

SPOTLIGHT***MAROC**

REGARD SUR LES TENDANCES TECH & DIGITAL

Octobre - 2024

Contenus

1

Les habitudes réseaux sociaux

2

L'abonnement au contenu numérique

3

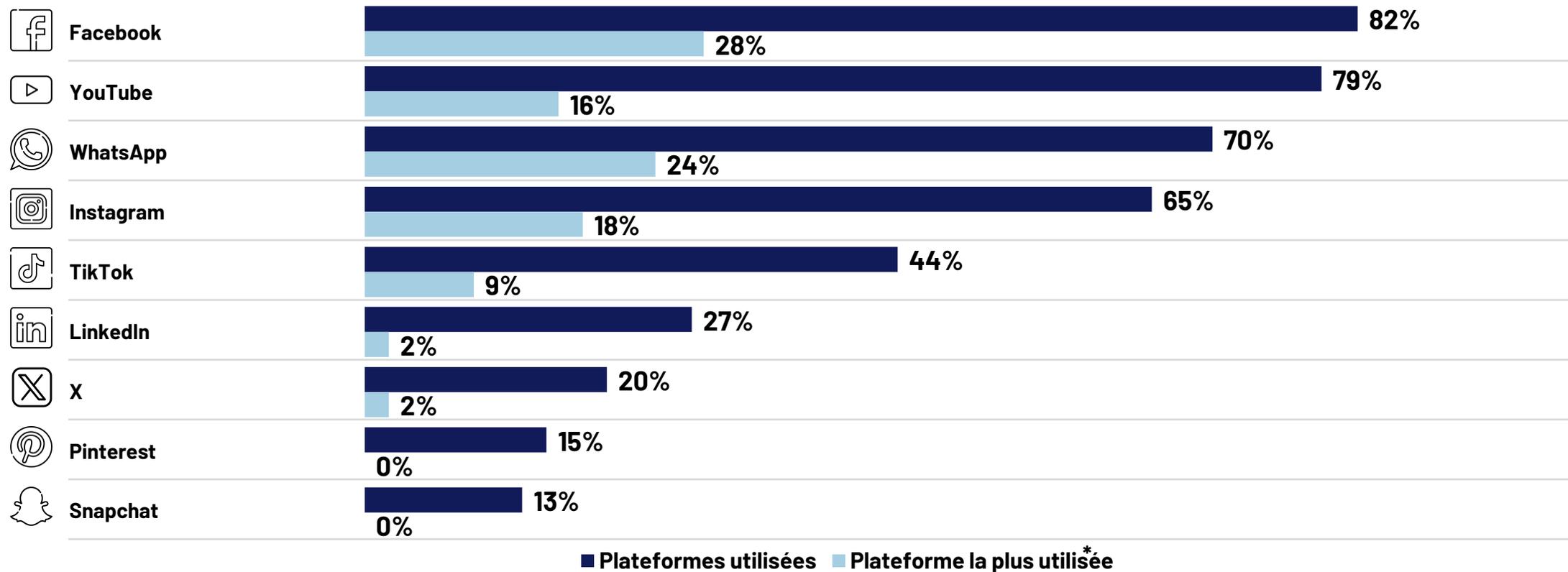
Adoption des tendances

4

Intégration numérique dans la vie quotidienne

LES HABITUDES RÉSEAUX SOCIAUX

Usage et préférence des plateformes de réseaux sociaux



*Base : % parmi ceux qui utilisent les plateformes de médias sociaux

Utilisation des plateformes de réseaux sociaux

% - par démographie

	 Facebook	 YouTube	 WhatsApp	 Instagram	 TikTok	 LinkedIn	 X	 Pinterest	 Snapchat
Total	82%	79%	70%	65%	44%	27%	20%	15%	13%
Homme	87%	80%	70%	56%	40%	31%	25%	11%	6%
Femme	78%	78%	70%	75%	47%	23%	15%	19%	21%
18-24	67%	67%	62%	78%	31%	22%	18%	21%	27%
25-34	89%	79%	60%	76%	42%	23%	15%	15%	19%
35-44	86%	87%	70%	67%	47%	24%	17%	9%	8%
45+	83%	81%	80%	51%	49%	34%	26%	16%	6%
Revenu Supérieur	84%	90%	69%	76%	44%	41%	28%	17%	17%
Revenu Moyen	82%	85%	71%	61%	44%	31%	20%	17%	8%
Revenu Inférieur	85%	73%	70%	64%	44%	20%	18%	12%	15%

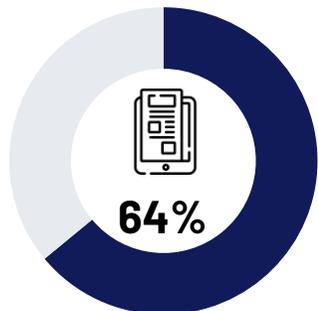
Préférence des plateformes de réseaux sociaux

% - par démographie

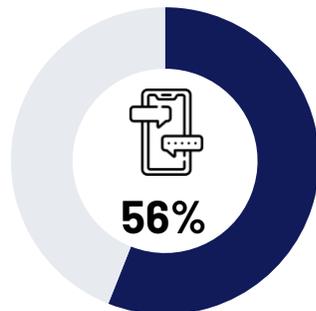
	 Facebook	 WhatsApp	 Instagram	 YouTube	 TikTok	 LinkedIn	 X
Total	28%	24%	18%	16%	9%	2%	2%
Homme	38%	23%	9%	18%	5%	4%	3%
Femme	19%	26%	28%	14%	12%	-	1%
18-24	21%	22%	33%	13%	7%	2%	2%
25-34	32%	16%	24%	18%	7%	1%	2%
35-44	32%	18%	16%	18%	11%	4%	1%
45+	28%	35%	9%	16%	9%	2%	2%
Revenu Supérieur	30%	20%	23%	18%	2%	5%	1%
Revenu Moyen	29%	25%	16%	18%	8%	2%	3%
Revenu Inférieur	29%	25%	17%	14%	12%	1%	1%

*Base : % parmi ceux qui utilisent les plateformes de médias sociaux

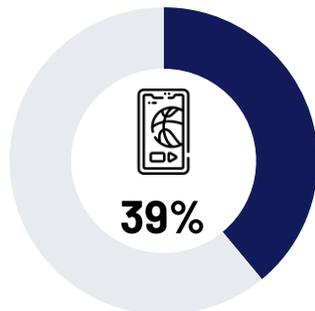
Principaux usages des réseaux sociaux



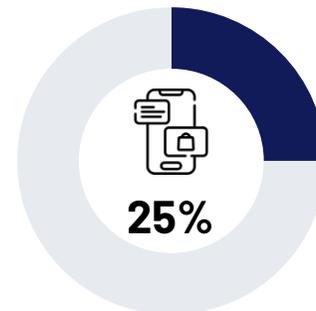
Pour l'actualité et des informations



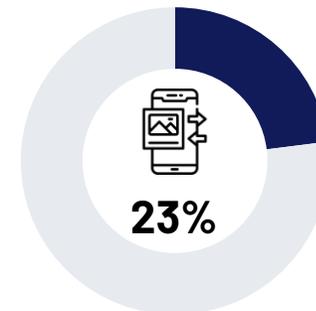
Pour rester connecté avec les amis et la famille



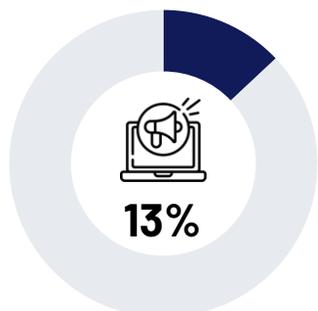
Pour le divertissement et les loisirs



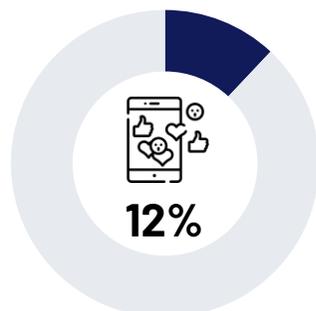
Pour apprendre à connaître les produits



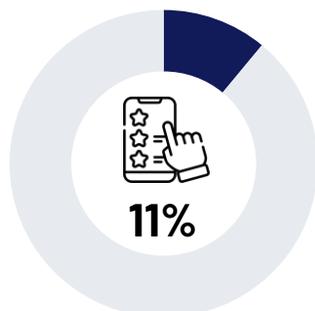
Pour partager et voir des mises à jour, des photos ou des vidéos



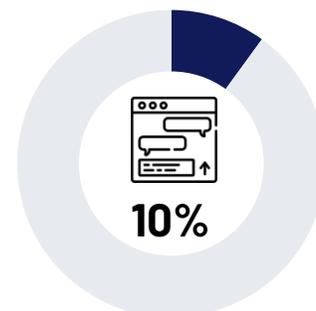
Pour promouvoir des projets personnels ou professionnels



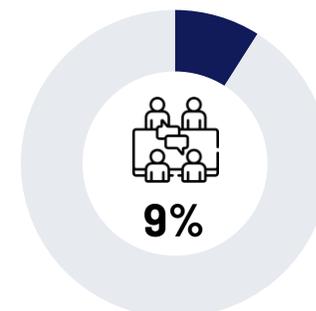
Pour suivre et interagir avec des célébrités ou des influenceurs



Poursuivre et interagir avec des marques ou des entreprises



Trouver et participer à des communautés en ligne



Pour du réseautage professionnel

*Base : % parmi ceux qui utilisent les plateformes de médias sociaux

Principaux usages des réseaux sociaux

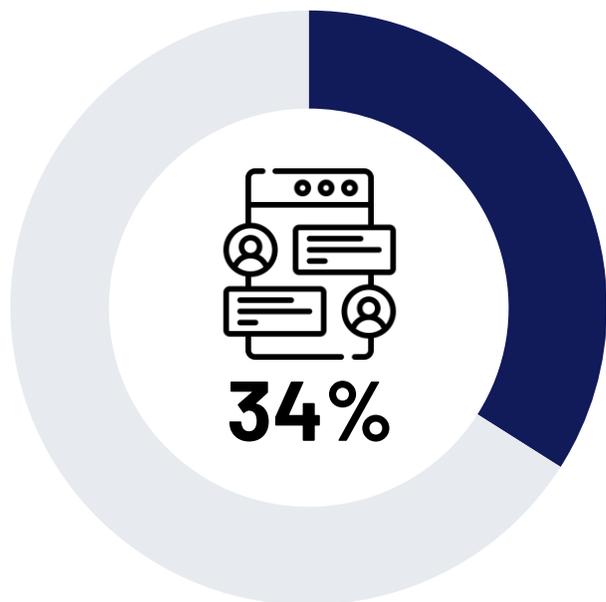
% - par démographie

	 L'actualité et informations	 Rester connecté avec les amis et la famille	 Divertissement et loisirs	 Apprendre à connaître des produits	 Partager/voir des mises à jour, photos ou vidéos	 Promouvoir des projets personnels ou professionnels	 Suivre et interagir avec des célébrités ou influenceurs	 Suivre et interagir avec des marques ou des entreprises	 Trouver et participer à des communautés en ligne	 Le réseautage professionnel
Total	64%	56%	39%	25%	23%	13%	12%	11%	10%	9%
Homme	64%	53%	40%	23%	30%	11%	11%	12%	11%	10%
Femme	64%	60%	38%	28%	17%	14%	12%	10%	9%	8%
18-24	59%	54%	41%	21%	21%	14%	12%	11%	9%	8%
25-34	55%	51%	42%	28%	22%	16%	15%	17%	11%	10%
35-44	68%	56%	39%	22%	21%	8%	10%	11%	7%	9%
45+	70%	62%	35%	27%	26%	13%	10%	7%	12%	9%
Revenu Supérieur	69%	55%	37%	37%	26%	9%	13%	14%	10%	4%
Revenu Moyen	57%	58%	42%	22%	23%	16%	10%	12%	12%	12%
Revenu Inférieur	68%	56%	36%	26%	21%	12%	13%	11%	9%	9%

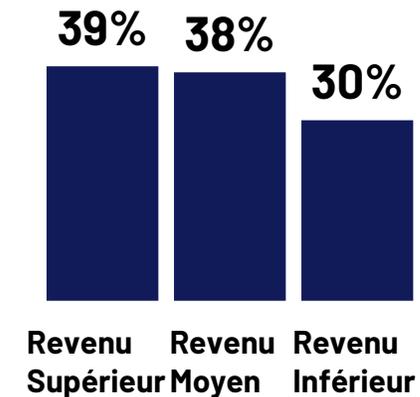
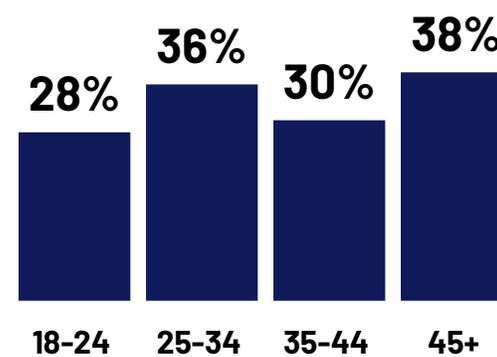
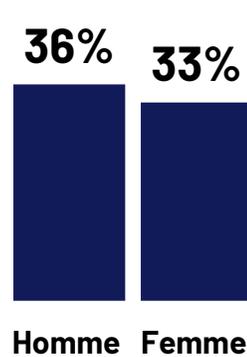
*Base : % parmi ceux qui utilisent les plateformes de médias sociaux

Habitudes de socialisation

% - par démographie



Passent plus de temps à socialiser avec des amis en ligne qu'en face à face



*Base : % parmi ceux qui utilisent les plateformes de médias sociaux

Les gens suivent-ils les célébrités et les influenceurs sur les réseaux sociaux ?



52%

Suivent les
influenceurs



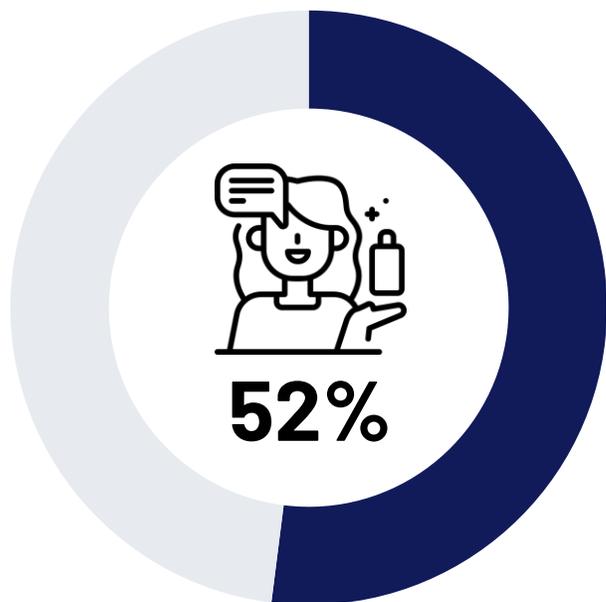
39%

Suivent les
célébrités

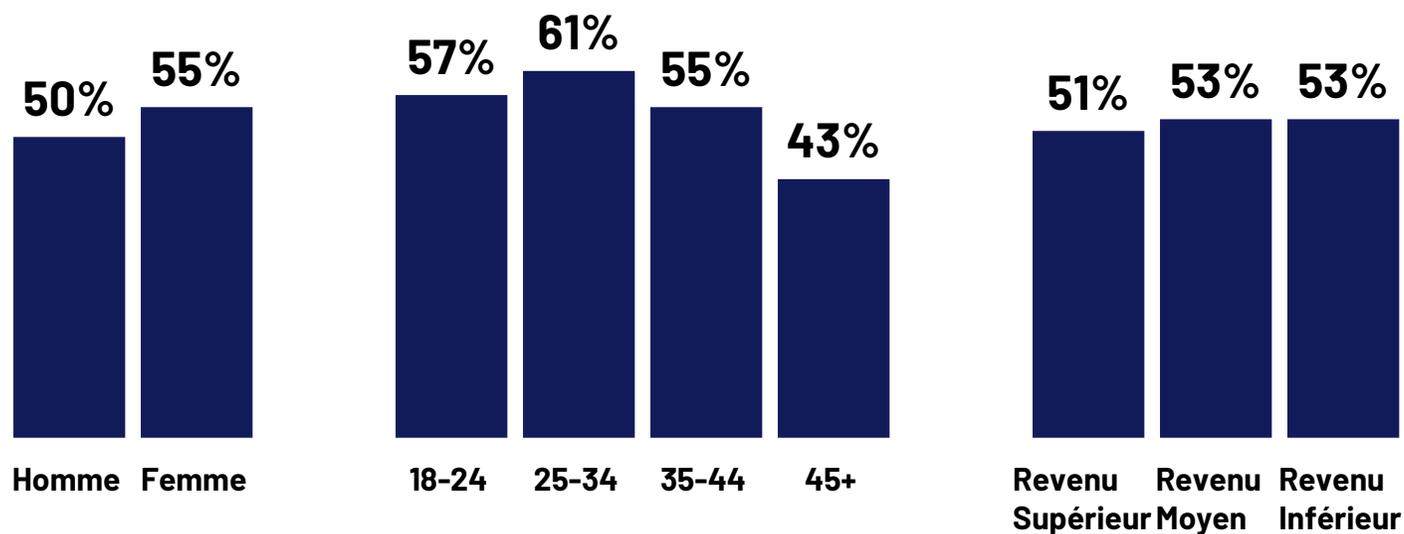
*Base : % parmi ceux qui utilisent les plateformes de médias sociaux

Suivi des influenceurs sur les reseaux sociaux

% - par démographie



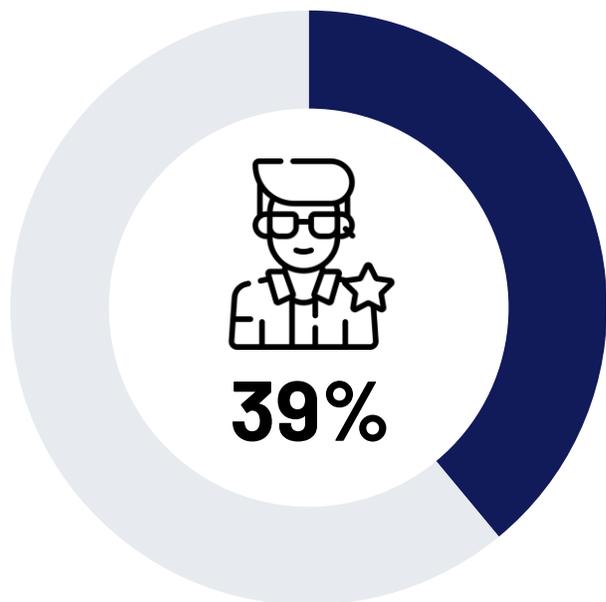
Suivent les influenceurs
sur les reseaux sociaux



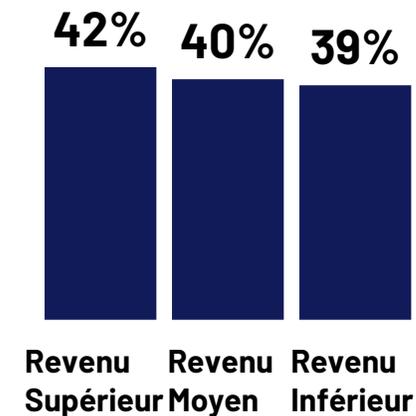
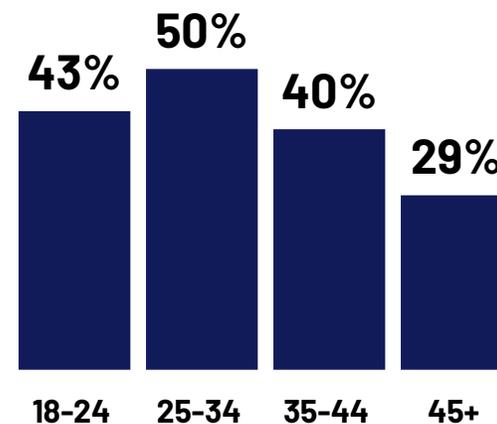
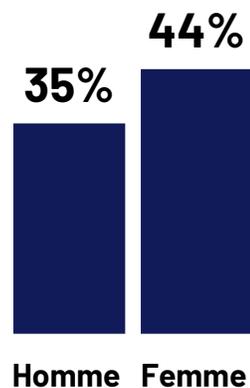
*Base : % parmi ceux qui utilisent les plateformes de médias sociaux

Suivi des célébrités sur les reseaux sociaux

% - par démographie



Suivent les célébrités
sur les reseaux sociaux

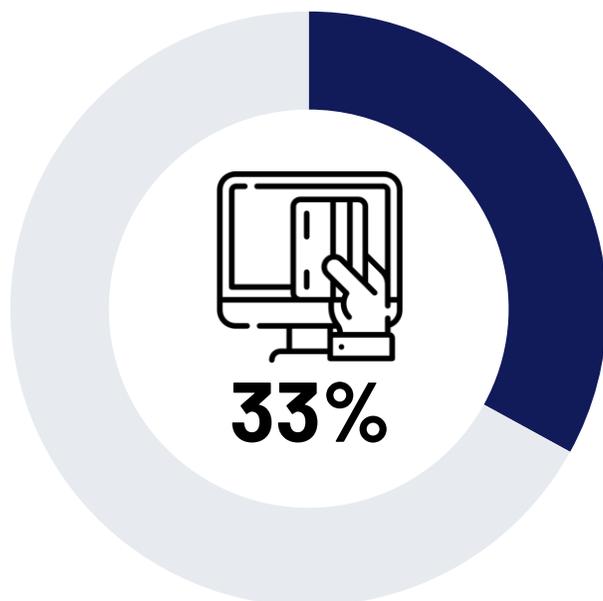


*Base : % parmi ceux qui utilisent les plateformes de médias sociaux

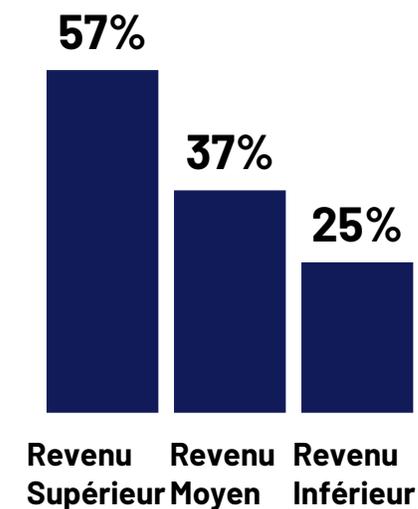
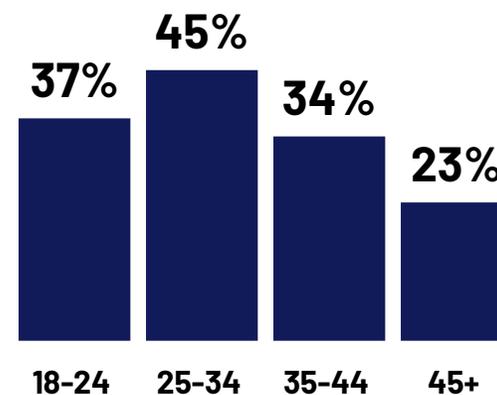
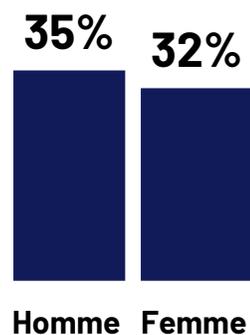
L'ABONNEMENT AU CONTENU NUMÉRIQUE

Abonnements payés

% - par démographie



Ont payé pour du contenu numérique sur les 6 derniers mois



ADOPTION DES TENDANCES

Adoption des tendances

% répartition des adopteurs de tendances

43%

Retardataires:

préfèrent rester avec ce qu'ils ont l'habitude aussi longtemps que possible et préféreraient ne pas changer si ce n'est pas nécessaire



41%

Suiveurs:

essayent les nouvelles tendances après qu'elles soient devenues populaires, et que plus de personnes les ont essayées



16%

Adopteurs précoces:

aiment être parmi les premiers à essayer les dernières tendances et ont leur propre opinion à ce sujet



Adoption des tendances

% distribution des adopteurs de tendance - par démographie



Retardataires



Suiveurs



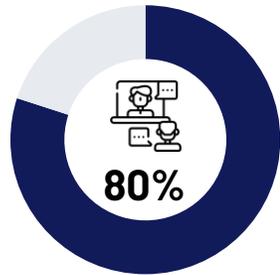
Adopteurs Précoces

	Retardataires	Suiveurs	Adopteurs Précoces
Total	43%	41%	16%
Homme	43%	37%	20%
Femme	43%	45%	12%
18-24	42%	38%	20%
25-34	45%	40%	15%
35-44	42%	45%	13%
45+	43%	41%	16%
Revenu Supérieur	32%	56%	12%
Revenu Moyen	40%	47%	13%
Revenu Inférieur	48%	33%	18%

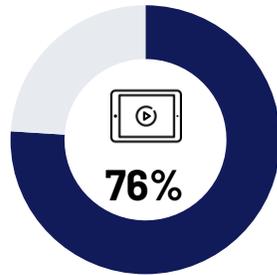
INTÉGRATION NUMÉRIQUE DANS LA VIE QUOTIDIENNE

Intégration technologique

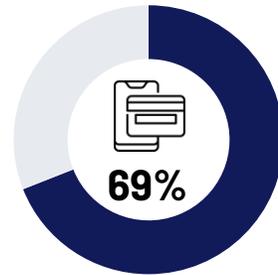
% d'utilisation au cours des six derniers mois



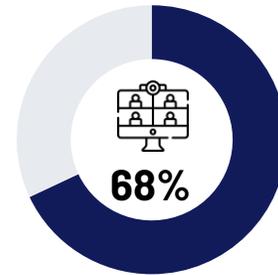
A utilisé les applications VOIP



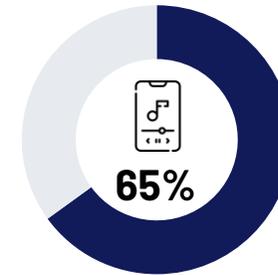
Regardé des vidéos en ligne



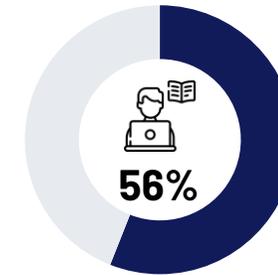
A utilisé les applications mobiles bancaires



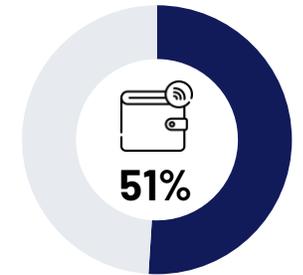
A utilisé des outils de vidéoconférence



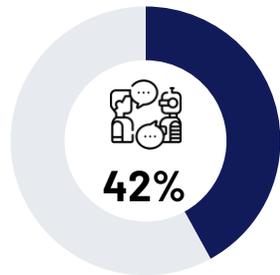
Écoulé de la musique en streaming sur des sites web ou applications



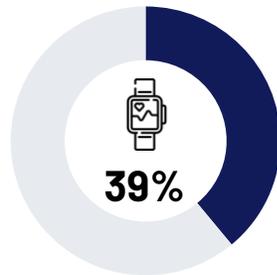
Engagé dans l'apprentissage en ligne ou assisté à des cours virtuels



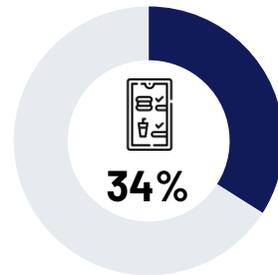
A utilisé des applications de portefeuille numérique



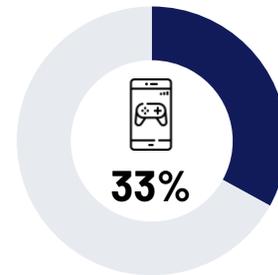
Utilisé des services d'assistant virtuel



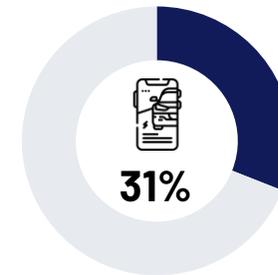
Utilisé des applications ou dispositifs de suivi de la fitness ou de la santé



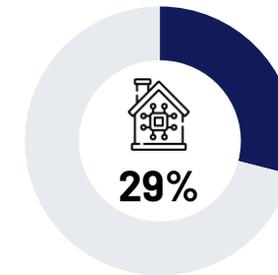
Commandé de la nourriture en utilisant des applications alimentaires



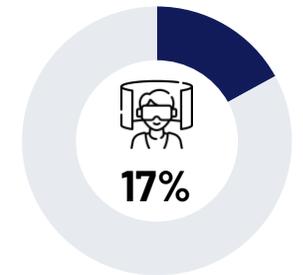
Participé à des jeux en ligne/mobiles ou à des activités d'e-sports



Utilisé des services de covoiturage applications



Utilisé des appareils domestiques intelligents ou des technologies d'automatisation



Utilisé les applications, dispositifs ou expériences de la RA* ou la RV*

Intégration de la technologie

% d'utilisation au cours des six derniers mois - par démographie

	 Utilisé des applications VOIP	 Vidéos en streaming	 Utilisé les applications mobile de banque	 Utilisé des outils de vidéoconférence	 Musique en streaming	 Engagé dans l'apprentissage en ligne	 Utilisé des applications de portefeuille numérique	 Utilisé des services d'assistant virtuel	 Utilisé des applications/dispositifs de suivi de la santé	 Commandé de la nourriture en ligne	 Participé au jeu en ligne/mobile	 Utilisé des applications de covoiturage	 Utilisé des dispositifs de maison intelligente	 Utilisé des applications/dispositifs de RA ou RV
Total	80%	76%	69%	68%	65%	56%	51%	42%	39%	34%	33%	31%	29%	17%
Homme	83%	80%	73%	64%	64%	56%	57%	46%	44%	34%	36%	29%	30%	20%
Femme	77%	72%	64%	71%	65%	55%	44%	38%	35%	35%	30%	33%	27%	14%
18-24	75%	79%	56%	69%	72%	68%	36%	44%	46%	35%	41%	31%	28%	21%
25-34	82%	80%	71%	71%	70%	59%	66%	47%	45%	36%	42%	38%	38%	18%
35-44	83%	78%	69%	67%	65%	56%	50%	39%	39%	35%	33%	32%	27%	24%
45+	80%	70%	73%	65%	57%	46%	48%	39%	32%	33%	23%	25%	23%	9%
Revenu Supérieur	80%	79%	80%	77%	71%	66%	67%	48%	52%	59%	37%	49%	37%	30%
Revenu Moyen	81%	76%	60%	63%	64%	54%	43%	43%	42%	27%	37%	29%	28%	14%
Revenu Inférieur	81%	75%	77%	71%	62%	56%	58%	44%	34%	37%	27%	27%	28%	15%

Échantillon et méthodologie

Taille de l'échantillon

500 répondants

Critères de l'échantillon

Grand public
représentatif de la population selon le sexe, âge (18+)

Méthodologie

L'enquête a été menée via le panel en ligne d'Ipsos

Couverture géographique

Réalisée au Maroc
avec une couverture nationale

POUR PLUS D'INFORMATIONS

Luc Durand
Directeur Général
Ipsos au Maroc
luc.durand@ipsos.com

Meryem Koutbi
Responsable Client Senior
Ipsos au Maroc
meryem.koutbi@ipsos.com

