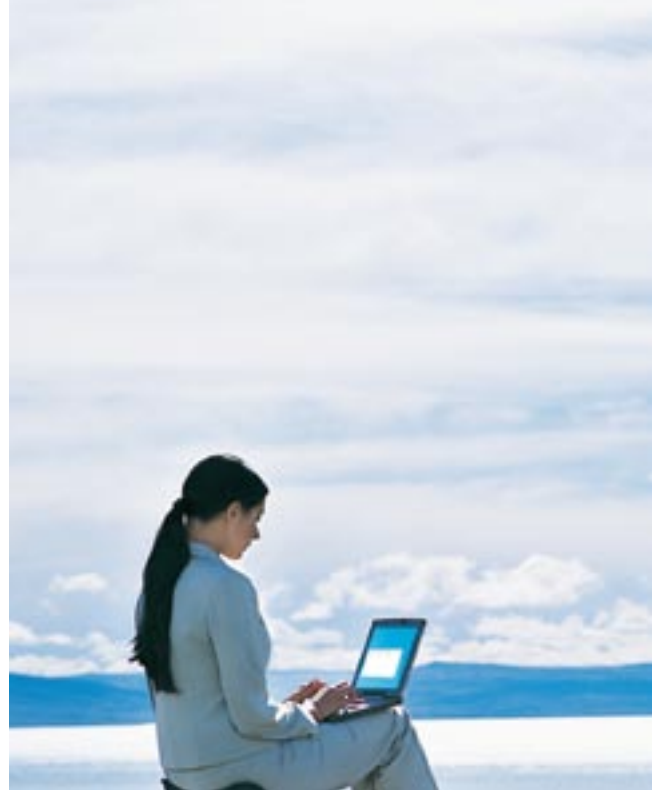




Rapport annuel
Maroc Telecom

2009



Rapport annuel
Maroc Telecom

2009



Sommaire

Rapport annuel

2009

Mot du Président	04
La Gouvernance	06
Les chiffres clés	10
L'action IAM en bourse	12
Les faits marquants	15
Rester visionnaire et maintenir le cap	19
Innover pour accompagner la croissance des usages	22
S'appuyer sur des fondamentaux solides	36
Poursuivre le développement en Afrique	42

MOT DU PRESIDENT



Mot du Président

Abdeslam AHIZOUNE
Président du Directoire

Une nouvelle fois, le groupe Maroc Telecom a fait mieux que ses prévisions à mi année et enregistré de bonnes performances dans un environnement économique resté porteur aussi bien au Maroc qu'en Afrique Subsaharienne malgré la crise mondiale.

Avec 4 filiales sur le continent africain, depuis l'acquisition de la Sotelma au Mali en juillet 2009, le groupe couvre désormais 65 millions d'habitants et totalise 22 millions de clients. Son chiffre d'affaires global a franchi la barre des 30 milliards de dirhams. Tandis que Maroc Telecom et Mauritel sont restés leaders sur leur marché respectif, Onatel a regagné sa place de premier opérateur au Burkina Faso et Gabon Telecom a pu conquérir de nouvelles parts de marché.

Ces résultats sont le fruit d'une forte capacité de mobilisation et d'innovation ainsi que d'une politique d'écoute attentive de nos clients. Tant au Maroc qu'en Mauritanie, au Burkina Faso, au Gabon ou au Mali, les consommateurs veulent pouvoir communiquer plus longtemps tout en payant moins, accéder à des contenus toujours plus riches et diversifiés et bénéficier de services qui leur facilitent la vie. Le Groupe a pris en compte ces attentes au travers des baisses de prix, de promotions généreuses et d'offres illimitées. Il a aussi lancé des services innovants tels que le « Triple Play » avec la MT Box ou le « Mobile Banking » avec Mobicash, qui ont vocation à être généralisés à toutes les filiales.

De lourds programmes d'investissements ont été partout engagés pour maintenir ou améliorer la qualité de services, réduire la fracture numérique et renforcer la connectivité avec le monde partout où le Groupe est présent. C'est dans cette perspective qu'a été poursuivie la réalisation d'une liaison terrestre en fibre optique qui, à terme, reliera le Maroc au Bénin, en passant par la Mauritanie, le Mali et le Burkina Faso.

Rien n'aurait été possible sans un travail d'équipe et des collaborateurs pleinement mobilisés et motivés. Le groupe Maroc Telecom recueille aujourd'hui le fruit des efforts engagés, depuis plusieurs années, pour la formation de ses salariés et le transfert de savoir-faire vers ses filiales.

Grâce aux liens de confiance tissés au fil des années avec ses clients et aux fortes valeurs partagées par ses équipes où qu'elles se trouvent, mêlant souci du service et de la qualité, fierté d'appartenance et goût pour relever les défis, le groupe Maroc Telecom aborde avec sérénité l'année 2010.

Abdeslam AHIZOUNE

2 LA GOUVERNANCE



Larbi GUEDIRA

Arnaud CASTILLE

Abdeslam AHIZOUNE

Rachid MECHAHOURI

Janie LETROT

Maroc Telecom adopte une structure de gouvernement d'entreprise composée d'un Directoire et d'un Conseil de Surveillance. Cette forme de gouvernance dissocie les pouvoirs de gestion et de contrôle.

LA GOUVERNANCE

LE DIRECTOIRE

Le Président

Abdeslam AHIZOUNE

Président du Directoire

Les Membres

Larbi GUEDIRA

Directeur Général
Services

Arnaud CASTILLE

Directeur Général
Administratif et Financier

Janie LETROT

Directeur Général
Réglementation, Communication
et Développement à l'International

Rachid MECHAHOURI

Directeur Général
Réseaux et Systèmes

Présidé par Abdeslam Ahizoune, le Directoire administre et dirige la société sous le contrôle d'un Conseil de Surveillance. Il est composé de cinq membres représentant les métiers de l'entreprise qui en assurent collégialement la direction. Ils peuvent répartir entre eux, avec l'autorisation du Conseil de Surveillance, les tâches de direction. Leurs décisions sont prises à la majorité des voix des membres présents ou représentés. Messieurs Larbi Guedira et Rachid Mechahouri représentent le Gouvernement du Royaume du Maroc, Messieurs Abdeslam Ahizoune, Arnaud Castille et Madame Janie Letrot représentent Vivendi.

LE CONSEIL DE SURVEILLANCE

Président

- ◆ **Salaheddine MEZOUAR**
Ministre de l'Economie et des Finances

Vice-Président

- ◆ **Jean-Bernard LEVY**
Président du Directoire de Vivendi

Membres

- ◆ **Taïeb CHERQAoui**
Ministre de l'Intérieur
- ◆ **Abdelaziz TALBI**
Ex-Directeur des Entreprises Publiques et de la Privatisation
au Ministère de l'Economie et des Finances
- ◆ **Jean-René FOURTOU**
Président du Conseil de Surveillance de Vivendi
- ◆ **Philippe CAPRON**
Directeur Financier et membre du Directoire de Vivendi
- ◆ **Régis TURRINI**
Directeur de la stratégie et du développement de Vivendi
- ◆ **Gérard BREMOND**
Président-Directeur général du groupe SA Pierre et Vacances
- ◆ **Jacques ESPINASSE**
Administrateur de sociétés

Le Conseil de Surveillance est présidé par Salaheddine Mezouar, Ministre de l'Economie et des Finances du Gouvernement du Royaume du Maroc. Il est composé d'au moins huit membres nommés pour six ans, trois, représentant le Royaume du Maroc, cinq, représentant Vivendi.

Le Conseil de Surveillance assure le contrôle permanent de la gestion menée par le Directoire. Il présente à l'Assemblée générale annuelle des actionnaires ses observations sur le rapport du Directoire ainsi que sur les comptes de l'exercice. En 2009, le Conseil de Surveillance s'est réuni à trois reprises, pour approuver aussi bien les réalisations de l'entreprise que ses perspectives de croissance à moyen et long termes.



LE COMITÉ D'AUDIT

Président

- ◆ **Philippe CAPRON**
Directeur financier et membre du Directoire de Vivendi

Membres

- ◆ **Jacques ESPINASSE**
Administrateur de sociétés
- ◆ **Noureddine BOUTAYEB**
Wali, Secrétaire Général du Ministère de l'Intérieur
- ◆ **Abdelaziz TALBI**
Ex-Directeur des Entreprises Publiques et de la Privatisation au Ministère de l'Economie et des Finances
- ◆ **Monkid MESTASSI**
Secrétaire Général du Ministère des Affaires Economiques et Générales
- ◆ **Pierre TROTOT**
Directeur Général Délégué de SFR
- ◆ **Sandrine DUFOUR**
Directeur Financier Adjoint de Vivendi
Président de Vivendi Mobile Entertainment (VME)

Le Comité d'Audit est chargé de faire des recommandations et/ou d'émettre des avis sur les procédures comptables régissant le fonctionnement du Groupe.

Créé en 2003 par le Conseil de Surveillance, le Comité d'Audit répond à la volonté des actionnaires d'adopter les standards internationaux pour le Gouvernement d'Entreprise et le Contrôle Interne de Maroc Telecom.

Le Comité d'Audit est composé d'un Président et de six membres permanents, à raison de trois représentants pour le Royaume du Maroc et quatre pour Vivendi, dont le Président. Le Comité d'Audit a tenu trois réunions en 2009.

3

LES CHIFFRES CLÉS



A l'occasion de la publication des résultats, Abdeslam Ahizoune, Président du Directoire a déclaré :

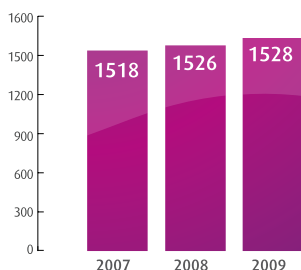
« Le groupe Maroc Telecom fait mieux que ses prévisions tant sur le plan de la croissance des revenus que du maintien des marges. Tout en procédant à l'acquisition de 51% du capital de la Sotelma au Mali et à la distribution de 100% de son résultat, il a maintenu sa politique d'investissements qui lui a permis d'améliorer la qualité de service et de soutenir l'innovation pour ses clients.»

LES CHIFFRES CLÉS

Les chiffres clés du groupe Maroc Telecom au 31 décembre 2009

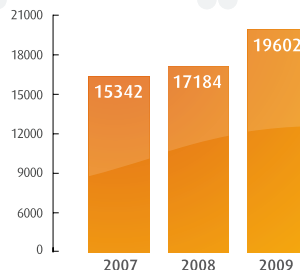
Nombre de lignes Fixe

(En Milliers)



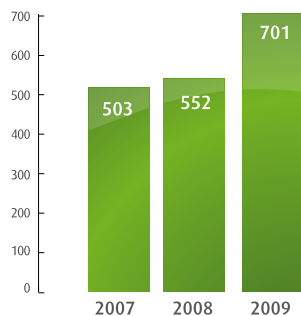
Nombre de clients Mobile

(En Milliers)

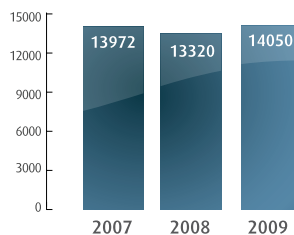


Nombre d'abonnés Internet (y compris 3G)

(En Milliers)

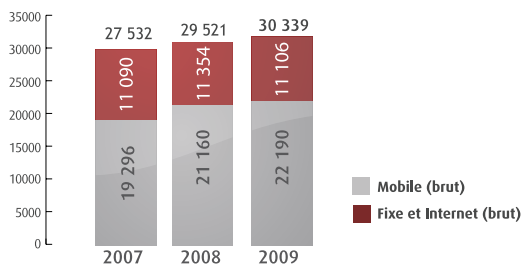


Effectif groupe Maroc Telecom



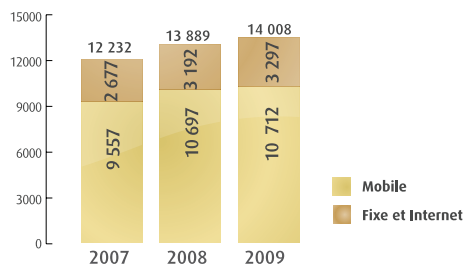
Chiffre d'affaires consolidé

En normes IFRS (En Millions de dirhams)



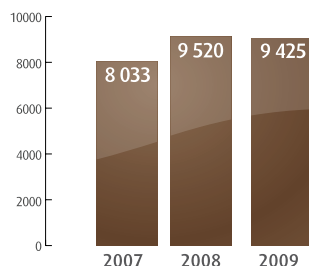
Résultat opérationnel consolidé

En normes IFRS (En Millions de dirhams)



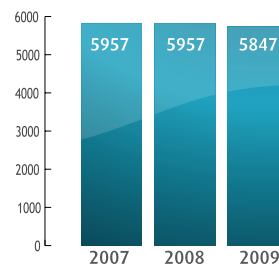
Résultat net consolidé part du groupe

En normes IFRS (En Millions de dirhams)



Investissements consolidés

En normes IFRS (En Millions de dirhams)



4 L'ACTION IAM EN BOURSE



Le titre de Maroc Telecom est coté simultanément sur les places financières de Casablanca et de Paris depuis le 13 décembre 2004. Le nombre total de titres est de 879 095 340

L'ACTION IAM EN BOURSE

Evolution du titre Maroc Telecom à la bourse de Casablanca

L'action de Maroc Telecom est cotée sur le Marché Principal de la Bourse de Casablanca.
Code 8001

IAM-Casablanca (dirhams) VS MASI



Evolution du titre Maroc Telecom à la bourse de Paris

L'action de Maroc Telecom est également cotée sur NYSE EURONEXT Paris - Valeurs étrangères.
Code ISIN MA 00000 11488
Eligible au SRD

IAM-Paris (euros) VS Euronext 100



L'ACTION IAM EN BOURSE

Rendez-vous financiers 2010

Date	Événement
Mardi 23 février 2010	Chiffre d'affaires - Résultats Communiqué, conférence de presse & réunion analystes
Jeudi 22 avril 2010	Assemblée Générale des actionnaires
Vendredi 7 mai 2010	Chiffre d'affaires - Résultats Communiqué, conférence de presse & réunion analystes
Mercredi 28 juillet 2010	Chiffre d'affaires - Résultats Communiqué, conférence de presse & réunion analystes
Lundi 8 novembre 2010	Chiffre d'affaires - Résultats Communiqué, conférence de presse & réunion analystes

Dividendes distribués

Depuis l'ouverture de son capital, Maroc Telecom a été soucieux de rémunérer ses actionnaires de manière satisfaisante tout en assurant les moyens de son développement. La société a l'intention de poursuivre une politique de distribution régulière et significative, en fonction de la conjoncture, de ses résultats bénéficiaires et de ses besoins de financement.

Année de mise en distribution	2005	2006*	2007	2008	2009	2010**
Dividende ordinaire (Millions de Dirhams)	4395	6119	6927	8088	9 521	9 063
Dividende ordinaire par action (Dirhams)	5,00	6,96	7,88	9,20	10,83	10,31

*Distribution additionnelle exceptionnelle de 3516 millions de dirhams en 2006

** Sous réserve de l'approbation de l'Assemblée Générale du 22 avril 2010

Répartition du Capital au 31/12/2009



LES FAITS MARQUANTS



LES FAITS MARQUANTS

Janvier

- ◆ Nouveau réaménagement tarifaire avec baisse des tarifs des appels et des forfaits internationaux du Fixe
- ◆ Lancement de l'offre VPN International
- ◆ Lancement d'une offre de contenu «Champions League 2009»
- ◆ Lancement par Gabon Telecom de la carte prépayé Ogooué, offrant un avantage tarifaire à l'international pour tout appel d'un poste fixe et d'un mobile Libertis.

Février

- ◆ Lancement de 'Pack Pro', un nouveau package de services Fixe, Mobile et Internet (ADSL ou 3G), couplé à un PC à prix subventionné
- ◆ Mise en service de la TV Mobile en exclusivité avec accès à un bouquet de 18 chaînes TV en illimité sur plus de 40 terminaux compatibles 3G
- ◆ Introduction du service navigation GPS sur terminaux Mobiles haut de gamme avec géo localisation et guidage vocal dans les principales villes du Royaume

Mars

- ◆ Nouveau plan de numérotation téléphonique au Maroc. Mise à disposition d'une solution gratuite de mise à jour du répertoire des clients
- ◆ Lancement en exclusivité du service MMS Info offrant la réception des alertes MMS des informations au choix du client
- ◆ Passage à la facturation annuelle pour le service Mon répertoire (sauvegarde et restauration des contacts SIM)
- ◆ Lancement des offres fixe illimitées Ehli chez Mauritel
- ◆ Lancement par Gabon Telecom d'une nouvelle carte de recharge Libertis offrant un crédit supplémentaire équivalent à la valeur de la carte et d'une offre entreprises Internet ADSL+ (jusqu'à 2 Mo)

Avril

- ◆ Ouverture du service de paiement des factures du Fixe, Mobile et Internet en ligne (via Internet)
- ◆ Ajout de 30 minutes gratuites et permanentes dans le forfait Mobile principal des forfaits particuliers et maîtrisés de 1H à 6H
- ◆ Baisse des tarifs postpayés mobiles vers les fixes internationaux d'Afrique du Nord, d'Europe et d'Amérique du Nord (même tarif qu'un appel national)
- ◆ Enrichissement du bouquet Maroc Telecom TV par trois nouvelles chaînes : Ciné Cinéma Star, Ciné Cinéma Frisson et Infosport

Mai

- ◆ Signature d'une convention d'investissement de 2009 à 2011 entre le Gouvernement du Royaume du Maroc et Maroc Telecom pour 10,5 milliards de dirhams
- ◆ Lancement en exclusivité de l'offre Triple Play « MT BOX » qui propose au meilleur prix tous les avantages de la téléphonie fixe illimitée IP, l'Internet ADSL haut débit et la TV par ADSL
- ◆ Lancement par Mauritel de la carte "One", une carte prépayée avec facturation à la seconde
- ◆ Introduction à la Bourse Régionale des Valeurs Mobilières d'Abidjan de 20% du capital de l'Onatel
- ◆ Lancement par Onatel, du service de transfert de crédit de communication entre clients Telmob



LES FAITS MARQUANTS



Juin

- ◆ Baisse des tarifs des liaisons louées internationales
- ◆ Refonte et enrichissement du service renseignements Maroc Telecom 160 avec possibilité de recevoir le renseignement souhaité par SMS ou par Mail
- ◆ Opération Plages Propres : renouvellement du label Pavillon bleu pour les plages d'Achakar à Tanger et Riffyenne à Fnideq avec la contribution de Maroc Telecom
- ◆ Cap des 15 millions de clients du Mobile franchi
- ◆ Mauritel lance ses services 3G+ Voix et Data
- ◆ Lancement des forfaits Fixe vers Mobile pour communiquer à prix avantageux et vers tous les Mobiles nationaux en soirée, week-end ou en tout temps selon la formule choisie
- ◆ Introduction par Onatel, d'un système de tarification dégressive, offrant la gratuité à partir de la 5^{ème} minute

Juillet

- ◆ Acquisition de 51% du capital de la SOTELMA, opérateur historique des télécommunications au Mali
- ◆ Lancement de JAWALI, le premier programme de fidélisation prépayé au Maroc
- ◆ Baisse des tarifs internationaux de Jawal
- ◆ Augmentation de débit pour tous les clients Internet Mobile 3G+ et introduction du débit 7,2 Mo
- ◆ Refonte du site Internet du groupe Maroc Telecom : réunification en une seule adresse, du site institutionnel et de l'ensemble des sites commerciaux Fixe, Mobile, Internet et TV sur ADSL
- ◆ Lancement des nouveaux forfaits Optimis avec une palette d'options à la carte
- ◆ Mise en service par Gabon Telecom de l'offre « YES, WEEK END » permettant de téléphoner en illimité, entre clients Libertis, durant un week-end.

Août

- ◆ Lancement de l'offre entreprise MultiFix Mobile : une gamme de Forfaits partagés du Fixe vers le Mobile
- ◆ Mise en service de l'alerte SMS sur le Championnat du monde d'athlétisme "Berlin 2009"

Septembre

- ◆ Mauritel commercialise les services 3G visiophonie et MMS
- ◆ Obtention du prix de la «Meilleure performance de l'indice Ai40»

Octobre

- ◆ Lancement de Mourbiha El Manzil : 1 heure de communication gratuite vers les Mobiles nationaux pour toute recharge à partir de 100DH
- ◆ Lancement du service GPRS (MMS et Internet Mobile) au Burkina Faso
- ◆ Lancement par Gabon Telecom de l'offre prépayée MANITO, offrant aux jeunes, un bonus de 60 SMS à l'activation du service et de 20 à 50 SMS à chaque recharge de crédit de communication
- ◆ Lancement par Onatel de l'offre Phone Cash nouveau, permettant des communications illimitées vers deux numéros Fixe préférentiels
- ◆ Mise à la disposition des revendeurs par Onatel, d'un système de recharge électronique Nanan Express

Novembre

- ◆ Doublement des débits et baisse des tarifs ADSL
- ◆ Lancement de l'offre de Bienvenue 3 services gratuits qui permet à tout nouveau client de tester trois services pendant 3 mois : TV Mobile, Bouquet Infos et Mon répertoire

Décembre

- ◆ Lancement du Bonus Permanent Jawal sur toutes les recharges effectuées : 100DH de bonus pour les recharges de 50DH et 200DH de bonus permanent pour les recharges de 100DH et plus
- ◆ Introduction de nouvelles chaînes dans les bouquets TV sur ADSL (Planète Thalassa & Ma Chaîne Sport) et stations radio (Vibration, FG Radio, Jazz)
- ◆ Lancement de l'offre Business Go : remise de 50% sur les 3 premières factures Fixe-Mobile-Internet pour les entreprises et les professionnels ayant moins de 6 mois d'existence
- ◆ Nouvelle baisse des tarifs internationaux pour les appels à partir du Fixe et de Mobisud, jusqu'à 33%
- ◆ Baisse de prix de l'offre Phony International de 20%

RESTER VISIONNAIRE
ET MAINTENIR LE CAP



6 RESTER VISIONNAIRE ET MAINTENIR LE CAP



Dans un monde qui change et face à des technologies qui évoluent rapidement, rester visionnaire et anticiper l'évolution des usages est un enjeu stratégique pour le groupe Maroc Telecom. Ses efforts d'adaptation sont porteurs de multiples opportunités d'usages pour la clientèle et de réussite pour l'opérateur qui maintient le cap de la croissance. Ses offres innovantes accompagnent les clients dans leur vie au quotidien, tout en les rendant accessibles au plus grand nombre, au Maroc comme dans les pays de ses filiales en Afrique. Les réalisations et performances du groupe sont là pour conforter cette vision.

RESTER VISIONNAIRE ET MAINTENIR LE CAP

Les orientations stratégiques

Stimuler la croissance du marché du mobile

- ◆ Maintenir la croissance régulière du parc Mobile en stimulant les usages des clients prépayés, tout en poursuivant ses efforts de croissance de parc et fidélisation des clients
- ◆ Introduire de nouveaux services à valeur ajoutée basés sur le SMS, le MMS, le GPRS et la 3G pour enrichir l'offre et augmenter le revenu moyen par client

Renforcer la compétitivité sur le fixe

- ◆ Généraliser les forfaits de communications illimitées fixe à fixe, à des tarifs compétitifs
- ◆ Doter le Fixe de nouveaux relais de croissance en développant les offres de contenu avec la Télévision sur ADSL et les solutions Double et Triple Play Internet, Voix sur IP (VOIP) et Vidéo à la demande
- ◆ Améliorer la qualité de service avant et après vente et renforcer les programmes de fidélisation à points permettant aux clients de bénéficier de divers avantages.

Rester le principal acteur du développement de l'Internet au Maroc

- ◆ Accélérer le développement de l'Internet ADSL dont la pénétration atteint déjà 44% des lignes fixes (hors téléphonie publique)
- ◆ Centrer les efforts sur le haut débit et favoriser le développement des contenus et des usages de l'Internet
- ◆ Axer la politique commerciale autour des baisses tarifaires, de l'augmentation des débits disponibles et du lancement d'offres alternatives tels que l'Internet CDMA dans les zones rurales ou l'Internet Mobile 3G

Capitaliser sur ses marques et sa relation client

- ◆ Devenir une référence en matière de services client au Maroc et dans les autres pays de présence et capitaliser sur sa forte notoriété et son excellente image de marque

S'appuyer sur des infrastructures réseaux performantes

- ◆ Poursuivre sa politique d'investissement pour développer les capacités et la couverture, introduire de nouvelles technologies Mobile et Fixe, évoluer l'architecture et renforcer les interconnexions nationales et internationales

Maintenir une gestion financière rigoureuse

- ◆ Maintenir une structure financière saine et distribuer régulièrement des dividendes à ses actionnaires, grâce au maintien de sa forte rentabilité et la maîtrise des coûts

Adapter son modèle stratégique de croissance et poursuivre son développement international

- ◆ Développer de nouvelles sources de revenus pour dynamiser son développement
- ◆ Saisir les opportunités d'acquisition susceptibles de créer de la valeur pour ses actionnaires, tout en respectant des critères d'investissements rigoureux
- ◆ Désenclaver les zones rurales et réduire la fracture numérique



7 INNOVER POUR ACCOMPAGNER LA CROISSANCE DES USAGES



Maroc Telecom engage toute sa capacité d'innovation pour offrir à près de 17 millions de clients, quels que soient leurs profils et leurs besoins, des solutions de communication, d'information et de divertissement plus simples et plus compétitives.

Que ce soit pour le marché Grand public ou le marché Entreprises et Professionnels, le dynamisme commercial de Maroc Telecom et sa présence capillaire sur l'ensemble du Royaume du Maroc ont contribué à conquérir de nouveaux clients, à fidéliser sa clientèle et à accroître la valeur de ses marques en 2009.

Innover pour accompagner la croissance des usages

Les services Grand Public

La stratégie des services aux résidentiels s'est déployée, selon trois axes : la mise sur le marché de produits innovants et de baisse des tarifs à l'international, la fidélisation de la clientèle et l'amélioration continue de la qualité de service. Ces trois axes ont permis à l'opérateur de conforter sa position de leader tout en s'appuyant sur la complémentarité de ses offres Mobile, Fixe et Internet.

Téléphonie et services Mobile au cœur des usages

Le nombre de clients mobiles a augmenté de 5,6 %, pour atteindre 15,272 millions de clients, dont 96 % en prépayé. Maroc Telecom a maintenu sa position de leader de la téléphonie mobile au Maroc avec une part de marché de 60,3% au 31 décembre 2009 (source ANRT) grâce à la mise en oeuvre d'une politique volontariste de fidélisation des clients prépayés et postpayés, à l'enrichissement de son offre de services et à la baisse des tarifs, en particulier vers les destinations à l'international.

Des promotions généreuses, telles que la Triple Recharge, le « forfait Jawal vers l'international » qui offre 30 minutes de communications vers l'international... ont également concouru à la baisse des tarifs.

Téléphonie mobile en chiffres

15,272
millions de clients

60,3%
de part de marché



JAWALI, le premier programme de fidélisation prépayé au Maroc

Jawali est un programme de fidélisation à points exclusivement dédié aux clients prépayés Jawal et Mobisud pour les récompenser de leur fidélité. 10 dirhams TTC rechargés valent 1 point Jawali. Dès qu'ils ont accumulé 50 points, les clients reçoivent automatiquement des recharges gratuites sur leurs comptes prépayés.

Le Bonus permanent

Cette offre innovante permet à tous les clients qui rechargent pour 50DH, de profiter d'un bonus additionnel permanent de 100DH et à ceux qui rechargent pour 100DH et plus, de bénéficier d'un bonus de 200DH, valable vers toutes les destinations.



Innovier pour accompagner la croissance des usages

Les services Grand Public

Des baisses significatives vers l'international

Maroc Telecom a procédé en 2009 à une nouvelle baisse des tarifs Jawal vers l'étranger pour permettre aux clients de communiquer vers l'international à des prix encore plus avantageux. Il a également opéré une refonte des tarifs de communication de Mobisud, dont les clients peuvent désormais appeler vers l'international à partir de 1 dirham TTC par minute seulement.

L'abonnement postpayé, pour un besoin croissant de communications



Le segment postpayé a continué d'enregistrer une bonne performance avec une hausse de 13,2% pour atteindre près de 700 000 abonnés fin 2009. Celle-ci a été rendue possible grâce à différentes offres attractives et à des promotions innovantes.

Pour récompenser la fidélité de ses clients des « Forfaits Particuliers » et « Forfaits Maîtrisés » et les satisfaire davantage, Maroc Telecom leur a offert gratuitement et de façon permanente

30 minutes de communications supplémentaires sur leur forfait principal de 1H à 6H. L'option « numéros illimités nationaux » a été enrichie par l'intégration, d'un numéro fixe national en plus. Des offres promotionnelles récurrentes, telles que 50% de réduction sur la facture mobile ou la promotion "cascade" qui consiste à proposer un forfait supérieur au prix du forfait inférieur, ont aussi ponctué l'année.

En plus des clients du « Forfait Particulier », les abonnés aux « Forfaits Maîtrisés », « Forfait Liberté » et « Forfait Business Control » peuvent appeler vers des numéros fixes en Europe, en Amérique du Nord et en Afrique du Nord, au même tarif qu'au Maroc.



Innovier pour accompagner la croissance des usages

Les services Grand Public

Le premier service de paiement et de transfert d'argent par téléphone mobile au Maroc

Toujours précurseur sur le marché, Maroc Telecom a conçu en exclusivité Mobicash, un moyen innovant qui permet à sa clientèle de réaliser facilement des transferts d'argent ainsi que des opérations de type bancaire. Cette nouvelle offre permet à la clientèle mobile de Maroc Telecom de bénéficier d'une gamme variée de services et d'effectuer en toute sécurité des transactions et des opérations courantes, telles que déposer et retirer de l'argent sur son compte Mobicash dans toutes les agences Maroc Telecom et Distributeurs agréés Mobicash ou transférer de l'argent à ses proches partout au Maroc et ce, sans être titulaires d'un compte bancaire ni remplir des formulaires à chaque transfert.

Offert à un prix très compétitif, Mobicash simplifie la vie de ses clients en leur facilitant l'accès à des services financiers sans aucun frais de tenue de compte.



Les services de contenus

TV Mobile



Pour compléter son catalogue de services à la pointe de la technologie 3G, Maroc Telecom a lancé en Février 2009, en exclusivité, le service TV Mobile ouvrant l'accès à un bouquet de 18 chaînes TV diversifiées à partir du Mobile. Le client peut ainsi rester branché à ses chaînes TV préférées en toute mobilité. Ce service qui est offert jusqu'alors aux clients postpayés, sera étendu à la clientèle prépayée.

Internet Mobile

Après avoir généralisé l'accès au service Internet mobile 3G+ à l'ensemble de ses clients postpayés et prépayés, Maroc Telecom a poursuivi une politique de baisse des tarifs et d'augmentation des débits : réduction du prix des modems, doublement de débits sans impact sur le prix, lancement du débit 7.2 Mb/s. En parallèle, Maroc Telecom propose à ses nouveaux clients des promotions périodiques sur les prix des équipements et usages Internet 3G : 50% de réduction sur factures post payées, "2 mois offerts" et "3 mois offerts" « spécial étudiants »... A fin 2009, Maroc Telecom disposait d'un parc Internet 3G+ qui s'élevait à près de 174 000, contre moins de 30 000 à fin 2008.



Services Communautaires

Chat « SMSZone » et « MMSZone »

Le service Chat SMS ou SMS Zone qui offre un espace virtuel de rencontres, de discussions, de jeux et d'échanges entre les clients a été enrichi avec le lancement de Chat multimédia « MMSZone » qui permet de dialoguer via MMS et d'échanger des photos, images, sons et mini-vidéos sur son mobile.

Innovier pour accompagner la croissance des usages

Les services Grand Public

Services d'informations

Le 160, toutes les infos sur votre mobile

Le service de renseignements téléphoniques Maroc Telecom s'est enrichi de nouvelles prestations. Quel que soit leur opérateur, tous les clients peuvent appeler le 160 pour consulter l'annuaire, bénéficier d'un service d'assistance, se renseigner sur les loisirs, ou profiter d'informations générales comme la météo ou les horaires de trains...

SMS info et MMS info



En plus du SMS Info, service d'informations pratiques (horaires de train, horaires de prières, pharmacies de garde, films à l'affiche dans les principales salles de cinéma, les résultats des matchs de foot...etc), les clients peuvent désormais recevoir en temps réel des informations riches en texte et en image par MMS sur leur Mobile.

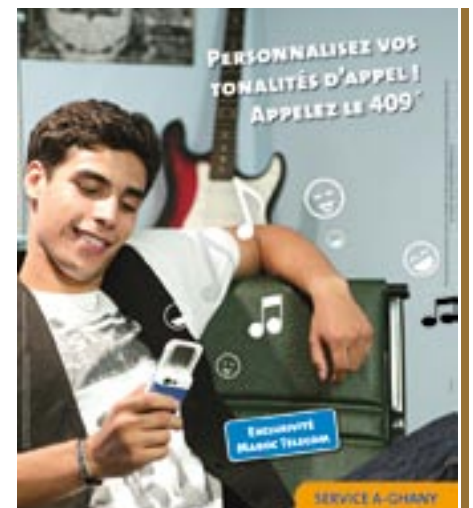
Bouquet Info : MAP et Al Jazeera

Maroc Telecom a lancé le 03 juin 2009 une formule prépayée, permettant à tous les clients mobiles de souscrire au service MAP ou Al Jazeera pour une durée de 30 jours par une simple requête SMS.

Services de personnalisation et de divertissement

A-GHANY

Grâce au catalogue A-Ghany, plus de 1500 tonalités de grands labels (Rotana, Universal, Mazzika, Sony BMG, ...) sont disponibles sur www.mobilezone.ma. Chacun peut personnaliser la sonnerie en fonction du destinataire de l'appel (amis, famille, voisins...) ou encore selon la tranche horaire ou une période donnée.



Innovier pour accompagner la croissance des usages

Les services Grand Public

MobileZone

Le portail Mobile Zone, propose une gamme variée de contenus d'information et de divertissement.

En 2009, deux services de contenus à forte valeur ajoutée, à vocation sportive, ont connu un succès particulier : couverture de la Champion's League et celle du Championnat du monde d'athlétisme de Berlin. Les clients fans de sport ont pu suivre tous les moments forts de ces compétitions au travers de flash infos, de vidéos des buts et des meilleures actions, du suivi des scores ainsi que d'autres animations réalisées à l'effigie de ces manifestations. Des alertes SMS informent les clients, en quasi-temps réel, sur le déroulement des rencontres et les résultats.

Les Services Interpersonnels

SMS & MMS



Le panel des services interpersonnels SMS et MMS a été enrichi par le lancement des formules illimitées DUO SMS-MMS et Numéros illimités SMS-MMS. Les offres DUO SMS-MMS, journée, weekend et semaine permettent à travers une seule souscription, des échanges illimités et gratuits entre deux personnes.

Navigation GPS

Le service de navigation GPS lancé en Février 2009, assure le guidage vocal et fournit une riche liste de points d'intérêt sur les principales villes du Royaume. Une version du guidage vocal en langue arabe dialectale est proposée sur certaines références téléphoniques. Ce service sera progressivement généralisé aux téléphones compatibles afin d'en vulgariser les usages.



Innovier pour accompagner la croissance des usages

Les services Grand Public

Téléphonie Fixe, ADSL haut débit et télévision par ADSL la convergence des usages

Maroc Telecom continue de diversifier ses offres en prenant appui sur la téléphonie fixe, support indispensable pour l'accès à l'Internet haut débit et aux services convergents tel que la MTBOX, le Triple Play de Maroc Telecom, qui propose au meilleurs prix tous les avantages de la téléphonie fixe illimitée IP, l'Internet ADSL Haut débit et la TV par ADSL. L'année 2009 a été également marquée par le succès soutenu des offres d'abondance et les baisses tarifaires en faveur des communications à l'international.

Téléphonie Fixe en chiffres

1,234
million de lignes

95,3%
de part de marché
Professionnel

Les offres d'abondance avec Phony, le fixe illimité



Le succès des formules d'abonnements illimités confirme l'attrait des offres d'abondance de Maroc Telecom auprès des clients résidentiels. La formule la plus populaire reste le Phony plafonné qui associe les avantages de l'illimité et du plafonnement de facture. En 2009, les clients ont bénéficié également d'une nouvelle promotion Mourbiha El Manzil qui permet au client effectuant une recharge à partir de 100DH, de disposer d'un crédit de communications supplémentaires gratuit d'une heure vers les mobiles nationaux en heures creuses.

Par ailleurs, les clients El Manzil ont bénéficié d'importantes promotions sur leurs factures mensuelles et sur les prix des packs grâce aux offres d'accès Duo et Parrainage El Manzil.

Poursuite des baisses des tarifs du fixe à l'international

Dès janvier 2009, Maroc Telecom a appliqué une réduction allant jusqu'à 42% sur les tarifs des appels internationaux à partir d'un fixe privé vers des lignes fixes en Afrique du Nord, en Europe du Sud et du Nord et vers des lignes fixes et mobiles en Amérique du Nord. Grâce à une nouvelle baisse de 33% opérée en décembre, Maroc Telecom a pu offrir les tarifs les plus bas du marché pour tous les appels fixes et mobiles à destination de l'étranger.

Les forfaits internationaux ont également connu d'importantes baisses allant jusqu'à 30% sur toute la gamme des formules proposées (1H, 3H et 5H). Avec le lancement en juin 2009 des forfaits de communications fixes vers mobiles, les clients du fixe de Maroc Telecom peuvent désormais émettre des appels à prix avantageux vers les correspondants Mobiles chez Maroc Telecom et les autres opérateurs en soirée, week-end ou en tout temps selon la formule choisie.

Enfin durant la période du Pèlerinage «Hajj» et de «Omra», les tarifs des appels des clients El Manzil vers l'Arabie Saoudite ont été réduits de moitié.



Innovier pour accompagner la croissance des usages

Les services Grand Public

L'unification des programmes de fidélisation Fixe et Mobile



Tous les abonnés à la téléphonie Fixe classique et Phony (hors forfaits plafonnés), bénéficient automatiquement d'un compte fidélité qui leur permet de profiter tout au long de l'année, d'avantages et cadeaux attractifs tels que des terminaux téléphoniques, fax, cartes El Manzil, Télécartes, modems ADSL, Wifi, 3G, postes mobiles et packs d'accès à la TV sur ADSL.

Maroc Telecom a procédé en juillet 2009 à l'unification des programmes de fidélisation Fixe et Mobile en offrant à ses clients la possibilité de transférer les points acquis d'un compte fixe vers un compte mobile et inversement.

ADSL haut débit

A fin 2009, le parc ADSL utilisant les lignes fixes de Maroc Telecom comptait plus de 469 000 lignes, auquel s'ajoutent 174 000 clients à l'Internet haut débit Mobile 3G+, contre moins de 30 000 à fin 2008. Ainsi, le parc Internet total atteint fin 2009, 645 000 clients, en croissance de près de 26% par rapport à 2008.

Pour développer le parc de clients Internet et fidéliser la clientèle bénéficiant des offres d'accès Internet sous la marque Menara, Maroc Telecom a lancé tout au long de l'année promotions et baisses tarifaires, ainsi qu'une promotion de - 50% sur les packs et abonnements ADSL et sur les packs Internet CDMA lancés en juin 2009.

Dans le but de permettre à ses clients ADSL d'accéder à des débits plus rapides, Maroc Telecom a procédé au mois de novembre à la baisse des tarifs ADSL accompagnée du doublement des débits.



Internet en chiffres

645 000
accès (ADSL + 3G)

54%
de part de marché

99%
de part de marché
ADSL



Innovier pour accompagner la croissance des usages

Les services Grand Public

Maroc Telecom lance la MT BOX, première offre Triple Play du Maroc

Une première au Maroc : après le lancement de l'Internet ADSL en 2004, le Fixe illimité en 2005, la TV par ADSL en 2006 et l'introduction de la VoIP en 2008, Maroc Telecom a franchi le pas de la convergence « 3 en 1 » en 2009, avec la mise sur le marché de la MTBOX.

Une solution Triple Play qui vient couronner ce processus d'innovation hautement technologique couvrant tous les besoins multimédia de la famille. Avec le package multiservice MT BOX de Maroc Telecom, le client opte pour la simplicité et la facilité : un contrat unique, une facture unique.

Les services proposés par la MT BOX se composent de deux lignes téléphoniques dont l'une offre l'illimité vers les Fixes Maroc Telecom, l'Internet ADSL Haut Débit avec possibilité de connexion wifi et la Télévision par ADSL.



Maroc Telecom TV, encore plus de chaînes et de diversité



L'offre de TV numérique sur ADSL « Maroc Telecom TV » compte près de 80 chaînes de télévision nationales et internationales de référence dans tous les univers thématiques : Jeunesse & Enfants, Cinéma & Divertissement, Découverte, Musique, Information, Art de vivre, etc. Elle se compose du Bouquet d'Accès avec 30 chaînes et des Bouquets Prestige, Evasion

ouvrant l'accès à près de 50 chaînes en options payantes y compris celles de notre partenaire Canal+. Les bouquets TV sur ADSL se sont enrichis de nouvelles chaînes : Ciné Cinéma Star, Ciné Cinéma Frisson, Infosport, Planète Thalassa, Ma Chaîne Sport et de stations radio : Vibration, FG Radio, Radio Jazz.

Menara.ma portail d'information et support média de premier plan

Menara.ma est le portail web d'informations et de services bilingues (arabe - français) le plus visité au Maroc depuis 1997 avec près de 1,5 million de visiteurs mensuels en 2009. La force de Menara.ma réside dans sa capacité à s'adapter sans cesse aux évolutions des usages web de chaque communauté d'internautes (jeunes, femmes, enfants), à offrir gratuitement des prestations et contenus d'informations en phase avec leurs préoccupations et centres d'intérêt, le tout dans un cadre convivial et interactif.



Innover pour accompagner la croissance des usages

Les services Grand Public

En 2009, menara.ma s'est enrichi de nouveaux services :

Menara SIAM

Menara SIAM qui a pris naissance à l'occasion du Salon International de l'Agriculture de Meknès, offre une information de proximité accessible aux agriculteurs et populations rurales en dialecte marocain « darija ».



Menara Ramadan

En 2009 Menara Ramadan a été refondu : sélection et diffusion de vidéos, de capsules et de reportages terrain, questions/réponses avec des experts sur des sujets comme la santé, l'alimentation pendant le mois sacré, la pratique du sport, ...

Menara Junior



Le contenu de Menara Junior lancé en septembre 2009, a été favorablement accueilli par les jeunes internautes marocains et leur famille. Il propose aux enfants et aux adolescents, des contenus riches, éducatifs et divertissants. Par ailleurs, 70% des jeunes lycéens ont pu consulter les résultats du Baccalauréat 2009 grâce à la publication des résultats sur Menara.ma. L'organisation d'un jeu quiz autour de thématiques en relation avec les programmes du Baccalauréat, a permis à des bacheliers de gagner des ordinateurs portables avec connexion Internet de Maroc Telecom.



Innovier pour accompagner la croissance des usages

Les services Entreprises

Maroc Telecom fonde sa relation avec les entreprises, grandes ou petites, sur une démarche de partenariat durable. Qualité de service, fiabilité et compétitivité des offres sont les maîtres mots de sa stratégie pour l'entreprise. Il est en mesure de lui apporter une offre globale de communication toute en améliorant continuellement les solutions en terme de délais, de mise en oeuvre et de relation client.

Business Go, Maroc Telecom soutient les entreprises nouvellement créées



Lancée en décembre 2009, Business Go est une offre destinée aux entreprises et activités professionnelles nouvellement créées en vue de leur permettre de bénéficier de 50% de réduction sur leurs 3 premières factures Fixe, Mobile et Internet. Pour les soutenir dans le démarrage de leurs activités, Maroc Telecom met à leur disposition des routeurs ADSL et des modems 3G à des prix très avantageux ainsi qu'un large choix de postes fixes ou mobiles à partir de 0 dirham.



Les Solutions mobiles aux Entreprises

Optimis, la flexibilité pour les entreprises

Lancé en 2008 pour faciliter les appels intra flotte à des conditions tarifaires compétitives, ce service a été enrichi par Maroc Telecom en juillet 2009 à travers les Forfaits Optimis. Une gamme de services qui offre plusieurs avantages et options à la carte : gratuités d'appels de 8h à 20h après épuisement du forfait, tarification unique nationale, report du crédit non consommé, appels en Intra flotte illimités vers les fixes et mobiles de l'entreprise, SMS illimités vers la flotte mobile de l'entreprise, remises sur les abonnements BlackBerry® et Internet 3G.

En 2009, Maroc Telecom a poursuivi la commercialisation des offres d'abondance de plus en plus demandées par les entreprises, grâce à une gamme de forfaits illimités adaptés à leurs besoins et distribués essentiellement dans les agences Maroc Telecom dédiées aux clients PME-PMI et Grands Comptes.



Innovier pour accompagner la croissance des usages

Les services Entreprises

Les services à valeur ajoutée mobile

Pour garantir la continuité des usages professionnels, Maroc Telecom offre des outils et des technologies fiables et performantes qui facilitent la mobilité des équipes tout en leur permettant d'accéder à leur messagerie professionnelle ainsi qu'à toutes les applications de l'entreprise en plus de l'accès à Internet.

Internet Mobile

La mobilité est un enjeu stratégique pour l'entreprise. Grâce au développement rapide et à la performance de son réseau Internet 3G, Maroc Telecom répond aux besoins croissants des entreprises en accès data mobiles illimités à des conditions tarifaires compétitives. En 2009, professionnels et entreprises ont pu profiter de campagnes promotionnelles attractives.

BlackBerry®

La gamme BlackBerry® qui est particulièrement appréciée par les professionnels et les collaborateurs des entreprises s'est enrichie en 2009 du modèle tactile Storm 9500 3G.

Messagerie Mobile

L'offre de mobilité professionnelle de Maroc Telecom s'est enrichie par le lancement en juillet 2009 de la Messagerie Mobile qui offre un accès 3G dédié à l'envoi et la réception illimités d'e-mails professionnels et personnels.



Les offres de téléphonie fixes



En août 2009, Maroc Telecom a lancé le service Multifix Mobile : une gamme de forfaits qui permet à l'entreprise d'effectuer des appels vers le Fixe et le Mobile sur la base d'un forfait en minutes partagé entre toutes les lignes de sa flotte.

La gamme d'options tarifaires «Tarifs Préférence Entreprise» assure aux PME et professionnels des réductions tarifaires à la carte vers différentes destinations.

Les services de données

Maroc Telecom offre à ses clients Entreprises une gamme complète de services de transmission de données conformes aux standards technologiques les plus récents.

L'opérateur s'engage contractuellement sur un haut niveau de qualité de service. Il mesure notamment le taux de disponibilité du réseau et le maintient aux standards internationaux.

Maroc Telecom a élargi son catalogue data internationale par l'introduction de l'offre VPN Internationale à des tarifs très compétitifs. Sur la data nationale, Maroc Telecom a renforcé la compétitivité de ses accès par l'introduction de remises fidélité allant jusqu'à -30% sur les frais d'abonnement mensuel.



Innover pour accompagner la croissance des usages

Trafic International et Roaming

L'activité touristique du Maroc génère un important flux de visiteurs qui est à l'origine d'une forte activité de roaming. Grâce aux accords de partenariats préférentiels conclus avec les opérateurs étrangers les plus importants, Maroc Telecom achemine une grande partie de ce trafic.

En 2009, Maroc Telecom a reconduit les accords d'octroi de discount avec ses principaux partenaires et en a signé de nouveaux.

En fin d'année, les accords de Roaming s'élevaient au total à 493 dans 214 pays.

De plus, Maroc Telecom a étendu son offre de Roaming aux services 3G avec ses principaux partenaires et conclu des accords avec 27 opérateurs dans 22 pays pour la 3G roaming (dont 19 pays pour la 3G Out).



Les services de GPRS et MMS sont également proposés en roaming depuis fin 2003. A fin 2009, Maroc Telecom a conclu des accords avec 160 opérateurs dans 90 pays pour le roaming GPRS/MMS et offre le service MMS à l'international via MMVD (accès par login) vers 622 opérateurs.



Innovier pour accompagner la croissance des usages

La qualité de la relation client, une priorité stratégique

L'attente des clients, en matière de qualité de service, est à juste titre de plus en plus forte. Dès 2004, Maroc Telecom s'est engagé dans une démarche de qualité totale, ayant hissé cette exigence au premier rang de ses priorités.



La qualité de service, au cœur de la relation client

Maroc Telecom a obtenu en 2009 le renouvellement de la certification Qualité ISO 9001 obtenue en 2004. Les actions visant l'amélioration de la qualité de l'accueil et du service rendu aux clients ont été poursuivies : desserte des zones rurales en services voix et Internet, diversification des modes de paiement et développement de réseaux alternatifs de paiement (Internet, guichets automatiques, bornes automatiques en agences...).

Le contrôle permanent de la qualité

Afin d'évaluer l'efficacité des ces actions, 31 audits qualité internes ont été réalisés dans les directions régionales et les services centraux, consacrant près de 186j/h dont 122 aux structures ayant un impact direct sur la satisfaction des clients : agences commerciales, centres techniques et services d'installation et de service après vente. Les résultats sont là : l'organisme certificateur a constaté en novembre 2009, l'amélioration continue de la satisfaction des clients.

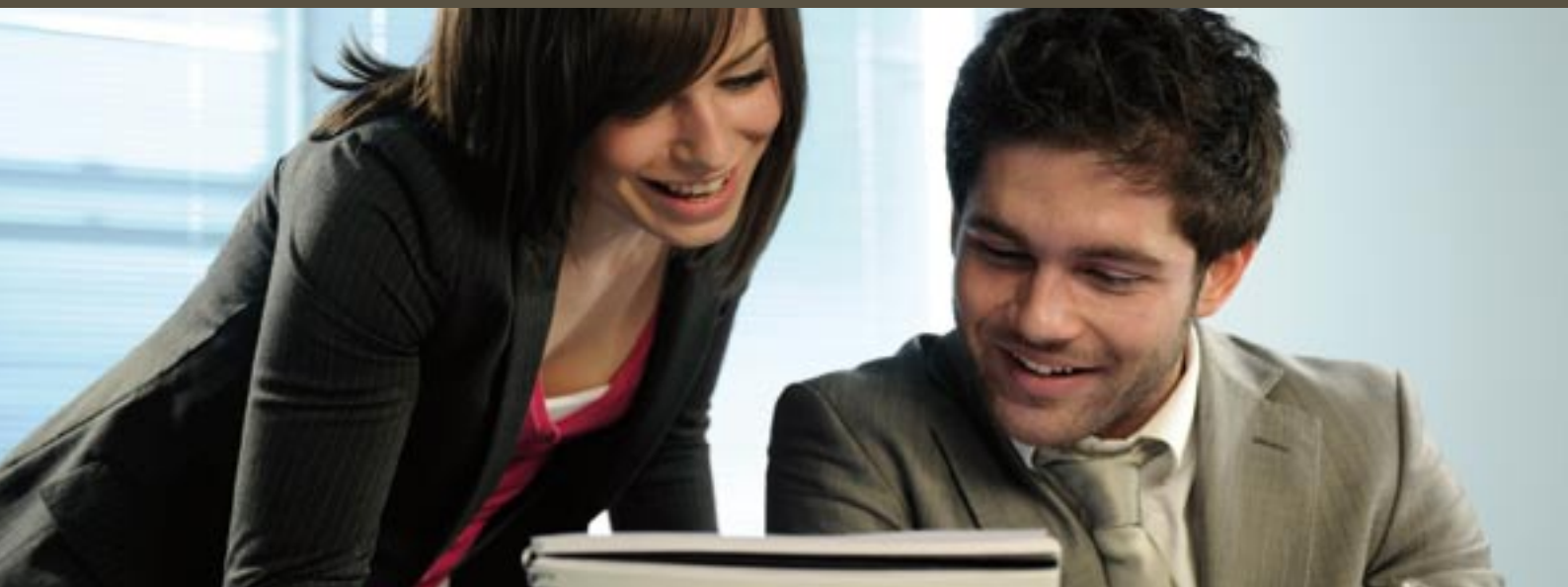
Expertise des collaborateurs et culture de qualité

La gestion optimale du service après-vente de tous les produits ainsi que la qualité technique des réseaux de transmission, représentent un atout majeur pour l'opérateur. Afin d'avoir une visibilité globale sur le service rendu au client et pouvoir réagir rapidement quel que soit le problème technique rencontré, les équipes Réseaux et Systèmes se sont mobilisées tout au long de l'année, sur la mise en place d'un contrôle de bout en bout de la chaîne technique.

Maroc Telecom a poursuivi en 2009 la formation des équipes commerciales afin d'assurer la disponibilité des produits dans les agences et les meilleures conditions d'accueil, de vente et de service après-vente.



8 S'APPUYER SUR DES FONDAMENTAUX SOLIDES



Les performances de Maroc Telecom s'expliquent par l'efficacité opérationnelle de ses réseaux et systèmes d'information, l'expertise de ses ressources humaines et la capillarité de son réseau de distribution.

Des fondamentaux solides qui lui permettent de proposer la meilleure qualité de service aux clients.

L'opérateur investit en permanence dans l'optimisation de ces ressources stratégiques.

Migrer progressivement ses systèmes vers des technologies plus modernes et des débits toujours plus rapides, développer les compétences des collaborateurs et les accompagner dans des projets professionnels valorisants, créer des espaces de proximité entre la marque et les clients, constituent les enjeux stratégiques de Maroc Telecom.

S'APPUYER SUR DES FONDAMENTAUX SOLIDES

Un réseau de distribution dense

Dynamique commerciale et modernisation du réseau

La dynamisation de la politique commerciale de l'entreprise repose sur la synergie des canaux de ventes directs et indirects déployés dans toutes les régions du Maroc. Ils visent à satisfaire toutes les attentes du client lors de l'accueil et de l'acte d'achat et à rendre les offres accessibles.

Les espaces de ventes Maroc Telecom



Maroc Telecom a poursuivi son programme de développement et de modernisation de son réseau d'agences en propre selon un concept d'espace entièrement ouvert, conçu pour permettre aux visiteurs de tester eux-mêmes les produits recherchés, avec l'aide de conseillers et sans contrainte de file d'attente. Avec 27 agences commerciales nouvellement créées et 86 agences totalement réaménagées, ce sont pas moins de 113 points de ventes du réseau de Maroc Telecom, qui affichaient à fin 2009 le nouveau design. Chacun y trouve les meilleures conditions d'accueil et d'écoute pour satisfaire tous ses besoins en télécommunications.

Disponibilité des services sur tout le territoire

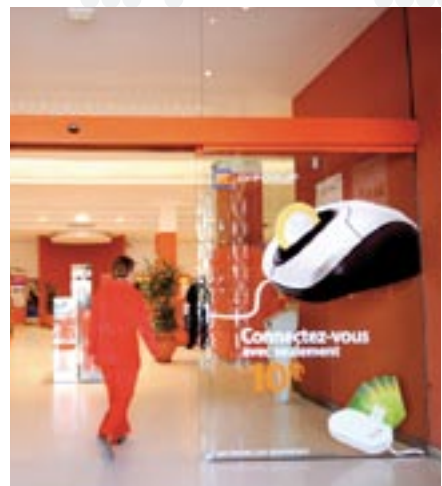
Un réseau de revendeurs de proximité

Fin 2009, le réseau commercial indirect de Maroc Telecom était constitué de plus de 60 000 points de vente dont plus de la moitié fait l'objet d'accords avec des revendeurs locaux (téléboutiques et petits commerçants indépendants) ou avec des réseaux de distributeurs nationaux (Poste Maroc, Altadis, GAM, Sicotel), couvrant ainsi l'ensemble du territoire national.

Cette distribution de proximité assure fiabilité et disponibilité des services souscrits par le client.

Un Programme d'animations en faveur des revendeurs

Maroc Telecom a mené durant toute l'année 2009 des actions de mobilisation auprès d'un large panel de revendeurs. Objectif : développer ses relations de proximité par la formation, la sensibilisation et l'émulation : organisation de Road Show, récompense des 100 meilleurs revendeurs, convention rassemblant 350 revendeurs à Marrakech, Challenge recharge prépayée (voyage en Chine pour les 30 meilleurs revendeurs gagnants et attribution de 10 véhicules pour les meilleurs revendeurs), formation et animation pour le lancement de Mobicash.



S'APPUYER SUR DES FONDAMENTAUX SOLIDES

Le site web de Maroc Telecom

iam.ma, le nouveau site fédérateur du groupe Maroc Telecom

Maroc Telecom a mis en ligne en juillet 2009, la nouvelle version de son site web www.iam.ma. Cette refonte repose sur la réunification en une seule adresse, du site institutionnel du groupe Maroc Telecom et de l'ensemble des sites web commerciaux dédiés aux abonnés, au grand public et aux entreprises (www.iam.ma ; www.mobileiam.ma ; www.almanzil.ma ; <http://abonne.menara.ma> ; <http://www.tvdsl.ma> ; www.iamentreprise.ma)

L'objectif est de rassembler en un seul espace fédérateur, l'ensemble des informations utiles quel que soit le profil des internautes : grand public, professionnels, entreprises. Simplicité d'accès aux informations institutionnelles du groupe et à la vitrine commerciale des produits et services. Le visiteur accède à l'univers Maroc Telecom en quatre rubriques majeures : Particuliers - Professionnels - Entreprises - le Groupe Maroc Telecom. Une multitude de liens lui assurent en un seul clic la disponibilité instantanée de l'information ou du service de son choix.

La gestion des contenus est assurée en temps réel grâce à un outil CMS (Content Management System : gestionnaire dynamique de contenu) flexible, souple et disposant d'un Workflow (Processus de publication) extensible et simple.

Son design se fonde sur une charte graphique épurée qui favorise la fluidité de la navigation, facilite l'accès rapide aux informations et services recherchés et s'adapte aisément aux besoins futurs d'évolution du portail. Une seule authentification du client permet l'accès aux différents services offerts : free SMS, paiement de facture, détail des informations des abonnés, ... avec un nombre minimale de clics.

Le portail fédérateur du groupe Maroc Telecom affiche une haute disponibilité et un temps de réponse respectant les normes internationales et avoisinant les 99,97%.

The screenshot displays the Maroc Telecom website interface. At the top left is the Maroc Telecom logo with the tagline 'Un monde nouveau vous appelle'. Navigation tabs include 'Particuliers', 'Professionnels', 'Entreprises', and 'Le Groupe Maroc Telecom'. The main banner features a group of people looking at a laptop, with the headline 'Vivre la réussite avec l'Internet Prépayé Mobile' and a '3G+' icon. Below this, a green box advertises 'Modem Internet 3G+ vitesse 1,8 Mb/s' for '290 Dh TTC' with '+ 1 mois de connexion offert'. To the right, an 'Actualités' section lists news items such as 'Résultats consolidés au 31 décembre 2009' and 'Des résultats meilleurs que prévu'. Below the news is a 'Finance' section with a link to 'Assemblée Générale Ordinaire - Avis'. At the bottom, there are four columns of quick links: 'ETRE AU COURANT...', 'INDICER DES...', 'CONSULTER...', and 'AUTRES LIENS UTILES...'. A 'Services' section at the bottom right includes icons for 'Paiement en ligne', 'Mes SMS gratuits', 'Régler ma facture...', 'Mobicash', and 'A-GHANY'.

S'APPUYER SUR DES FONDAMENTAUX SOLIDES

La mobilisation des ressources humaines

Les bonnes performances de Maroc Telecom dépendent des compétences et de l'engagement au quotidien de ses ressources humaines. Pour poursuivre son développement et nourrir ses ambitions, Maroc Telecom a choisi de promouvoir une politique ressources humaines fondée sur la reconnaissance de la performance et le développement des compétences.

Le développement des compétences vise l'adaptation professionnelle de chacun à son emploi mais aussi son évolution au travers de parcours professionnels conformes à ses aspirations et aux besoins de l'entreprise. La mobilité interne est un élément essentiel pour l'évolution des carrières, notamment pour accéder à des postes de responsabilité.

D'une manière générale, la valorisation du capital humain est au cœur de la stratégie des ressources humaines de Maroc Telecom.

Effectifs en chiffres

14 150 salariés
Groupe Maroc Telecom

Dont
11 100 salariés
Au Maroc

La formation, un levier d'égalité des chances



La formation et le perfectionnement constituent, chez Maroc Telecom, des investissements stratégiques, avec l'ambition affirmée d'aider chaque collaborateur à développer son potentiel de compétences nécessaires à la mobilité et la promotion internes.

Anticipant les besoins internes de formation, l'opérateur a mis au point en 2009 un riche programme de modules de formation diversifiés adaptés à tous les métiers qu'ils soient en front office ou de back office. Cette activité s'est traduite en 2009 par la réalisation de 35 733 journées de formation au profit de 15 736 participants. Ce plan de formation a permis d'assurer, en moyenne, près de 3,2 jours de formation par salarié.

Pour accompagner la montée en compétences de son personnel, Maroc Telecom a fait bénéficier plus de 2000 personnes d'une mobilité contribuant à l'évolution de leur carrière, complétée par la revue du personnel, instaurée en 2009.



Un dialogue social permanent

Dans le cadre du dialogue social continu, Maroc Telecom et le partenaire social ayant la qualité de syndicat le plus représentatif, ont signé une nouvelle convention collective pour améliorer le processus de mobilité ainsi qu'un accord portant sur la valorisation des salaires.

S'APPUYER SUR DES FONDAMENTAUX SOLIDES

Réseaux et Systèmes d'information, un outil stratégique

Aujourd'hui, le client est connecté à un réseau mondial de communications offrant une multitude de services. Ce n'est plus seulement du temps de communication qui est mis à sa disposition mais des services pour des usages de plus en plus diversifiés.

Maroc Telecom doit donc offrir toujours plus de fiabilité et de simplicité, notamment à travers la convergence des services Mobile, Fixe et Internet. A cette fin, il organise au mieux ses réseaux et des systèmes d'information, visant l'excellence opérationnelle.



Investir pour une couverture plus étendue et une qualité de services toujours meilleure

Les investissements réalisés en 2009 ont permis d'étendre le réseau GSM, en portant le nombre de BTS 2G à 5 900 au total. En fin d'année, Maroc Telecom disposait d'un réseau couvrant la totalité des villes, des centres urbains, des communes et axes routiers ainsi que la plupart des localités rurales. Pour 98% de la population répartis dans toutes les régions du Royaume, l'accès à la téléphonie mobile est désormais possible, contribuant au développement local.

Près de 2530 villages ruraux ont pu bénéficier de la couverture réseau en 2009, grâce à l'installation de 316 nouveaux sites, tel que prévu par le programme PACTE, pour lequel Maroc Telecom s'est engagé à faire accéder 7340 localités à la téléphonie mobile entre 2008 et 2011.

Maroc Telecom a aussi développé considérablement son réseau de troisième génération avec plus de 1 100 nodesB (ou points d'accès 3G) nouvellement installés en 2009, portant à près de 2 200 le nombre des points d'accès déployés pour offrir des services évolués, notamment de l'Internet Haut Débit.

Afin d'assurer une qualité de services conforme aux exigences de ses clients, y compris pendant les périodes de pointe telles que l'Aïd Al Fitr et l'Aïd Al Adha, Maroc Telecom a aussi consacré des investissements importants dans le cœur du réseau Mobile et dans les plateformes de services.

Un programme d'investissement ambitieux

4,8 milliards de Dh
réalisés en 2009

soit **18,5%**
du chiffre d'affaires 2009

La convention d'investissements entre le Gouvernement du Royaume du Maroc et Maroc Telecom

10,5 milliards de Dh
pour les années 2009-2011

3 axes principaux

- Augmentation des capacités pour assurer l'écoulement du trafic avec un haut niveau de qualité de service grâce aux technologies de nouvelle génération (NGN) et mise en œuvre des services de convergence sur le Fixe et sur le Mobile (téléphonie illimitée, TV sur ADSL, Internet Haut débit...)
- Augmentation des capacités internationales avec le câble atlas Offshore et construction d'un axe en fibre optique, reliant la ville de Laâyoune au Sud du Maroc à Nouakchott en Mauritanie et desservant les provinces de Boujdour, Dakhla et Aousserd
- Couverture des régions rurales et montagneuses enclavées dans le cadre du programme d'accès aux télécommunications PACTE

S'APPUYER SUR DES FONDAMENTAUX SOLIDES

Réseaux et Systèmes d'information, un outil stratégique

Le réseau Fixe n'a pas été en reste et a fait l'objet d'une mise à niveau pour faire face aux besoins complémentaires en transmission nationale et internationale, du fait du développement considérable des usages, qu'il s'agisse de la voix ou des données.

La fibre optique est désormais déployée sur près de 22 000 kilomètres. Le tronçon Laayoune-Dakhla de la liaison Agadir -Lagouira, commencé en 2009 a pu être mis en service en avril 2010, tandis que les travaux du tronçon Dakhla-Lagouira seront lancés dans le courant de 2010.



Afin d'améliorer les capacités mises à la disposition des entreprises, Maroc Telecom a continué à déployer dans les principales villes des boucles locales optiques. 17 nouvelles boucles ont été installées en 2009, ce qui porte leur nombre total à 77, tandis que 27 autres ont bénéficié d'une extension.

Pour faire face aux besoins croissants des internautes, la bande passante internationale a été multipliée par 2 pour atteindre 42 Gbits.



Des systèmes d'information toujours plus performants

Maroc Telecom a continué à développer ses systèmes d'information pour accompagner les évolutions de ses métiers et moderniser ses méthodes de travail. Plusieurs chantiers majeurs ont été menés à bien en 2009, tels que la mise en place du programme de fidélisation des clients de l'offre prépayée mobile Jawali, l'adaptation de tous les systèmes d'information au nouveau plan de numérotation à 10 chiffres, le paiement des factures par Internet et par bornes de paiement ou encore l'accompagnement du plan Marketing 2009.



POUR SUIVRE LE DÉVELOPPEMENT EN AFRIQUE



Maroc Telecom participe activement au dynamisme du secteur des Télécommunications en Afrique avec près de 22 millions de clients au Maroc et dans 4 autres pays d'Afrique.

Après Mauritel en Mauritanie, Onatel au Burkina Faso, Gabon Telecom au Gabon, Maroc Telecom a consolidé sa présence en Afrique en 2009 avec une prise de participation de 51% dans l'opérateur historique du Mali : Sotelma. Le nombre global d'habitants couverts est désormais de plus de 65 millions. Avec plus de 1,1 Milliard de DH d'investissement représentant 28% de leur chiffre d'affaires qui est consacré essentiellement à la modernisation de leurs réseaux de transmission et à l'extension de la couverture des réseaux Mobile, les filiales de Maroc Telecom ont réalisé des performances prometteuses en 2009.

Le parc mobile global a atteint 4,2 millions de clients, en hausse de près de 34% et le parc Internet a connu une croissance de 33% soit 56 000 clients.

POUR SUIVRE LE DÉVELOPPEMENT EN AFRIQUE

Mauritel



Opérateur global leader des télécommunications en Mauritanie, Mauritel fait partie du groupe Maroc Telecom depuis 2001. Durant l'année 2009, l'ensemble des activités de Mauritel a généré un chiffre d'affaires net de 1 105 millions de DH, en hausse de 1,7% (+4,8% à taux de change constant).

Le Mobile, en forte croissance

Mauritel est leader dans la téléphonie Mobile avec un parc de 1,335 million de clients, en hausse de 17% par rapport à 2008 couvrant les principales villes mauritaniennes.

La Carte One

Lancée en mai 2009, la carte «One» conçue sur la base d'une tarification simple et la moins chère du marché, offre des tarifs uniques vers tous les opérateurs nationaux et vers toutes les destinations internationales.

L'Internet Mobile et les contenus

D'autres innovations ont marqué l'année 2009 chez Mauritel avec le lancement de :

- ♦ L'Internet Mobile 3G, pour accéder à l'Internet en toutes mobilité, que l'on soit client post ou prépayé
- ♦ La visiophonie, étendue aux clients prépayés
- ♦ Les services de contenu : Dépêches sous forme de SMS en provenance de l'agence d'Information Sahara Media



POUR SUIVRE LE DÉVELOPPEMENT EN AFRIQUE

Mauritel

Service Al Jiwar

Ce service permet aux abonnés Mauritel d'utiliser leurs Numéros Al Jiwar au Sénégal et au Mali. La réception des appels est gratuite et l'émission est proposée à des tarifs préférentiels.

Les activités Fixe et Internet

Avec un parc de près de 41 000 lignes au 31 décembre 2009, la clientèle de Mauritel est composée, en plus des abonnés résidentiels et entreprises, de lignes de téléboutiques à hauteur de 5% du parc Fixe, ce qui favorise l'accès à la téléphonie Fixe au plus grand nombre. Mauritel offre l'accès Internet via le réseau téléphonique RTC, des liaisons RNIS, des Liaisons Louées et l'ADSL, lancé en 2006. Le parc Internet compte 6000 accès.



En mars 2009, Mauritel a lancé **Ehli Tout Temps** et **Ehli Soirs et Week-End**, deux types de forfaits plafonnés avec possibilité de recharge, permettant des communications illimitées vers le Fixe Mauritel à des conditions avantageuses.

L'activité Internet a été marquée par des baisses des prix des abonnements ADSL, RTC et le doublement de débit pour les abonnés existants.

La distribution, support de la politique commerciale

En plus de son réseau de 22 agences en propre et d'un réseau de revendeurs composé de commerces de proximité, libraires et autres vendeurs de produits télécom, Mauritel a diversifié en 2009 ses canaux de distribution par la signature d'accords de partenariat au niveau national avec des circuits organisés tels que E-Telecom et Top Technologie (leader national dans les domaines de l'informatique, la bureautique, les télécommunications et le froid.)



POUR SUIVRE LE DÉVELOPPEMENT EN AFRIQUE

ONATEL/Telmob



Acquis par Maroc Telecom en décembre 2006 à hauteur de 51%, l'ONATEL, opérateur historique des télécommunications du Burkina Faso fournit des services de téléphonie Fixe (voix et données) ainsi que l'accès à l'Internet. Les services de téléphonie Mobile sont assurés par sa filiale à 100%, Telmob. Durant l'année 2009, l'ensemble des activités au Burkina Faso a généré un chiffre d'affaires net de 1 693 millions de dirhams, en hausse de 15,3% (+16,3% à taux de change constant) grâce aux performances opérationnelles aussi bien des activités Mobile, Fixe qu'Internet.

Les activités Fixe et Internet de Onatel

ONATEL compte plus de 152 460 lignes, soit un taux de pénétration d'environ 1,1%, et couvre les principales villes burkinabé. Outre les abonnés résidentiels et entreprises, le parc clientèle ONATEL est composé à près de 10% de lignes de télécentres et de publiphones, facilitant l'accès à la téléphonie au plus grand nombre. L'opérateur offre également l'accès à Internet via le réseau téléphonique RTC, la boucle locale radio de type CDMA, les liaisons RNIS, les liaisons louées et l'ADSL, lancé en septembre 2005. Le parc Internet s'est établi à près de 23 000 accès au 31 décembre 2009, en hausse de 35% par rapport à fin 2008.

En octobre 2009, l'Onatel a mis en place une nouvelle offre « Phone Cash » qui permet à sa clientèle d'émettre des appels illimités vers deux numéros préférentiels nationaux. En outre, l'activité Fixe a été animée durant toute l'année par des promotions à la fois pour les communications nationales qu'à l'international. Avec l'offre « Dounia » par exemple, lancée en avril, l'Onatel consent des promotions intéressantes sur des appels émis vers l'étranger. Trois destinations internationales sont programmées à l'occasion de chaque période de promotion.

Par ailleurs, et pour relancer l'activité des télécentres, une baisse a été opérée à partir de mai 2009 ramenant la première mise à 50 F.

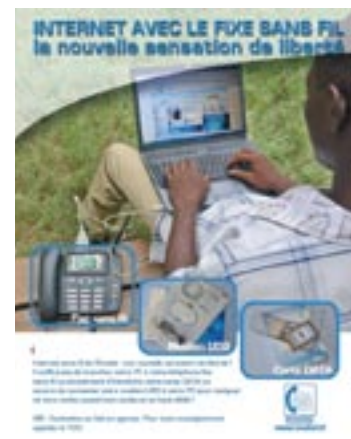
Les activités Mobile de Telmob



Telmob dispose à fin décembre 2009, d'un parc de près de 1,6 million de clients, essentiellement prépayés. Le taux de pénétration du mobile est de 28% à fin 2009 (Source Onatel), ce qui offre des perspectives de croissance importantes.

La société Telmob fournit des services prépayés et postpayés, offre le roaming international, l'Internet mobile, le MMS, le SMS, ainsi que des services adaptés aux entreprises, tels que les Groupes Fermés d'Usagers. Afin de développer son

portefeuille de clientèle et de stimuler la consommation, Telmob a consenti durant 2009, des réductions tarifaires sur les volumes et des promotions sur les kits et les recharges.



POUR SUIVRE LE DÉVELOPPEMENT EN AFRIQUE

ONATEL/Telmob

Dans un marché partagé entre les 3 opérateurs, Telmob a repris la tête en 2009 avec 42% de parts de marché (estimation Onatel) devant Zain (42%) et Telecel (16%).

L'année 2009 a été marquée par la poursuite de l'enrichissement et la diversification des offres mobiles de Telmob.

Avec la pochette KITS DUO lancée en Février, Telmob offre deux numéros d'appel permettant aux clients (jeunes en particulier), de communiquer entre eux à un tarif préférentiel. De même, l'introduction du tarif dégressif, offre aux clients prépayés la possibilité de bénéficier de réductions sur les tarifs d'appel par pallier d'une minute, au-delà de la 5^{ème} minute le temps de communication devient gratuit.

En juillet 2009, Telmob a lancé la Recharge par SMS qui offre la possibilité à ses clients d'effectuer des recharges d'une ligne à une autre par SMS.

Par ailleurs, l'activité Internet a connu une nouveauté grâce au lancement du service GPRS permettant aux clients de se connecter à l'Internet à partir de leur mobile.

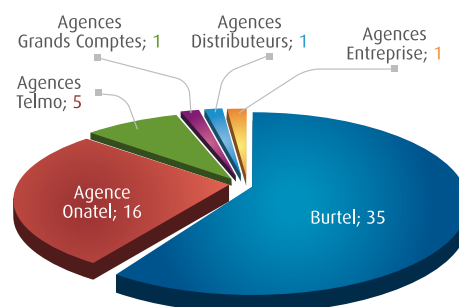


Un réseau de distribution en pleine expansion

Le réseau de distribution direct de l'Onatel compte 59 points de ventes qui assurent la vente des produits Fixe, Internet et Mobile. Pour réserver un traitement personnalisé à ses clients entreprises et grands comptes, l'opérateur a mis à leur disposition des agences dédiées.

Ce canal est appuyé, par un réseau de 70 distributeurs qui approvisionne les revendeurs et télécentres en produits prépayés fixes et mobiles.

ONATEL a noué également des relations avec la SONAPOST pour la vente dans les bureaux de postes. Des démarches sont entreprises pour étendre cette expérience à d'autres réseaux comme la loterie nationale, les pétroliers, les grandes surfaces, etc.



Pour faciliter aux revendeurs les opérations de ventes de recharge prépayée, Telmob a introduit en octobre 2009, la recharge électronique Nanan Express, un mode de recharge alternatif permettant la dématérialisation des cartes prépayées.

POURSUIVRE LE DÉVELOPPEMENT EN AFRIQUE

Gabon Télécom/Libertis



Durant l'année 2009, le chiffre d'affaires net de l'ensemble des activités du groupe Gabon Télécom détenu à 51% par Maroc Telecom depuis février 2007, s'est établi à 1 220 millions de dirhams, en hausse de 2,8% (+3,7% à taux de change constant). Le parc Mobile s'est établi à fin 2009 à 513 000 clients, en hausse de 15% par rapport à fin 2008. Le parc Fixe de Gabon Télécom était de 36 460 lignes à fin 2009, en hausse de 9% par rapport à 2008 et le nombre de clients Internet a atteint près de 20 210, en hausse de 43% par rapport à 2008.

Les activités Fixe et internet de Gabon Télécom



Le parc Fixe enregistré fin décembre 2009, 36 460 lignes, en augmentation de 10% par rapport à 2008, malgré l'intensification de la concurrence et un relatif ralentissement du marché. Gabon Télécom a maintenu son leadership en 2009, en continuant à développer des solutions innovantes et a développé son réseau de vente directe et indirecte.



En Janvier 2009 Gabon Telecom a lancé la carte prépayé Ogooué, offrant des tarifs avantageux à l'international pour tous les appels Fixe et Mobile Libertis.



L'opérateur a poursuivi ses actions en faveur du développement de l'Internet au Gabon, avec de nouvelles baisses des tarifs sur le Free net (CDMA) et l'augmentation de débit. Le parc Internet a atteint 20 210 lignes à fin 2009, en hausse de 46% par rapport à 2008, dont 3 807 clients au haut débit ADSL. Le nombre de lignes ADSL représentait à fin 2009 près de 19% du parc total Internet.

L'activité Internet a été marquée par le lancement de la clé USB Internet CDMA, à 150 000FCFA. L'offre Internet aux entreprises s'est enrichie par le lancement de l'ADSL+ : 1 connexion ADSL de 256Ko à 2Mo, 1 pool de 8 adresses IP fixes publiques, 1 nom de domaine, 10 adresses email capacité 100Ko, 50 Mo de capacité pour l'hébergement site web.

POUR SUIVRE LE DÉVELOPPEMENT EN AFRIQUE

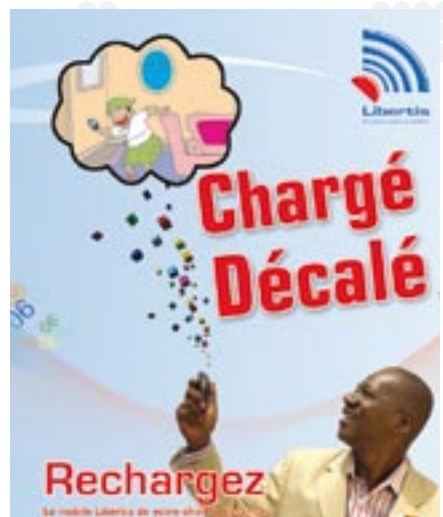
Gabon Télécom/Libertis

Les activités Mobile de LIBERTIS



Evoluant dans un marché de la téléphonie Mobile libéralisé, Libertis, filiale à 100% de Gabon Télécom, compte au 31 décembre 2009, un parc de 513 424 clients, en hausse de 15% par rapport à décembre 2008. Le taux de pénétration du mobile est de 93%.

Le parc Mobile a enregistré une croissance de 15%, atteignant 513 424 clients. Malgré l'entrée sur le marché d'un 4^{ème} opérateur mobile, Libertis a maintenu sa position avec 32% de part de marché en 2009 et a poursuivi le développement et la modernisation de son réseau tout en adaptant son offre aux nouveaux usages de la clientèle.



Libertis fournit des services prépayés et postpayés et offre le roaming et le SMS, ainsi qu'une gamme de services destinés aux entreprises. L'opérateur a procédé en 2009 à des réductions tarifaires sur les volumes et des promotions sur les recharges.

En avril 2009, Libertis a mis à la disposition de ses clients des services de transfert de crédit et de rechargement, de compte à compte « Coupé Décalé » et « Chargé Décalé ».

L'opérateur a lancé le service « YES, WEEK END » qui permet de téléphoner en illimité, entre clients Libertis, durant un week-end.

Libertis a également innové avec le service MANITO, qui offre aux jeunes un bonus de 60 SMS à l'activation du service et un bonus de 20 à 50 SMS à chaque recharge de crédit de communication.



Un réseau de distribution diversifié

Gabon telecom et Libertis ont construit avec leur distributeurs et leurs revendeurs des relations étroites. Fin 2009, ce réseau comptait 360 revendeurs directs et 15 000 revendeurs indirects.

POUR SUIVRE LE DÉVELOPPEMENT EN AFRIQUE

SOTELMA/Malitel



La SOTELMA évolue dans un secteur ouvert à la concurrence depuis 2002, et partage le marché avec un deuxième opérateur. En juillet 2009, à la suite de la cession de 51% de son capital, la SOTELMA a intégré le Groupe Maroc Telecom qui en assure désormais la gestion. Présente dans les principales régions du Mali, la SOTELMA offre une gamme variée de produits et services à travers ses réseaux Fixe et Mobile. MALITEL est le nom commercial de la branche Mobile.

Durant les cinq derniers mois de l'année 2009, le chiffre d'affaires net de l'ensemble des activités au Mali s'est établi à 554 millions de dirhams, en hausse de 3,7% sur une base comparable.

A fin 2009, la base clients de Sotelma s'est établie à près de 818 000 clients Mobile, en hausse de 39% par rapport à fin 2008, près de 65 000 lignes Fixe et près de 7 000 clients Internet.



Les activités Fixe et Internet



Avec une part de marché de 94% et un taux de pénétration de 0,5%, le Fixe dispose d'un parc d'environ 65 000 lignes et plus de 7 000 accès Internet au 31 décembre 2009. Le parc Internet est en nette évolution avec un accroissement de 220% par rapport à 2008.

Le Fixe offre le téléphone conventionnel (téléphone conventionnel, CDMA (Wassa) post payé & prépayé, RNIS), l'accès Internet via le réseau téléphonique commuté (LS Internet, ADSL, Wassa Internet, @li), la liaison spécialisée (LS point à point, IRE, circuits loués), les SVA (numéros courts, collocations), la retransmission radiophonique et télévisuelle.



POUR SUIVRE LE DÉVELOPPEMENT EN AFRIQUE

SOTELMA/Malitel

Les activités Mobiles de MALITEL



MALITEL détient une part de marché de 17%. Le taux de pénétration est de l'ordre de 30%. Elle dispose d'un parc d'environ 986 000 lignes (99% prépayé) au 31 décembre 2009. Ce parc est en croissance de 48% par rapport à 2008.

MALITEL offre le roaming ainsi qu'une gamme variée de services adaptés aux besoins différenciés de la clientèle : Grand Public (Prépayé, Post payé), Grands Comptes (Business, Privilège, Privilège+, Groupement Fermé d'Usagers etc.).

Un réseau de distribution en plein essor



En plus d'un réseau de 20 distributeurs «Master», Sotelma a recruté 4 000 revendeurs et a mis en place des franchises pour développer de nouveaux points de ventes dans le pays.



Itissalat Al-Maghrib - Société Anonyme
à directoire et à conseil de Surveillance
au capital de 5.274.572.040 Dh RC 48 947
Siège Social : Avenue Annakhil, Hay Ryad, Rabat.