

RAPPORT

6^e édition

Baromètre des réseaux sociaux au Maroc 2025 :

L'IA

au cœur des nouvelles stratégies



Sommaire

- 3** Introduction
- 5** Méthodologie
- 7** Key takeaways
- 9** Podium des réseaux sociaux les plus utilisés au Maroc
- 13** Taux d'utilisation des réseaux sociaux au Maroc
- 16** Analyse détaillée par réseau social
- 38** Populations non connectées au Maroc

Introduction



Introduction

Pour la sixième année consécutive, le baromètre des réseaux sociaux au Maroc dresse un état des lieux précis des usages digitaux à l'échelle nationale. Cette nouvelle édition révèle des évolutions significatives, des dynamiques de fond et quelques surprises. Entre plateformes historiques qui se réinventent, nouveaux usages dictés par l'intelligence artificielle, et fractures numériques qui persistent, les réseaux sociaux continuent de structurer notre quotidien numérique mais pas pour tout le monde, ni de la même manière.

Avant de plonger dans les résultats de cette année, voici un aperçu du classement des réseaux sociaux les plus utilisés dans le monde.

Facebook reste la star incontestée, avec plus de 3 milliards d'utilisateurs à l'échelle mondiale. **YouTube** suit en deuxième position avec plus de 2,5 milliards d'utilisateurs. La troisième place est partagée entre **Instagram** et **WhatsApp**, chacun rassemblant 2 milliards d'utilisateurs.

Le Maroc suit-il ce même paysage social mondial ? Réponse dans cette nouvelle édition.

Let's go.

Méthodologie

Méthodologie

Mode de recueil

Enquête téléphonique sur système CATI.

Période de réalisation des appels

du 30 Janvier au 24 Février 2025.

Lieu de réalisation de l'enquête

Marketphone, filiale du groupe Sunergia à Casablanca.

Echantillon

1009 personnes interrogées de façon aléatoire soit une marge d'erreur maximale +/- 3%.
La structure de l'échantillon a été redressée de façon à coïncider avec la structure de la population marocaine issue du recensement du HCP (RGPH 2024).

Key takeaways

Key takeaways

6^e édition du Baromètre des Réseaux Sociaux au Maroc: des enseignements clés pour 2025 :

- 1 Une adoption désormais bien ancrée, qui confirme la place centrale des réseaux sociaux dans le quotidien des Marocains avec 81% d'utilisateurs.
- 2 Un podium stable, où les grandes plateformes consolident leur avance, tout en montrant quelques signes d'essoufflement.
- 3 L'intégration de YouTube dans le classement, qui vient bousculer l'ordre établi.
- 4 Des plateformes en retrait, en quête de nouvelles stratégies pour exister.
- 5 LinkedIn et Pinterest en faible progression, mais portés par des usages de niche.



Podium

**des réseaux sociaux
les plus utilisés
au Maroc**

Podium des réseaux sociaux les plus utilisés au Maroc

Top 3



WhatsApp

☆ 75%



Instagram

☆ 42%



Facebook

☆ 62%

1

2

3

Podium stable, dynamique en pause

Comme en 2024, le top 3 des réseaux sociaux les plus utilisés par les Marocains

demeure inchangé.

WhatsApp conserve sa première place avec un taux d'utilisation de 75%, suivi de Facebook (62%) en deuxième position, et d'Instagram qui complète le podium avec 42% d'utilisateurs.

Ces trois plateformes ont connu une progression notable entre 2020 et 2025, avec des gains allant de +9 à +16 points.

Toutefois, la tendance paraît moins marquée sur la dernière année : Instagram suggère une légère hausse (+2 points), tandis que WhatsApp semble connaître un léger recul (-1 point) et Facebook une baisse plus marquée (-3 points), sans que ces variations soient statistiquement significatives.

YouTube en 4^e position

Intégré pour la première fois dans notre baromètre, YouTube se positionne directement à **la 4^e position avec 40% d'utilisateurs**, reléguant TikTok à la 5^e place.



**1^e intégration
de YouTube dans
notre baromètre :**



TikTok en 5^e position

TikTok continue cependant de séduire davantage d'utilisateurs, enregistrant une progression de **5 points**, en passant de **19%** en 2024 à **24%** en 2025. Sur la période 2020-2024, sa progression est encore plus marquée, passant de **5%** d'utilisateurs à **24%**.

NEW!

La 6^e place

se partage
entre Snapchat
et Telegram

Tous deux avec 8% d'utilisateurs :



Ce taux reste stable pour
Snapchat par rapport à 2024.



Telegram semble enregistrer une
légère baisse (-2 points) non
significative.



Enfin, les dernières positions sont occupées par **LinkedIn**, **X**, **anciennement Twitter** et **Pinterest**, avec des taux d'utilisation variant de 6 % à 4 %.



Taux d'utilisation des réseaux sociaux au Maroc

Taux d'utilisation des réseaux sociaux au Maroc

81%

**des Marocains
utilisent les
réseaux sociaux
en 2025.**

Avec un taux d'utilisation atteignant 81% en 2025, les réseaux sociaux au Maroc affichent une **progression de 8 points depuis 2020.**

Cette évolution positive connaît toutefois un léger repli d'un point entre 2024 et 2025, une baisse qui demeure statistiquement non significative.

Année	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Variation VS 2020	Variation VS 2024
Taux d'utilisation	73%	86%	86%	82%	80%	81%	8%	1%

Evolution du taux d'utilisation à travers le temps :

la croissance semble marquer le pas, mais l'usage reste massif



Année	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Variation Vs 2020	Variation Vs 2024
Taux d'utilisation	73%	86%	86%	82%	80%	81%	8%	1%
	65%	84%	82%	75%	76%	75%	10%	-1%
	53%	72%	68%	68%	65%	62%	9%	-3%
	26%	42%	44%	39%	40%	42%	16%	2%
	-	-	-	-	-	40%	-	-
	5%	14%	16%	13%	19%	24%	19%	5%
	14%	21%	10%	12%	8%	8%	-6%	0%
	-	-	10%	5%	10%	8%	8%	-2%
	2%	12%	9%	8%	6%	6%	4%	0%
	5%	5%	10%	2%	4%	5%	0%	1%
	-	1%	2%	3%	3%	4%	4%	1%



Analyse

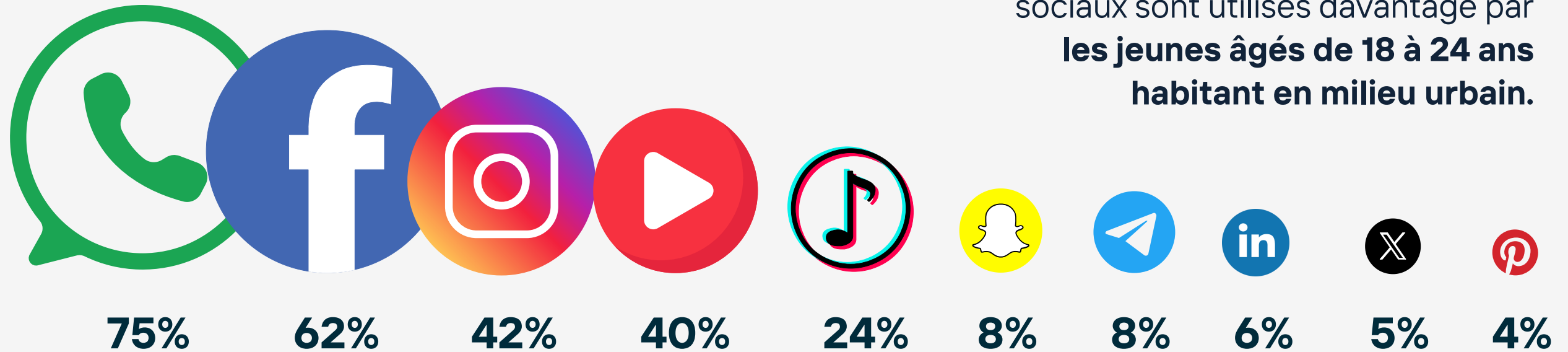
détaillée par réseau
social

Analyse détaillée par réseau social

WhatsApp, Facebook et Instagram :

Les leaders incontournables du paysage social en 2025

Sans exception, tous les réseaux sociaux sont utilisés davantage par **les jeunes âgés de 18 à 24 ans** habitant en milieu urbain.



WhatsApp : se réinvente en 2025



75%
des Marocains
utilisent WhatsApp.

75% des Marocains utilisent WhatsApp en 2025, parmi eux **95% l'utilisent quotidiennement.**

Ce réseau est particulièrement utilisé par les :



Jeunes
âgés de 18-24 ans (88%),
25-34 ans (85%)
et 35-44 ans (83%)



Citadins
(82%)



CSP A-B
(91%)

En 2025, WhatsApp a bien changé.

L'intelligence artificielle a fait son entrée avec Meta AI, transformant petit à petit les conversations. De nouveaux réglages de confidentialité ont aussi vu le jour, histoire de rassurer les plus prudents.

L'application s'est inspirée d'Instagram pour devenir plus fun: réactions, musique, événements... tout est là pour rendre les échanges plus vivants. Côté professionnel, WhatsApp Business est monté en puissance avec des outils pour vendre, faire du marketing et répondre aux clients, directement dans l'application.

Et avec les nouvelles règles, WhatsApp commence à s'ouvrir aux autres messageries. Une petite révolution encore en phase de test. **Bref, WhatsApp n'est plus juste une messagerie: c'est une plateforme qui mélange conversations, services et IA, et ce n'est que le début.**



Facebook : entre transformation digitale et retour aux fondamentaux

Facebook maintient sa deuxième position au Maroc, avec 62% d'utilisateurs. Sa fréquence d'usage quotidien progresse, **89% s'y connectent chaque jour, soit +7 points en un an**. Il est davantage utilisé par les :



Hommes
(66%)



Jeunes
de 18-24 ans (77%),
les 25-34 ans (72%)
et les 35-44 ans
(70%).



Villes du Nord-Est
(68%)



Citadins
(67%)



CSP A-B (72%)
et **C** (65%).



62%

**des Marocains
utilisent Facebook.**



Au-delà des chiffres, Facebook amorce une transformation de fond. Le géant bleu n'a pas dit son dernier mot. En 2025, il entame une véritable mue, prêt à se réinventer pour rester au cœur des échanges en ligne. **Première grande nouveauté: un virage assumé vers plus de liberté d'expression.** Fini la vérification classique des faits, place aux Community Notes, une approche plus participative déjà testée aux États-Unis.

objectif ? Redonner la parole aux utilisateurs tout en apaisant les critiques sur la censure. Mais ce n'est pas tout. **Facebook muscle aussi sa lutte contre les faux comptes et les spams**, tout en peaufinant l'expérience utilisateur avec des nouveautés comme l'onglet Amis ou une meilleure organisation des vidéos. Et bien sûr, impossible d'ignorer le rôle central de l'intelligence artificielle.

Meta AI s'invite dans la recherche, les pubs, la messagerie... Bref, partout. Une IA omniprésente, puissante, qui façonne une plateforme plus intuitive, mais aussi plus questionnée sur la vie privée. L'**Historique des Liens** en est l'exemple parfait: une fonction utile, mais qui soulève des doutes.

Instagram : Focus sur la vidéo courte



42%

des Marocains
utilisent **Instagram**.

Instagram se classe en troisième position, avec 42% des Marocains qui l'utilisent, soit une **progression de 3 points par rapport à 2024**. L'usage quotidien suit la même tendance: **86% des utilisateurs s'y connectent chaque jour, en hausse de 3 points également**.

Contrairement à Facebook, l'application Instagram est particulièrement populaire auprès des :



Femmes (51%)



Jeunes de 18-24 ans (89%)



Citadins (49%)



CSP A-B (60%) et **C** (47%).



En 2025, Instagram met encore plus l'accent sur la vidéo courte. La plateforme renforce sa stratégie avec les Reels, en introduisant des nouveautés comme "Edits", l'allongement des formats et des options sociales telles que "Blend", qui mêle recommandations algorithmiques et interactions entre amis. L'algorithme privilégie désormais les contenus originaux pour se démarquer de TikTok.

L'intelligence artificielle devient un acteur essentiel, **passant de simple outil d'assistance à véritable moteur de créativité.**

Cependant, certaines zones d'ombre subsistent, comme l'absence de chiffrement pour les conversations impliquant l'IA dans les messages privés. Parallèlement, Instagram continue de renforcer la sécurité, notamment pour les jeunes utilisateurs, afin de mieux protéger leur vie privée.

Youtube : une entrée remarquée dans le Baromètre

Pour sa première intégration dans le baromètre des réseaux sociaux, YouTube s'installe directement en 4^e position. La plateforme est utilisée par 40% des Marocains, dont **près des deux tiers s'y connectent quotidiennement**.

Elle séduit particulièrement :



Jeunes

âgés de 18-24 ans (50%),
les 25-34 ans (48%),
les 35-44 ans (49%).



Citadins

(49%)



CSP A-B

(52%)



40%

des Marocains
utilisent **YouTube.**

En 2025, YouTube prend un tournant résolument technologique, en plaçant également l'intelligence artificielle au cœur de son évolution.

Création, consommation, monétisation: tout passe désormais par l'IA.

L'objectif est double: outiller les créateurs avec des fonctionnalités puissantes et offrir aux marques des solutions publicitaires plus fines et efficaces.

Les créateurs devront apprendre à exploiter ces outils pour rester visibles, pendant que les spectateurs découvriront un contenu plus personnalisé, notamment sur grand écran. Les annonceurs, eux, profiteront de formats innovants comme les publicités « shoppables » et d'un ciblage ultraprécis.

YouTube mise aussi sur une audience mondiale grâce au doublage automatique des vidéos, une nouvelle technologie qui traduit et génère des voix dans d'autres langues pour rendre les contenus accessibles à un plus large public, tout en renforçant la sécurité des utilisateurs, notamment avec la vérification de l'âge.



TikTok : une plateforme plus intelligente, plus commerçante



24%
des Marocains
utilisent TikTok.

L'utilisation de TikTok augmente de 5 points par rapport à l'année dernière, atteignant 24% des Marocains en 2025. Parmi eux, **73% s'y connectent chaque jour.**

L'application séduit particulièrement les :



Jeunes de 18-24 ans (35%).

Après avoir conquis le monde avec ses vidéos courtes et son algorithme redoutable, TikTok continue de se transformer. L'intelligence artificielle prend une place centrale, avec de nouveaux outils qui aident les créateurs à imaginer, scénariser et enrichir leurs contenus. **Une nouveauté à retenir: "Footnotes", un système communautaire qui permet d'ajouter du contexte aux vidéos, pour rendre l'information plus fiable.**

Mais TikTok ne s'arrête pas là. **La plateforme accélère sur le e-commerce avec un onglet "Shop"** repensé, des lives interactifs et des achats en un clic. Les créateurs, notamment les micro-influenceurs, sont au cœur de cette nouvelle stratégie, grâce à des programmes comme "Creator Rewards" ou "Creative Challenge" qui valorisent leur contenu.

Pour les marques, TikTok devient un terrain de jeu stratégique: plus réactif et créatif, et toujours plus ancré dans les tendances culturelles.



Snapchat : la RA et l'IA au service de l'expérience

Utilisé par 8% des Marocains, un taux stable par rapport à l'an dernier. En revanche, **l'usage quotidien recule de 5 points, avec seulement 48% des utilisateurs qui s'y connectent chaque jour.**

Snapchat continue à séduire surtout les :



Jeunes de 18-24 ans (20%)



Femmes (10%)



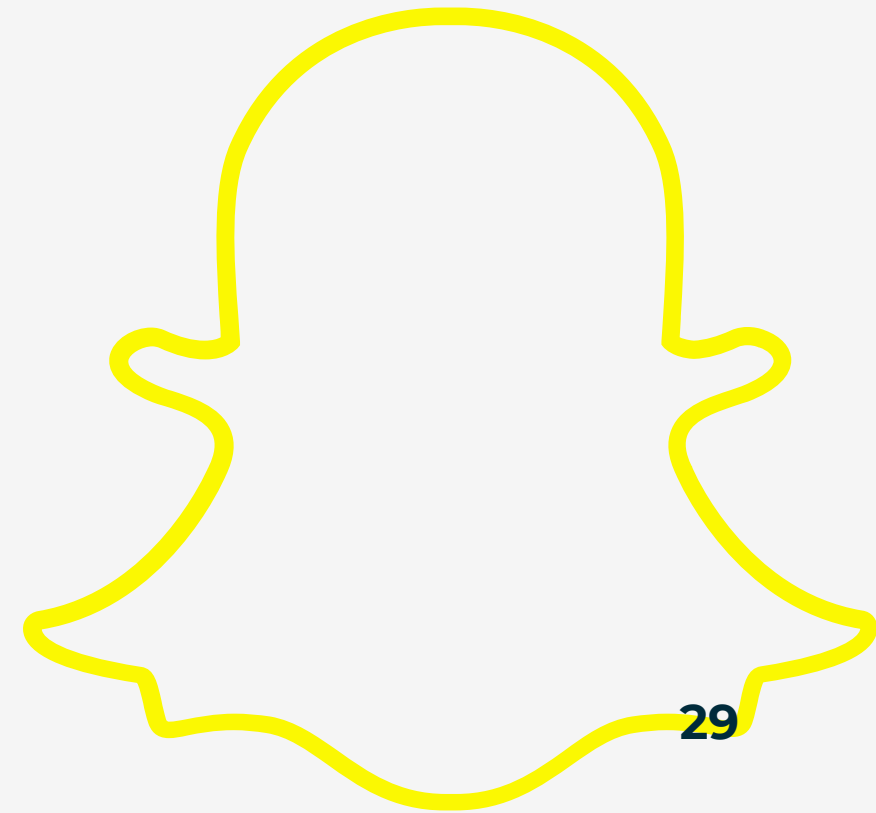
8%

**des Marocains
utilisent Snapchat.**

En 2025, Snapchat consolide sa place de pionnier en matière de réalité augmentée (RA) et d'intelligence artificielle. Les utilisateurs peuvent désormais **créer des Lenses encore plus immersives grâce à des outils enrichis dans Lens Studio**, tandis que les abonnés Snapchat+ profitent de Lenses génératives par IA et de nouveaux stickers personnalisés.

La messagerie évolue aussi avec des appels vidéo HD, des Snaps plus longs et des options de personnalisation avancées pour les Bitmojis. Côtés créateurs, un nouveau programme de monétisation voit le jour, offrant plus d'opportunités aux profils les plus établis.

Enfin, les annonceurs bénéficient de formats innovants comme les "Snaps Sponsorisés" ou les "Lieux Promus" sur la Snap-Map, alimentés par une IA toujours plus fine.



Telegram : entre montée en puissance et quête de fiabilité



8%

des Marocains
utilisent **Telegram**.

Telegram est utilisé par 8% des Marocains, **parmi eux 50% qui se connectent chaque jour**. Le taux d'utilisation ainsi que la fréquence d'usage quotidien semblent enregistrer chacun un léger recul de 2 points par rapport à l'an dernier, sans que ces évolutions soient statistiquement significatives.

Cette application séduit davantage les :



Jeunes âgés
de 18-24 ans (17%)



Citadins
(12%)



CSP A-B
(14%)



Cette année, Telegram continue d'évoluer et renforce son positionnement parmi les messageries les plus puissantes au monde, avec **950 millions d'utilisateurs actifs**. La plateforme mise sur **l'innovation et l'expérience utilisateur** avec des appels vidéo de groupe chiffrés de bout en bout (jusqu'à 200 participants),

un scanner de QR codes intégré, et de nouvelles réactions pour dynamiser les échanges. Les utilisateurs Premium bénéficient d'options de personnalisation renforcées et les entreprises disposent désormais de ces outils automatisés avancés, souvent boostés par l'intelligence artificielle.

Malgré des avancées notables en matière de sécurité, Telegram reste au cœur des débats sur la confidentialité des données.



LinkedIn : l'IA au cœur des carrières

LinkedIn est utilisé par 6% des Marocains, un taux stable par rapport à l'an dernier. En revanche, l'usage quotidien semble progresser légèrement, avec **58% des utilisateurs qui se connectent chaque jour**.

Ce réseau est utilisé davantage par les :



Jeunes
âgés de 18-24 ans (13%)



Citadins
(9%)



CSP A-B
(15%)



6%

**des Marocains
utilisent LinkedIn.**

En 2025, l'intelligence artificielle s'impose comme le moteur de l'expérience

LinkedIn, à la fois pour les recruteurs et les candidats. Recherche d'emploi assistée, rédaction des mails optimisée, suggestions personnalisées... l'IA est partout, transformant les interactions en opportunités ciblées. Elle facilite le repérage de talents, l'analyse de profils ou encore la gestion des candidatures, avec des résultats plus rapides et plus pertinents.

Pour les utilisateurs, LinkedIn devient un outil de carrière intelligent, capable de recommander des offres, d'ajuster un CV ou de suggérer les bons contacts. Côté contenu, la plateforme teste de nouveaux formats interactifs comme les vidéos et les jeux, tout en renforçant la vérification d'identité.

Le réseau professionnel se structure ainsi autour d'une logique plus algorithmique, visant à augmenter la visibilité, l'engagement, et demain, peut-être, la monétisation.



X ancien Twitter : accélère sa mue en super application



5%

des Marocains
utilisent X.

X

X (anciennement Twitter) est utilisé par 5% des Marocains. Parmi eux, **57% se connectent chaque jour**, taux stable par rapport à 2024.

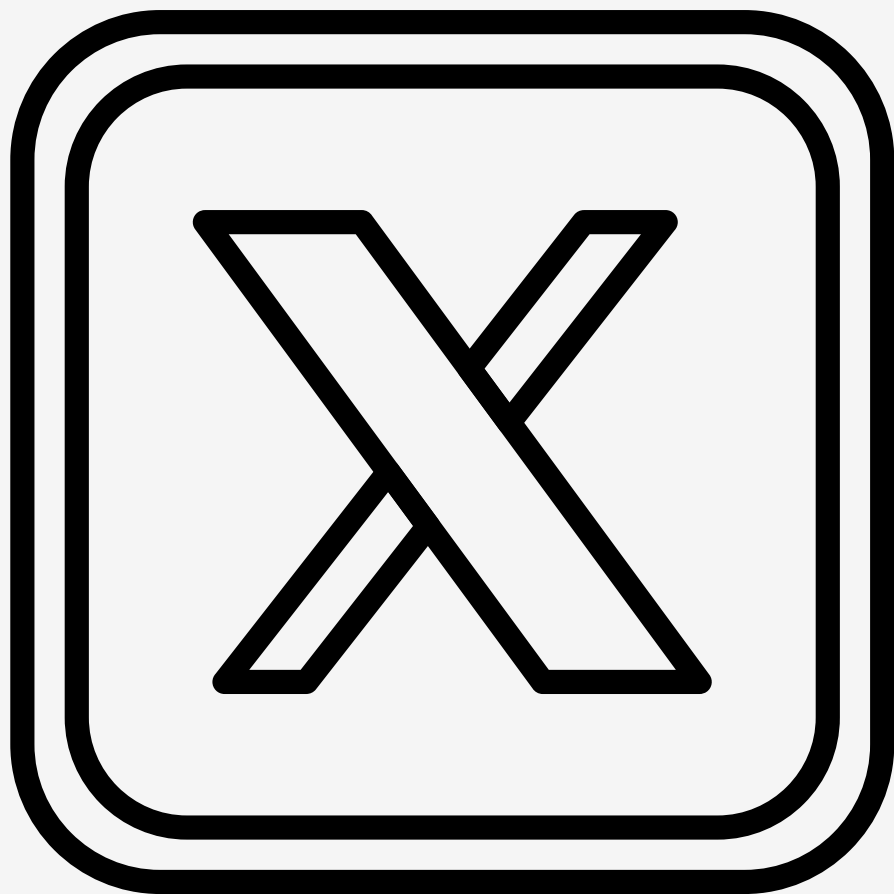
X, ou Twitter, séduit en particulier les :



Jeunes
âgés de 18-24 ans
(13%)



Urbains
(8%)



En 2025, l'application poursuit sa transformation en application multifonctions avec plus de **580 millions d'utilisateurs actifs.**

La plateforme se distingue par une forte augmentation de la vidéo, avec un onglet dédié à la vidéo. Les réponses vidéo enrichissent les interactions sociales, tandis que **l'IA Grok améliore l'analyse des contenus et la recherche.**

X se lance aussi dans les services financiers avec "X Money", un portefeuille numérique, et améliore l'expérience utilisateur grâce à des outils d'engagement et d'analyse pour les abonnés Premium.

Pinterest : de l'inspiration à l'action, la Gen Z en ligne de mire

Pinterest est utilisé par 4% des Marocains. Parmi ses utilisateurs, **74% s'y connectent chaque jour**, soit une hausse de 29 points par rapport à 2024.

L'application est particulièrement utilisée par les :



Jeunes
âgés de 18-24 ans
(8%)



CSP A-B
(12%)



4%

**des Marocains
utilisent Pinterest.**

En 2025, Pinterest poursuit sa stratégie de plateforme de découverte visuelle et accélère dans le e-commerce. Grâce à l'intelligence artificielle, l'application propose des recommandations d'achat plus pertinentes et des contenus encore mieux ciblés.

Des formats publicitaires enrichis, comme les Épingles Idées avec liens d'achat directs ou les Épingles de Collection, facilitent le passage de l'inspiration à l'action. Côté tendances, Pinterest continue d'anticiper les goûts des utilisateurs à travers son rapport "Pinterest Predicts" et sa nouvelle "Palette Pinterest" qui met en avant les couleurs phares de l'année.

L'expérience est pensée pour séduire la Génération Z, aujourd'hui au cœur de la croissance de la plateforme, en étant la cohorte la plus importante pour une croissance plus rapide.





Hors ligne

**Populations non connectées
au Maroc**

Populations non connectées au Maroc

19% Hors ligne : une autre fracture numérique

Bien que l'Intelligence Artificielle ait réussi à transformer tous les usages en ligne et que les plateformes redoublent d'efforts pour capter l'attention des jeunes, des urbains et des CSP+, une partie de la population reste en marge.

Les non connectés, les hors ligne, les débranchés volontaires ou involontaires du numérique, sont **surreprésentés** chez les **séniors âgés de 55-64 ans (35%), 64 ans et plus (47%), les ruraux (29%) et les CSP D-E (31%)**.

Ces personnes ne scrollent pas, ne postent pas, ne likent pas. Invisibles pour les algorithmes Marocains, ils rappellent que la révolution numérique, aussi rapide soit-elle, ne touche pas tout le monde de la même façon.

Comprendre pourquoi ces citoyens restent à l'écart, par choix ou par contrainte, et comment ils pourraient rejoindre, ou non, l'écosystème numérique de socialisation que proposent les réseaux sociaux, c'est aussi poser la question des limites et des défis de l'inclusion numérique, axe structurant du Nouveau Modèle de Développement au Maroc.





Et maintenant ? Vers quels réseaux, quels usages, quelle inclusion ?

Avec 81% d'utilisateurs, le Maroc est considéré comme fortement connecté, mais à plusieurs vitesses. Entre plateformes qui misent tout sur l'IA, réseaux en perte de vitesse ou en faible progression, et utilisateurs encore en marge, le paysage social numérique se transforme en profondeur.

Reste à savoir comment ces mutations vont redéfinir les usages et les représentations en ligne.

Rendez-vous en 2026 pour décrypter les prochaines tendances et ruptures.