



OBSERVATOIRE  
DES OPINIONS  
PUBLIQUES  
NUMÉRIQUES

Octobre 2020

Baromètre de l’empreinte numérique des acteurs publics au Maroc  
**Ralentissement sensible de la communication publique post confinement.**

**L’Observatoire des Opinions Publiques Numériques vient de faire paraître son deuxième baromètre de l’année qui compare l’empreinte numérique\* des principaux acteurs publics au Maroc pendant et après le confinement dû à la crise Covid-19.**

L’empreinte numérique des acteurs gouvernementaux est calculée sur 6 mois : **la période de confinement** : mars, avril et mai 2020 d’une part et **l’après confinement** : juin, juillet et août 2020 d’autres parts et en mesure l’évolution. Ce deuxième baromètre ajoute un éclairage particulier, avec l’introduction du **taux d’engagement**. Il s’agit du nombre de personnes ayant réagi (like, commentaire, ou partage) à une publication numérique par rapport au nombre de personnes touchées. Ce taux montre le niveau d’intérêt portée par les opinions numériques à l’information qui est apportée par les acteurs publics.

Enfin, après s’être intéressé aux partis politiques, cette deuxième édition fait un focus particulier sur les syndicats.

## L'après confinement : nette décroissance de l'empreinte numérique des acteurs gouvernementaux

Empreinte Numérique Gouvernementale	Mars-avril-mai 2020		Juin-juillet-août 2020			
	Nombre de Personnes touchées		Nombre de Personnes touchées		Evolution	Taux d'engagement
	Total	Impact Mensuel*	Total	Impact Mensuel*		
Chef du Gouvernement	296M	3,9	211M	2,8	-29%	0,3%
Ministère de la Santé	1400M	18,7	888M	11,8	-37%	0,3%
Ministère de l'Intérieur	221M	2,9	182M	2,4	-18%	0,3%
Ministère de l'Éducation	213M	2,8	177M	2,4	-17%	0,6%
Ministère des Affaires Étrangères	22M	0,3	43M	0,6	+95%	0,3%
Ministère de l'Industrie	112M	1,5	44M	0,6	-61%	0,8%
Ministère de l'Agriculture	20M	0,3	14M	0,2	-30%	0,7%
Ministère des Finances	36,4M	0,5	26M	0,3	-29%	0,2%

L'empreinte numérique de l'action gouvernementale qui avait largement explosé pendant les mois de confinement constate une décroissance assez nette avec une baisse globale de plus de 30%, pendant la période post confinement.

Même le **Ministère de la Santé** voit son empreinte numérique baisser de 37%, même si l'impact mensuel reste élevé (\*nombre de publications ayant touché chaque marocain ayant accès à internet).

Seul ministère en progression, le **Ministère des Affaires Étrangères** double quasiment sa présence numérique, certainement dû à la polémique sur les marocains bloqués à l'étranger et les conditions d'ouverture des frontières. Autre fait majeur, la faiblesse du taux d'engagement pour la quasi-totalité des ministères, ce qui pourrait montrer un début de désintérêt des opinions publiques numériques pour l'information apportée par les acteurs publics gouvernementaux. Ce « mauvais taux » doit légitimement poser la question de la pertinence entre l'information fournie et la réalité des besoins en information des internautes, particulièrement pour le **Ministère de la Santé**. Cependant, c'est le **Ministère de l'Industrie** qui obtient le meilleur score d'engagement de l'ensemble des acteurs gouvernementaux.

## La majorité des principales organisations syndicales n'ont pas encore fait leur révolution numérique

Empreinte Numérique des Syndicats au Maroc	Juin-juillet-août 2020		
	Nombre de Personnes touchées		
	Total	Evolution	Taux d'engagement
Confédération Générale des Entreprises du Maroc (CGEM)	22,4M	-10%	0,18%
Union Marocaine du Travail (U.M.T)	9,5M	+232%	0,26%
Confédération Démocratique du Travail (C.D.T)	0,5M	+119%	1,8%
Union Générale des Travailleurs du Maroc (U.G.T.M)	1,7M	+96%	0,26%
Union Nationale du Travail au Maroc (U.N.T.M.)	3,3M	+323%	0,45%
Fédération Démocratique Du Travail (F.D.T)	10K	-70%	10%

Forte disparité de l’empreinte numérique des principales organisations syndicales au Maroc. Le syndicat patronal (**CGEM**) domine avec 60% de parts de « présence » mais avec le taux d’engagement le plus faible. On peut, une fois encore, se poser la question de la pertinence des contenus et de l’information proposés qui ne réussit pas à engager les communautés numériques.

En revanche, la faible présence et empreinte numérique des principales organisations syndicales représentant les salariés montrent leur difficulté à exister dans l’univers digital. Une situation de déséquilibre qui pourrait être particulièrement préjudiciable en situation de crise sociale et économique.

**Cette période post confinement marque un ralentissement dans l’information des acteurs publiques diffusée et relayée sur internet. Mais certainement aussi, un manque d’anticipation sur les stratégies de communication face au déconfinement.**

\* **Une empreinte numérique** est une mesure quantitative de la présence d'une « entité » sur l'ensemble des media sociaux, blogs, forums, presse, et sites web, exprimée en nombre de personnes touchées par les publications la concernant. Ce baromètre compare les empreintes numériques des différents acteurs gouvernementaux (les différents ministères), des partis politiques, des syndicats, et des collectivités territoriales pour mettre en exergue les « parts de présence » de chacun.

### **A propos de l'Observatoire des Opinions Publiques Numériques**

L'observatoire des Opinions Publiques Numériques est un organisme indépendant basé à Casablanca, au Maroc.

A partir d'une analyse poussée des datas, il produit une connaissance sans cesse renouvelée, des phénomènes générés par les internautes, afin d'y distinguer des événements remarquables par leur intensité, c'est à dire par leur charge critique et leur visibilité, et donc leur capacité à mobiliser un public plus vaste. La vocation de l'Observatoire est de suivre « à la trace » les manifestations publiques de l'opinion et d'en analyser les mécanismes, les contenus et les intentions.

Sa mission principale est de communiquer largement autour de ces notions pour à la fois aiguïser le sens critique des internautes et sensibiliser les acteurs publics à l'importance des mutations en cours et de leurs permettre d'améliorer sensiblement l'information des citoyens et dynamiser le dialogue démocratique entre les populations et les acteurs publics.

Il est co-présidé par Fatim-Zahra SAADANI et Pascal AURENCHE, qui sont également les dirigeants et les fondateurs d'ONLINE VALUE, agence de marketing technologique spécialisée en « Public Affairs ».

[www.o2pn.org](http://www.o2pn.org)

[contact@o2pn.org](mailto:contact@o2pn.org)