

Rabat, le 13 décembre 2023

Maroc

Bilan des 2 premières années de la communication numérique du gouvernement (1^{er} octobre 2021 au 30 septembre 2023).

L'Observatoire des Opinions Publiques Numériques vient de faire paraître sa dernière étude qui fait un bilan sur les 2 premières années de l'empreinte numérique du gouvernement marocain.

Une **empreinte numérique** est une mesure quantitative de la présence d'un ministère (y compris le Chef du Gouvernement) sur l'ensemble des media sociaux, blogs, forums, presse numérique, et sites web, exprimée en nombre de personnes touchées par les publications le concernant (une personne touchée est un internaute qui se sera arrêté plus de 10 secondes sur une publications). L'étude compare les empreintes numériques des différents acteurs gouvernementaux et les évolutions.

© Observatoire des Opinions Publiques Numériques

EMPREINTE NUMÉRIQUE

ENSEMBLE CHEF DU GOUVERNEMENT ET PRINCIPAUX MINISTÈRES

Du 1^{er} octobre 2021 au 30 septembre 2023



Les chiffres restent importants, mais rappelons que la période étudiée est de 2 années. Le premier constat est que **le digital s’est définitivement installé comme un medium indispensable pour la communication publique.**

D’abord, une évolution de plus de 21% du nombre de personnes touchées par l’actualité gouvernementale à travers le digital par rapport au 2 dernières années du gouvernement précédent.

Ensuite, le nombre de publications concernant l’action gouvernementale a largement évolué de plus de 57% par rapport aux 2 dernières années du gouvernement précédent. Une moyenne d’environ 1500 publications par jour, ont été publiées sur l’actualité du gouvernement mais chaque marocain ayant accès à internet n’en n’aura consulté qu’1 tous les 2 jours.

Dans ce monde du numérique, ce sont, bien sûr, les réseaux sociaux (Facebook, X, Instagram et TikTok) qui font la quasi-totalité de l’impact. Facebook se taille la « part du lion » avec 90.6% du nombre de personnes touchées sur la période.

© Observatoire des Opinions Publiques Numériques

EMPREINTE NUMERIQUE - DETAILS

Du 1er octobre 2021 au 30 septembre 2023



L’empreinte numérique du Chef du Gouvernement domine l’ensemble du gouvernement. Chaque marocain ayant accès à internet, se sera arrêté, en moyenne, sur 3 publications par mois, citant le Chef du Gouvernement. Il faut également de se souvenir que le Chef du Gouvernement a fait l’objet d’un fort « bad buzz » sur le troisième trimestre 2022, ce qui mécaniquement influence le niveau de son empreinte numérique.

Dans le Top 5 des ministères, on retrouve en tête, le ministère de la Santé et de la Protection sociale, mais avec une forte baisse de -60% entre l'année 1 (octobre 2021-septembre 2022) et l'année 2 (octobre 2022-septembre 2023). Cette baisse est essentiellement due à la diminution très sensible des publications COVID19 qui alimentaient la grosse majorité de l'empreinte numérique de ce ministère.

Dans ce même Top 5, le ministère de l'Équipement et de l'Eau et le ministère de l'Industrie et du Commerce sont les 2 seuls ministères dont l'empreinte numérique a augmenté entre l'année 1 (octobre 2021-septembre 2022) et l'année 2 (octobre 2022-septembre 2023), respectivement de +12% pour l'Équipement et l'Eau et +47% pour l'Industrie et le Commerce.

Il faut également remarquer que la plus forte progression de l'ensemble du gouvernement, entre l'année 1 (octobre 2021-septembre 2022) et l'année 2 (octobre 2022-septembre 2023) a été faite par le ministère de la Transition Énergétique et du Développement Durable (+98%).

L'engagement, mesure du niveau d'intérêt des internautes et de l'impact de la communication gouvernementale

Un engagement est un like, un commentaire et/ou un partage d'une publication. Le niveau de l'engagement mesure le degré d'intérêt et l'implication des internautes dans la communication publique gouvernementale .

Afin d'analyser la pertinence et l'impact de l'information et des contenus diffusés par les ministères, L'observatoire des Opinions Publiques Numériques a analysé le volume des actions d'engagement qui est généré par les comptes sociaux de chaque ministère. D'abord sur Facebook, qui est une plateforme essentielle au Maroc pour toucher le « grand public » (pour mémoire, Facebook compte 17,3 millions d'utilisateurs sur 21,3 millions d'utilisateurs des réseaux sociaux au Maroc).

Et ensuite, sur LinkedIn, qui est un réseau social quantitativement moins important mais plus ciblé et qui peut générer un réel impact sur des cibles professionnelles, particulièrement pour les ministères « économiques et techniques ».

La combinaison de ces 2 analyses permet d'avoir une synthèse de l'intérêt des internautes pour la communication du gouvernement en fonction des cibles.

Top 5 de l'engagement sur Facebook

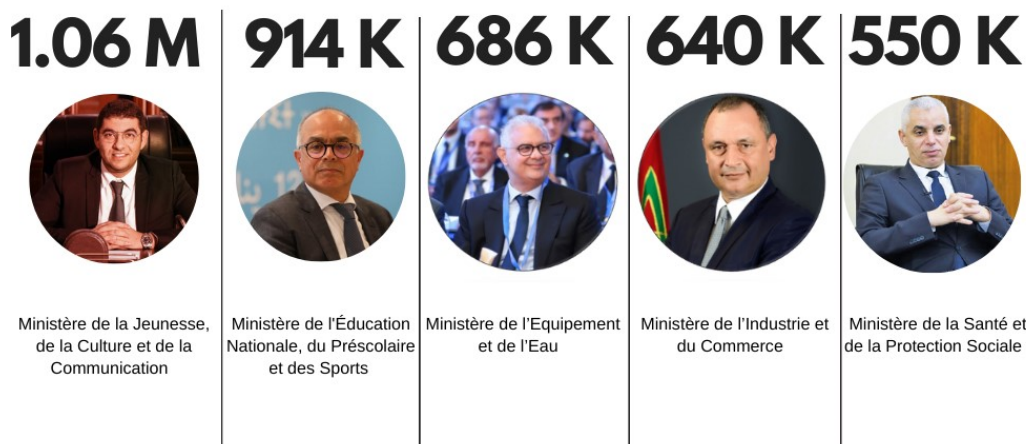
© Observatoire des Opinions Publiques Numériques

ENGAGEMENTS

TOP 5 DES MINISTERES



Nombre d'actions d'engagement sur Facebook du 1er Octobre 2021 -30 septembre 2023



Sur Facebook, Le ministère de la Jeunesse, de la Culture et de la Communication arrive en tête du top 5. Facebook étant un réseau social qui est majoritairement constitué de 18-35

ans, investir sur cette plateforme pour ce ministère reste logique. Il aura produit plus de 1 760 publications sur Facebook pendant 2 ans.

Les 4 autres ministères qui suivent, reflètent certainement les grands sujets d'intérêt des internautes marocains . L'éducation, l'eau et les infrastructures, l'industrie et le Commerce et la santé.

Il est a noté la réelle volonté de communiquer de ces ministères qui cumulent près de 5 000 publications sur Facebook sur la période (7 publications par jour pour ces 4 ministères).

Top 5 de l'engagement sur LinkedIn

© Observatoire des Opinions Publiques Numériques

ENGAGEMENTS

TOP 5 DES MINISTERES



Classement par le nombre d'actions d'engagement des comptes LinkedIn des ministères du 1er Octobre 2022 -30 septembre 2023



LinkedIn est une plateforme en forte progression au Maroc : 4.1 millions de comptes marocains en 2023, avec une progression de 17.4%. Ce réseau social se caractérise par sa très forte influence sur les cibles économiques et professionnelles.

Le ministère de l'Industrie et du Commerce fait à lui seul 46% des engagements des 5 premiers ministères. Suivi de près par le Ministère de l'Équipement et de l'Eau. Viens ensuite le ministère de la Transition Énergétique et du développement Durable.

Les 2 seuls ministères qui sont à la fois, dans le Top 5 Facebook et dans le Top 5 LinkedIn (actions d'engagement), sont le ministère de l'Équipement et de l'Eau et le ministère de l'Industrie et du Commerce, montrant ainsi leur volonté d'une présence quotidienne sur les réseaux sociaux tout en élargissant leur communication à la fois au grand public et sur les cibles économiques.

Attendue par les citoyens et nécessaire au regard des responsabilités placées entre les mains des ministères, la communication gouvernementale est devenue incontournable sur les réseaux sociaux.

Si elle n'est pas autosuffisante (notamment au regard des audiences auxquelles elle s'adresse) et doit être complétée par les supports plus traditionnels, la communication de certains ministères est en train de réussir le pari de la visibilité et même de l'engagement sur les différents réseaux.

Il faut espérer que ces exemples servent à d'autres. A l'ère de l'hyper-information et de l'hyper-communication, l'absence et le silence sont souvent considérés comme suspects par les internautes.