

**MARCHÉ** Le secteur des études de marché et des sondages est peu connu du grand public. *L'Observateur du Maroc* dresse une cartographie de ce marché et revient sur ses principaux défis.

# BUSINESS DES SONDAGES UNE BONNE DYNAMIQUE, MAIS...



**SALAHEDDINE LEMAIZI**

Le secteur des études de marché au Maroc draine annuellement entre 200 et 250 millions de DH. Faute de données officielles, ces chiffres que nous avons obtenus sont des estimations d'acteurs de ce secteur. Dominé par les études marketing, ce marché n'a pas encore atteint sa vitesse de croisière. Quand on le compare avec les 2 milliards de DH de chiffre d'affaires du marché publicitaire en 2012, il n'y a pas photos. Le secteur est réparti entre des filiales de multinationales et des acteurs locaux. Il est dominé par 6 entreprises qui réalisent à elles seules, 80% des parts de marché. Avec une crois-

sance annuelle de 10%, les perspectives s'annoncent positives. Sauf que l'entrée en vigueur le 15 décembre 2012 de la loi 09-08 rela-



**« Les rédacteurs de la loi 09-08 n'ont pas pris en compte les spécificités de notre secteur »**

**Nabil Abouzaïd, DG d'Ipsos Maroc**

tive à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel brouille les cartes. Un tournant

pour ce marché s'annonce dans un proche avenir.

**Loi 09-08, texte de tous les dangers ?**  
Nabil Abouzaïd est le directeur général d'Ipsos Maroc. Cette filiale de la multinationale française se présente comme étant leader dans le secteur des sondages au Maroc, avec 25% de part de marché. Et pourtant, le patron de cet institut de sondages ne cache pas son inquiétude quant au changement survenu dans l'environnement législatif marocain avec la loi 09-08. « Les rédacteurs de ce texte n'ont pas pris en compte les spécificités de notre secteur », regrette le DG d'Ipsos Maroc. Un mois et demi après son introduction, cette loi est encore au stade théorique. « A ma connaissance, aucun cabinet n'applique les dispositions de ce texte », révèle Abouzaïd. Ce dernier ainsi que plusieurs de ses confrères critiquent des articles non compatibles avec la nature de leur métier. L'une des dispositions contenues dans la loi 09-08 qui pose problème pour les sondeurs, la demande d'autorisation au préalable à chaque

étude. A chaque nouvelle enquête lancée par un cabinet, celui-ci se doit de notifier et expliquer dans les détails l'étude à la Commission nationale marocaine pour le contrôle de la protection des données à caractère personnel (CNDP) et attendre une réponse dans un délai qui peut aller jusqu'à 60 jours. Commentaire d'Abouzaïd : « Si on suit cette procédure à la lettre, on peut être sûrs de fermer boutique. Nos clients nous commandent des études dans des délais très courts. Au rythme du CNDP, je réaliserais dans les meilleures des cas, 5 études par an ».

Suite à des consultations entre les cabinets d'études, une réponse à cette loi a été préparée et une association pour fédérer le secteur devrait voir le jour, courant 2013. D'ici là, « une réelle frustration existe chez les confrères », confie Abouzaïd. Les principaux cabinets ont sollicité une réunion avec la CNDP pour revoir certaines dispositions de ce texte. Une rencontre est attendue dans les jours à venir. « C'est bien que ce texte existe, personne ne dit le contraire. Sauf qu'il faut qu'on puisse trouver un terrain d'entente », recommande le DG d'Ipsos Maroc. En attendant, les cabinets marocains brandissent la certification Code ESOMAR, texte international sur les bonnes pratiques en matière d'études de marché et d'opinion. C'est l'outil d'autorégulation

du secteur qui est réellement utilisé.

### E-sondage, la nouvelle tendance

Averty Market est une des plus récentes entreprises d'études de marché et de sondages d'opinion à avoir obtenu cette certification. Rachid Dahbi, son fondateur, nous donne rendez-vous au Technopark de Casablanca où se trouve le siège de cette start-up. Les 20m<sup>2</sup> du local arrivent à peine à contenir les projets ambitieux de cette entreprise lancée en 2012.



**«Averty a mis en place un certain nombre de processus pour s'assurer de la fiabilité des données recueillies en ligne.»**

**Rachid Dahbi, fondateur d'Averty**

A l'opposée des autres acteurs de ce marché, Averty a choisi de lancer des enquêtes et sondages exclusivement en ligne. L'entreprise est déclarée auprès de l'Agence nationale régulation des télécommunications (ANRT) et dispose de la première autorisation délivrée par la CNDP. Dans un désert de chiffres, l'arrivée d'Averty a été accueillie à bras ouvert par l'opinion publique et les médias. Ses enquêtes sur les habitudes de consommation de la télévision, sur l'usage des NTIC ou sur le système éducatif ont eu un

écho favorable. « Notre projet avance comme on le souhaite », assure Dahbi. Les efforts de cette jeune équipe ont été récompensés par le magazine économique *Ventures Africa* qui a choisi cette start-up parmi les entreprises les plus innovantes sur le continent. Seul hic, la fiabilité des sondages en ligne est toujours remise en question. Dahbi se veut rassurant : « On a mis en place un certain nombre de processus pour s'assurer de la fiabilité des données recueillies. Nous

avons des tests de cohérence et des questions piège ». L'arrivée de nouveaux acteurs, positionnée online, n'inquiète nullement le patron d'Ipsos Maroc.

« C'est un segment d'avenir où nous sommes déjà présents. Il se développera dans le futur mais pas à la vitesse qu'on le pense », prédit Abouzaïd. Pour lui, l'analphabétisme encore élevé (39,7% de la population) et le taux de pénétration d'internet ne permettent pas d'atteindre tous les Marocains.

Pour les spécialistes des sondages en ligne comme pour les adeptes des méthodes classiques (face-à-face et téléphone), le défi est de s'adapter au tout récent environnement juridique qui s'annonce menaçant... ■

## Sondages politiques « Non merci ! »

La Chambre des représentants discute actuellement une proposition de loi sur les sondages. La sortie de ce texte pourra mettre fin au flou législatif dans ce dossier. Actuellement, les instituts de sondages au Maroc réfléchissent deux fois avant de réaliser un sondage politique. Un premier projet de loi sur ce sujet est paru en 2006, pour ensuite être dépoussiéré en 2009 suite à l'inter-

diction du sondage *Telquel/Le Monde* en août de la même année. Depuis, la juridiction compte un article évoquant ces sondages, il s'agit de l'article 115 de la loi 57-11 qui « interdit la réalisation des sondages en relation avec toutes les élections et les référendums ». Et ce 15 jours avant le lancement de la campagne électorale jusqu'au vote. En plus de ces nouvelles frontières juridiques,

« la demande pour ce type d'études est faible au Maroc », observe le DG d'Ipsos Maroc. Et d'ajouter sans détour : « je préfère me concentrer sur les études marketing en attendant que les choses se précisent ». Pour sa part, Averty s'est lancée le pari de réaliser le 1er Baromètre politique au Maroc. Rendez-vous est pris dans quelques semaines. ■