

Janvier à juin 2021

**BAROMETRE DE
L'EMPREINTE NUMERIQUE
DES PARTIS POLITIQUES AU
MAROC**

JUILLET 2021

INTRODUCTION

Les potentialités politiques de l'outil Internet sont aujourd'hui largement admises. Il permet une circulation rapide de l'information, une stimulation du débat politique, une interactivité accrue entre les partis politiques et le public, et un travail de mobilisation des partisans plus efficace.

La pandémie Covid-19 aura également obligé à remplacer le contact interpersonnel entre les politiques et le public par une relation plus digitale et dématérialisée.

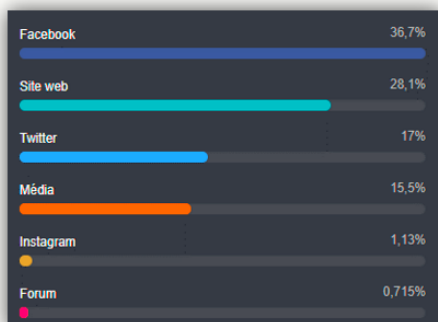
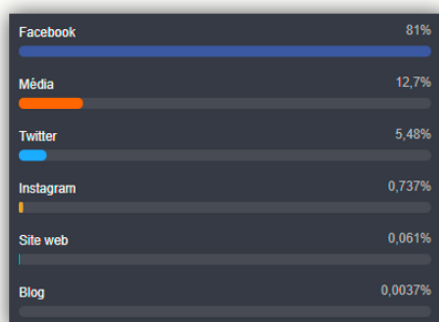
Parmi les multiples espoirs suscités par Internet, il y a celui d'un meilleur débat politique, plus riche et ouvert à tous. Avec l'essor des réseaux sociaux, toutes les personnes connectées pourraient, a priori, débattre et partager des argumentaires, des tracts, des vidéos, sans barrières territoriale, temporelle, voire sociologique.

Pourtant, les résultats de nombreuses enquêtes académiques convergent et soulignent la difficulté pour les partis politiques de se saisir des potentialités du web 2.0 (davantage centré sur les pratiques collaboratives et l'interactivité) car ils ne sauraient se détacher de leur mode d'organisation traditionnel (volonté de contrôle et formation hiérarchisée). Les partis semblent avoir créé un genre hybride entre le web 1.0 et le web 2.0, résumé par l'expression « web 1.5 ».

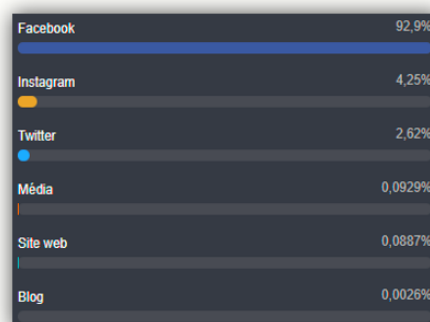
Le baromètre de l'empreinte numérique des partis politiques au Maroc des 6 premiers mois de l'année 2021, et à l'approche des élections de septembre 2021, montrent des différences de stratégies partisanes et d'appropriation du digital par les partis.

Ce baromètre a été réalisé avec des outils technologiques permettant d'analyser un grand nombre de datas et d'en déduire la présence des partis sur les différentes plateformes (réseaux sociaux, media digitaux, sites web, blog ...) afin de définir leur "empreinte numérique" ainsi que les principales tendances. Concernant les partis politiques faisant partie de la majorité gouvernementale, les données concernant les membres du gouvernement dans leur activité gouvernementale et non partisane, ont été isolées et exclues de l'analyse.

Il ne s'agit en aucun cas d'un sondage d'opinion, ni d'une prédiction du résultat des urnes.

Nombre de
publications**78 025****+27%**DISTRIBUTION DES PUBLICATIONS PAR PLATEFORMES
DIGITALESNombre de
personnes touchées**1 360 M****+19%**DISTRIBUTION DES PERSONNES TOUCHÉES PAR PLATEFORMES
DIGITALES

Interactions

4.65 M**+3.4%**DISTRIBUTION DES INTERACTIONS PAR PLATEFORMES
DIGITALES

Le nombre de publications concernant les partis politiques ont évolué de 27% pendant le premier semestre 2021, avec une forte progression entre janvier et juin (+50%) montrant l'accélération de la campagne électorale. Facebook réalise plus du 1/3 des publications, et devient ainsi le premier média d'informations politiques.

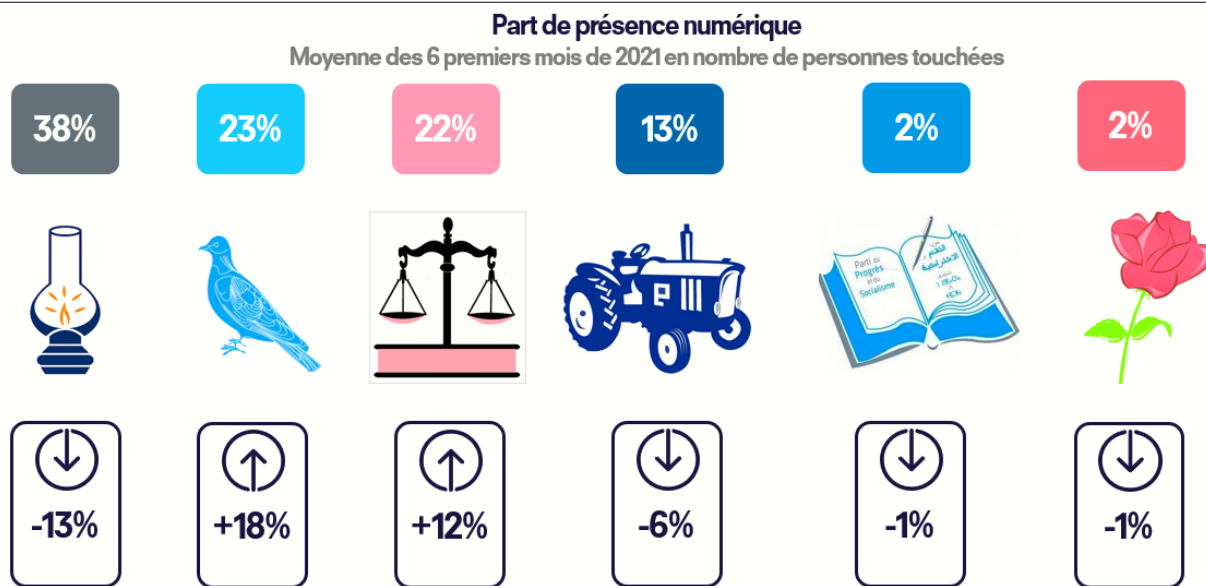
Le nombre de personnes touchées correspond au total des personnes s'étant arrêté (minimum de 10") et/ou interagi sur une publication. Ce chiffre rapporté à la population ayant accès à internet montre que chaque marocain aura remarqué 52 publications concernant un parti politique sur la période. Une fois encore, Facebook confirme son hégémonie, puisque 8 marocains sur 10 s'étant intéressés à une publication sur un parti politique l'aura fait à partir de cette plateforme.

Les niveaux d'interactivité en politique, même si il existe plusieurs degrés d'interactivité, du simple "like" a un niveau plus avancé de participation à une conversation, sont un indicateur de l'intérêt des citoyens pour les publications politiques. Sur la période, seulement 0.34%, ont interagi avec des publications politiques, même si ce chiffre a doublé entre janvier et juin pour atteindre un taux d'engagement de 0.50%. A titre de comparaison, le taux d'engagement moyen sur Facebook est de 0.96%.

**Facebook est le
premier média
d'informations
politiques au
Maroc**

**Chaque
marocain, ayant
accès à
internet, se sera
arrêté sur 52
publications
concernant un
parti politique**

Part de présence numérique



Évolution de la part de présence numérique
entre janvier 2021 et juin 2021 en nombre de personnes touchées

La "part de présence numérique" s'apparente à une part de voix sur internet.

4 partis représentent 96% de la part de présence sur internet.

le Parti de la Justice et du Développement, avec une stratégie digitale structurée depuis longtemps, conserve une part de présence importante. Cependant, les tendances de janvier à juin montrent une forte érosion de sa part de présence qui passe de 47% à 34%.

2 partis augmentent sensiblement leur présence sur internet.

Le Rassemblement des Indépendants et le Parti de l'Istiqlal, en faisant leur "révolution numérique" et en investissant dans le digital, gagnent en part de présence sur internet, pour représenter à eux deux, la part de présence la plus importante. Ce point est conforté par une forte dynamique entre janvier et juin 2021. Le RNI aura touché environ 300 millions de marocains et l'Istiqlal plus de 260 millions entre le début de l'année et la fin juin avec une forte progression de leur part de présence respective. Il faut également remarquer que le Parti de l'Istiqlal domine nettement les partis de l'opposition. Le Parti Authenticité et Modernité avec une moyenne de part de présence de 13%, voit sa présence sur internet baissé de 6% entre janvier et juin.

**4 partis
représentent 96%
de la part de
présence sur
internet**

**2 partis sont
portés par leur
"révolution
digitale"**

Pour pousser un peu plus l'analyse, nous nous sommes attachés à mesurer les pages Facebook "officielles" des principaux partis. On peut affirmer, sans trop se tromper, que les "fans" sont plutôt des partisans ou des sympathisants.

Et particulièrement, 2 indicateurs clés permettent de mesurer l'activité digitale partisane.

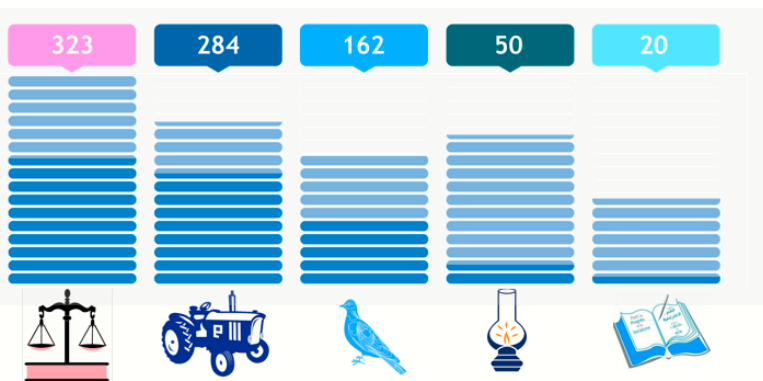
1- Pour mesurer le dynamisme de la communauté de chaque parti, le critère du nombre d'interactions moyennes pour 1000 fans a été retenu, permettant d'analyser le nombre de personnes ayant cliqué sur une publication du parti, après l'avoir vue ou ayant aimé, commenté ou partagé, rapporté à la communauté.

2- Le niveau de viralité des contenus publiés par chaque parti, c'est à dire la capacité des fans à partager avec leur propre communauté (amis) des publications du parti, en utilisant la moyenne des partages pour 1000 fans sur le premier semestre 2021.

Les communautés des différents partis étant disparates, nous avons volontairement calculé ces 2 critères pour "1000 fans", permettant ainsi la comparaison.

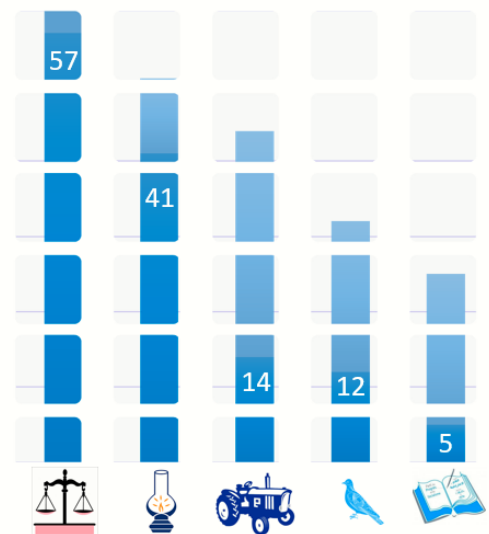
Dynamisme de la communauté

Moyenne des interactions pour 1000 fans
pour les 6 premiers mois de 2021



Viralité des contenus

Moyenne des partages pour 1000 fans
pour les 6 premiers mois de 2021



Le Parti de l'Istiqlal semble avoir la communauté partisane et de sympathisants, la plus dynamique aussi bien sur les engagements qu'en viralité et aura réussi à proposer des contenus proches de leurs centres d'intérêt. Il est suivi par le PAM sur le critère "interaction" et par le PJD sur le critère "viralité". Il faut remarquer la faiblesse du PJD sur les interactions, certainement dûe, à une stratégie digitale basée sur la quantité de publication (il aura publié sur sa page Facebook officielle, plus de 5500 post pendant la période, soit plus de 30 par jour).

CONCLUSION

L'apport majeur de l'outil numérique à la vie politique se trouve sans doute dans l'émergence de nouveaux comportements. Le numérique est un formidable « accélérateur de démocratie », et il change, dans une profondeur qui reste à déterminer, les démocraties. Tout se dit et s'écrit sur les nouveaux mouvements nés sur internet (pour l'exemple : 5 étoiles en Italie, Podemos en Espagne ou Parti Pirate en Suède), définis comme les premiers éléments d'une e-démocratie, incarnation de la politique du futur et du basculement d'une démocratie de représentation à une démocratie de participation.

Il est une affaire entendue que le numérique a bouleversé la communication politique : sa forme comme son rythme mais aussi, et cela est plus regrettable, sa profondeur (un véritable programme politique s'expose difficilement en 280 signes sur Twitter...). Néanmoins, le numérique a aussi bouleversé la vie politique et plus particulièrement la vie des partis politiques.

Les partis dits traditionnels ne sont en aucun cas fermés aux technologies actuelles, bien au contraire. Cela dit, il ne faut pas tomber dans l'illusion d'un « tout numérique » : ces partis sont dotés d'un ancrage électoral plus large, et ils doivent préserver leur lien avec les citoyens (souvent plus âgés) qui ne sont pas, ou peu, concernés par le numérique. Il n'empêche que tous les partis dits traditionnels ont fait de réels efforts pour franchir le « cap du numérique », d'autant plus d'ailleurs lorsqu'ils accèdent au pouvoir.

C'est le cas du PJD, qui maîtrise l'outil numérique depuis des années, ou de l'Istiqlal et du RNI qui semblent avoir fait leur "révolution numérique".

La question, qui reste entière, au regard du faible taux d'engagement, les gros efforts des partis pour être présent sur internet, seront-ils suffisants pour ramener vers les urnes, les désillusionnés de la politique ? Réponse en septembre.

Remerciements : à la société Online Value, pour la mise à disposition des ses outils technologiques et de ses experts data-analystes.