

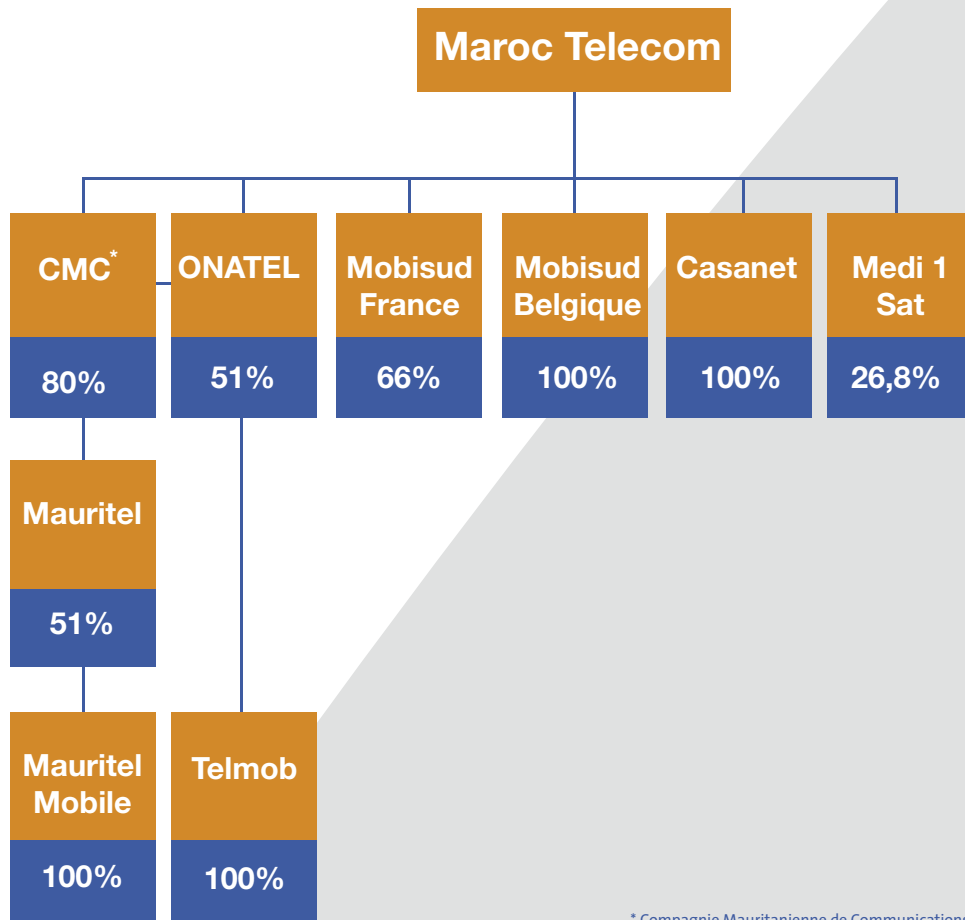




Rapport Annuel 2006



Profil



* Compagnie Mauritanienne de Communications

Sommaire

I.	Mot du Président	5
II.	Gouvernement d'Entreprise	6
III.	Les chiffres clés	10
IV.	L'action Maroc Telecom	12
V.	Les faits marquants	15
VI.	Les orientations stratégiques	18
VII.	Un leadership sur l'ensemble des marchés	21
VIII.	Des ressources optimisées	42
IX.	Les filiales et participations	47
X.	Un fort engagement pour le développement durable	51

Sommaire



Mot du président

Mot du président



Abdeslam AHIZOUNE
Président du Directoire

Croissance soutenue et excellents résultats : avec un chiffre d'affaires en progression de 10%, une rentabilité largement accrue et la hausse du titre aux Bourses de Casablanca et de Paris, l'année 2006 a confirmé la position exceptionnelle de Maroc Telecom.

Alors que le marché devient de plus en plus concurrentiel, Maroc Telecom continue à s'affirmer comme le leader des télécommunications dans tous ses segments d'activité.

Un chiffre illustre cette prééminence toujours mieux assise : en 2006, le cap hautement significatif des 10 millions de clients pour la téléphonie mobile a été franchi.

Parallèlement, tout a été mis en œuvre pour mettre l'Internet à la portée du plus grand nombre, au travers d'une politique tarifaire adaptée, et pour en rendre l'utilisation toujours plus aisée et performante grâce à l'ADSL haut débit. Ces efforts ont porté leurs fruits puisque, en un an, une progression de près de 60% du nombre d'accès à Internet a été enregistrée.

2006 a aussi été l'année du lancement d'une innovation qui fait figure de grande première au Maroc, en Afrique et dans le monde arabe : la TV sur ADSL, une réalisation d'une haute technicité qui permet d'offrir un service audiovisuel complet, accessible à tout abonné au Fixe.

Maroc Telecom, fort des succès engrangés sur le marché marocain, a entrepris de se développer à l'international et de déployer son expertise au-delà des frontières nationales. L'année 2006 a vu la concrétisation de plusieurs initiatives importantes dans ce sens.

L'un de ces chantiers vise à favoriser et encourager les liens intercommunautaires de part et d'autre de la Méditerranée; première étape de cette nouvelle stratégie, le lancement d'un opérateur mobile virtuel en France, Mobisud, qui sera suivi d'autres opérateurs du même type dans tous les pays d'Europe où se trouve une communauté maghrébine importante.

Par ailleurs, Maroc Telecom a mis à profit la privatisation d'opérateurs historiques sur le continent africain pour nouer des partenariats stratégiques de long terme en vue de développer le secteur des télécommunications dans les pays concernés à l'instar de ce que a été réalisé en Mauritanie depuis 2001. C'est ainsi qu'ont été prises des participations majoritaires dans l'Onatel, l'opérateur historique du Burkina Faso.

Où qu'il opère, Maroc Telecom veille à mettre le client et, plus largement, l'élément humain au centre de ses préoccupations. Cette constante s'est traduite par la poursuite d'une politique de développement durable active et par une action déterminée en faveur du progrès social et environnemental. L'un de ses instruments privilégiés est l'Association Maroc Telecom pour la Création d'Entreprises, créée à l'instigation de ses actionnaires, dont la vocation est de distribuer des bourses aux étudiants méritants et d'offrir aides et financements aux jeunes promoteurs porteurs de projets.

Année fertile, 2006 est aussi une année charnière pour Maroc Telecom qui, tout en consolidant incontestablement ses positions sur son marché d'origine, a entrepris d'internationaliser ses activités, en exportant un modèle qui réussit, car fondé sur des méthodes de gestion rigoureuses et de solides valeurs. Nul doute que 2007 confirmera ces évolutions...



Gouvernement d'Entreprise



GOUVERNEMENT
D'ENTREPRISE

GOVERNEMENT D'ENTREPRISE GOVERNEMENT D'ENTREPRISE

Maroc Telecom est une société anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance. Le Directoire administre et dirige la Société sous le contrôle d'un Conseil de Surveillance. Il est composé de cinq membres qui assurent collégalement la direction de la Société.

LE DIRECTOIRE



Abdeslam AHIZOUNE
Président du Directoire

Les membres du Directoire



Larbi GUEDIRA
Directeur Général du Pôle Services



Mohammed HMADOU
Directeur Général du Pôle Réseaux



Janie LETROT
Directeur Général de la Réglementation, de la Communication et du Développement à l'International

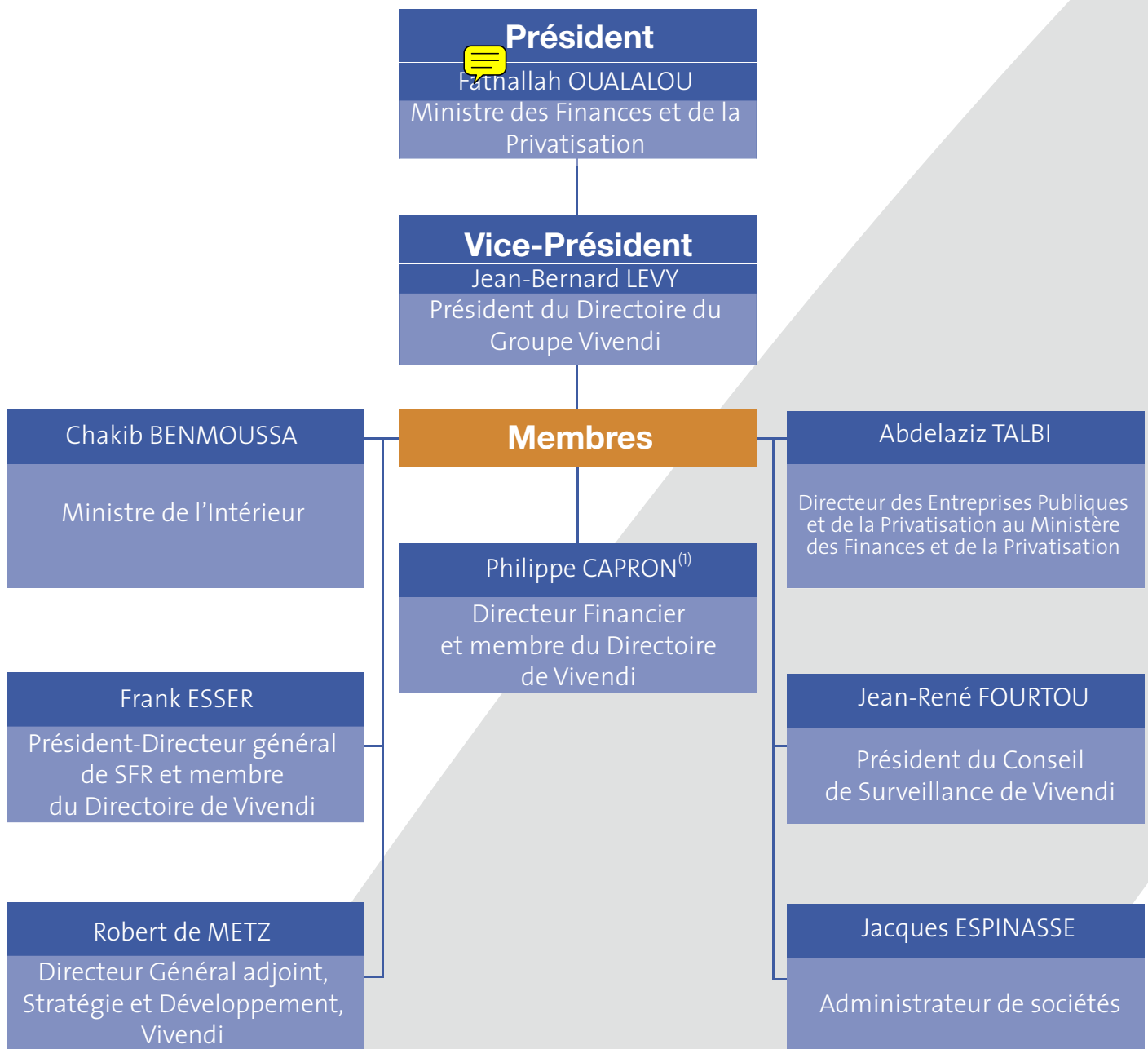


Arnaud CASTILLE
Directeur Général du Pôle Administratif et Financier



LE CONSEIL DE SUEVILLANCE

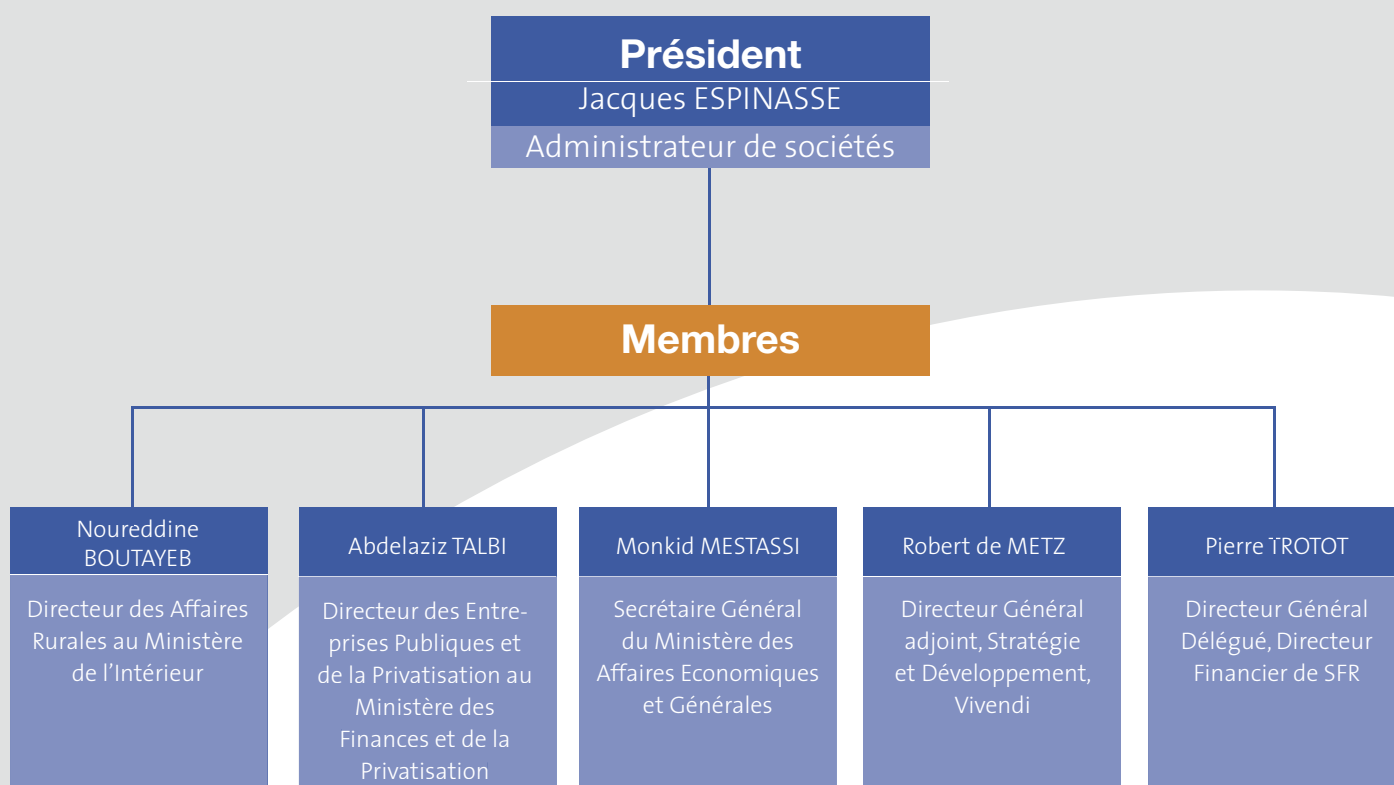
Le Conseil de Surveillance est composé d'au moins huit membres nommés pour six ans par l'Assemblée générale ordinaire, trois, représentant le Royaume du Maroc, cinq, représentant Vivendi. Le Conseil de Surveillance assure le contrôle permanent de la gestion menée par le Directoire. Il présente à l'Assemblée générale annuelle des actionnaires ses observations sur le rapport du Directoire ainsi que sur les comptes de l'exercice.



(1) Coopté le 1^{er} mars 2007, en remplacement de Mme Françoise Colloc'h.

LE COMITÉ D'AUDIT

Maroc Telecom est doté d'un Comité d'Audit, chargé notamment de faire des recommandations et/ou d'émettre des avis sur les procédures comptables régissant le fonctionnement du Groupe.





LES CHIFFRES CLES

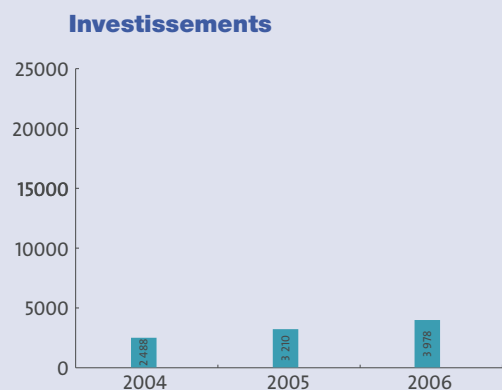
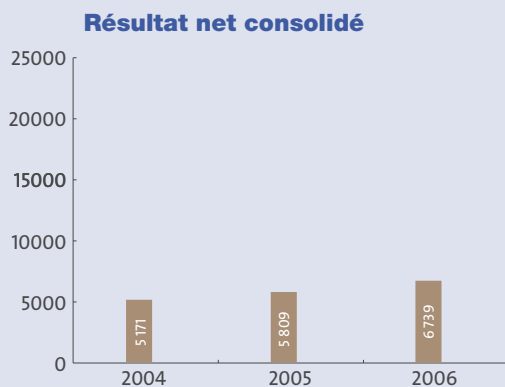
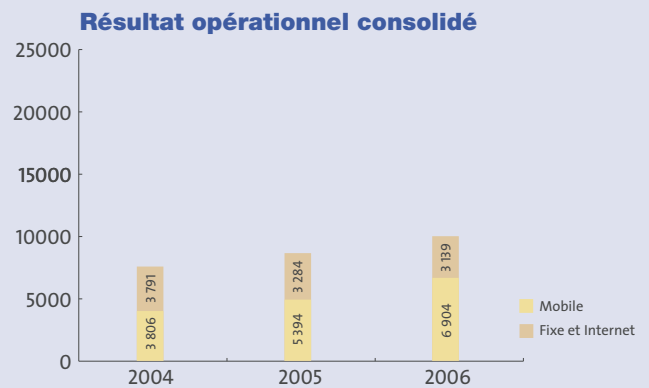
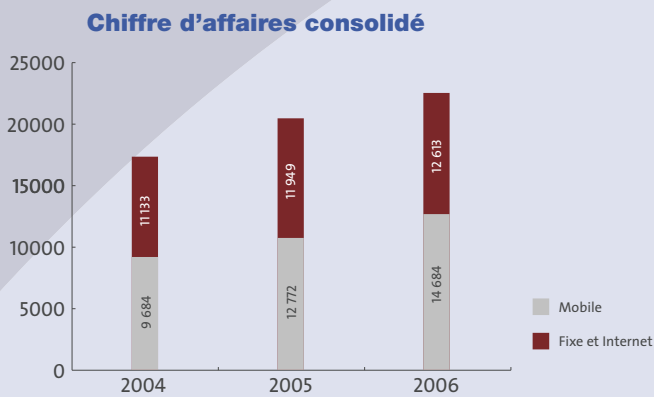
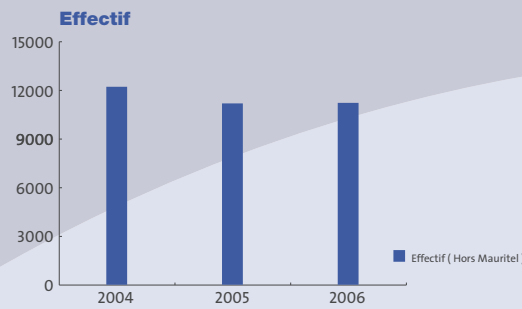
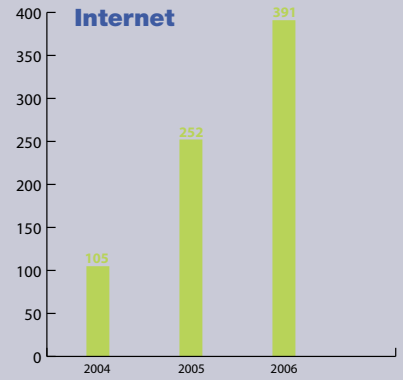
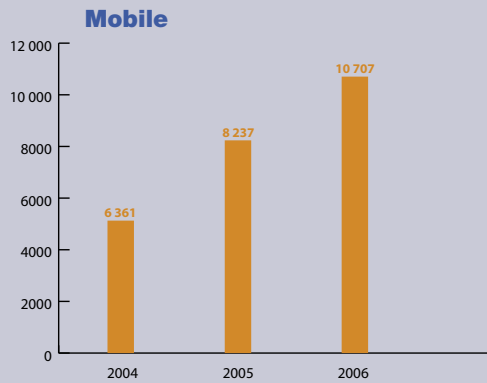
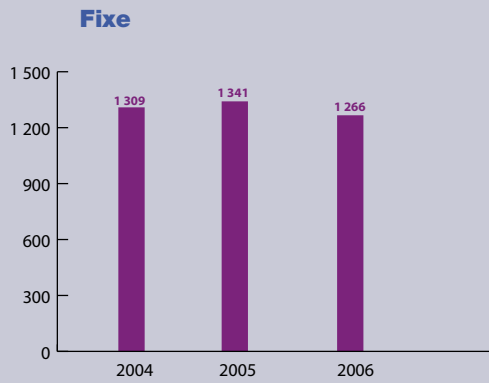
LES CHIFFRES CLES



LES CHIFFRES CLÉS

LES CHIFFRES CLÉS

31-12-2006





L'ACTION MAROC TELECOM

L'ACTION

MAROC TELECOM

L'ACTION MAROC TELECOM

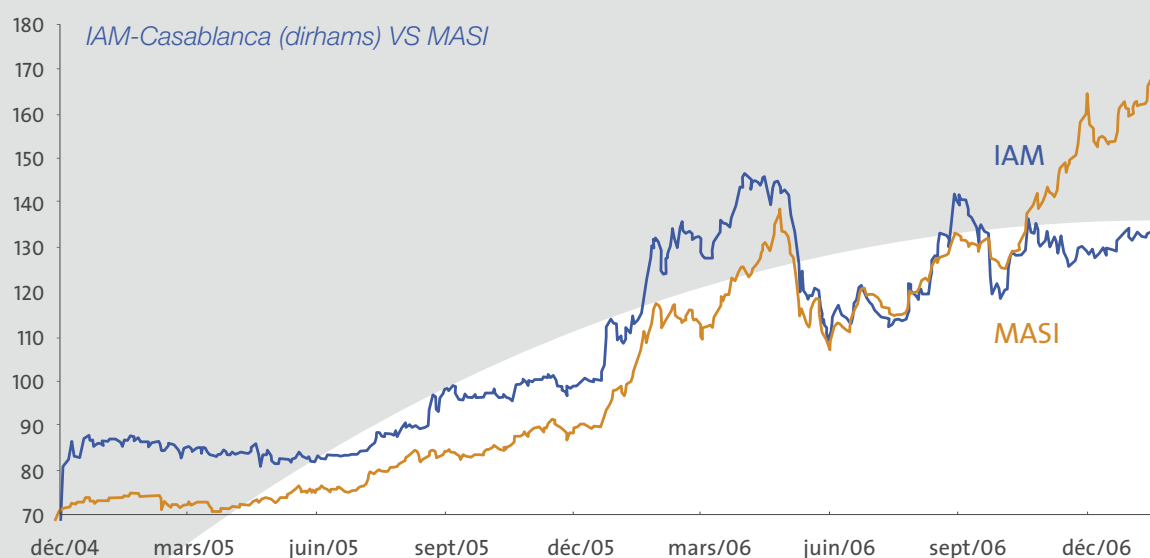
Maroc Telecom est coté simultanément sur les places de Casablanca et de Paris sous le libellé IAM.

Mode de cotation : continu

Nombre total de titres : 879 095 340

Evolution du cours à la Bourse de Casablanca

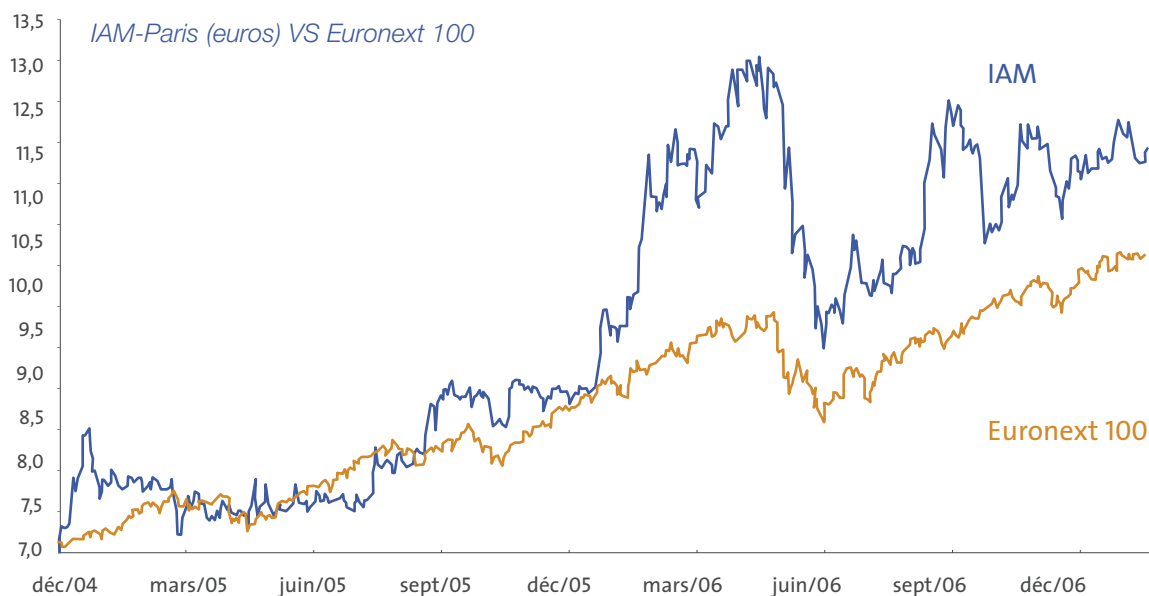
Code 8001



Evolution du cours à la Bourse de Paris

Code ISIN MA 00000 11488

SRD éligible





Les rendez-vous 2007 de l'actionnaire

02 mars	Résultats - 4 ^{ème} trimestre 2006 et Année 2006
12 avril	Assemblée Générale des Actionnaires
11 mai	Chiffre d'affaires et Résultats - 1 ^{er} trimestre 2007
23 Juillet	Chiffre d'affaires - 2 ^{ème} trimestre et 1 ^{er} Semestre 2007
02 août	Résultats - 2 ^{ème} trimestre et 1 ^{er} Semestre 2007
	Conférence Analystes & Investisseurs
05 novembre	Chiffre d'affaires et Résultats - 3 ^{ème} trimestre 2007

Dividendes distribués au cours des cinq derniers exercices

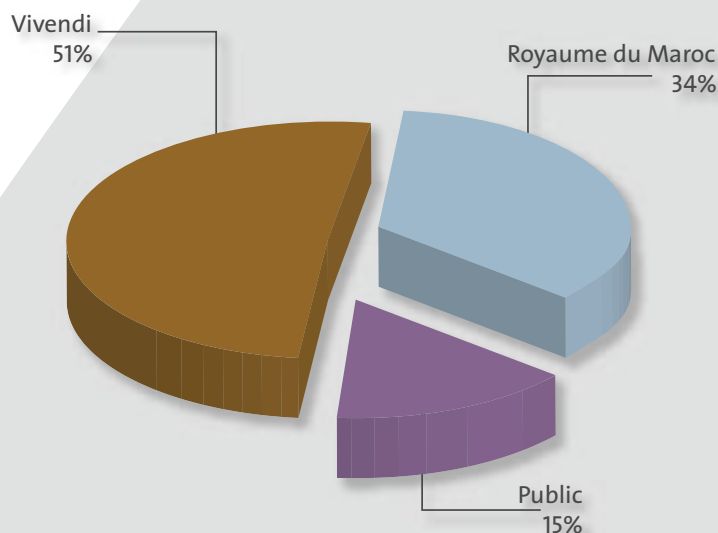
Depuis l'ouverture de son capital, la Société a été soucieuse de rémunérer ses actionnaires de manière satisfaisante tout en assurant les moyens de son développement. Maroc Telecom a l'intention de poursuivre une politique de distribution régulière et significative, en fonction de la conjoncture, de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

(Millions de Dirhams)

ANNÉE DE MISE EN DISTRIBUTION	2 003	2 004	2 005	2 006	2 007
DIVIDENDE ORDINAIRE	2 500	2 750	4 395	6 119	6 927
DISTRIBUTION EXCEPTIONNELLE		2 374		3 516	

Répartition du Capital

Au 31-12-2006





FAITS MARQUANTS 2006



FAITS MARQUANTS 2006



FAITS MARQUANTS FAITS MARQUANTS

Janvier

Adoption d'une nouvelle identité visuelle, mettant en valeur le dynamisme de la marque et privilégiant lisibilité et simplicité.

Février

Mise en service d'un pilote d'accès mobile "MobiMail" pour la messagerie d'entreprise.

Mars

Application du nouveau plan de numérotation du Fixe visant sa simplification à deux zones au lieu de quatre précédemment.

Cession de la participation de 35% de Maroc Telecom dans GSM Al Maghrib.

Révision à la baisse des tarifs VPN et de ceux de l'accès optique sécurisé.

Avril

Ouverture d'un grand espace d'exposition/vente des produits et services Maroc Telecom au Twin Center de Casablanca.



Mai

Lancement par l'ANRT de l'appel d'offres pour 3 licences Mobiles de 3^{ème} génération (3G).
Baisses tarifaires pour l'ADSL et les Liaisons Louées Internationales pour les centres d'appels.

Juin

Lancement de la télévision sur ADSL, une première au Maroc, en Afrique et dans le monde arabe.
Maroc Telecom offre gratuitement l'ensemble des matchs du mondial de football 2006, en mettant en place près d'une cinquantaine de grands écrans connectés à la TV sur ADSL dans les sites publics des principales villes du Royaume.
Baisse des tarifs des Liaisons Louées Internationales et introduction du débit à 155 Mbps.
Lancement de la construction d'un câble sous-marin, Atlas Offshore, à fibre optique entre le Maroc (Asilah) et la France (Marseille).
Réduction du capital de Maroc Telecom de 3 516 millions de dirhams et remboursement aux actionnaires de 4 dirhams/action.

Juillet

Fusion des activités Mobiles, Fixe et Internet en un pôle unique appelé « Pôle Services » afin d'exploiter au mieux toutes les opportunités offertes par la convergence.
Attribution par l'ANRT de la licence 3G à Maroc Telecom, pour un montant de 360 millions de dirhams.
Lancement de la campagne d'animation d'été 2006 : Caravane musicale, villages d'animation des plages, partenariat avec les principaux festivals au Maroc.
Obtention du label « Pavillon bleu » pour la plage d'Achakar.

Août

L'association Maroc Telecom pour la Création d'Entreprises récompense les meilleurs bacheliers du Royaume.

Septembre

Introduction du service push-to-talk « Mobitalkie ».
Lancement de Phony, nouvelle offre de téléphonie fixe illimitée.

Novembre

Mise en service d'un nouveau bouquet supérieur dans l'offre TV sur ADSL « Evasion ».

Décembre

Introduction de l'ADSL+ avec des débits allant jusqu'à 20 Mbps et baisse des tarifs de l'ADSL 4 Mbps, ainsi que de ceux des Liaisons Louées Internationales.
Lancement de Mobisud en France, nouvel opérateur virtuel français de la téléphonie mobile.
Signature d'une convention d'investissement de 7,4 milliards de dirhams avec le gouvernement marocain.
Acquisition de 51% de l'Onatel, opérateur global historique du Burkina Faso.



LES ORIENTATIONS STRATEGIQUES



LES ORIENTATIONS
STRATEGIQUES



LES ORIENTATIONS STRATEGIQUES

LES ORIENTATIONS STRATEGIQUES

Maroc Telecom poursuit son objectif stratégique, à savoir consolider sa position de leader sur chacun de ses métiers : Mobile, Fixe et Internet. Sa stratégie se décline selon les axes suivants :

Stimuler la croissance du marché du Mobile

La croissance du parc, soutenue par des baisses régulières des tarifs d'accès et la maîtrise des coûts d'acquisition et de fidélisation des clients, demeure prioritaire. Cette croissance passe par l'introduction continue de nouveaux services et des promotions.

Avec un taux de pénétration du Mobile qui est passé de 41,34% en 2005 à plus de 53,54% au 31 décembre 2006 (Source : ANRT), le marché marocain a confirmé son potentiel de croissance.

Renforcer sa compétitivité sur le marché du Fixe

Le marché de la téléphonie fixe est désormais ouvert à la concurrence depuis l'attribution en 2005 de deux nouvelles licences.

Maroc Telecom a déployé pour sa part une stratégie orientée essentiellement sur :

- La généralisation des forfaits de communication illimités fixe à fixe à des tarifs très compétitifs (Phony),
- La mise en œuvre des nouveaux relais de croissance offerts par le Fixe tels que les offres de contenus (TV sur ADSL lancée en 2006, l'offre Triple Play prévue pour 2007, voix sur IP et vidéo à la demande), rendues possibles grâce au très haut débit,
- L'amélioration de la qualité de service,
- Le lancement d'un programme de fidélisation à points permettant aux clients de bénéficier d'avantages,
- Le développement rapide de l'ADSL qui atteint 35% de pénétration des lignes fixes à fin décembre 2006 (hors téléphonie publique).

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

Maroc Telecom a adopté une stratégie volontariste de développement rapide du marché de l'Internet au Maroc. Le succès rencontré par les offres d'accès Internet ADSL illimité, de nouvelles baisses de tarifs en mai 2006 et les promotions réalisées régulièrement, témoignent du potentiel de croissance de ce marché. Maroc Telecom a centré ses efforts sur le haut débit, grâce à une politique commerciale articulée autour de baisses tarifaires progressives et d'une augmentation des débits disponibles. L'opérateur a également multiplié les initiatives visant à augmenter la pénétration de l'Internet, non seulement dans les ménages mais aussi dans les établissements scolaires et les entreprises, et à favoriser le développement des contenus et des usages de l'Internet.





Capitaliser sur ses marques et faire de Maroc Telecom une référence en matière de service clients

Fort de la notoriété de la marque mère « Maroc Telecom » et de l'attractivité de ses marques produits telles que Jawal (téléphonie mobile prépayée), El Manzil (téléphonie fixe résidentielle et professionnelle), Phony (forfaits d'appels fixes illimités) ou Menara (accès Internet), Maroc Telecom a su préserver sa position de leader sur chaque segment de marché, en s'appuyant sur :

- une offre compétitive et adaptée aux attentes des consommateurs,
- un réseau de distribution dont les atouts sont la densité et la qualité du service offert.

S'appuyer sur une infrastructure réseau conforme aux standards technologiques les plus récents

Maroc Telecom dispose de l'infrastructure réseau la plus étendue et la plus avancée technologiquement au Maroc. Grâce à son réseau moderne et performant, reposant sur un backbone de transmission en fibre optique intégralement maillé et sécurisé, Maroc Telecom offre une gamme complète de services de télécommunications de haute qualité (Fixe, Mobile, Données et Internet haut débit).

Pour maintenir un réseau fiable, à la pointe de la technologie, et permettant d'offrir de nouveaux services innovants à ses clients, Maroc Telecom poursuit sa politique d'investissements, en visant en priorité le développement des capacités et la densification de la couverture, l'introduction de nouvelles technologies Mobile et Fixe, l'optimisation des réseaux et le renforcement des réseaux d'interconnexion nationale et internationale.

Maintenir une gestion financière rigoureuse et une structure financière solide

Maroc Telecom entend maintenir son niveau de rentabilité en conciliant un développement commercial régulier et dynamique, avec la maîtrise des coûts. Sa capacité de générer des flux de trésorerie importants, lui permet de consolider son assise financière et de distribuer régulièrement des dividendes à ses actionnaires.

Nouer des partenariats stratégiques de long terme en vue de développer le secteur des télécommunications en Afrique tels que Mauritel en Mauritanie et l'ONATEL au Burkina Faso. Favoriser les communications entre l'Europe et l'Afrique à partir de MVNO tel que Mobisud France.



UN LEADERSHIP SUR
L'ENSEMBLE DES MARCHÉS



UN LEADERSHIP
SUR L'ENSEMBLE DES MARCHÉS



UN LEADERSHIP SUR L'ENSEMBLE DES MARCHÉS UN LEADERSHIP SUR L'ENSEMBLE DES MARCHÉS

3 opérateurs globaux sont présents sur le marché des télécommunications au Maroc. Maroc Telecom qui opère dans le Fixe, le Mobile (2G/3G) et l'Internet, est leader sur l'ensemble de ses segments d'activité.

Les succès enregistrés par Maroc Telecom témoignent de sa capacité d'adaptation et de son efficacité opérationnelle. Son offre innovante et la qualité de ses prestations, s'appuyant notamment sur son avance technologique et la créativité de ses actions marketing, lui permettent de relever les défis de la concurrence.

En 2006, grâce à la convergence croissante des technologies de communication, Maroc Telecom a proposé des services innovants et diversifiés au grand public que ce soit en matière de téléphonie Mobile, Fixe ou d'Internet et des solutions adaptées à toutes les catégories d'entreprises.

Grand Public

Innover pour satisfaire le plus grand nombre

Le Mobile, croissance et innovation

- Parc : 10,7 millions de clients / +30% vs 2005
- Part de marché(*) : 66,9% / +0,4 pt vs 2005

Maroc Telecom a maintenu sa position de leader incontesté avec une très forte croissance du parc (+ 30%) et une part de marché de 66,9% au 31 décembre 2006 (source ANRT). Les revenus du Mobile ont dépassé pour la première fois ceux du Fixe en 2005, tendance qui s'est confirmée en 2006.

La demande prépayée est prépondérante

Près de 10,3 millions de clients au 31 décembre 2006 ont opté pour les produits prépayés Jawal, constituant 96% du total du parc Mobile. La poursuite de la forte progression du parc prépayé s'explique par les très nombreuses initiatives prises par Maroc Telecom, telles que notamment :

- L'introduction d'une nouvelle pochette à 30 dirhams TTC ainsi que d'une recharge 10+20 permettant de disposer de deux montants de recharge sur une seule et même carte selon les besoins, a rendu les cartes Jawal encore plus compétitives.

* Source : ANRT



- Des bonus sont accordés automatiquement dès l'achat d'une recharge de 50 dirhams ainsi que des promotions à l'acquisition : doublement du crédit initial, bonus à valeur ajoutée en SMS. En élargissant la gamme des recharges et en offrant de nombreuses promotions, non seulement sur la voix, mais aussi sur les SMS et MMS, Maroc Telecom a fidélisé sa clientèle.
- Les prix des terminaux ont à nouveau baissé et les prix en entrée de gamme ont été réduits à 249 dirhams (avec un crédit de communication de 10 dirhams TTC).
- Les moyens de recharge disponibles ont également été diversifiés avec un double objectif : faciliter le rechargement pour le client et réduire les coûts de distribution. Maroc Telecom a mis en place la recharge Express, une solution dématérialisée qui simplifie le mode de rechargement que ce soit pour les clients ou pour les gérants de points de vente.

Les abonnements postpayés, un fort potentiel de consommation

Maroc Telecom a incité ses clients prépayés à bénéficier des offres postpayées. D'une part, les services Jawal incluent la possibilité pour la clientèle de faire migrer gratuitement son compte prépayé en abonnement ou forfait postpayé tout en conservant son numéro d'appel. D'autre part, Maroc Telecom a mis en place des forfaits postpayés maîtrisés, qui sont attractifs pour les clients prépayés souhaitant migrer vers le postpayé tout en maîtrisant leurs dépenses de communication. Ces offres ont été soutenues par la fréquence des campagnes promotionnelles.

Pour conforter le parc postpayé qui comptait près de 410 000 abonnés au 31 décembre 2006, constitué essentiellement de forts consommateurs exigeants en matière de qualité des prestations et de produits innovants, Maroc Telecom a créé de nouveaux services et proposé des options attractives.

A partir de janvier 2006, les clients des Forfaits Particuliers 1h à 4h et de l'ensemble des Forfaits Maîtrisés et Forfaits Liberté ont pu souscrire à l'offre « deux numéros illimités ». Rappelons qu'en 2005, les clients des Forfaits Particuliers 5h à 15h s'étaient vus proposer les offres « cinq numéros illimités » ou « sept numéros illimités ».





Fidélío, un programme de fidélisation au succès croissant

Près de 83000 abonnés se sont réengagés en 2006 pour 12 ou 24 mois grâce au programme Fidélío de fidélisation par points, mis en place en 2002, qui permet de faire bénéficier les clients mobiles d'avantages tels que terminaux gratuits ou à prix réduits, communications et SMS gratuits.



Les services à valeur ajoutée

L'offre de services innovants comme les SMS, MMS, WAP, GPRS, pour lesquels Maroc Telecom introduit constamment de nouvelles fonctionnalités et nouveautés, s'est développée rapidement et s'est diversifiée.

VMS (voice mail system)

En 2006, le service de la boîte vocale a été enrichi par l'introduction de quatre nouvelles fonctionnalités :

- Dépôt direct des messages à partir d'un réseau autre que GSM IAM
- Notification des appels manqués
- Traitement (modification/annulation/validation) des messages avant dépôt (un service offert exclusivement par Maroc Telecom)
- Perso boîte vocale : lancé en Mai 2006, ce service a permis aux clients prépayés et postpayés disposant d'une boîte vocale, de personnaliser l'annonce d'accueil en toute originalité par des messages musicaux ou humoristiques.

Plus de 8 millions de boîtes vocales ont été mises en service, soit près de 75% du parc actif des clients Mobiles.



SMS

Le SMS a continué sa progression avec la multiplication des promotions. En effet, plus de 1,4 milliard de SMS (envoyé depuis un mobile IAM), ont transité par le réseau Maroc Telecom, en augmentation de 23 % par rapport à 2005.



MMS

Le parc MMS, qui a atteint près de 1,5 million de clients à fin 2006, a enregistré une forte croissance de 67% par rapport à fin 2005. Cette croissance du parc MMS a entraîné une augmentation de 17% du trafic qui a atteint un volume de 23,4 millions de messages échangés.

En mars 2006, afin de permettre aux clients mobiles d'envoyer des MMS avec des photos et images de haute qualité, la taille maximale permise d'un MMS sur le réseau Maroc Telecom est passée de 50 à 100 Ko. En octobre 2006, une nouvelle tarification MMS a été adoptée distinguant entre les MMS Texte et les MMS Photo.



GPRS

Le service GPRS a continué sa croissance avec le développement des gratuités GPRS offertes aux clients Business Class. A fin 2006, près de 5% des abonnés contre 1,5% en 2005, avaient le service GPRS activé.



« Recharge pour Moi ou Pour un Proche »

Le nouveau service de recharge « Recharge pour moi ou recharge pour un proche », permet à un client Forfait Maîtrisé, Forfait Liberté ou Forfait Liberté SMS/MMS, de recharger son propre compte ou de recharger le compte d'une tierce personne, si celle-ci est un client Forfait Maîtrisé, Forfait Liberté, Forfait Liberté SMS/MMS ou Jawal.

Service Chat SMS « SMS ZONE »

Le Chat SMS ou la SMS zone matérialisée par le numéro court SMS 2222 est un espace virtuel de rencontres, de discussions, de jeux et de partage entre différents clients (chateurs) via SMS. Afin d'animer la SMS Zone auprès de sa clientèle, Maroc Telecom a diffusé régulièrement en 2006 des messages (teasing) de relance ou d'appel à participation à des jeux lancés, tel que le « Footballeur mystérieux ».



Mobile Zone Web

La Mobile Zone WEB est un portail qui offre des services de personnalisation du Mobile pour les clients postpayés et prépayés de Maroc Telecom : sonneries mono ou polyphoniques, logos et jeux java. Chaque contenu est identifié par un code spécifique.

Le client peut télécharger ces contenus directement depuis son mobile en envoyant le code du contenu à un numéro court SMS.

La Mobile Zone a été mise sur le marché en Mai 2006 avec le lancement en avant première de l'épisode III de « Stars Wars ». Pour développer ce service, plusieurs animations ont été activées et des licences à grande notoriété au Maroc ont été associées à Mobile Zone :

- A travers la licence Liga saison 2005/2006, le service de téléchargement Mobile Zone a offert aux clients la possibilité de télécharger des sonneries ainsi que des images et vidéos de l'ensemble des matchs de la saison.
- Un mini site dédié au foot a été intégré dans le portail à l'occasion de la Coupe du monde 2006, proposant le téléchargement des hymnes des équipes en sonneries, des images couleurs et animées, des jeux java et des thèmes sur le football, et enfin des séquences vidéo extraites de matchs des précédentes coupes du monde.
- En marge des concerts d'Elissa et de Tina Arena, des sites dédiés à leurs contenus ont été activés sur Mobile Zone.
- Un programme soutenu de teasing SMS et de jeux tombola a été mis en place à l'occasion d'événements divers : Ramadan, Aid El Fitr ou concerts tels que celui de Natasha St-Pier, ...

Licence « Coupe du monde 2006 » – Portail WAP Mobileiam

Grâce à l'obtention par Maroc Telecom de la licence Coupe du monde 2006, les clients disposant d'un accès GPRS ont bénéficié d'un contenu dédié à la coupe du monde, directement à partir de leur mobile sur le portail WAP mobileiam : calendrier des matchs, scores, vidéos, abonnements « actu » par SMS/MMS.





Le Fixe, un marché qui s'ouvre à la concurrence

- Parc : 1,27 million de lignes / -6% vs 2005
- Concurrence naissante en 2006

Maroc Telecom gérait 1,27 million de lignes fixes fin 2006, hors parc interne. Le taux de pénétration de la téléphonie fixe était de 4,2% à fin 2006 (source ANRT) ; ce taux, calculé par rapport au nombre de foyers, s'élève à près de 15%.

El Manzil, une marque renforcée grâce à l'offre Phony

C'est au travers de sa marque « El Manzil » que Maroc Telecom met à la disposition de ses clients un large éventail d'offres de produits et services pour bénéficier du confort d'un téléphone à domicile adapté à leurs besoins à des prix abordables.

Les offres packs El Manzil

Les offres packs « El Manzil » combinent l'installation gratuite d'une ligne téléphonique fixe (pour les nouveaux clients) avec la fourniture d'un terminal partiellement subventionné. L'offre de packs « El Manzil » continue de se développer avec des tarifs toujours très accessibles et un large choix de terminaux multifonctions analogiques et numériques DECT.

Phony, le succès croissant des forfaits illimités

Avec le lancement de l'offre Phony en septembre 2006, Maroc Telecom met à la disposition des clients, différentes formules d'abonnements illimités au choix, en Soir et Week end ou en Tout Temps.

Ce service permet au client de téléphoner gratuitement et sans limite de nombre ou de durée d'appels vers tous les Fixes de Maroc Telecom (locaux et nationaux).

La gamme de Phony se compose de 3 formules : Classique, Plafonnée et Liberté.

PHONY CLASSIQUE : Appels illimités vers tous les Fixes Maroc Telecom avec facturation postpayée des appels vers d'autres destinations.

PHONY PLAFONNE : Appels illimités vers tous les Fixes Maroc Telecom avec un crédit mensuel plafonné pour les appels vers d'autres destinations.

En cas d'épuisement de son crédit, le client peut recharger son compte grâce aux recharges El Manzil (par cartes à gratter ou par téléphone au 114) en bénéficiant des promotions fréquentes de double recharge.

PHONY LIBERTE : Appels illimités vers tous les Fixes Maroc Telecom avec des forfaits Durée de communication pour les appels vers Mobiles à tarifs préférentiels, de 1 à 5 heures.



Un programme de fidélisation à points

Le programme de fidélisation El Manzil basé sur un système de points permet à tous les clients Résidentiels et Professionnels du Fixe (classique et Phony) de cumuler des points en fonction du montant de leur facture mensuelle pour les convertir en cadeaux. En 2006, le catalogue de conversion des points El Manzil a été diversifié et enrichi par des produits Internet, TV et Mobile dans le cadre de la stratégie de convergence des services. Ainsi la gamme des cadeaux proposés à la conversion se compose désormais de cartes El Manzil, Télécartes, terminaux téléphoniques variés, routeurs modem WIFI, Packs TV ADSL, postes Mobiles, Pochettes Jawal et Mobisud.

TV sur ADSL

La Télévision sur ADSL Maroc Telecom est une première sur le plan africain et arabe. Véritable alternative au piratage, ce service audiovisuel au menu diversifié, permet aux téléspectateurs marocains de recevoir en qualité numérique sur leur petit écran et en toute légalité près de 60 chaînes de télévision nationales et internationales grâce à la technologie ADSL. Composée en partie avec l'appui de Medias Overseas, filiale du groupe Canal, lui même filiale de Vivendi, l'offre proposée est riche et variée. Etudiée avec soin, elle s'adresse à toute la famille, sans danger pour les enfants.

L'offre TV sur ADSL se compose de 4 bouquets. 3 bouquets ont été lancés en juin 2006 : Accès, Découverte et Prestige. En novembre 2006, l'offre a été enrichie d'un nouveau bouquet « Evasion », bouquet supérieur avec 11 nouvelles chaînes en plus de celles du bouquet Prestige.

En parallèle, Maroc Telecom a procédé en novembre à une opération d'enrichissement des 3 premiers bouquets sans incidence sur leur tarif d'abonnement.





La téléphonie publique, un outil essentiel

La téléphonie publique reste le moyen de communication privilégié d'une grande partie de la population à revenu modeste. Afin de s'adapter à la diversité des situations, Maroc Telecom a recours à toutes les technologies disponibles pour déployer les cabines publiques dans les stations balnéaires à fort afflux touristique, les festivals annuels, les souks hebdomadaires, les hôtels, les gares routières et ferroviaires, les établissements postaux...

Maroc Telecom gère un parc de plus de 157 000 lignes publiques à fin 2006, en direct ou au travers de 44 000 téléboutiques réparties sur l'ensemble du Royaume.

Par ailleurs, une nouvelle carte d'appel prépayée dénommée « Nouvelle Télécarte » a été mise sur le marché en février 2006. Associant à la fois les concepts de carte à puce et de carte à compte prépayée, la Nouvelle Télécarte est utilisable à partir des publiphones Maroc Telecom et des lignes fixes privées à domicile. Cette carte est commercialisée sans abonnement ni engagement et vient en remplacement des deux offres de cartes prépayées :

« Kalimat », qui était utilisable uniquement à partir d'un poste fixe privé et la « Télécarte » utilisable exclusivement à partir d'un publiphone.

En décembre 2006, la part de Maroc Telecom sur le marché de la Téléphonie Publique est estimée à environ 90%, en pourcentage du nombre de lignes (Source : Maroc Telecom).



Les Entreprises

Un marché à fort potentiel

Entreprise leader et premier fournisseur d'infrastructures télécoms au Maroc, Maroc Telecom est au service de l'entreprise marocaine et d'une économie nationale en rapide développement. L'opérateur offre aux Entreprises des solutions diversifiées, qui s'appuient sur les technologies les plus récentes pour répondre à l'ensemble de leurs besoins, que ce soit en matière de Fixe, Mobile, d'Internet ou de services pour les centres d'appels.

GESTION PAR L'ÉCOUTE

Afin de garantir une qualité de service de haut niveau et de développer constamment des solutions adaptées aux besoins spécifiques des PME/PMI ou des entreprises Grands Comptes, Maroc Telecom a mis à leur disposition des centres de relations client dédiés.

- Le service clientèle Entreprises apporte tous les renseignements sur les solutions Voix et DATA de Maroc Telecom, les promotions en cours ainsi que les baisses tarifaires appliquées.
- Le centre d'appels technique Entreprises est l'interlocuteur des Entreprises pour tout dérangement sur les accès DATA et accès Primaire Marnis. Les clients peuvent le contacter 24h/24 et 7jours/7.



Mouzdaouij

Les offres Mouzdaouij permettent aux entreprises Grands Comptes de maîtriser le volume des communications de leurs collaborateurs ; elles donnent la possibilité d'avoir deux numéros d'appel sur une même carte SIM pour différencier les appels professionnels des appels personnels.

L'offre de mobilité professionnelle de Maroc Telecom s'est enrichie durant l'année 2006 de deux services innovants parfaitement adaptés aux besoins des entreprises qui veulent gagner en productivité et en réactivité :

Service Push Mail « MobiMail »

En février 2006, Maroc Telecom a développé un pilote d'accès mobile pour la messagerie d'entreprise en mode Push. Ce nouveau service permet à un client mobile de recevoir ses emails sur son mobile en temps réel et d'accéder de façon simple et spontanée à son agenda et à l'annuaire de son entreprise.






Service Push To Talk « Mobitalkie »

En septembre 2006, le service Push to Talk a été lancé en exclusivité sous le nom Mobitalkie pour les clients Entreprises. Ce service permet de communiquer en mode vocal, de façon semblable au Talkie-walkie traditionnel, mais sur de simples téléphones portables, au travers de la couverture nationale et internationale (roaming) qu'offre le réseau GPRS.

Wellcom Pack PABX

Depuis octobre 2003, Maroc Telecom a développé une solution « Wellcom Pack PABX », offre clé en main de standard téléphonique comprenant l'installation, la maintenance des équipements et l'évolution du standard téléphonique en fonction des besoins du client. En 2006, et comme chaque année, en partenariat avec de grands constructeurs, Maroc Telecom innove pour améliorer les équipements du Wellcom Pack PABX, notamment en standards et postes téléphoniques plus évolués, riches en fonctionnalités et moins coûteux pour l'entreprise.

Transfert des données

Le transfert de données est un marché en pleine croissance. Maroc Telecom l'accompagne en introduisant de nouvelles technologies et par des baisses tarifaires régulières. Sa gamme de produits, principalement destinée aux entreprises, est conforme aux standards technologiques les plus récents.

L'offre de réseau VPN IP, introduite en 2004, a été enrichie en 2006 par un accès VPN IP ADSL.



LES CENTRES D'APPELS

Avec le plan « Emergence » mis sur pied par le Gouvernement marocain, les centres d'appels et autres activités offshoring sont devenus un enjeu économique majeur pour le pays. La force de son infrastructure réseau, combinée à son expertise, ont fait de Maroc Telecom le premier partenaire des centres d'appels pour les prestations de communication.

Maroc Telecom a adapté son offre de Liaisons Louées à la demande des centres d'appels qui se développent rapidement dans le Royaume. Des tarifs étudiés et un guichet unique leurs sont dédiés.

L'opérateur dispose d'un catalogue complet d'offres innovantes, voix (Fixe, Mobile), Internet et Data, à même de répondre à tous les besoins de communication d'un centre d'appels.

Maroc Telecom devient son partenaire unique à travers un seul contrat, une seule facture. Au-delà de la prestation de fourniture d'accès et des technologies associées, Maroc Telecom lui apporte une assistance dans la mise en place de son activité à travers des procédures innovantes qui passent par le conseil sur le choix des sites d'implémentation, le conseil juridique et la mise en œuvre du projet et l'aide technique à l'intégration des équipements réseau.





Internet, l'ADSL en plein essor

- Parc : 384 000 lignes / +59% vs 2005
- 35% des lignes fixes
- Part de marché : 98% (source ANRT)



Maroc Telecom a poursuivi sa politique volontariste de développement de l'ADSL afin de permettre au plus grand nombre d'accéder à l'Internet. En témoignent les nouvelles baisses tarifaires de mai 2006 et novembre 2006 ainsi que les promotions fréquentes (Pack modem gratuit, mois d'abonnement gratuits, prix du débit supérieur au prix du débit inférieur, etc.). En décembre 2006, l'ADSL+ a été commercialisée avec les débits de 8 Mbps et de 20 Mbps.

Au 31 décembre 2006, Maroc Telecom comptait 390 617 accès Internet, ce qui représentait plus de 35% des lignes fixes (hors téléphonie publique).

Tout comme en 2005, la croissance du parc Internet en 2006 reste soutenue grâce à la commercialisation de l'ADSL, lancée en novembre 2003 et commercialisée dans sa formule « Illimité » à partir de mars 2004. Au 31 décembre 2006, l'ADSL représentait plus de 98% de l'ensemble des modes d'accès utilisés par les abonnés Menara pour se connecter à l'Internet. Maroc Telecom détenait alors 98% de parts de marché sur ce segment (Source : ANRT).

Menara, premier portail du Maroc

Le portail Menara.ma est aujourd'hui reconnu comme un support média de premier plan, avec un écosystème de partenaires pertinents et de grands annonceurs marocains et internationaux.

Menara.ma est le premier portail Internet du Maroc et le premier portail francophone en Afrique, avec plus de 30 millions de pages vues et 3 millions de visiteurs par mois.

Outre des rubriques d'informations riches et diversifiées, Menara.ma offre aux internautes un ensemble de services interactifs, pratiques et ludiques (emploi, junior, musique, cinéma, petites annonces, rencontres...).

L'édition du portail Menara mobilise une vingtaine de personnes (journalistes, webmarketeurs, infographistes, développeurs et animateurs) qui assurent la mise à jour et le développement du portail.



Trafic et Roaming internationaux

Le trafic international entrant terminant au Maroc, tant sur les réseaux Fixe que Mobile, représente un volume supérieur à un milliard et demi de minutes en année pleine et progresse de façon régulière. En 2006, le volume du trafic international entrant au Maroc a été environ 5 fois supérieur au volume du trafic sortant du Maroc (Estimation : Maroc Telecom).

Au 31 décembre 2006, Maroc Telecom a passé un total de 413 accords de roaming avec des opérateurs partenaires dans 212 pays dont 7 grâce à des accords avec les opérateurs des systèmes GMPCS (Thuraya et Globalstar).

Les services de GPRS et MMS sont également proposés en roaming depuis fin 2003. Au 31 décembre 2006, Maroc Telecom a conclu des accords avec 90 opérateurs dans 60 pays pour le roaming GPRS/MMS (dont 50 pour le roaming out) des postpayés et 76 opérateurs dans 48 pays pour les prépayés (dont 32 pour le roaming out).





Un réseau de proximité L'exigence d'être plus proche de ses clients

La proximité et la satisfaction du client étant au centre de ses préoccupations, Maroc Telecom dispose d'un réseau de distribution étendu avec un réseau direct et un réseau indirect comprenant plus de 41 000 points de vente dont 17 500 font l'objet d'accords de distribution avec des distributeurs nationaux et des revendeurs locaux couvrant ainsi l'ensemble du territoire national.

En 2006, les différents canaux de distribution déployés sont :

- Un réseau direct de 287 agences qui se répartissent en quatre grandes catégories : agences Grands Comptes, agences Entreprises, agences Revendeurs et agences Grand public, pour mieux répondre aux besoins des clients.
- Un réseau de proximité constitué de distributeurs indépendants nationaux et régionaux. En 2006, Maroc Telecom a conclu des accords avec de nouveaux distributeurs.
- Un réseau indirect formé de petits commerçants indépendants et gérés par l'agence commerciale Maroc Telecom la plus proche.
- Un réseau de partenaires indépendants tels que Barid Al Maghrib (Poste Maroc) et la Régie des Tabacs.



En 2006, Maroc Telecom a inauguré le premier grand espace d'exposition/vente de ses produits et services au Twin Center de Casablanca. Il s'agit d'un nouveau concept d'agences appelé à être décliné dans les autres villes du Royaume et dont l'objectif principal est de créer les meilleures conditions d'accueil et d'écoute des clients. Entièrement ouvert, cet espace a été spécialement conçu pour permettre aux visiteurs de tester eux-mêmes les produits recherchés, avec l'aide des conseillers et sans contrainte de file d'attente. C'est aussi un lieu convivial et agréable où familles et amis peuvent se retrouver pour découvrir et mieux apprécier les dernières nouveautés en matière de NTIC.

Stratégie de distribution

L'étendue et l'organisation du réseau de distribution Maroc Telecom constituent un atout stratégique majeur pour la société.

PRINCIPAUX AXES DE LA STRATÉGIE DE DISTRIBUTION

- Maintenir le rôle central du réseau direct notamment pour les services à haute valeur ajoutée
- Accroître la capillarité des réseaux indirects pour augmenter la proximité avec les clients
- Renforcer le rôle des téléboutiques dans la distribution du prépayé et la commercialisation des lignes fixes
- Assurer une synergie entre les canaux directs et indirects et les distinguer par un système d'identité visuelle fort
- Diversifier les supports de distribution (recharge électronique, GAB...)





Une infrastructure Réseaux de pointe

Maroc Telecom est présent sur l'ensemble des pôles de croissance économique du Maroc. Grâce à un réseau moderne, entièrement numérique, supervisé et sécurisé, il est en mesure d'offrir une panoplie de produits et services (Fixes, Mobiles, Internet, Entreprises...) répondant aux exigences et aux attentes d'une clientèle sans cesse croissante.

Réseaux Fixes

Les Plates-Formes de Services

La poursuite de la modernisation et la restructuration du réseau fixe a permis d'optimiser le nombre des commutateurs téléphoniques couvrant la quasi-totalité du territoire National avec une capacité globale de 1.855.000 lignes. Ce réseau est constitué aussi de centres de transit et d'une plateforme de réseau intelligent pour les services à valeur ajoutée (carte prépayée, ligne prépayée, Numéro vert, service Kiosque, etc.).

Parallèlement ont été réalisés :

- Le déploiement d'une infrastructure IP (Internet Protocol) et des réseaux de Nouvelle Génération dans les principales villes pour préparer la migration des réseaux Fixe et Mobile vers les communications en IP (Voix sur IP)
- La mise en place de la nouvelle numérotation (passage de 4 zones de numérotation à 2 zones).

Réseaux d'accès filaires

Le patrimoine des réseaux d'accès couvre la quasi totalité du territoire national et permet l'accès à des services de qualité, qu'il s'agisse de la Voix, des Données ou d'Internet ADSL (lequel supporte le haut débit jusqu'à 20 Méga bits par seconde - Mbps).

Le taux de signalisation des dérangements est inférieur à 8 % en 2006 et plus de 98 % des dérangements sont relevés en moins de 24 heures.

Réseaux d'accès Entreprises

Maroc Telecom a développé le raccordement optique pour le branchement sécurisé des clients Entreprises et Grands Comptes. Le taux mensuel de signalisation des dérangements réseau est de 1,68% avec un taux de relève de plus 80% en moins de 4 heures.



Réseaux Internet

Pour permettre l'accès à l'Internet haut débit allant jusqu'à 20 Mbps, Maroc Telecom a assuré la mise en place des accès ADSL dans la plupart des villes du Royaume. La bande passante internationale du réseau Internet a été portée de 7,4 Gbps fin 2005 à 12,1 Gbps au 31 décembre 2006.

Parallèlement, Maroc Telecom a développé ses plates-formes Internet de Messagerie et d'hébergement des sites web des entreprises.

Transmission nationale & internationale

Le réseau de transmission national et international a été modernisé grâce à l'introduction de nouvelles générations de technologies facilitant la transmission de données numériques à haut débit sur fibre optique WDM (Wavelength Division Multiplexing) et SDH (Synchronous Digital Hierarchy). Il a connu ainsi une forte extension de capacité en réponse aux besoins croissants d'écoulement du trafic Fixe, Mobile et Internet haut débit, et la sécurisation des infrastructures de transmission existantes.

Maroc Telecom a lancé en juin 2006 l'étude d'un nouveau câble sous-marin en fibres optiques Asilah-Marseille avec une capacité de 40 Gb/s extensible à 320 Gb/s.

Réseaux Mobiles

Maroc Telecom a amélioré la qualité et la couverture des réseaux Mobiles grâce à un important programme d'optimisation radio et de maintenance préventive et par la réalisation des principales opérations suivantes :

- Extension des stations de radiocommunication GSM pour développer la couverture nationale
- Extension des plates-formes offrant des nouveaux services à valeur ajoutée : messagerie vocale, service prépayé, ...
- Introduction de nouveaux services : Push-to-Talk, Géolocalisation, ...
- Extension de la capacité du réseau GSM pour répondre à l'accroissement du parc mobile. Concernant la qualité de service du réseau Mobile, le taux de réussite d'établissement des communications à fin 2006 est supérieur à 98% et le taux de coupure est de l'ordre de 1%.



Service Universel

Les programmes suivants ont été réalisés dans le cadre du service universel:

- La desserte par ADSL de 159 localités rurales
- La couverture par GSM de 126 zones rurales
- Le déploiement des accès radio CDMA (Code Division Multiple Access) dans environ 200 localités rurales.





Systeme d'Information

Le Pôle Réseaux a mis à la disposition des clients internes les moyens d'infrastructures, le matériel bureautique et les applications nécessaires pour répondre à leurs besoins métiers.

Il assure également la disponibilité, la performance et l'intégrité des Systèmes d'Information (SI) de Maroc Telecom à travers une panoplie de plateformes et d'outils informatiques connectés via un réseau intranet performant et sécurisé.

Plus de 48 SI et applications spécialisés par métier (Fixe, Mobile et Internet-Finance-Achat-Ressources Humaines), couvrent l'ensemble des besoins internes. La maintenance et les évolutions des SI sont assurées selon les besoins des utilisateurs internes.







DES RESSOURCES OPTIMISEES
DES RESSOURCES
OPTIMISEES



DES RESSOURCES OPTIMISEES DES RESSOURCES OPTIMISEES

Le client, à bon droit, exige une qualité de service toujours meilleure et au moindre coût. En positionnant ce dernier au cœur de sa stratégie, Maroc Telecom s'est engagé dans une démarche de qualité totale et de sécurité de l'information débouchant sur l'obtention de la certification ISO 9001 et la préparation pour la certification à la norme ISO 27001, version 2005. Cette norme permet aux entreprises de se doter d'un système de management préservant leur actif informationnel.

La mise en place de programmes de formation ciblés a favorisé la diffusion d'une culture client portée par des collaborateurs motivés et valorisés. En outre, Maroc Telecom a fait évoluer son organisation interne par la création d'un Pôle Services. Objectif : favoriser la convergence des services pour fournir une offre globale et adaptée aux exigences de la clientèle résidentielle, professionnelle et d'entreprises.

De grands chantiers structurants

Certification ISO

En obtenant en décembre 2004, la certification ISO 9001 pour l'ensemble de ses activités, Maroc Telecom est entré dans une culture Qualité totale, sa politique étant axée sur la satisfaction de toutes les parties : clients, salariés, actionnaires, partenaires et environnement social et sociétal dans son ensemble. Les procédures et l'organisation du travail font depuis l'objet d'une amélioration continue.

En 2006, 26 audits qualité internes ont été réalisés au niveau des Directions régionales et des services centraux, consacrant plus d'une centaine de journées principalement aux agences commerciales à forte affluence de clients et aux centres techniques. Ils ont permis de mesurer les progrès réalisés par Maroc Telecom en matière de management de la qualité et de définir les nouveaux axes d'amélioration.

De l'accueil des clients au traitement des réclamations, en passant par l'écoute des clients ou la réduction des délais d'installation et l'amélioration du service après vente, tous les audits menés ont révélé une amélioration continue du service apporté à la clientèle.





Sécurité de l'information

L'information constituant un bien stratégique pour Maroc Telecom, il a été décidé de mettre en place une politique de sécurité de l'information proportionnée à cet enjeu. Celle-ci a été conçue pour garantir la confiance accordée par ses clients et ses actionnaires, protéger les collaborateurs, préserver la disponibilité, l'intégrité, la confidentialité et la valeur des biens, et assurer la continuité des services de Maroc Telecom. Elle prévoit en outre l'application de mesures de sauvegarde pour minimiser le risque de préjudice et réduire les impacts des incidents de sécurité interne ou externe, volontaires, involontaires ou accidentels.

Le processus de déploiement de cette politique a été jalonné en 2006 par des audits des sites stratégiques et des ateliers de travail pour l'ensemble du management, le but étant d'obtenir la certification à la norme ISO 27001 version 2005 en 2006-2007.



**Sécurité
de l'information**

Sarbanes-Oxley

La société-mère Vivendi, actionnaire de référence de Maroc Telecom, étant cotée au New York Stock Exchange, Maroc Telecom était dans l'obligation de se conformer à la loi Sarbanes-Oxley en matière de production d'information financière, à compter de l'exercice 2006. Grâce aux travaux réalisés en quelques mois, en particulier d'identification des risques et de finalisation des contrôles clés, Maroc Telecom a atteint dès le mois de novembre 2006, le niveau de maturité nécessaire à l'obtention de la certification.

Bien que Vivendi ne soit plus soumise depuis fin 2006 à la loi Sarbanes-Oxley (SOX), le management de Maroc Telecom a décidé que les principales dispositions définies dans le cadre du projet SOX resteraient applicables, compte tenu de leur apport en termes de maîtrise et d'amélioration des processus.

Manager par les valeurs

Maroc Telecom a mené un long travail de réflexion afin d'identifier quelles étaient ses valeurs, à la fois héritées de son histoire et induites par les contraintes de son environnement. L'entreprise trouve désormais sa cohésion dans le partage de valeurs communes que sont le respect des engagements, la satisfaction du client, la culture de la qualité, l'esprit d'équipe, l'éthique et le respect de l'environnement.

S'agissant de l'Éthique, un Code a été établi et diffusé à l'ensemble des salariés. S'appuyant sur les lois et la réglementation en vigueur, ce code les sensibilise à la nécessité d'adopter un comportement éthique et les aide à prendre les décisions adéquates dans des situations de conflit d'intérêts, face à des informations privilégiées, ou dans toute autre situation de leur vie professionnelle. Un responsable de la déontologie a également été nommé.





DES RESSOURCES HUMAINES MOBILISÉES

Poursuite de la dynamique de progrès

Maroc Telecom a poursuivi le processus de modernisation de la gestion de ses ressources humaines engagé il y a six ans, pour s'adapter en permanence à un environnement qui évolue rapidement, convaincu que le capital humain est le facteur clé du succès d'une entreprise.

Le projet MassaRH, relatif au management des compétences, qui est au cœur du développement des ressources humaines, a été consolidé. L'objectif est d'apprécier et de faire évoluer les compétences que les collaborateurs mettent chaque jour en œuvre et qui contribuent aux résultats de l'entreprise. Il vise également l'amélioration de la qualité des recrutements.

Complété par un dispositif de formation approprié aux besoins de l'entreprise et de ses collaborateurs, il renforce les capacités d'adaptation et le professionnalisme.

Cette orientation s'est concrétisée par la réalisation de près de 35 149 jours de formation, ce qui correspond à une moyenne de 3,4 jours de formation par collaborateur avec un effort particulier pour les cadres, qui ont bénéficié en moyenne de 5 jours de formation.

Mobilité des compétences

Par ailleurs, la politique de mobilité mise en œuvre, a permis de rationaliser les effectifs tout en accompagnant les évolutions de l'entreprise. C'est ainsi que 791 collaborateurs ont bénéficié de la mobilité, ce qui représente 7% des effectifs, avec une forte concentration notamment sur les activités commerciales, systèmes d'information et réseaux.

D'autre part, un programme ambitieux de révision des salaires a été mené à bien pour motiver et fidéliser les compétences clés qui contribuent à la création de valeur pour Maroc Telecom.

Ces réalisations importantes sont allées de pair avec la poursuite du dialogue social.

C'est ainsi que deux accords ont été signés en 2006 avec les partenaires sociaux portant notamment sur :

- l'augmentation du salaire de base,
- les augmentations ciblées
- l'accroissement de la prime de productivité
- la réévaluation de la subvention du Pèlerinage



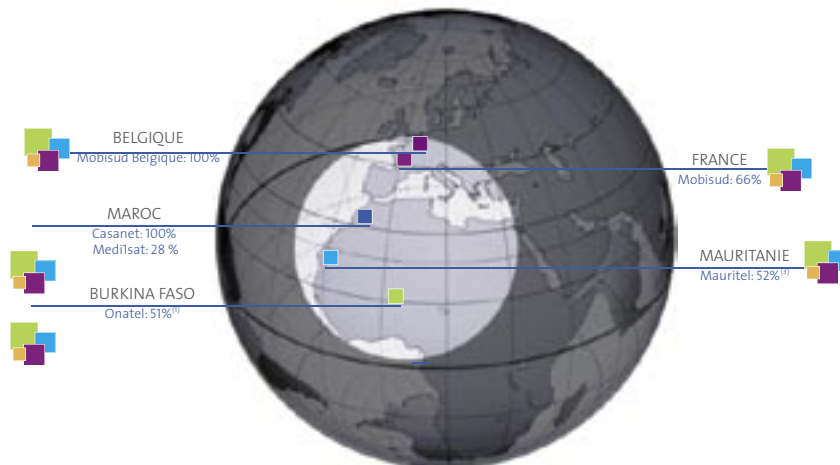
FILIALES ET PARTICIPATIONS



FILIALES ET PARTICIPATIONS

FILIALES ET PARTICIPATIONS

FILIALES ET PARTICIPATIONS



S'appuyant sur sa position de leader des télécommunications au Maroc et sa forte capacité d'anticipation, le groupe Maroc Telecom s'est orienté vers de nouveaux relais de croissance en déployant son savoir-faire et son expertise à l'international.

En Europe, Maroc Telecom a lancé Mobisud, un opérateur virtuel (MVNO) en France, pour faciliter les échanges communautaires Nord-Sud. En Afrique, fort de son expérience réussie avec Mauritel, l'opérateur historique de Mauritanie, Maroc Telecom s'est engagé dans un partenariat stratégique avec l'ONATEL, l'opérateur historique du Burkina Faso.

MAURITEL

Suite à l'appel d'offres international lancé par le gouvernement mauritanien, Maroc Telecom a acquis le 12 avril 2001, 54% du capital du groupe Mauritel, l'opérateur historique mauritanien, né de la scission en 1999 de l'Office des Postes et Télécommunications.

Le groupe Mauritel est composé des sociétés Mauritel SA et Mauritel Mobiles, filiale à 100% de Mauritel SA.

Après cession d'une partie du capital aux salariés de l'entreprise, Maroc Telecom détient au 31 décembre 2006, 51,5 % du capital de Mauritel SA, au travers d'une holding, la Compagnie Mauritanienne de Communications, dans laquelle sont également présents des partenaires locaux, à hauteur de 20%.



Téléphonie Fixe, Data et Internet

Mauritel SA détient un parc de près de 37 500 lignes au 31 décembre 2006, soit un taux de pénétration de 1,3%, et couvre les principales villes mauritaniennes. Bien que ne détenant plus depuis juin 2004 le monopole des services de base (téléphonie fixe nationale, télex et télégraphe), il demeurerait, à fin 2006, l'unique opérateur de téléphonie fixe en Mauritanie.

Outre les abonnés résidentiels et entreprises, le parc de Mauritel SA est composé à plus de 10% par des lignes de téléboutiques qui permettent d'élargir l'accès à la téléphonie fixe.

Mauritel SA offre également l'accès à Internet via le réseau téléphonique RTC, des liaisons RNIS, des Liaisons Louées et l'ADSL, lancé en 2006. Le parc Internet s'établit à près de 4 200 accès au 31 décembre 2006.

Téléphonie Mobile

Détenant un parc de plus de 601 000 clients à fin 2006, en quasi-totalité prépayé, et opérant sur un marché libéralisé, Mauritel Mobiles est leader avec une part de marché estimée à environ 70% (Source Mauritel). Le taux de pénétration global du mobile en Mauritanie est de près de 30% (estimation Maroc Telecom).

La société Mauritel Mobiles, fournit des services prépayés et postpayés et offre le roaming et le SMS, ainsi que des services adaptés aux entreprises, tels que les Groupes Fermés d'Usagers. Mauritel Mobiles accorde aussi des réductions sur les volumes et des promotions sur les recharges.

En 2006, l'Autorité de Régulation a octroyé de nouvelles licences, dont une licence 3G pour Mauritel et des licences, Fixe, Internet et Mobile (2G et 3G) pour un nouvel opérateur.

L'ONATEL

A l'issue d'un appel d'offres international, Maroc Telecom a été déclaré adjudicataire en décembre 2006 pour l'acquisition de 51% de l'office National des Télécommunications (ONATEL), l'opérateur historique de télécommunications du Burkina Faso.



Opérateur global, le groupe ONATEL occupe une position de leader sur les segments du fixe avec près de 100 000 lignes, de l'Internet comptant 7000 abonnés et des transmissions de données. L'opérateur prend en charge l'exploitation du service public des télécommunications ainsi que la préparation et l'exécution des plans d'équipement en matière de télécommunications.

En 2006, le chiffre d'affaires du groupe ONATEL était de 1192 millions de dirhams et le résultat opérationnel de 85 millions de dirhams.

TELMOB est la filiale à 100% de téléphonie mobile de l'ONATEL. L'opérateur Burkinabé possède un large réseau en termes de couverture, d'abonnés et de distributeurs.

A fin 2006, TELMOB revendiquait près de 366 000 clients, essentiellement prépayés, détenant selon les estimations de la société, 36% de parts de marché. Ses concurrents CELTEL et TELECEL détenaient quant à eux respectivement 51% et 13% de parts de marché.





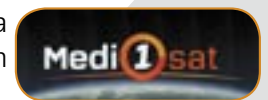
CASANET

Casnet est filiale à 100% de Maroc Telecom. Son activité est structurée autour d'un pôle Business qui met son expertise développement et réseaux au service des entreprises leur offrant des solutions de haute qualité et adaptées pour tous leurs besoins d'interconnexions, sécurité et voix sur IP. Le pôle Medias fournit des contenus et assure la gestion des portails, dont le portail Menara. En 2006, le chiffre d'affaires de Casanet s'est établi à 35 millions de dirhams, en hausse de 23%, et son résultat net a atteint plus de 6 millions de dirhams, en hausse de 21%.



MEDI 1 SAT

Maroc Telecom a pris en 2005 une participation de 24,7%, portée à 26,8% en 2006, dans la société Médi 1 Sat dont le projet vise à créer une chaîne de télévision à Tanger offrant en continu des informations en langues arabe et française.



Les autres actionnaires de Médi 1 Sat sont la Caisse de Dépôt et de Gestion CDG, Radio Méditerranée Internationale (RMI) et un actionnaire français, la Compagnie Internationale de Radio Télévision CIRT. En décembre 2006, Médi 1 Sat a commencé la diffusion de ses programmes à partir du satellite Hotbird.

MOBISUD France

Maroc Telecom a lancé le 1^{er} décembre 2006, en France, Mobisud, un nouvel opérateur mobile virtuel (MVNO). Mobisud offre des services de téléphonie mobile adaptés à toutes les communautés vivant en France, qui ont des liens affectifs, familiaux, culturels ou professionnels avec les pays du Maghreb (Maroc, Algérie, Tunisie).



Cette offre novatrice facilite leurs communications avec leurs proches en France ou au Maghreb.

Mobisud est un « Mobile Virtual Network Operator » (MVNO). Il construit ses offres et services, développe son système d'information, gère ses marques, ses activités commerciales et sa clientèle, en s'appuyant sur le réseau de SFR. Les offres Mobisud sont distribuées en France via les magasins Internity ou MobileHut, des revendeurs indépendants ainsi qu'à travers un réseau de proximité : bureaux de tabac, boulangeries, épiceries de quartiers...

Mobisud compte 3 actionnaires, Maroc Telecom qui détient 66% du capital, SFR, deuxième opérateur de téléphonie mobile en France (16%) et le groupe marocain Saham (18%).





UN ENGAGEMENT POUR LE
DÉVELOPPEMENT DURABLE

UN ENGAGEMENT
POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE



UN ENGAGEMENT POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE UN ENGAGEMENT POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Maroc Telecom a poursuivi une politique active de développement durable cherchant ainsi la meilleure adéquation entre la croissance économique du Groupe et le progrès social et environnemental. La position de leader qu'il occupe dans les métiers des télécommunications l'amène à s'impliquer fortement dans son environnement. Il apporte une attention particulière aux enjeux propres à son secteur d'activité, notamment en matière de service universel, de déploiement d'infrastructures de réseaux, de gestion globale des risques et de diffusion de contenus. En tant qu'acteur économique de premier plan, il participe au développement socioculturel du pays et apporte un soutien significatif aux diverses composantes du patrimoine artistique, au profit des causes humanitaires, du monde du sport, de la protection de l'environnement et de l'emploi.



Responsabilité environnementale

Maroc Telecom a centré son action d'une part, sur son secteur d'activité, et d'autre part, sur une implication active dans des projets citoyens.

Contrôle rigoureux des normes de sécurité

Avec l'engouement croissant des consommateurs pour la téléphonie mobile, Maroc Telecom exerce la plus grande vigilance auprès de ses équipementiers télécoms et constructeurs d'antennes relais. Il a intégré les normes de sécurité et les principes de précaution internationaux et veille à ce que tous les téléphones mobiles commercialisés dans ses packs respectent les consignes de sécurité les plus strictes.

Afin d'assurer un maximum de garantie et de sécurité, Maroc Telecom exige des constructeurs d'antennes la plus grande attention en matière de conformité. Après installation des antennes, l'opérateur mène des actions de contrôle afin de vérifier le respect des limites d'exposition du public aux champs électromagnétiques.

Ainsi les résultats des 150 mesures réalisées par l'ANRT entre 2003 et 2006 sur les sites de Maroc Telecom se sont tous révélés conformes aux normes internationales.



Recours aux énergies renouvelables

Maroc Telecom s'appuie sur son réseau radiotéléphonique composé de 75 antennes alimentées à partir de l'énergie solaire pour permettre la transmission des communications GSM dans les zones non électrifiées. Grâce au déploiement des « Sun sites », il poursuit sa politique d'intégration des antennes relais tout en réduisant la consommation d'énergie d'origine fossile et en contribuant au désenclavement de villages et d'habitations situés dans les régions éloignées.

Autres actions en faveur de la protection de l'environnement

- Depuis 2006, Maroc Telecom remet à ses clients, à l'occasion de leurs achats, des sacs en papier biodégradable, au lieu de sacs en plastique : sur les 120 millions de cartes mises sur le marché, 50% ont été fabriquées dans ce matériau ;
- Maroc Telecom développe des modes de recharges alternatifs aux cartes prépayées en procédant à des rechargements alternatifs par mode électronique ;
- Son parc roulant étant l'un des plus importants avec 2001 véhicules qui consomment 5 107 000 litres de gazole par an, la direction logistique de l'opérateur a lancé en 2006 un programme de renouvellement de sa flotte afin de réduire son impact environnemental en veillant à améliorer la qualité des moteurs des véhicules.

Poursuite de la contribution à l'opération « Plages Propres »

Comme chaque année, Maroc Telecom a renouvelé sa participation à l'opération « Plages propres » menée sous l'égide de la Fondation Mohamed VI pour la protection de l'environnement. L'opérateur a procédé en 2006, à la mise en place d'infrastructures en bois et au nettoyage de 14 plages à Tanger, M'diq et Fnideq. Cette démarche a été couronnée de succès puisque la plage Achakar de Tanger a été officiellement autorisée dès l'été 2006 à hisser le Pavillon Bleu, label européen décerné aux plages par la Fondation pour l'Education à l'Environnement, pour la qualité de leurs eaux de baignade, la propreté, l'aménagement et la gestion de leur site, la sécurité et la signalisation.



مؤسسة محمد الخامس لحماية البيئة

FONDATION MOHAMMED VI
POUR LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT





Sensibilisation aux enjeux de l'environnement

Parallèlement à son soutien à l'opération « Plages propres », Maroc Telecom a mené une nouvelle fois une campagne d'animations estivales sur les plages du Maroc, assortie d'actions dédiées à l'éducation et à la sensibilisation à la protection de l'environnement et au respect de l'espace public. Les plus jeunes participent à des ateliers pédagogiques et ludiques organisés dans le cadre des villages de plages Maroc Telecom, avec la participation des scouts encadrés par la Fédération Royale Marocaine de Scoutisme.

Au service de la communauté

Maroc Telecom est un partenaire actif qui soutient les initiatives citoyennes servant la communauté. Il met au service des différentes initiatives nationales son expérience pour faire avancer des projets d'intérêt général, notamment dans les domaines de l'éducation, de l'entrepreneuriat et la promotion de l'emploi, ainsi que de la santé et la solidarité.

Son engagement s'est concrétisé aussi à travers un programme d'actions de sponsoring sportif. L'opérateur s'est impliqué activement dans l'environnement culturel en apportant son soutien à différents festivals organisés dans toutes les régions du Maroc et en organisant en direct de grands concerts révélant talents locaux et nationaux.



Préservation de la santé et du lien social

Maroc Telecom est aussi présent dans le domaine de la santé et des actions humanitaires, notamment au travers de son soutien à des fondations et associations caritatives telles que la Fondation Mohamed V pour la Solidarité et l'Association Lalla Salma de Lutte contre le Cancer. Dans ce cadre, Maroc Telecom a lancé en 2006 plusieurs opérations de collectes de dons auprès de sa clientèle, les appelant à participer à travers l'envoi de SMS de solidarité, telle la campagne de solidarité pour aider les démunis.



جمعية للاسلمى لمحاربة داء السرطان
ASSOCIATION LALLA SALMA DE LUTTE CONTRE LE CANCER

L'association Maroc Telecom pour la Création d'Entreprises

Dans le domaine de l'éducation et de l'emploi, Maroc Telecom intervient au travers de l'Association Maroc Telecom pour la Création d'Entreprise, alimentée par un don effectué par Maroc Telecom et Vivendi (à hauteur de 1 million d'euros chacun) et par les jetons de présence des membres du Conseil de Surveillance auxquels ces derniers ont unanimement renoncé.

Objectifs de l'Association Maroc Telecom pour la Création d'Entreprises :

- apporter un soutien financier aux étudiants les plus méritants et issus de familles défavorisées pour poursuivre leurs études supérieures,
- aider les jeunes talents à concrétiser leurs projets de création d'entreprises génératrices d'emplois et de revenus en les conseillant dans la définition du projet et le montage du plan d'affaires et en leur accordant un prêt sans intérêt pour le financement de leur projet.



L'année 2006 a permis à l'association de se structurer et mettre au point les critères, modalités et procédures d'aide aux étudiants et aux jeunes entrepreneurs pour démarrer ses activités dès le début de l'année 2007.

L'Association a procédé à la distribution de 80 prix d'excellence aux bacheliers les plus méritants venant des 16 académies régionales du Royaume.

Elle a aussi octroyé au titre de l'année 2006-2007, 41 bourses d'études au Maroc, sur la base des listes fournies par le Ministère de l'Education Nationale et 2 bourses d'études à l'étranger.

Soutien aux sports populaires

Depuis plusieurs années, partenaire officiel de la Fédération Royale Marocaine de Football et du Groupement National de Football et partenaire officiel de l'athlétisme national à travers la Fédération Royale Marocaine d'Athlétisme, Maroc Telecom contribue à l'émergence de nouveaux talents sportifs, que ce soit à l'échelle locale ou nationale. Rappelons que Maroc Telecom a augmenté sa contribution en 2005 en faveur du Football, de 15 à 20 millions de dirhams et en faveur de l'Athlétisme, de 6 à 8 millions de dirhams.

Pour offrir à tous les amoureux du Foot une occasion unique de suivre gratuitement l'ensemble des matchs du mondial de football 2006, Maroc Telecom a mis ainsi en place près d'une cinquantaine de grands écrans connectés à la TV sur ADSL dans les sites publics des principales villes du Royaume. Par ailleurs, plus de 80 maisons de jeunes et d'étudiants ont été équipées en pack TV sur ADSL, en partenariat avec le Secrétariat d'Etat à la jeunesse.





Par ailleurs, Maroc Telecom a renouvelé son engagement dans d'autres disciplines sportives telles que le golf, à travers le sponsoring officiel du Trophée Hassan II de Golf et l'organisation de la 4^{ème} édition du Trophée Maroc Telecom de Golf qui fait partie du circuit européen de l'Alps Tour, les sports équestres, grâce au soutien apporté au Trophée Hassan II des Arts Equestres Traditionnels, ou encore les sports nautiques, à travers la Nuit Internationale de Jet Ski et le Circuit annuel des 5 étapes (Rabat, Casablanca, Kénitra, Agadir et Marrakech).

Al Kadam Addahabi : à la recherche du « pied en or »

Afin d'encourager l'émergence de nouveaux talents, Maroc Telecom a reconduit en 2006 son partenariat privilégié avec Al Kadam Addahabi, un programme de télé réalité lancé en 2004 qui a pour ambition de partir à la découverte des jeunes talents du football aux quatre coins du Royaume afin de donner aux meilleurs d'entre eux la chance de tenter une carrière professionnelle.

Cette grande fête du sport se veut aussi un projet social, destiné à promouvoir des valeurs fortes telles que l'esprit d'équipe, la solidarité, la discipline, la persévérance et la confiance en soi.

En 2006, 109 candidats ont été retenus sur les 16 544 inscrits. Après un stage intensif de 3 semaines, 32 finalistes ont été sélectionnés pour un semestre de rencontres, de sport et d'échanges. L'équipe sortie victorieuse de la grande finale qui s'est disputée à Marrakech s'est vue offrir un stage dans un centre de formation en France. Au cours de cette finale, les téléspectateurs ont été invités à élire, via des SMS, leur « Pied en or ».



Promotion du patrimoine technologique et culturel

Le Musée Maroc Telecom des télécommunications

Le Musée de Maroc Telecom, ouvert au public depuis 2002 et consacré à l'histoire des télécommunications au Maroc, a établi un programme d'animation au profit de ses visiteurs à l'occasion de la célébration des Journées Mondiales des Télécommunications et des Musées (17 & 18 mai 2006). Le thème choisi par le Conseil International des Musées (ICOM) était « Le Musée et les jeunes ». En organisant des visites guidées au profit de jeunes élèves, étudiants et enfants handicapés, le Musée de Maroc Telecom a participé à faire connaître aux jeunes générations l'histoire technologique et institutionnelle des télécommunications au Maroc.





Soutien à de nombreux festivals

Maroc Telecom s'est particulièrement impliqué dans la vie culturelle du pays notamment en soutenant des festivals nationaux, tels que le Festival des musiques sacrées de Fès, le Festival de Casablanca, le Festival international du Cinéma à Marrakech, le Festival de Nador, mais aussi des festivals régionaux comme le Festival des arts tamazight ou le Carnaval de l'eau à Saïda, le Festival Touiza à Tanger... Sa contribution à l'animation de la scène artistique marocaine et son engagement auprès des jeunes talents se sont traduits par le sponsoring de plusieurs concerts où se sont produites notamment les chanteuses Ellisa, Natasha St-Pier et Sofia, la jeune marocaine finaliste de la 3^{ème} édition de la Star Academy en France.



Animations d'été

Comme chaque année, Maroc Telecom a offert aux estivants un été 2006 riche et attractif en animations. Des activités originales et variées ont été organisées sur des villages balnéaires installés dans 11 villes marocaines, pour le bonheur des jeunes et des moins jeunes, des Marocains Résidents à l'Etranger et des touristes nationaux et internationaux. Elles ont permis à un large public de profiter gratuitement de programmes de divertissement alliant sport, soirées musicales, humour et activités ludiques multiples ainsi qu'ateliers éducatifs et civiques pour les enfants.

La Caravane musicale qui a sillonné 10 villes* durant les mois de juillet et d'août, a présenté, à chacune de ses étapes, un plateau d'artistes marocains de grand talent, mis en valeur par une superbe mise en scène. Le public a pu partager les plus beaux moments de la musique marocaine des cinquante dernières années, grâce à l'hommage rendu aux artistes fondateurs, tout en découvrant de jeunes talents nationaux ou locaux tels Hoba Hoba Spirit, H-Kayne, Darga...

La caravane Musicale : 50 ans de talents en musique et en humour

En présentant tous les styles musicaux qui font la diversité artistique marocaine, Maroc Telecom a offert un programme structuré autour de plusieurs tendances musicales. L'école traditionnelle du Malhoun et du Gharnati ; les groupes ayant créé un style personnel tels que Nass El Ghiwane, Jil Jilala, Lemchaheb... ; la musique populaire de Zayane avec Najat Atabou, Fayçal, Rouicha ...; la musique marocaine moderne représentée par Brahim Alami, Abdelouhab Doukkali, Latifa Raafat, ... ; la Aïta d'Hamdaouia, Stati, Ouled Bouazzaoui...

Un hommage a été rendu également aux grands humoristes qui ont divertis le public tout au long des 50 dernières années : Belqas, Abderraouf, El Jam, ...

