi Télécom considère qu'environ 58 pour cent des recettes reviennent à l'opérateur du service fixe et seulement 42 pour cent à celui du service mobile tandis que les taxes d'interconnexion entre services mobiles sont plus faibles que dans les pays européens³². Ce système permettrait aux utilisateurs d'appeler depuis leur téléphone de bureau un portable Méditel en économisant environ 40 à 50 pour cent du coût final d'un appel fixe vers mobile³³.

Maroc Telecom s'est opposé à la commercialisation du boîtier d'optimisation de liaison en faisant valoir qu'il constituerait une concurrence déloyale car il détournerait le trafic du réseau fixe. L'ANRT s'est récemment prononcé sur ce point en soutenant que ce boîtier ne constitue simplement qu'une interface entre le réseau GSM et les terminaux par ailleurs raccordés au réseau fixe. Selon ce point de vue, l'utilisation de cette interface ne peut être considérée comme une concurrence déloyale en soi, car il s'agit simplement d'une solution économique offerte aux utilisateurs qui peuvent

bénéficier de tarifs moins coûteux pour des appels de téléphonie mobile intérieurs au réseau au lieu de payer plus cher pour des appels de service fixe vers service mobile. Toutefois, le régulateur a décidé que l'opérateur ne pouvait participer au coût d'acquisition de ce matériel ni associer son utilisation à des rabais et tarifs spéciaux³⁴.

Maroc Telecom suit une approche plus classique en proposant deux forfaits différents, l'un qui offre 10 heures de communication intérieure à l'entreprise comprises dans l'abonnement mensuel, l'autre qui permet simplement de payer moins cher les appels entre les téléphones mobiles de l'entreprise. Dans ce cas, la transparence de la facturation et la possibilité de limiter les appels sortants des personnes à charge font partie des principales prestations proposées.

3.4 Applications mobiles

Les téléphones mobiles servent essentiellement aux communications vocales et le développement d'applications servant à la transmission de données en est encore à ses débuts. D'autre part, le budget limité que les utilisateurs sont disposés à consacrer aux services de communication ainsi que le faible tarif des abonnements au service mobile limitent fortement le développement et la diffusion de technologies et d'applications plus avancées.

A l'heure actuelle, la prestation la plus appréciée par les utilisateurs de téléphonie mobile semble être le téléchargement, comme il ressort de la grande diversité des tonalités que l'on peut entendre dans les rues. Les services d'information sont en expansion, Méditel et Maroc Telecom offrant des services d'information par SMS qui permettent d'obtenir des renseignements à jour sur les cinémas, les horaires de train ou les horaires des prières quotidiennes. Les recettes tirées des SMS représentent environ 4 pour cent du total des recettes obtenues par les opérateurs.

Au début, pour obtenir des renseignements, il fallait envoyer un message code particulier à un numéro donné³⁵, alors qu'aujourd'hui Méditel a mis en place un numéro court d'information *111#, qui donne accès à un interface semblable à celui utilisé par les services GPRS-WAP. Ce numéro est commun à tous les services et le choix des renseignements est fourni sur un menu appartenant à une plate-forme commune qui peut aisément être consultée par tous les utilisateurs. Une fois telle ou telle prestation retenue, les informations sont immédiatement reçues par SMS. Le coût du service est de 0,80 MAD (0,09 dollar EU), c'est-à-dire le même que pour un SMS normal.

Comme dans de nombreux autres pays, les services WAP n'ont pas rencontré un grand succès, avec au total 600 utilisateurs environ. Les problèmes que l'on a rencontrés étaient à peu près les mêmes qu'ailleurs à savoir la vitesse limitée, le coût et l'absence d'un contenu intéressant, d'autant qu'au Maroc, l'élaboration du contenu, en particulier en arabe, en est encore à un stade très précoce, tant pour les services mobiles que pour l'Internet.

Dernièrement, des services de messagerie multimédia ont également été lancés par Maroc Telecom. En 2003, des prestations ont été proposées gratuitement à titre expérimental pour le prix d'un SMS normal à compter de janvier 2004. Un certain nombre de MMS gratuits sont également inclus lorsqu'on s'abonne à un forfait.

Le service le plus récent lancé est le GPRS. Après une période d'essai de plusieurs mois, Maroc Telecom propose aujourd'hui à ses abonnés des services GPRS (100 kbit/s) au tarif d'environ 60 dollars EU pour un débit de 20 Mbit/s ou de 100 dollars EU pour un débit de 60 Mbit/s. Un Mbit/s est offert lorsqu'on souscrit à un des forfaits du service mobile.

La diffusion de ces services reste cependant très limitée compte tenu, dans ce cas également, non seulement du coût qu'implique leur utilisation mais du nombre réduit d'utilisateurs à postpaiement, qui à l'heure actuelle, dépasse à peine 300 000 et qui généralement inclut essentiellement des entreprises et des hommes d'affaires, et non pas des jeunes et des étudiants lesquels sont plus intéressés par des services novateurs. Le marché de ces services étant si réduit, leur rentabilité est

mise en doute, au moins pour le moment. Les représentants de Maroc Telecom sont néanmoins tout à fait optimistes et affirment qu'il est fondamental d'innover si l'on veut ne pas prendre de retard sur les pays européens, offrir un choix plus large aux utilisateurs et pouvoir fournir des services à jour aux visiteurs étrangers utilisant des services d'itinérance dans le pays. De plus, ce genre de progrès renforce l'image d'un Maroc Telecom moderne et innovateur.

Encadré 3: Des téléphones mobiles pour tout le monde: un portable élégant pour les femmes et des prestations spéciales pour les pèlerins

Les services mobiles suivent davantage que les services fixes l'évolution des besoins de la société en offrant un large éventail de prestations et de fonctions permettant de s'adapter à la culture, à la société et à l'économie d'un pays.

Comme signalé plus haut, le prépaiement constitue un facteur important si l'on veut populariser l'accès aux services téléphoniques. Le prépaiement concernant 96 pour cent des utilisateurs, plusieurs prestations, normalement réservées aux abonnés à postpaiement, sont également offertes contre prépaiement. Il s'agit notamment de l'itinérance internationale qui est proposée aux utilisateurs à prépaiement dans un petit nombre de pays.



Services	Commandes
Change	CH + code devise (voir tableau1) Ex : pour le cours du Dollar Américain CH USD
Bourse de Casablanca	Pour les cours: BO + Code de l'action (voir tableau6) EX: BO ONA
En Temps réel	Pour les cinq plus fortes Hausses et Baisses: BO HB
Dépêches	DE
Football	FO + Code de division (GNF1 ou GNF2) Ex : pour le résultats de la dernière journée de la première Division: Fo GNF1
Horaires de Prière	PR + Code Ville (voir tableau2) Ex : Pour les horaires de prière de la ville de Casablanca: PR CA
Météo	ME + Code Ville (voir tableau2) Ex : Pour les prévisions météorologique de la ville de Rabat: ME RA
Programmes TV	TV + Code Chaîne (RTM, 2M, TV5, ARTE) Ex : pour les programmes de 2M : TV 2M

Les services et applications mobiles correspondent également à certaines caractéristiques de la société. Par exemple, en plus des services d'information sur les trains ou des prévisions météorologiques, les deux opérateurs marocains fournissent également les horaires des prières par SMS (figure ci-dessus). D'autre part, pour répondre au besoin qu'ont les pèlerins se rendant à la Mecque de communiquer avec leur famille restée dans leur pays, un service spécial a été lancé pendant le Haj, donnant aux pèlerins se trouvant en Arabie saoudite accès à un service d'itinérance internationale à des tarifs spéciaux.

Les femmes représentent un nouveau secteur; elles participent de plus en plus à la vie commerciale et économique de leur pays, et un téléphone mobile leur est essentiel dans la mesure où elles doivent souvent gérer non seulement leur carrière professionnelle mais également s'occuper de leur famille et de leurs enfants. A l'occasion de la journée internationale de la femme de 2003, Méditel a mis sur le marché un nouveau modèle de téléphone mobile, spécialement étudié pour les femmes. Le portable se présente dans un étui élégant et comporte des fonctions telles que le calcul du poids idéal, le compte de calories, etc.



Source: L'Economiste <http://www.leconomiste.com/dossiers/dossier.html?d=6>; les pages web de Méditel et Maroc Telecom.

La fourniture de services améliorés ou à valeur ajoutée a été libéralisée dès le début de sorte qu'aujourd'hui plusieurs sociétés fournissent ces services aux usagers de la téléphonie mobile et de l'Internet. De nombreuses petites entreprises sont rassemblées dans le technoparc de Casablanca, un bâtiment moderne situé à la périphérie de la ville. Cette infrastructure est gérée par la société privée Moroccan Information Technopark Company (MITC) qui appartient au Ministère de l'industrie, des transports et des communications et à plusieurs banques marocaines. Ce technoparc a été créé pour assurer à des petites et moyennes entreprises et des start-up des services et une infrastructure de base leur permettant de lancer leur activité.

Parmi les différentes sociétés installées dans le technoparc, on compte Allo Maroc qui offre des sonneries et des logos destinés aux téléphones mobiles et Passworld, une petite start-up qui pour le moment assure le développement de contenu pour la téléphonie mobile à l'intention d'opérateurs français mais collabore également avec Maroc Telecom pour mettre au point des applications mobiles faisant appel au GPRS, au WAP, au MMS, etc.³⁶.

D'autres services de téléphonie mobile sont actuellement fournis par plusieurs sociétés. En particulier, des banques ont commencé à assurer une sorte de service "d'alarme" pour informer les clients du solde de leur compte, du fait qu'ils ont atteint un certain plafond, qu'ils ont reçu un paiement, etc. Toutes ces prestations sont fournies par SMS et sont donc accessibles à tous les utilisateurs qu'ils soient à postpaiement ou à prépaiement.

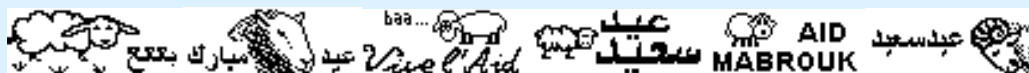
Les services faisant appel au système WAP sont plus perfectionnés. Grâce à eux, les usagers peuvent consulter leurs comptes, réserver des billets de train, s'informer sur la bourse, etc. Toutefois, les services et les portails WAP n'ont pas connu un bon démarrage, en partie faute d'un contenu intéressant suffisant, du prix du service et de sa qualité relativement médiocre, mais également parce qu'ils sont mal connus de la population, davantage habituée aux services vocaux qu'à la transmission de données.

Grâce à la mise au point de nouvelles technologies, le monde progresse vers l'Internet mobile, et le Maroc ne sera pas laissé pour compte. L'Etat et les opérateurs observent soigneusement l'évolution du marché dans les pays européens et préparent le déploiement futur de leurs services GPRS et UMTS. L'accès aux informations et au contenu a été amélioré grâce à l'utilisation du GPRS et donc à la fourniture de services WAP-GPRS. De nombreuses petites entreprises collaborent actuellement avec les opérateurs mobiles pour fournir aux usagers de la téléphonie mobile des services d'information et de divertissement.

Encadré 4: Services en ligne pour les utilisateurs mobiles

Les prestations récréatives offertes sur les téléphones portables restent très limitées dans le pays. Ces derniers mois toutefois, la diffusion de services permettant d'obtenir des logos et des sonneries a augmenté et il existe aujourd'hui plusieurs sites web et sociétés qui fournissent des logos, des images et des sonneries pour les téléphones mobiles.

Pour le moment, la qualité du contenu reste limité, les logos sont en noir et blanc et les sonneries seulement monophoniques. Mais de nouveaux progrès sont attendus, lorsque la diffusion de portables plus perfectionnés fera augmenter la demande de meilleurs sons et images (ci-dessous quelques exemples de logos proposés pendant la fête de l'Aïd).



Le Crédit du Maroc est actuellement une des banques qui assurent des services SMS à ses clients. En souscrivant au service "bip bip", les clients de la banque pourront recevoir des informations sur leur compte par SMS pratiquement en temps réel.



Un service plus perfectionné est fourni par la banque BMCE qui a lancé "Librity". Ce service, initialement fourni aux usagers de Méditel, sera étendu également aux clients de Maroc Telecom d'ici mars 2004.

"Librity" permet aux utilisateurs d'accéder à un certain nombre de services soit par SMS soit par l'Internet mobile, contre paiement d'un abonnement mensuel. Le montant de la redevance mensuelle varie en fonction des services dont on a besoin et va de 45 MAD par mois pour le service SMS de base qui permet de recevoir des renseignements sur son compte crédit ou sur des réservations de billets de train jusqu'à 120 MAD par mois pour des services WAP sur le GPRS, ce qui permet aux utilisateurs d'accéder également en temps réel à des informations sur la bourse et à recevoir des "alarmes" automatiques au sujet de la bourse.

Source: Crédit du Maroc <http://www.cdm.co.ma/> et la page web de la BMCE sur Librity <http://www.librity.com>. Logo et sonneries: <http://sogo.meditel.ma/>

Les applications et services mobiles pourraient également être très utiles dans les relations entre entreprises. Vu la faible pénétration de l'Internet, la téléphonie mobile permet aux sociétés de communiquer avec leurs agents et pourrait également servir à communiquer des informations et des données. On peut citer par exemple l'utilisation par une société pharmaceutique d'un service lui permettant de gérer son équipe de vendeurs. Les agents étant souvent en déplacement pour rendre visite aux médecins, il est parfois malaisé de recevoir des informations pendant qu'ils sont au travail. Grâce à la téléphonie mobile et au WAP, la société a créé un système qui permet aux directeurs de vente qui se déplacent dans le pays de consulter leur calendrier par le WAP et également de mettre à jour la base de données de la société directement à partir de leur téléphone mobile. Ainsi, la société est informée en temps réel, ce qui représente une économie de deux semaines environ, c'est-à-dire le temps qu'il faut en moyenne pour que l'agent revienne, établisse un rapport par écrit, et l'introduise dans la base de données.

L'intervention de deux opérateurs dans le secteur des nouvelles applications et nouveaux services présente néanmoins un inconvénient: le petit nombre d'abonnements. Ces deux opérateurs s'efforcent aussi de pénétrer le marché du prépaiement. C'est pour cette raison que des services tels que l'itinérance internationale, initialement réservée aux seuls abonnés, ont été étendus, même si ce n'est que de manière limitée, aux utilisateurs à prépaiement.

Les deux opérateurs fournissent également un large choix de portables allant des modèles les plus simples (affichage monochrome) à ceux dotés d'un écran couleur, d'une prise de vue numérique ou de la possibilité d'utiliser l'alphabet arabe (voir Encadré 4).

4 L'impact des communications mobiles

4.1 Le Maroc bouge

Comme signalé plus haut, l'extension de la téléphonie mobile a eu un effet notable sur la société marocaine des points de vue social, culturel et économique. Les communications mobiles ont répondu au besoin traditionnel qu'a cette société de communiquer verbalement en donnant aux utilisateurs un nouveau moyen d'entrer en contact à tout moment et en tout endroit.

Pendant les années 1990, les *téléboutiques* ont aidé à atteindre les objectifs propres au service universel en mettant les téléphones à une "distance raisonnable" des utilisateurs et en leur permettant d'accéder aux services téléphoniques à un tarif abordable. Aujourd'hui, la téléphonie mobile constitue une étape de plus dans l'accession des particuliers aux services de communication.

En dehors des grandes villes, il existe un grand nombre de petites villes et villages qui ne bénéficient pas toujours du même degré de connectivité. C'est pour cela que la téléphonie mobile constituait une bonne réponse aux problèmes de réseau compte tenu de la facilité avec laquelle on peut installer une antenne et du territoire qu'elle peut couvrir. Les deux compagnies ont mis en place un réseau mobile étendu qui couvre maintenant la quasi-totalité (environ 95 pour cent) de la population³⁷.

Cette situation, s'ajoutant à l'offre de cartes à prépaiement et à la baisse des coûts de communication, a rendu plus populaires les services de télécommunications jusque-là limités à une petite fraction de la population. A l'heure actuelle, le pays connaît un taux de pénétration des télécommunications bien supérieur à la moyenne régionale: à la fin de 2002 la télédensité effective en Tunisie et en Egypte ne dépassait guère 11 pour cent tandis qu'en Algérie, elle était de 6,10 pour cent contre 21 pour cent au Maroc³⁸.

4.2 Concurrence entre service mobile et service fixe?

Le phénomène des communications mobiles au Maroc présente des caractéristiques intéressantes qui le distingue du développement classique de ces communications dans les pays industrialisés et montre que le service mobile offre la possibilité depuis le début de servir d'instrument de développement économique et social et n'est pas seulement un outil pour les hommes et femmes d'affaires ou pour les couches supérieures de la population.

Comme indiqué plus haut, cela a été rendu possible d'une part par l'instauration de la concurrence et d'autre part la différenciation des offres et la baisse des prix qui s'en sont suivis, de sorte qu'aujourd'hui au Maroc de nombreux abonnés cellulaires sont des travailleurs ou des agriculteurs à faible revenu qui n'avaient naguère accès aux services de communications que dans les *téléboutiques* et dans les cabines téléphoniques publiques.

4.2.1 Un mode d'utilisation particulier

Le développement original des services mobiles au Maroc se retrouve dans le mode d'utilisation. L'utilisateur moyen y a acheté son portable dans un pack - donc à très bas prix - qui incluait une carte SIM prépayée. Ce téléphone sert donc essentiellement à recevoir des appels, le trafic sortant étant limité aux questions urgentes ou importantes tandis que les appels normaux se font toujours sur le réseau fixe, souvent à partir de *téléboutiques* ou d'un publiphone. C'est ce qui explique aussi pourquoi le nouvel opérateur mobile souhaiterait pénétrer le marché des *téléboutiques* (voir Encadré 5 "Des boutiques de communication mobile?").

Cela explique également pourquoi, même si les téléphones mobiles dépassent en nombre les téléphones fixes, le plus gros des recettes de l'opérateur historique - qui détient toujours le monopole de ce marché - provient encore du réseau fixe³⁹. Mais le nombre d'abonnements au téléphone fixe a néanmoins baissé ces dernières années faisant ressortir un rapport intéressant entre les services fixes et les services mobiles.

Si l'on regarde les tarifs et les offres, on note facilement que de nombreux utilisateurs ont avantage à avoir un abonnement au service mobile plutôt qu'au service fixe étant donné le prix de l'appel par minute. Alors que les appels locaux (dans un rayon de 35 kilomètres) restent plus avantageux sur le réseau fixe, les appels nationaux et les appels entre service fixe et service mobile coûtent très cher et se situent au même niveau que le service mobile qui, grâce aux différentes options et formules proposées, peut constituer une option viable, en particulier sur le segment service mobile vers service fixe. Un appel national entre deux téléphones fixes peut coûter par minute environ 3 MAD tandis qu'un appel entre service mobile et service fixe peut coûter jusqu'à 6 MAD voire 9 selon l'heure de la journée. Avec un téléphone mobile, le coût, dans le cadre d'un abonnement normal, oscille de 3 à 6 MAD et peut même coûter moins cher si des tarifs préférentiels sont appliqués (par exemple, avec la formule "Nous" de Méditel, un appel de 3 minutes entre mobiles peut coûter environ 1,5 MAD).

Le prix du service mobile augmente néanmoins notablement lorsqu'il s'agit de cartes à prépaiement. Dans ce cas, un appel de 3 minutes peut coûter de 5,5 MAD (0,6 dollar EU) à 22,5 MAD (2,5 dollars EU) selon l'opérateur que l'on appelle, l'heure de la journée et la formule tarifaire appliquée. Comme indiqué plus haut, les cartes à prépaiement sont utilisées par 96 pour cent des utilisateurs mobiles du pays. De ce fait, même si les abonnements occupent une place importante, notamment pour les hommes d'affaires et les entreprises, la tarification à prépaiement s'applique à la grande majorité des utilisateurs.

Il est donc compréhensible que le trafic acheminé par le réseau mobile reste limité et il semble que la plupart des appels proviennent du réseau fixe, ce qui confirme que les téléphones mobiles servent pour l'essentiel à recevoir des appels et tant que le coût des appels téléphoniques prépayés restera aussi élevé, il sera difficile de convaincre les utilisateurs d'augmenter leur trafic sortant. En revanche, il faudrait faire un effort pour augmenter la part du marché qu'occupent les abonnements, ce qui semblerait devoir être plus difficile toutefois étant donné les problèmes de budget que connaît l'utilisateur moyen et les habitudes de la population davantage accoutumée au système des *téléboutiques* qu'à une utilisation à partir d'un téléphone fixe à domicile.

Toutefois, dans un esprit constructif, on vient d'accorder au nouvel opérateur un raccordement international direct qui ne l'oblige pas à passer par Maroc Telecom lequel conserve néanmoins son monopole sur le service fixe international.

4.2.2 Transformer le service fixe en service mobile et vice versa

La situation qui règne au Maroc n'était pas censée durer. La concurrence et la libéralisation étaient supposées se faire pas à pas et la deuxième licence correspondant au service fixe aurait dû être octroyée avant 2003.

Ce contexte de concurrence prolongée entre les opérateurs mobiles, dû au retard pris par le processus de libéralisation, exacerbe la compétition entre les opérateurs fixes et mobiles, ces derniers soutenant que leur clientèle est cannibalisée (ce qui n'empêche pas que la plus grosse part du trafic passe par leur réseau), tandis que les premiers (tout en disposant d'une grosse clientèle), luttent pour augmenter leur recette moyenne par abonné.

Il en résulte une série compliquée de stratégies allant du lancement par l'opérateur mobile du boîtier d'optimisation de la liaison à l'augmentation du volume de trafic provenant du réseau mobile - en s'appuyant sur la cherté des taux d'interconnexion réseau fixe-réseau mobile - jusqu'à la création de *téléboutiques* GSM (voir Encadré 5). Par ailleurs, l'opérateur fixe transforme peu à peu ses services en adoptant certaines des caractéristiques du système à prépaiement du réseau mobile.

Encadré 5: Boutiques de portables?

Compte tenu du succès rencontré par les *téléboutiques* et des retards pris par la libéralisation du marché des télécommunications fixes, Médi Télécom vient de décider de créer ses propres *téléboutiques* dans le pays. Ce choix pourrait être viable, dans la mesure où un grand nombre d'habitants n'a toujours accès aux services téléphoniques que par les *téléboutiques* en question et que les communications mobiles - notamment lorsqu'elles s'adressent aux utilisateurs du même réseau - peuvent avoir un prix concurrentiel.

Cette possibilité est actuellement débattue, l'opérateur historique s'opposant à l'initiative de son concurrent. De l'avis du premier, ce service n'est pas prévu dans la licence GSM qui ne vise que les communications "mobiles", alors que le service que Médi Télécom entend fournir est un service fixe. Médi Télécom défend sa position en faisant valoir que quoi qu'il en soit, les communications passent par le réseau GSM et que le fait que l'interface de l'utilisateur (le téléphone) soit fixe n'a rien à voir.

Médi Télécom lance actuellement ses *téléboutiques* qui devraient entrer en service d'ici la fin du premier semestre 2004.

En fait, la concurrence entre les services mobiles influe sur les prix des services fixes. Depuis l'entrée sur le marché du deuxième opérateur, les prix du service fixe ont baissé et récemment Maroc Telecom (opérateur fixe) a commencé à diversifier ses services et à mettre en place des stratégies commerciales semblables à celles utilisées pour les téléphones mobiles.

Par exemple, les packs ayant eu beaucoup de succès sur le marché de la téléphonie mobile, de nos jours, il est également possible d'acheter pour des téléphones fixes des packs offrant un combiné téléphonique fixe, un raccordement et un certain nombre de minutes par mois. La facturation est plus claire et plus transparente et il est possible de choisir librement un plafond de consommation de sorte que la facture mensuelle se limite à un montant prédéterminé. D'autre part, les combinés sans fil sont de plus en plus répandus dans le pays et sont proposés dans des packs⁴⁰.

4.3 L'impact économique des communications mobiles

La libéralisation du secteur des télécommunications, l'arrivée d'investisseurs étrangers tels que Vivendi Universal et Telefónica of Spain et le développement du marché des télécommunications qui s'en est suivi, ont eu un effet direct sur l'économie marocaine en termes d'augmentation des investissements étrangers directs, de croissance de l'emploi et d'ouverture de nouveaux débouchés commerciaux dans le secteur. Par ailleurs, une influence plus indirecte s'est fait sentir sur l'image extérieure et la perception du Maroc et de son milieu commercial en général, ouvrant de nouvelles possibilités de faire du commerce et donnant à des métiers traditionnels de nouveaux outils et de nouveaux moyens de fonctionnement.

4.3.1 Impact direct

Le secteur des télécommunications a un rôle important à jouer dans l'ensemble de l'économie nationale. En particulier, depuis la libéralisation survenue en 1997, ce secteur a reçu environ 66 pour cent de l'ensemble des investissements directs étrangers dans le pays contre à peine 14 pour cent pour le secteur industriel et 3 pour cent pour celui du commerce et de l'immobilier.

Cette croissance a été essentiellement due à la vente de la deuxième licence de communications mobiles en 1999 qui a rapporté à l'Etat quelque 1,1 milliard de dollars EU et à la vente de 35 pour cent des actions de Maroc Telecom à Vivendi Universal pour 2,3 milliards de dollars EU.

D'autre part, tant l'opérateur historique que le nouvel opérateur se sont livrés à une série de dépenses pour moderniser et étendre leurs réseaux et leurs services. Maroc Telecom a prévu un investissement de 11,5 milliards de MAD pour la période 2001-2005 à répartir entre les services fixe, mobile et l'Internet tandis que de son côté, Méditel a investi 4 milliards de MAD depuis qu'il a commencé ses opérations, 2 milliards de MAD de plus étant prévus d'ici la fin de 2004.

Cette croissance a un premier effet sur le taux de l'emploi. En plus des 14 000 employés de Maroc Telecom et des 750 employés de Médi Télécom, on a évalué à 60 000 les personnes qui dans le pays ont du travail grâce aux services de télécommunications. Une des principales sources est le réseau de téléboutiques qui emploie beaucoup de monde. Bien que le pourcentage de bénéfice soit très faible dans cette activité, celle-ci ne demande qu'un investissement relativement faible et permet à une famille de gagner sa vie.

Par ailleurs, l'entrée de Médi Télécom sur le marché a également fait croître le secteur de la distribution. La compagnie a en fait décidé de déléguer l'essentiel de la distribution de ses produits et services à un petit nombre de grossistes qui gèrent à leur tour - directement ou indirectement - un réseau d'environ 5 000 boutiques et points de vente pouvant prendre la forme de boutiques à domicile, revendeurs ou simplement de franchisés. Il faut y ajouter les 600 boutiques Méditel relevant directement de la société. On calcule que pour ces seules activités connexes, entre 5 000 et 6 000 nouveaux emplois ont été créés. La société assure également à ses distributeurs et concessionnaires une préparation et une formation concernant le produit qui renforcent leurs compétences professionnelles.

Le renforcement du marché des communications mobiles a également encouragé certains des principaux fabricants de portables tels qu'Ericsson et LG Electronics à créer dans le pays une succursale et plusieurs points de service aux clients ce qui contribue au développement du secteur des télécommunications.

L'augmentation des services mobiles a donc entraîné un accroissement des recettes pour les sociétés intervenant dans le secteur des télécommunications. Les associations professionnelles ont évalué cette croissance à quelque 10-15 pour cent.

4.3.2 Impact indirect

En plus de l'impact direct sur l'économie marocaine, le développement des télécommunications mobiles a également eu une influence indirecte sur la création de nouveaux débouchés commerciaux, améliorant ainsi l'image du pays à l'étranger et favorisant d'autres investissements.

La qualité et le coût des services de télécommunications constituent en fait un des critères retenus par toute société souhaitant faire des affaires dans un pays donné et favorisent la rentabilité des investissements. D'autre part, le fort niveau d'investissement que le Maroc a pu obtenir grâce à la vente de licences a placé ce pays sous un nouveau jour sur le marché international et en fait un débouché plus attirant pour les investisseurs privés dans des secteurs autres que les télécommunications.

Certaines entreprises liées à ce secteur ont été créées dans le pays, notamment les centres d'appel. A l'heure actuelle, plusieurs sociétés telles que Dell ou l'entreprise espagnole *Atento* travaillent à partir du Maroc en offrant des services téléphoniques à la France, à l'Espagne ou à d'autres pays européens. Ces centres d'appel emploient de 50 à 100 personnes. Cette retombée revêt une importance particulière étant donné que le taux de chômage enregistré dans le pays est officiellement de 13 pour cent et qu'en réalité, il peut atteindre 20 pour cent après les périodes de sécheresse telles que celle qui a frappé le pays en 1999⁴¹.

Les communications mobiles ont également changé la manière de travailler pour les petites et moyennes entreprises du pays. Grâce à l'accès de plus en plus répandu aux communications mobiles, de nombreux artisans et des travailleurs et agriculteurs journaliers peuvent dorénavant être atteints n'importe où et ont pu rentabiliser au mieux leur temps et accroître leur productivité. On voit de plus en plus fréquemment des numéros de téléphone mobile sous le nom de menuisiers, de plombiers parfois écrits par dessus d'anciens numéros de téléphone fixe qui ne servent plus.

Dans ce cas également, la téléphonie mobile entraîne un changement dans les habitudes de la population mais elle continue d'être considérée comme un moyen de recevoir des appels et non pas de les faire.

5 Conclusions

5.1 Trop tôt pour l'Internet mobile?

La technologie GSM a été très bien reçue dans le pays et maintenant le gouvernement, le régulateur et les opérateurs commencent à prévoir les mesures futures qu'il faudra prendre pour suivre l'innovation et le développement technologique (voir également Encadré 6).

Au Maroc, les télécommunications continuent de consister essentiellement en services vocaux. L'Internet n'a fait que de lents progrès et la première tentative pour assurer des services mobiles de transmission de données grâce à l'utilisation du WAP n'a pas rencontré le succès attendu - comme cela s'est également passé dans bon nombre de pays industrialisés.

Au début de 2004, l'opérateur historique, Maroc Telecom a lancé ses services GPRS et des services MMS sont actuellement mis à la disposition des utilisateurs. Après une année d'expérimentation, on a commencé en 2004 à fournir des services sur une base commerciale. Les opérateurs reconnaissent néanmoins qu'il n'y a pas beaucoup de marge pour le développement du GPRS étant donné que trop peu d'utilisateurs ont souscrit un abonnement. Avec le GPRS, l'opérateur pourra néanmoins assurer des services plus complets aux étrangers recourant à l'itinérance dans le pays.

Médi Télécom n'en est pas encore au stade du lancement de son GPRS même si des essais sont en cours à Casablanca et à Rabat. La société a également indiqué qu'elle préférerait essayer de partager la technologie (et les coûts) avec sa société mère, Telefónica of Spain.

Pour ce qui est des services mobiles de la troisième génération, la situation est encore très statique. Les opérateurs s'efforcent de consolider leur clientèle et de renforcer leur trafic et une série de questions doit encore être résolue, du fait notamment que d'ici la fin de l'année une licence supplémentaire devrait être attribuée. Le type et la teneur de cette licence n'ont pas encore été définis et le régulateur procède également à une étude afin de décider si elle sera limitée aux services mobiles ou aura une portée plus générale.

Aucune mesure concrète ne sera prise pour le moment en ce qui concerne le développement de l'UMTS mais les parties prenantes ne sont pas tout à fait inactives: le gouvernement estime que "l'Internet mobile" tel qu'il le définit pourrait donner une bonne possibilité d'étendre les services de transmission des données à des régions plus reculées du pays et le régulateur prévoit déjà de commencer à libérer les fréquences qui sont nécessaires pour ces services de la troisième génération. Cela étant, rien n'est encore prévu pour la concession de licences concernant ces fréquences.

De leur côté, les opérateurs attendent et observent le déploiement du service dans les pays européens. Le sentiment commun est que le GPRS peut être un système de remplacement viable pour répondre aux besoins du segment le plus exigeant de leur clientèle et les services de la troisième génération ne seront probablement développés que dans trois ou quatre ans.

Entre autres, de nombreuses sociétés concentrent aujourd'hui leurs efforts sur la création du contenu destiné aux communications mobiles. Une des principales carences du WAP était en effet l'absence d'un contenu auquel les utilisateurs puissent accéder facilement. Pour pallier cette situation, on a fait davantage d'efforts pour créer de nouvelles applications et services et de nombreuses petites entreprises - telles que celles installées dans le Technopark de Casablanca - se livrent actuellement à ces activités. Pour le moment, la plupart des renseignements et des services sont fournis en français mais on s'efforce constamment de développer le contenu en arabe et un logiciel permettant d'utiliser une police arabe est installé dans plusieurs modèles de téléphones mobiles.

Encadré 6: L'avenir du sans fil

Passons du mobile au sans fil. Une autre technologie qui intéresse beaucoup le public et le secteur privé marocain est le Wi-Fi. Même si la technologie hertzienne n'est pas encore largement diffusée dans le pays, certains essais ont été menés à Marrakech à l'occasion du festival de cinéma et des expérimentations sont en cours à Casablanca et à Rabat.

D'autre part, l'Institut national de la Poste et des télécommunications⁴² (INPT) met au point son propre système Wi-Fi sur son campus. Ce projet a pour objet, en une première étape, de permettre à tous les étudiants de se connecter à l'Internet à partir de leurs chambres puis en une deuxième étape, de faire aussi couvrir les bibliothèques et les salles de classe par leur réseau⁴³.

Le Directeur de l'Institut a affirmé que les solutions sans fil sont moins coûteuses que les solutions filaires et assurent davantage de souplesse aux étudiants qui utilisent d'ordinaire des ordinateurs portables et travaillent, isolément ou en groupe, en différents endroits du campus.

L'ANRT a récemment approuvé une décision mettant en place les conditions nécessaires à l'installation et à l'exploitation d'un réseau local hertzien. Pour le moment le recours à cette technologie n'est autorisé qu'à l'intérieur des bâtiments et les règles devant régir les réseaux hertziens externes n'ont pas encore été définies.

Or, le potentiel qu'offre le Wi-Fi au Maroc concerne surtout les réseaux hertziens externes car ceux-ci pourraient aider à faciliter l'accès à l'Internet, notamment au sein des communautés rurales et des communautés isolées. Pour le moment, l'ANRT ne sait pas quel régime s'appliquera; cela dit, l'utilisation du Wi-Fi sera probablement autorisée à certaines fins mais toujours sous le contrôle du régulateur (voir la Décision ANRT/DG/N° 08/03 du 25 décembre 2003 sur les conditions d'installation et d'exploitation des points d'accès publics au réseau radioélectrique local).

5.2 Mots clés au Maroc: Internet, entreprise et mobilité

Le développement des TIC est considéré comme un moyen d'assurer le développement socio-économique et donc comme une priorité par le Gouvernement marocain. Depuis 2001, ce dernier ainsi que les entreprises privées se sont réunis pour définir une cyberstratégie marocaine afin de favoriser la croissance des TIC dans le pays et de populariser l'accès aux communications.

Les responsables politiques et le régulateur collaborent pour atteindre trois grands objectifs que l'on peut résumer par les mots clés de "foyer", "mobilité" et "entreprise". Comme on peut le remarquer, l'accent n'est pas mis sur le déploiement de telle ou telle technologie mais sur les besoins du pays auquel on répondra en employant les outils les plus appropriés et les plus efficaces.

Il s'agit tout d'abord de raccorder les ménages aux lignes de téléphone fixe, de permettre un accès facile aux services téléphoniques de base mais plus particulièrement à l'Internet, dont l'utilisation est encore très limitée. Sur ce point, les principales caractéristiques devraient être l'accessibilité économique, l'efficacité et la transparence de la facturation.

Plus que d'autres secteurs, le secteur du commerce et celui des entreprises sont des secteurs susceptibles de tirer profit des possibilités offertes par les TIC et pourront faire bénéficier le pays de ces retombées positives sous forme de croissance économique et de développement. C'est pour cette raison qu'il convient de répondre aux besoins du secteur commercial - privé ou public - en assurant un service de bonne qualité, des technologies novatrices et des formules tarifaires intéressantes.

Le dernier objectif qui n'est pas le moins important est celui de la mobilité, et plus particulièrement de la possibilité d'être joint à tout moment n'importe où. Ce besoin est satisfait grâce à la téléphonie mobile qui devrait devenir un service complétant le service fixe dans la mesure où elle répond à des exigences différentes. La mobilité vise davantage les communications vocales de personne à personne mais ces dernières années des services tels que les informations par SMS et le contenu récréatif, sont lancés et peu à peu développés même si la mise en oeuvre des services de la troisième génération relève pour le moment de plans à moyen terme.

Comme l'on fait observer de nombreuses personnes interrogées, le Maroc est un pays ouvert à l'innovation et recourra à la technologie la plus appropriée pour répondre aux besoins du marché et de la société. Pour le moment, il semblerait que les réseaux fixes soient consacrés davantage à l'Internet et à la transmission de données tandis que les communications vocales sont prises en charge par les services mobiles. Toutefois, on n'écarte pas l'utilisation des communications mobiles également pour la transmission de données et il pourrait s'agir là d'une solution viable dans un pays où la pénétration des lignes fixes équivaut à moins du quart de la pénétration des communications mobiles.

L'année 2004 a été déclarée année de l'Internet et les responsables politiques centreront leurs efforts sur le développement du contenu et des applications de l'Internet, le gouvernement se trouvant à l'avant-garde dans son effort pour introduire et utiliser les TIC au sein de l'Etat et permettre l'apparition d'une administration réseautée, plus transparente et accessible aux citoyens⁴⁴.

5.3 Service fixe et service mobile: complémentaires ou interchangeable?

Le rôle des télécommunications mobiles au Maroc et leur impact sur la société présentent plusieurs aspects intéressants qui sont peut-être communs à d'autres pays africains. La libéralisation du secteur des communications mobiles et la situation de monopole que connaît la téléphonie fixe créent une situation où la seule menace potentielle au réseau fixe est la concurrence exercée par le réseau cellulaire.

Un des principaux facteurs qui stimule la croissance des communications mobiles est le *remplacement* des lignes fixes. Un certain nombre de raisons font que les communications mobiles sont plus attrayantes que le réseau fixe. Notamment:

- Les réseaux de téléphonie mobile peuvent être installés plus rapidement que les réseaux fixes ce qui réduit le temps d'attente pour les abonnés potentiels et réduit la demande non satisfaite⁴⁵. Mais, en même temps, l'effet de substitution du réseau fixe par le réseau mobile peut ralentir la pénétration du premier ce qui constituerait une entrave au développement des services Internet.
- L'introduction des cartes de téléphonie mobile à prépaiement permet aux utilisateurs susceptibles, pour des raisons financières, de ne pouvoir prétendre normalement à l'obtention d'une ligne fixe d'obtenir un accès cellulaire. Le prépaiement aide donc à stimuler l'accès, particulièrement lorsqu'il est associé à une certaine prise en charge du coût du combiné portable. A l'heure actuelle, il y a plus d'utilisateurs cellulaires que jamais même si, pour tirer vraiment profit de la technologie cellulaire, il faudrait utiliser les téléphones mobiles conjointement avec les téléphones fixes comme cela se fait dans la plupart des pays industrialisés où la téléphonie mobile est utilisée pour rester en contact avec le domicile ou le bureau lorsqu'on se trouve en déplacement et où de nombreux appels se font de téléphone mobile à téléphone mobile mais également de téléphone mobile à téléphone fixe. Dans ces cas, une forte pénétration des lignes fixes donne davantage de

valeur au service mobile, un réseau complétant l'autre. Cela dit, au Maroc, la tendance semble être différente. Les appels à partir de téléphones mobiles ont souvent pour destinataire d'autres téléphones mobiles mais une bonne partie des appels qui aboutissent sur le réseau mobile proviennent des téléphones fixes.

- La téléphonie mobile présente d'autres caractéristiques fonctionnelles que la téléphonie fixe notamment la portabilité et elle offre des fonctions qui sont normalement regroupées dans l'abonnement au service mobile, notamment la possibilité d'envoyer et de recevoir des SMS, des messages vocaux et de se déplacer à l'étranger, etc.
- Le désir des étrangers d'investir dans des licences cellulaires. Le développement des services mobiles dans le pays est également dû à l'arrivée d'une nouvelle société sur le marché, constituée par des partenaires locaux et étrangers, et au coup de fouet aux investissements qui y a été associé. Le partenariat stratégique mis en place par l'opérateur historique a également provoqué de nouveaux investissements en vue du développement des services. De plus, des investisseurs étrangers ont apporté avec eux leurs connaissances spécialisées et leurs relations avec les fournisseurs qui sont susceptibles d'aider les réseaux et les services cellulaires à entrer en service rapidement et efficacement.

Pour toutes ces raisons, il semble que les communications mobiles soient actuellement un substitut plutôt qu'un complément des services fixes, une situation qui ne semble pas devoir changer dans un avenir proche dans la mesure où le marché des lignes fixes reste très peu intéressant pour les opérateurs et - compte tenu notamment de l'échec de l'appel d'offre pour la deuxième licence de services fixes - pour les investisseurs privés également.

5.4 Conclusions

Au Maroc, le besoin de communiquer et l'ouverture sur de nouvelles technologies et sur l'innovation ont bel et bien constitué des moteurs de développement des communications mobiles. Toutefois, d'autres facteurs essentiels ont contribué à stimuler le développement des communications mobiles: la création d'une instance autonome de réglementation, la détermination des responsables des politiques et l'établissement d'un environnement et de procédures réglementaires clairs et transparents.

Le développement des services mobiles n'en est pas moins entravé par le peu de revenus de la population, associé au prix encore relativement élevé des appels (en particulier pour les cartes à prépaiement) et au faible pourcentage d'abonnements à postpaiement. D'autre part, la croissance du marché s'est trouvée quelque peu gênée par la crise de l'ensemble du secteur des télécommunications qui a touché de nombreux pays ces dernières années et par une période d'incertitude réglementaire qu'a connue le Maroc et qui a eu un effet dissuasif sur de nombreux opérateurs et entreprises du secteur et a refroidi l'atmosphère optimiste qui régnait pendant les années 1990.

Au début de 2004, la situation semble pointer vers la reprise même si une certaine appréhension subsiste - dans le secteur privé tout au moins - à l'idée qu'on a laissé passer bon nombre d'occasions favorables ou qu'on les laissera passer si le processus de libération ne s'accélère pas.

La délivrance d'une nouvelle licence fait naître beaucoup d'espoirs même si les détails sur ce point ne sont pas encore vraiment définis. L'ANRT procède actuellement à une étude en collaboration avec un cabinet de consultants extérieurs pour déterminer les conditions et le champ d'application de la licence ainsi que l'impact du déploiement des nouveaux services dans le pays.

La téléphonie mobile a déjà fortement contribué à l'extension du service universel en procurant à un nombre croissant de personnes un accès facile aux services de communication. Les téléphones mobiles sont utilisés dans le travail, pour garder le contact avec la famille, pour envoyer des SMS et deviennent des outils indispensables dans la vie des femmes et des hommes du Maroc d'aujourd'hui. Les services mobiles ont fait la preuve qu'ils pouvaient répondre aux besoins de toutes les classes de la population, pour autant bien entendu que des prix appropriés soient fixés. Compte tenu de la prédisposition que montre le pays pour les TIC, on peut imaginer que, grâce à une réglementation adéquate, à un soutien éducatif suffisant et à la poursuite du développement d'un marché en bonne santé, les nouvelles technologies mobiles, y compris l'Internet mobile et les applications à valeur ajoutée, pourront d'ici quelques années faire leur apparition également au Maroc.

Liste des personnes interrogées

M. Rachid TALBI EL ALAMI	Ministre de l'industrie, du commerce et des télécommunications
M. Aziz RABBAH	Ministère de l'industrie, du commerce et des télécommunications - Technologies de l'information et de la communication www.mcinet.gov.ma
M. Taieb BENNANI	DEPTI
M. Abdelghani LOUTFI	www.septi.gov.ma/
M. Charif CHEFCHAOUNI	INPT
M. ALLAKI	www.inpt.ac.ma
M. Abdesslam AHIZOUN	Maroc Telecom
Mme Janine LETROT	www.iam.ma
M. Larbi GUEDIRA	Téléphone portable: www.mobileiam.ma
M. Ramon Enciso	
M. Rafael Gomez	Médi Télécom
M. Mounir BERRADA	www.meditelcom.ma
M. Nabil BERRADA	www.meditel.ma
M. Mohammed BENCHAABOUNE	
M. Rachid SEFRIOUI	
M. Omar MOUDDANI	ANRT
M. Mohamed EL KADIRI	www.anrt.net.ma
M. Ahmed KHAOUJA	
M. Az El Arab HASSIBI	
M. Hicham LAHJOURI	
M. Khalid ZAID	Technopark, Casablanca
M. Said El AMRANI	CGEM www.cgem.ma
M. Hassan AMOR	APEBI
M. Yassir LAMRANI	Passworld www.passworld.net.ma
Mme Ghita TAHIRI HASSANI	Allo Maroc www.allomaroc.ma

² La population de bas niveaux de compétence à l'écrit au Maroc M. Bougroum, A. Lo Gueye et P. Werquin; voir également le Rapport sur le développement humain 2003 du PNUD.

-
- ³ L'économiste, "Les Chiffres-Clés de l'Economie Marocaine"; 12 février 2004, à l'adresse: <http://www.leconomiste.com>.
- ⁴ Banque Mbendi, adresse URL: <http://mbendi.co.za> et Rapport sur le Maroc, voir <http://www1.zawya.com/researchreports/upline/Morocco00.pdf>.
- ⁵ UIT, *Une réglementation efficace - Etude de cas: le Maroc*, 2001, page 5. Consultable en ligne à l'adresse: http://www.itu.int/itudoc/itu-d/publicat/ma_ca_st_ww9.doc.
- ⁶ *Infos Maroc 2003*, XCOM (chiffres 2000/2001), consultable en ligne à l'adresse http://www.xcom.fr/medit/ma_03/. Voir également <http://www.pm.gov.ma/fr>.
- ⁷ M. Ibahrine, "towards a national telecommunications strategy in Morocco", First Monday, janvier 2004. Consultable en ligne à l'adresse www.firstmonday.dk/issues/current_issue/ibahrine/; Rapport annuel de l'IAM 1999.
- ⁸ *Les services de télécommunications au Maroc*, ANRT, Direction Evaluation et Concurrence, mars 2003, page 19.
- ⁹ Pour plus d'informations sur les autres services pour lesquels une licence a été délivrée par l'ANRT, voir note 8 ci-dessus *Les services de télécommunications au Maroc*.
- ¹⁰ Sur la politique marocaine visant à participer pleinement à la société de l'information, voir A. Hajji "Morocco and the Information Society: L'insertion du Maroc dans la société de l'information et du savoir", exposé présenté à la réunion préparatoire de l'Asie occidentale en vue du SMSI, Beyrouth, 4-6 février 2003.
- ¹¹ *Une réglementation efficace - Etude de cas: le Maroc*, UIT 2001. Pour plus de détails sur la libéralisation au Maroc et l'évolution de la réglementation des télécommunications dans le pays, voir *Une réglementation efficace - Etude de cas: le Maroc* à consulter à l'adresse http://www.itu.int/itudoc/itu-d/publicat/ma_st_ww9.doc.
- ¹² Plan stratégique quinquennal: <http://www.septi.gov.ma/Planq/planq.htm>.
- ¹³ <http://www.septi.gov.ma/>.
- ¹⁴ Discours du Trône de feu Sa Majesté le Roi Hassan II prononcé le 3 mars, <http://www.septi.gov.ma/planq/rappel.htm>.
- ¹⁵ Nouvelles de la BBC, "Morocco launches telecoms sell-off", mardi 3 octobre 2000, <http://news.bbc.co.uk/1/hi/business/954475.stm>.
- ¹⁶ Les Télécommunications au Maroc: Fiche de synthèse, DREE 2001, à l'adresse <http://www.dree.org/maroc>.
- ¹⁷ ANRT/DTI, *Technologies de l'Information au Maroc*, juin 2000.
- ¹⁸ ANRT, *Les services des télécommunications au Maroc*, mars 2003.
- ¹⁹ ANRT, *Rapport Annuel*, 2002. A consulter à l'adresse: http://www.anrt.net.ma/rapports/r_annuel2002.pdf.
- ²⁰ ANRT/DTI, *Technologies de l'Information au Maroc*, juin 2000.
- ²¹ Statistiques de l'UIT.
- ²² Maroc Telecom, M. Guedira, Directeur du Département mobile.
- ²³ Le principal site web est www.iam.ma. Voir les services mobiles à l'adresse: www.mobileiam.ma.
- ²⁴ La société dispose de deux sites web, un site institutionnel à l'adresse www.meditel.ma et l'autre consacré aux clients et aux services à l'adresse: www.meditel.ma.
- ²⁵ <http://www.meditel.ma/investissements/programme/>.
- ²⁶ Medi Télécom, par courrier électronique, 28 février 2004.
- ²⁷ *Technologies de l'information au Maroc*, ANRT/DTI, juin 2000.
- ²⁸ Rapport annuel 2002 de l'ANRT.
- ²⁹ Méditel propose actuellement, sur la base du prépaiement l'itinérance dans 11 pays (<http://www.meditel.ma/prd/srv/roaming-medijahiz.jsp>).
- ³⁰ Méditel par exemple offre une itinérance limitée aux utilisateurs à prépaiement et les pays concernés sont par exemple, l'Italie, la France, le Portugal et la Suisse. Aucun pays africain n'est inclus.

-
- ³¹ La raison pour laquelle la première minute est entièrement facturée - pour le régime aussi bien de prépaiement que de postpaiement - est que la majorité des appels sortants de téléphone mobile durent moins d'une minute, ce qui implique un important manque à gagner pour tout opérateur facturant la première minute par fraction.
- ³² Medi Télécom, par courrier électronique, 28 février 2004.
- ³³ Tarifs "Optimum" <http://www.meditel.ma/etp/mep/optimum.jsp>.
- ³⁴ Décision ANRT/DG/N.01/04 du 22/01/2004 relative à l'usage de passerelle GSM. A consulter en ligne à l'adresse: http://www.anrt.net.ma/decisions/dec_22_01_04_lobox.pdf.
- ³⁵ On peut par exemple obtenir les codes pour les services Méditel à la page web consacrée aux services Yaka, à l'adresse: http://www.meditel.ma/prd/srv/yka/guide_yaka.jsp.
- ³⁶ Pour plus d'informations sur les activités du Technopark et des entreprises qu'il accueille, consulter: <http://www.casablanca-technopark.ma/listing.asp>.
- ³⁷ Entrevue avec M. Guedira, Maroc Telecom.
- ³⁸ Rapports sur l'Internet de l'UIT: Bird of Broadband, UIT, 2003, Annexe statistique.
- ³⁹ Rapport annuel 2002 de l'ANRT.
- ⁴⁰ Voir par exemple le Pack El Manzil. Consulter l'adresse: http://www.elmanzil.ma/produitC.asp?g=1&pageC=mt240_69.
- ⁴¹ Courrier International "La société bouge, le régime pas encore", 16 janvier 2004, à consulter en ligne à l'adresse: <http://www.courrierinternational.com/mag602/couv.htm>.
- ⁴² <http://www.inpt.ac.ma/>.
- ⁴³ "L'INPT s'équipe en Wireless, 28 juillet 2003", à consulter en ligne à l'adresse: <http://www.inpt.ac.ma/actualites/raid2.htm>.
- ⁴⁴ *Utilisation des technologies de l'information dans le secteur industriel*, Ministère de l'industrie et du commerce et des télécommunications, juin 2003.
- ⁴⁵ M. Minges, "Mobile cellular communications in the Southern Africa region", Telecommunication Policy, 1999, page 585.
-